

Secretaría de Gobernación**Autorizaciones de Servicios de Comunicación Social y Publicidad de la Administración Pública Federal, al Amparo del Artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017**

Auditoría Forense: 2017-0-04100-12-1697-2018

1697-GB

Criterios de Selección

Indubitable; Montos y Variaciones de Recursos Presupuestales y Financieros.

Objetivo

Fiscalizar las autorizaciones realizadas por la Secretaría de Gobernación, correspondientes a los diversos incrementos presupuestales solicitados por las dependencias y entidades, al amparo del Artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación en el ejercicio fiscal 2017, así como verificar la correcta aplicación de la normatividad aplicable.

Consideraciones para el seguimiento

Los resultados, observaciones y acciones contenidos en el presente informe individual de auditoría se comunicarán a la entidad fiscalizada, en términos de los artículos 79 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 39 de la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, para que en un plazo de 30 días hábiles presente la información y realice las consideraciones que estime pertinentes.

En tal virtud, las recomendaciones y acciones que se presentan en este informe individual de auditoría se encuentran sujetas al proceso de seguimiento, por lo que en razón de la información y consideraciones que en su caso proporcione la entidad fiscalizada, podrán confirmarse, solventarse, aclararse o modificarse.

Alcance

	EGRESOS
	Miles de Pesos
Universo Seleccionado	7,298,354.5
Muestra Auditada	5,419,701.6
Representatividad de la Muestra	74.3%

Se revisaron las autorizaciones de las Estrategias y los Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad de las dependencias y entidades que se enlistan a continuación, con base en la autorización individual otorgada por la Secretaría de Gobernación:

1. Secretaría de Gobernación
2. Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.
3. Secretaría de Salud
4. Secretaría de Desarrollo Social

5. Lotería Nacional para la Asistencia Pública
6. Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
7. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
8. Secretaría de Comunicaciones y Transportes
9. Pronósticos para la Asistencia Pública
10. Comisión Nacional del Agua
11. Secretaría de Marina
12. Servicio Geológico Mexicano
13. Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático
14. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación
15. Instituto Nacional de Migración
16. Petróleos Mexicanos
17. Instituto Mexicano del Seguro Social
18. Fondo de Cultura Económica
19. Secretaría de Hacienda y Crédito Público
20. Secretaría de Relaciones Exteriores
21. Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro
22. Secretaría de la Defensa Nacional
23. Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
24. Autoridad Federal para el Desarrollo de Zonas Económicas Especiales
25. Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
26. Aeropuertos y Servicios Auxiliares
27. Administración Portuaria Integral de Guaymas, S.A. de C.V.
28. Instituto Politécnico Nacional
29. Instituto Nacional para la Educación de los Adultos
30. Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios
31. Comisión Reguladora de Energía

Antecedentes

En la revisión que la ASF realizó a la Secretaría de Educación Pública, en la auditoría número 144-DS “Comunicación Social y Publicidad”, correspondiente a la Cuenta Pública 2017, se observó que con oficios SNM/039Bis/2017 y SNM/057/2017, de fechas 28 de abril y 19 de diciembre, ambos de 2017 respectivamente, el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) remitió información a la Comisión de Radio, Televisión

y Cinematografía de la Cámara de Diputados, correspondiente a la ampliación del concepto de gasto de servicios de comunicación o promoción y publicidad, registrados en los programas anuales de las dependencias y entidades a las que les fue aplicable, de conformidad con el párrafo noveno del artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) 2017, en donde se reportaron incrementos totales en este rubro por 134,374,213.0 miles de pesos, razón por la cual se determinó revisar las autorizaciones de servicios de Comunicación Social y Publicidad de la Administración Pública Federal, al amparo del artículo 17 del PEF 2017.

En la Cuenta Pública de 2017, se identificó que la Secretaría de Gobernación (SEGOB) autorizó 6,591,927.11 miles de pesos por concepto de incrementos de recursos a los Programas Anuales de Comunicación Social o Publicidad, en la partida “3600 Servicios de comunicación social y publicidad” a varias dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; sin embargo, en el Sistema de Comunicación Social (COMSOC) al cierre del ejercicio, se conoció que la SEGOB autorizó 7,036,089.2 miles de pesos en incrementos, al amparo de lo dispuesto en los párrafos octavo y noveno del artículo 17 del PEF 2017; estos recursos son adicionales a los autorizados por la Cámara de Diputados en el PEF.

El artículo 27, fracción XXXIX, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal vigente para el 2017, señala que a la SEGOB le correspondía formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información, así como orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal.

La SEGOB es la dependencia del Poder Ejecutivo Federal encargada de la política interior y la gobernabilidad nacional; contribuye a la gobernabilidad y el desarrollo político de México a través de una buena relación del gobierno federal con los Poderes de la Unión y los demás niveles de gobierno, para garantizar la seguridad nacional, la convivencia armónica y el bienestar de los mexicanos en un Estado de Derecho.

Durante el ejercicio 2017, la SEGOB se integró por seis subsecretarías, ocho órganos administrativos desconcentrados, nueve entidades y tres órganos autónomos.

En materia de comunicación social y publicidad, el artículo 5, fracción XXX, del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, vigente en el ejercicio 2017, señalaba la facultad indelegable del Secretario de conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información.

La normativa que reguló de manera específica la comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el 2017, fue el 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 2017 (Acuerdo), tal y como se describe a continuación:

Artículo 1o establece las bases para la orientación, planeación, autorización y coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y campañas de comunicación social y publicidad de los entes públicos durante 2017.

Artículo 3o, fracción VII, señala que “... *En la formulación de las Estrategias, Programas y campañas que realicen las Dependencias y Entidades para el cumplimiento de los objetivos de comunicación, deben considerar...*”

VII. Los recursos presupuestarios deben estar previamente autorizados y asignados a las partidas de gasto 36101 y 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal por las instancias facultadas para tales efectos;...”.

El Artículo 4o, en relación, con la elaboración de dichas Estrategias y Programas Anuales, señaló que la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC) de la SEGOB sería la responsable de la recepción y autorización, tal y como se cita a continuación: *“...Las Dependencias y Entidades que cuenten con recursos en las partidas 36101 y 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, deben elaborar una Estrategia anual de comunicación social o de promoción y publicidad, según corresponda, la cual debe autorizar la Secretaría, a través de la Dirección General de Normatividad de Comunicación....”.*

Por lo que, de acuerdo con los artículos 3 y 4 antes citados, los entes públicos a los que se les autorizó recursos en el PEF 2017 por la Cámara de Diputados podrían elaborar dichas Estrategias y Programas Anuales.

Artículo 5o, párrafo tercero, señaló como fecha límite de entrega de los documentos de dichas Estrategias y Programas Anuales, el 8 de febrero del 2017.

Artículo 7o, *“...Los recursos programados que registren las Dependencias y Entidades en el Programa anual, deben ser los asignados por la autoridad correspondiente en la partida respectiva del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, de acuerdo con lo señalado en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017...”.*

Artículo 14, precisó, en cuanto a la modificación de las Estrategias y Programas Anuales de comunicación social y de promoción y publicidad, que las entidades y dependencias que así lo requirieran deberían solicitarlo por escrito a la DGNC de la SEGOB, a través de su Coordinadora de sector, con fecha límite el último día hábil de febrero del siguiente ejercicio fiscal.

Artículo 15, señaló *“...En caso de incremento de recursos al Programa anual, es necesario presentar una justificación detallada que atienda lo señalado en el artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, en la que la Dependencia o Entidad precise el costo y fuente de financiamiento, así como la Modificación al Programa en los formatos correspondientes...”.*

Por su parte el artículo 17, párrafo octavo, del PEF 2017 precisó *“...Durante el ejercicio fiscal no podrán realizarse ampliaciones, trasposos de recursos de otros capítulos o conceptos de gasto, al concepto de gasto correspondiente a servicios de comunicación social y publicidad de los respectivos presupuestos, ni podrán incrementarse dichos conceptos de gasto, salvo cuando se trate de mensajes para atender situaciones de carácter contingente, se requiera para promoción comercial de las entidades para que generen mayores ingresos, tengan como propósito promover a México como destino turístico en el extranjero y los que deriven de los ingresos excedentes que obtenga el Instituto Nacional de Migración para mejorar los servicios migratorios. En dichos supuestos, los ejecutores de gasto deberán obtener de la Secretaría de Gobernación la autorización del programa de comunicación social o bien de la modificación*

respectiva, para lo cual señalarán el costo y su fuente de financiamiento y, posteriormente, deberán realizar el trámite de adecuación presupuestaria ante la Secretaría...”

Finalmente, se estableció que el registro del gasto de las dependencias y entidades se haría en el Sistema de Comunicación Social (COMSOC), dentro de los 10 días naturales siguientes a la terminación de cada mes, información debidamente validada por el Órgano Fiscalizador correspondiente, según se describió en el artículo 57 de dicho acuerdo.

Resultados

1. Se analizó información pública, así como la entregada por la SEGOB para verificar el cumplimiento de los artículos 17 del PEF 2017; 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (LFPRH) y 1, 2, 3, 4, 5, 6, 12, 15, 16 y 17 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 2017 (Acuerdo), y se observó lo siguiente:

En el Presupuesto de Egresos de la Federación 2017, Tomo I, formatos armonizados, la Cámara de Diputados autorizó un gasto neto total (presupuesto original) en el concepto “3600 Servicios de comunicación social y publicidad” por 3,119,438.5 miles de pesos.

Del análisis del PEF 2017 aprobado, específicamente en el concepto “3600 Servicios de comunicación social y publicidad” y de la revisión de las solicitudes de autorización del Programa Anual de Comunicación Social o del Programa Anual de Publicidad de las dependencias y entidades en el 2017 presentadas a la SEGOB, se concluyó que los nueve entes públicos que se relacionan a continuación, no contaban con recursos presupuestarios aprobados en el PEF 2017, en las partidas específicas del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal (partidas) 36101 “Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales” y 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios”; sin embargo, en las solicitudes de autorización de sus Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad, que presentaron a la DGNC de la SEGOB, manifestaron contar con autorización aprobada presupuestal en el PEF 2017 original en las partidas 36101 y 36201, de acuerdo a lo siguiente:

- Con el oficio número CGC/006/2017, del 18 de enero de 2017, el Fondo de Cultura Económica reportó recursos aprobados por 0.01 miles de pesos;
- Con el oficio número INM/DCS/074/2017, del 20 de enero de 2017, el Instituto Nacional de Migración reportó recursos aprobados por 0.01 miles de pesos;
- Con el oficio número UOSCS.DG.110/037/17, del 2 de febrero de 2017, la Secretaría de Desarrollo Social reportó recursos aprobados por 0.01 miles de pesos;
- Con el oficio número I-111-DGCS-085-17, del 08 de febrero de 2017, la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano reportó recursos aprobados por 0.02 miles de pesos;
- Con el oficio número GMV/001/2017, del 30 de enero de 2016 (sic), el Servicio Geológico Mexicano reportó recursos aprobados por 3,583.4 miles de pesos;

- Con el oficio número DMP/009/2017, del 17 de enero de 2017, Lotería Nacional para la Asistencia Pública reportó recursos aprobados por 95,389.2 miles de pesos;
- Con el oficio número DGCS/112.045/17, del 03 de febrero de 2017, la Comisión Reguladora de Energía reportó recursos aprobados por 2,000.0 miles de pesos;
- Con el oficio número DGCS/111/2017, del 01 de febrero de 2017, el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., reportó recursos aprobados por 1,100.0 miles de pesos y,
- Con el oficio número COMZEE/00010/2017, del 30 de enero de 2017, la Autoridad Federal para el Desarrollo de las Zonas Económicas Especiales reportó recursos aprobados por 40,000.0 miles de pesos.

Por lo que estas dependencias y entidades, al no contar con los recursos presupuestarios que establecen los artículos 3 y 4 del Acuerdo, se encontraban impedidos para formular y solicitar la autorización de sus Programas Anuales de Comunicación y Publicidad, correspondientes al ejercicio 2017, ante la DGNC de la SEGOB, y en consecuencia, no podían ejercer recursos presupuestarios en materia de comunicación social y publicidad.

Pese lo anterior, las entidades y dependencias citadas en los párrafos anteriores, solicitaron y recibieron autorización, por parte de la SEGOB, para modificar sus Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad, logrando incrementos presupuestarios, que se regularizaron ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por un total de 2,764,083.7 miles de pesos, en la forma siguiente:

MODIFICACIONES AUTORIZADAS POR SEGOB
A PROGRAMAS ANUALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DE
DEPENDENCIAS Y ENTIDADES IMPEDIDAS PARA SU FORMULACIÓN EN 2017
(Miles de pesos)

DEPENDENCIA O ENTIDAD	EJERCICIO FISCAL 2017	
	PEF	CUENTA PÚBLICA*
Fondo De Cultura Económica	0	1,999.2
Instituto Nacional de Migración	0	39,997.9
Secretaría de Desarrollo Social	0	598,502.6
Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano	0	301,837.5
Servicio Geológico Mexicano	0	197,078.8
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	0	484,732.3
Comisión Reguladora de Energía	0	2,290.0
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	0	1,099,329.4
Autoridad Federal para el Desarrollo de Zonas Económicas Especiales	0	38,316.0
Totales	0	2,764,083.7

FUENTE: PEF 2017 y Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017.

* Presupuesto devengado menos presupuesto original.

De tal tesitura, se presume que la información presentada por los nueve entes públicos indicados anteriormente, es errónea y sólo fue utilizada para que la DGNC de la SEGOB autorizara los Programas de Comunicación Social y Publicidad de dichos entes públicos, contraviniendo lo dispuesto en los artículos 1, 3, fracción VII, 4 primer párrafo, 5 y 12 del Acuerdo, y así permitirles ejercer recursos públicos en esos rubros.

Para ejemplificar lo expresado en párrafos anteriores, se seleccionaron seis de los nueve entes públicos señalados anteriormente, que solicitaron la autorización de sus Programas de Comunicación Social y Publicidad con información presuntamente errónea, indicando que contaban con presupuesto original autorizado por la Cámara de Diputados, en las partidas 36101 y 36201, y que también pidieron incrementos de recursos presupuestarios a sus Programas Anuales, al amparo de los supuestos de excepción del artículo 17, párrafo octavo del PEF 2017, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Informe Individual del Resultado de la Fiscalización Superior de la Cuenta Pública 2017

AUTORIZACIÓN DE INCREMENTOS A LOS PROGRAMAS ANUALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD 2017 A
 ENTES PÚBLICOS QUE NO CONTABAN CON RECURSOS PRESUPUESTARIOS APROBADOS EN EL PEF 2017
 (Miles de pesos)

Numeral	Ente Solicitante	Fecha de Oficio	Justificación	Importe solicitado	Fecha de Autorización
1	Servicio Geológico Mexicano (SGM)	07/11/2017	<i>"...que mantenga informada a la población sobre los programas geológicos y de prevención de riesgos del SGM, fortaleciendo las acciones a fin de reducir el impacto de los desastres naturales nuevos mensajes que deben difundirse a la población, mismas que conllevan a atender una sobredemanda de información y que no estaban previstos dentro la planeación inicial, y para ello se requiere un incremento de presupuesto para las acciones a comunicar..."</i>	200,000.0	09/11/2017
2	Lotería Nacional para la Asistencia Pública (LOTENAL)	25/02/2017	<i>"...mantener vigente y posicionada la imagen de marca de la Institución, así como, destacar en los mensajes publicitarios los principales atributos de los productos, entre lo que se encuentran características, precio, fecha de celebración, aspectos fundamentales para el mantenimiento en el mercado de los sorteos..."</i>	400,272.2	02/03/2017
3	Instituto Nacional de Migración (INM)	17/03/2017	<i>"...poder impulsar y difundir a través de los distintos medios de comunicación la campaña que atañen al cotidiano quehacer del Instituto y que son responsabilidad directa de la Dirección de Comunicación Social. Dichas campañas de comunicación social, van dirigidas al principal público meta del INM, que son los migrantes tanto mexicanos como extranjeros, quienes entran o salen de nuestro país, haciendo de este un territorio de origen, tránsito y destino de la migración..."</i>	40,000.0	27/03/2017
4	Fondo de Cultura Económica (FCE)	09/05/2017	<i>"...llegar a un mayor público lector..."</i>	2,000.0	19/05/2017
5	Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)	11/09/2017	<i>"...reforzar la información de todos aquellos programas que les permitan acceder a los derechos sociales fundamentales a los que todo mexicano tiene derecho, por lo que la difusión es indispensable, ya que de no hacerla se corre un riesgo social relevante..."</i>	600,000.0	18/09/2017
6	Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano (SEDATU)	08/02/2017	<i>"...ejecutar un conjunto de acciones de difusión, de cobertura nacional, a través de medios radiofónicos, televisivos, impresos, complementarios, digitales y servicios de producción y de evaluación, que informen a la ciudadanía sobre las acciones que el Gobierno de la República ejecuta, a través de la SEDATU, con el objetivo de atender la emergencia provocada por las contingencias sísmológicas del 7 y 19 de septiembre de 2017, así como emprender las labores de reconstrucción y reactivación económica de las comunidades afectadas. ..."</i>	300,000.0	12/10/2017
Totales				1,542,272.2	

Fuente: Documentación remitida, por los entes: SGM, LOTENAL, INM, FCE, SEDESOL y SEDATU, por ser Entidades vinculadas con las operaciones revisadas dentro de la Auditoría 1697-GB "Autorizaciones de Servicios de Comunicación Social y Publicidad de la Administración Pública Federal, al amparo del Artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal de 2017".

En relación con los incrementos presupuestarios a los Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad autorizados por la DGNC de la SEGOB, el artículo 17, párrafo octavo, del PEF 2017, estableció las causas de excepción que podrían aplicarse para tal efecto, siendo las siguientes:

“...cuando se trate de mensajes para atender situaciones de carácter contingente, se requiera para promoción comercial de las entidades para que generen mayores ingresos, tengan como propósito promover a México como destino turístico en el extranjero y los que deriven de los ingresos excedentes que obtenga el Instituto Nacional de Migración para mejorar los servicios migratorios. En dichos supuestos, los ejecutores de gasto deberán obtener de la Secretaría de Gobernación la autorización del programa de comunicación social o bien de la modificación respectiva, para lo cual señalarán el costo y su fuente de financiamiento y, posteriormente, deberán realizar el trámite de adecuación presupuestaria ante la Secretaría...”

La DGNC de la SEGOB autorizó incrementos presupuestarios a los Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad de las dependencias y entidades antes descritas, mencionando únicamente en los oficios de autorización de las modificaciones presupuestarias la frase “**...esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, las modificaciones del Programa Anual de Comunicación Social 2017...**”; sin embargo, se presume que dichas autorizaciones no se encuentran debidamente evaluadas, al omitir señalar los resultados de la valoración que debía realizarse, de conformidad con el artículo 15, párrafo segundo, del Acuerdo, lo que no permite saber las razones por las cuales la DGNC autorizó las modificaciones solicitadas.

La DGNC de la SEGOB autorizó en 2017, incrementos presupuestarios bajo los supuestos de excepción a los Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad de las dependencias y entidades que lo solicitaron, de los cuales se revisaron los entes públicos siguientes, y se determinó que las autorizaciones realizadas fueron improcedentes.

DEPENDENCIAS Y ENTIDADES CON AUTORIZACIÓN DE INCREMENTOS PRESUPUESTARIOS
A LOS PROGRAMAS ANUALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD 2017
BAJO SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN IMPROCEDENTES
(MUESTRA AUDITADA)
(Miles de pesos)

	Ente Solicitante	Fecha de Oficio	Justificación	Importe solicitado	Fecha de Autorización
1	Lotería Nacional para la Asistencia Pública (LOTENAL)	25/02/2017	<i>"...mantener vigente y posicionada la imagen de marca de la Institución, así como, destacar en los mensajes publicitarios los principales atributos de los productos, entre lo que se encuentran características, precio, fecha de celebración, aspectos fundamentales para el mantenimiento en el mercado de los sorteos..."</i>	400,272.2	02/03/2017
2	Fondo de Cultura Económica (FCE)	09/05/2017	<i>"...llegar a un mayor público lector..."</i>	2,000.0	19/05/2017
3	Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)	11/09/2017	<i>"...reforzar la información de todos aquellos programas que les permitan acceder a los derechos sociales fundamentales a los que todo mexicano tiene derecho, por lo que la difusión es indispensable, ya que de no hacerla se corre un riesgo social relevante..."</i>	600,000.0	18/09/2017
4	Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano (SEDATU)	08/02/2017	<i>"...ejecutar un conjunto de acciones de difusión, de cobertura nacional, a través de medios radiofónicos, televisivos, impresos, complementarios, digitales y servicios de producción y de evaluación, que informen a la ciudadanía sobre las acciones que el Gobierno de la República ejecuta, a través de la SEDATU, con el objetivo de atender la emergencia provocada por las contingencias sísmológicas del 7 y 19 de septiembre de 2017, así como emprender las labores de reconstrucción y reactivación económica de las comunidades afectadas. ..."</i>	300,000.0	12/10/2017
5	Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)	07/07/2017	<i>"...nuevos mensajes que deben difundirse a la población, mismas que conllevan a atender una sobredemanda de información y que no estaban previstos dentro la planeación inicial, y para ello se requiere un incremento de presupuesto para las acciones a comunicar..."</i>	25,000.0	14/07/2017
6	Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT)	28/09/2017	<i>"...difusión de los mensajes de los diversos servicios que se ofrecen a los trabajadores del país con el fin de que accedan a un crédito flexible..."</i>	120,000.0	12/10/2017
7	Secretaría de Comunicación y Transportes (SCT)	30/10/2017	<i>"...informar a la ciudadanía que la SCT trabaja en la supervisión y mantenimiento de la red carretera y de las vías de comunicación de manera permanente..."</i>	275,000.0	31/10/2017
8	Secretaría de Salud (SSA)	17/04/2017	<i>"...lograr la difusión de mensajes para informar a la población en general, sobre las medidas para la prevención de la diabetes, el sobrepeso y la obesidad, pues en caso contrario, implican importantes daños a la salud de la población, así como afectaciones económicas ya que se trata de enfermedades altamente incapacitantes y mortales..."</i>	1,000,000.0	24/04/2017

	Ente Solicitante	Fecha de Oficio	Justificación	Importe solicitado	Fecha de Autorización
9	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	22/03/2017	<i>"...concientizar a la población sobre los factores de riesgo a la salud al exponerse a concentraciones excesivas de contaminantes en el aire y así reforzar el mandato establecido en el Artículo 4º. Constitucional..."</i>	300,000.0	23/03/2017
10	Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE)	12/10/2017	<i>"...destinar esfuerzos de difusión para dar a conocer la Guía de Viajero a la comunidad mexicana. De esta manera se informará y orientará, sobre la protección consular y las medidas que promueven el respeto a sus derechos..."</i>	10,000.0	12/10/2017
11	Comisión Nacional de Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)	20/02/2017	<i>"...continuar fortaleciendo el crecimiento de ahorro voluntario en las cuentas de los ahorradores del SAR..."</i>	51,000.0	27/02/2017
12	Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC)	21/08/2017	<i>"...generar un intercambio y apoyo al emprendimiento desde diversos sectores que muestren a México como líder en enfrentar el cambio climático y generar un desarrollo sustentable bajo en carbono..."</i>	100,000.0	21/08/2017
13	Comisión Nacional del Agua (CONAGUA)	11/10/2017	<i>"...a efecto de incrementar la difusión de la Campaña Protección a Centros de Población, Versiones: Prevención 1, Prevención 2 y Prevención 3, a nivel nacional, entre la población urbana y rural, hombres y mujeres con edad de 0 a 60 años o más, con niveles socioeconómicos: A, B, C, D, E, especialmente entre quienes habitan en zonas de alto riesgo ante fenómenos hidrometeorológicos, a fin de realizar las acciones preventivas para enfrentarlos y actuar de manera inmediata ante la emisión de alertas para fortalecer con ello la cultura de la prevención asociada a la ocurrencia de este tipo de eventos..."</i>	200,000.0	18/10/2017
Totales				3,383,272.2	

FUENTE: Solicitudes de Modificación del Programa Anual (incrementos) de las dependencias y entidades y autorizaciones correspondientes de la DGNC de la SEGOB.

Las Secretarías de Desarrollo Social, Desarrollo Agrario Territorial y Urbano, Comunicaciones y Transportes, Salud, Medio Ambiente y Recursos Naturales, Relaciones Exteriores, y el Instituto Mexicano del Seguro Social, Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático, Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro y Comisión Nacional del Agua solicitaron a la DGNC de la SEGOB, la autorización de incrementos presupuestarios a sus Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad, al amparo de la causa de excepción *"para atender situaciones de carácter contingente"*.

La Auditoría Superior de la Federación solicitó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a la Secretaría de la Función Pública, y a la SEGOB, que se pronunciaran sobre el término “contingente”, que se incluye en el artículo 17, párrafo octavo, del PEF 2017 como causa de excepción, sustentando esta petición en la facultad de interpretación que les otorga el artículo 1 párrafo segundo del PEF 2017, sin recibir por parte de esas dependencias la interpretación del término para su aplicación. Argumentado que se encontraba fuera de su competencia. Sin embargo, la DGNC de la SEGOB, señaló en su oficio número SNM/DGNC/1642/18, de fecha 1 de octubre de 2018, que no tiene la facultad de emitir juicios de valor respecto del concepto denominado “contingente” ni estima su validez jurídica, pues no cuenta con atribuciones para interpretar las disposiciones del PEF 2017, lo cual refleja la falta de valoración que realizó en cada autorización que emitió.

La ASF realizó las consultas a que se refiere el párrafo anterior a efecto de contar con mayores elementos para poder establecer si las instituciones se adecuaban al criterio general, interpretación, contenido y alcance de la situación “Contingente” que como categoría define una situación de hecho de excepción que en términos del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española refiere a “que puede suceder o no suceder”, lo cual implica que para que se actualice dicho supuesto debió acontecer el hecho incierto para hacer nacer la propia hipótesis.

Así, la ASF determinó que este supuesto no fue valorado correctamente por la SEGOB, toda vez que dicha dependencia no presentó ni contó con elementos proporcionados por la SEGOB al no presentar esta evidencia documental y argumentación suficiente de la valoración de la situación expuesta por las dependencias y entidades que cumplan el externo de encontrarse en esa situación “contingentes” y tampoco en el análisis realizado por dicha dependencia estableció una definición objetiva que lo describa, que diera certeza a la valoración y/o autorización o rechazo de la justificación presentada por los entes solicitantes, lo anterior sin menoscabo de considerar que la SEGOB tuvo la opción de solicitar la interpretación correspondiente a las dependencias facultadas que establece el artículo 1, párrafo segundo, del PEF 2017, relacionado con las causas de excepción señaladas en el artículo 17, párrafo octavo, del citado PEF; esto a efecto de allegarse de los elementos necesarios y suficientes para ejercer su facultad de valoración y, por consiguiente, tanto la autorización de dichas solicitudes y justificaciones se obtuvieran de forma adecuada, por lo que se presume incumplió con los artículos 7 y 8 de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, 7, fracción I, de la Ley General de Responsabilidades Administrativas y 15 del Acuerdo.

El penúltimo párrafo del artículo 17 del PEF 2017 señala que las dependencias y entidades realizarían el registro sobre las erogaciones en materia de comunicación y publicidad, a través del Sistema de Comunicación Social, sistema que se define en el artículo 57 del Acuerdo como COMSOC.

En el análisis del Sistema de Comunicación Social (COMSOC) con página electrónica <https://www.gob.mx/sfp/documentos/gastos-de-comunicacion-social>, se detectó que existe diferencia por 3,867.7 miles de pesos en las cifras presentadas de los incrementos del concepto “3600 Servicios de Comunicación Social y Publicidad” en dicho Sistema, respecto de las cifras reflejadas en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017, de las dependencias y entidades que se relacionan a continuación:

REGISTROS DE INCREMENTOS PRESUPUESTARIOS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD
EN CUENTA PÚBLICA Y COMSOC 2017
(Miles de pesos)

Ente Público	CUENTA PÚBLICA	COMSOC 2017	DIFERENCIA
	Incrementos Presupuestales	Ampliaciones (Reducciones)	
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	1,099,329.4	1,100,000.0	-670.6
Secretaría de Salud	1,064,150.1	1,064,977.8	-827.7
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	484,732.3	400,272.2	84,460.1
Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales	297,580.2	297,745.8	-165.6
Secretaría de Comunicaciones y Transportes	277,250.3	276,255.0	995.3
Pronósticos para la Asistencia Pública	253,081.1	268,257.7	-15,176.6
Secretaría de Marina	199,970.7	200,000.0	-29.3
Comisión Nacional del Agua	200,488.5	199,330.0	1,158.5
Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores	120,195.7	139,200.0	-19,004.3
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	94,575.4	125,142.6	-30,567.2
Petróleos Mexicanos	31,181.6	81,238.8	-50,057.2
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	50,646.9	51,000.0	-353.1
Autoridad Federal para el Desarrollo de Zonas Económicas Especiales	38,316.0	40,000.0	-1684.0
Instituto Mexicano del Seguro Social	18,682.2	25,000.0	-6,317.8
Secretaría de la Defensa Nacional	-	7,177.4	-7,177.4
Comisión Reguladora de Energía	2,290.0	2,000.0	290.0
Administración Portuaria Integral de Guaymas, S.A. de C.V.	-	985.7	-985.7
Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.	- 20.8	981.2	-1,002.0
Aeropuertos y Servicios Auxiliares	-618.3	506.1	-1,124.4
Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios	4,419.7	34.8	4,384.9
Comisión Nacional Bancaria y de Valores	2,611.0	-	2,611.0
Instituto Politécnico Nacional	-2,722.2	-	-2,722.2
Instituto Nacional para la Educación de los Adultos	3,059.1	-	3,059.1
Instituto Nacional de Migración	39,997.9	-2.1	40,000.0
Secretaría de Hacienda y Crédito Público	1,351.1	-703.9	2,055
Secretaría de Gobernación	-55,495.3	-58,214.2	2,718.9
Total	4,225,052.6	4,221,184.9	3,867.7

FUENTE: Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017 y COMSOC al mes de diciembre 2017

Por lo anteriormente expuesto, se concluyó que la Secretaría de la Función Pública no validó de conformidad con lo señalado en el artículo 17, fracción VI, párrafo tercero, del PEF 2017 y

la SEGOB no supervisó los registros efectuados de las dependencias y entidades en el COMSOC, incumpliendo con lo señalado en el artículo 1 del Acuerdo que establece las bases de autorización, supervisión y evaluación de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad de las Dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017.

También, con el análisis de los registros del COMSOC, se determinó que las dependencias y entidades ejercieron los recursos públicos sin apearse a la normatividad y efectuaron pagos de adeudos de campañas de Comunicación Social y Publicidad de ejercicios anteriores, con cargo al PEF 2017, sin comunicar a la DGNC de la SEGOB las obligaciones contraídas, devengadas, contabilizadas y autorizadas que no fueron liquidadas en el ejercicio correspondiente por concepto de comunicación social y publicidad como sigue:

PAGOS DE ADEUDOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DEL EJERCICIO 2016,
QUE SE CUBRIERON CON RECURSOS PRESUPUESTARIOS DEL EJERCICIO 2017
(Miles de pesos)

Dependencia o Entidad	Importe
Secretaría de Relaciones Exteriores	9,500.5
Instituto Mexicano del Seguro Social	7,820.4
Comisión Nacional del Agua	1,470.4
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	29,610.8
Secretaría de Comunicaciones y Transportes	999.9
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	7,282.7
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V	752,688.9
Total	809,373.6

Fuente: Sistema de Comunicación Social 2017.

Lo anterior denota que la DGNC de la SEGOB, al no supervisar que las dependencias y entidades ejercieran el gasto de sus campañas de comunicación social de acuerdo a sus programas anuales, en el cumplimiento del plan de medios, se presume que propició que esos entes públicos ejercieran el recurso público para pagar adeudos de campañas de comunicación social de ejercicios anteriores, en infracción del artículo 58 del Acuerdo.

Por los incumplimientos normativos relacionados con el proceso de solicitud de la autorización y modificación del Plan Anual de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad y del ejercicio del gasto de las dependencias y entidades en materia de comunicación social y promoción y publicidad citados en este resultado, con oficios núm. AECF/DGAF/0118/2019, AECF/DGAF/0149/2019, AECF/DGAF/0150/2019; AECF/DGAF/0151/2019, AECF/DGAF/0152/2019, AECF/DGAF/0153/2019, AECF/DGAF/0154/2019, AECF/DGAF/0155/2019 Y AECF/DGAF/0156/2019, todos del 30 de enero de 2019, se solicitó la intervención a la Secretaría de la Función Pública para que en el ámbito de sus atribuciones realizara las investigaciones correspondientes y en su caso, las sanciones administrativas derivadas de los incumplimientos de los entes públicos siguientes: Instituto Nacional de Migración, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Lotería Nacional

para la Asistencia Pública, Servicio Geológico Mexicano, Fondo de Cultura Económica, Secretaría de Desarrollo Social, Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. y Comisión Reguladora de Energía.

Aunado a lo mencionado en el párrafo anterior, las erogaciones realizadas por los entes públicos antes citados devienen en irregulares.

Como resultado de la reunión de presentación de resultados finales y observaciones preliminares, la Secretaría de Gobernación remitió, mediante los oficios núms. UNM/DGNC/0022/19/ del 15 de enero de 2019, suscrito por el Director General de Normatividad de Comunicación; SG/DGCS/009/2018 del 15 de enero de 2019, emitido por el Director General de Comunicación Social; UAF/DGPYP/0365/2019 y UAF/DGPYP/412/2019 del 25 y 30 de enero de 2019, respectivamente, signados por el Director General de Programación y Presupuesto, diversa información y documentación, así como manifestaciones que consideró pertinentes para solventar dichas observaciones. Al respecto, se concluyó que toda vez que no presentó evidencia adicional justificativa y comprobatoria que desvirtúe las observaciones determinadas, el presente resultado continúa en los términos señalados.

2017-0-04100-12-1697-01-001 Recomendación

Para que la Secretaría de Gobernación instruya a la Dirección General de Normatividad de Comunicación dé cumplimiento puntual a los criterios de evaluación, autorización y en su caso, la modificación de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de conformidad con las disposiciones normativas aplicables en materia de comunicación social y de promoción y publicidad y aquellas que establezca el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal correspondiente; y establezca el dejar evidencia del análisis respectivo.

2017-0-04100-12-1697-01-002 Recomendación

Para que la Secretaría de Gobernación instruya a la Dirección General de Normatividad de Comunicación a fin de que se establezca en la normativa aplicable en materia de comunicación social y de promoción y publicidad, la obligación de cerciorarse, previo a la autorización de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, que los entes públicos cuenten con la cobertura presupuestal autorizada en las partidas de gasto 36101 y 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública en el Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal correspondiente.

2017-0-04100-12-1697-01-003 Recomendación

Para que la Secretaría de Gobernación instruya a quien corresponda a fin de que se establezca en la normativa en materia de comunicación social y de promoción y publicidad la obligación de la supervisión de las cifras del Sistema de Comunicación Social (COMSOC), en el que se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las dependencias y entidades en materia de comunicación y publicidad a fin que los datos e información que se generan sean útiles para la toma de decisiones.

2017-9-04110-12-1697-08-001 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión no verificaron, antes de la autorización de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación y Publicidad que los recursos presupuestarios de las dependencias y entidades en materia de comunicación social y promoción y publicidad, estuvieran autorizados por la Cámara de Diputados en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, en las partidas 36101 y 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 3, fracción VII; 4, párrafo primero; 5; y 12, 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 2017.

2017-9-04110-12-1697-08-002 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión no verificaron que las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y Promoción y Publicidad que se autorizaron y las erogaciones realizadas por las dependencias y entidades en el 2017 coincidan con las registradas en el Sistema de Comunicación Social (COMSOC), de conformidad con lo dispuesto en los artículos 17, séptimo, octavo y penúltimo párrafos del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017 y 1; 2; 3, Fracción VII; 4 párrafo primero; 5; 12; 14; 15; 16; 17; 57; 58; 67, 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 2017.

2017-9-04110-12-1697-08-003 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión realizaron una evaluación deficiente para la autorización de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades, y modificaciones a los conceptos de gastos de los programas donde las justificaciones no se ajustaron a las causas de excepción, resultando improcedentes, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 17, párrafo octavo del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017 y 1; 2; 3, Fracción VII; 4 párrafo primero; 5; 12; 14; 15; 16; y 17 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 2017.

2017-0-04100-12-1697-06-001 **Pliero de Observaciones**

Se presume un probable daño o perjuicio o ambos a la Hacienda Pública Federal por un monto de 2,764,083,717.00 pesos (dos mil setecientos sesenta y cuatro millones ochenta y tres mil setecientos diecisiete pesos 00/100 m.n.), por autorizar a nueve dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, sus Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad, sin que éstos entes públicos contaran con recursos presupuestarios aprobados por la Cámara de Diputados, en las partidas específicas del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, 36101, Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, y 36201, Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios, conforme lo señalan los artículos 3, fracción VII; 4, párrafo primero, 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 2017, y en consecuencia, no cubrieron los requisitos para formular y solicitar la autorización de dichos Programas Anuales de Comunicación y Promoción y Publicidad, correspondientes al ejercicio 2017, ante la Secretaría de Gobernación, según lo dispuesto en los artículos 17, párrafo octavo del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, y 5; y 12, 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 2017, así como para ejercer recursos presupuestarios en materia de comunicación social y de promoción y publicidad en observancia con lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

2. El artículo 17, párrafo noveno, del PEF 2017, establece que la SEGOB tiene la obligación de informar a la Cámara de Diputados, dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha en la que las dependencias y entidades cuenten con los recursos autorizados, sobre las razones que justifican la ampliación, traspaso o incremento de recursos, así como sobre su cuantía y modalidades de ejercicio.

La Directora General de Programación y Presupuesto de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) remitió a la ASF el oficio número OM/DGPYP/3829/2018, por medio del cual anexó el oficio número SNM/DGNC/1642/18, del 1 de octubre del presente año, signado por la Directora General de Normatividad de Comunicación, con el que acredita que la SEGOB remitió los informes que establecen los párrafos noveno y antepenúltimo del artículo 17 del PEF 2017, a la Cámara de Diputados, señalando las razones que justificaron la ampliación, traspaso o incremento de recursos presupuestales, su cuantía y modalidades de ejercicio, sobre la ejecución de los programas y campañas de comunicación social, relativos a la partida de difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales en el 2017.

También, la Directora General de Programación y Presupuesto de la SEGOB remitió a la ASF el oficio número OM/DGPYP/3829/2018 del 03 de octubre de 2017 por medio del cual anexó el oficio de la DGNC de la SEGOB, mediante el cual remitió a la Cámara de Diputados los oficios SNM/039Bis/2017 del 28 de abril de 2017 y SNM/057/2017 del 19 de diciembre de 2017; los dos últimos oficios suscritos por el Subsecretario de Normatividad de Medios de la SEGOB y

dirigidos a la Diputada Presidenta de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la LXIII Legislatura de la Cámara de Diputados, del análisis de dicha información se observó lo siguiente:

- No se presentaron los informes dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha en que las dependencias y entidades contaran con los recursos autorizados, plazo que establece el artículo 17, párrafo noveno, del PEF 2017.
- No se presentó información relativa a recursos autorizados y las modalidades del ejercicio en materia de Comunicación Social y Publicidad, sólo incluyeron los campos denominados "*Dependencia o Entidad*", "*Presupuesto (miles)*", "*Incremento (miles)*", "*Total*" y "*Justificación*".

Además, se observó que en los oficios dirigidos a la Cámara de Diputados con números SNM/039Bis/2017 y SNM/057/2017 del 28 de abril y 19 de diciembre, ambos de 2017, respectivamente, se relacionaron sólo 20 dependencias y entidades que solicitaron modificaciones a sus Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad los cuales representan incrementos presupuestarios, en atención a lo dispuesto en el artículo 17, párrafo octavo, del PEF 2017.

Del análisis inicial de las cifras que se incluyeron en dichos reportes se identificaron discrepancias como la modificación reportada como solicitada por concepto de incremento por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) por 128,273,307.0 miles de pesos que supera el presupuesto original de toda la Secretaría casi en un 200%.

Por lo anterior, se analizó la información que se incluyó en los informes remitidos a la Cámara de Diputados por cada una de las dependencias y entidades referentes a las modificaciones a los Programas Anuales de Comunicación Social o de Promoción y Publicidad, y para tal efecto, se realizó una comparación de las cifras reportadas como presupuesto original e incrementos con aquellas que los entes públicos reportaron en el COMSOC, por los mismos conceptos; los resultados obtenidos arrojaron diferencias, mismas que se presentan a continuación:

DIFERENCIAS IDENTIFICADAS EN LOS REGISTROS DE GASTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD
EN EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL (COMSOC) Y EN LA INFORMACIÓN DE LOS INFORMES REMITIDOS A
LA CÁMARA DE DIPUTADOS
(Miles de pesos)

ENTE PÚBLICO	PRESUPUESTO ORIGINAL			INCREMENTOS			PRESUPUESTO MODIFICADO		
	COMSOC	Cámara de Diputados	Diferencia	COMSOC	Cámara de Diputados	Diferencia	COMSOC	Total Cámara de Diputados	Diferencia
SAGARPA	5,201.2	5,201.0	-0.2	125,142.6	128,273,307.0	128,148,164.4	96,883.6	133,474,542.0	133,377,658.4
SEP	19,146.5	19,112.2	-34.3	1,874,485.9	1,900,000.0	25,514.1	1,893,632.4	1,919,112.0	25,479.6
LOTENAL	125,000.0	95,389.2	-29,610.7	400,272.2	429,883.0	29,610.8	525,272.2	525,272.2	0.0
SEMARNAT	1,824.2	1,786.9	-37.2	297,745.8	300,000.0	2,254.2	299,570.0	301,786.9	2,216.9
INM	40,000.0	-	-40,000.0	-2.1	40,000.0	40,002.1	39,997.9	40,000.0	2.1
SSA	1,488.1	1,450.0	-38.1	1,064,977.8	1,000,000.0	-64,977.8	1,066,465.9	1,001,450.0	-65,015.9
PRONÓSTICOS	381,742.3	381,742.0	-0.3	268,257.7	268,500.0	242.3	650,000.0	650,242.0	242.0
CON SAR	29,000.0	51,000.0	22,000.0	51,000.0	29,000.0	-22,000.0	80,000.0	80,000.0	-
IMSS	590,000.0	582,179.0	-7,821.0	25,000.0	25,000.0	-	615,000.0	607,179.0	-7,821.0
PEMEX	208,800.0	208,800.0	-	81,238.8	79,307.0	-1,931.8	290,038.8	288,107.0	-1,931.8
INEEC	100.0	100.0	-	99,952.2	100,000.0	47.8	100,052.2	100,100.0	47.8
SEDATU	-	1,490.0	1,490.0	301,490.4	300,000.0	-1,490.4	301,490.4	301,490.0	-0.4
SRE	12,619.9	10,300.0	-2,319.9	-1,790.5	10,000.0	11,790.5	10,829.4	20,300.0	9,470.6
SEDESOL	-	-	-	598,502.6	600,000.0	1,497.4	598,502.6	600,000.0	1,497.4
INFONACOT	220,400.0	220,400.0	-	139,200.0	142,216.0	3,016.0	359,600.0	362,616.0	3,016.0
FCE	-	-	-	1,999.2	2,000.0	0.8	1,999.2	2,000.0	0.8
CONAGUA	31,692.3	31,604.0	-88.3	199,330.0	200,000.0	670.0	231,022.3	231,604.0	581.7
SCT	59,616.0	58,616.0	-1,000.0	276,255.0	275,000.0	-1,255.0	335,871.0	333,616.0	-2,255.0
MARINA	70,000.0	70,000.0	-	200,000.0	200,000.0	-	270,000.0	270,000.0	-
SGM	3,583.4	3,583.0	-0.4	197,078.8	200,000.0	2,921.2	200,662.2	203,583.0	2,920.8
TOTAL	1,800,213.9	1,742,753.4	-57,460.4	6,200,136.4	134,374,213.0	128,174,076.6	7,966,890.1	141,313,000.2	133,346,110.1

FUENTE: Registros del sistema COMSOC al cierre de 2017 y Oficios remitidos a la Cámara de Diputados en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 17 del PEF 2017 por la SEGOB.

De lo anteriormente expuesto, se desprende que los incrementos presupuestarios y el presupuesto total reportados a la Cámara de Diputados por un monto de 134,374,213.0 y 141,313,000.2 miles de pesos, respectivamente, se presumen como registros e información erróneos, ya que dichas cifras difieren de las reportadas en el COMSOC 2017 por 6,200,136.4 y 7,966,890.1 miles de pesos.

Sin embargo, en la muestra auditada, se identificó que existen ocho entes públicos a los que la SEGOB les autorizó modificaciones y no fueron reportados a la Cámara de Diputados.

ENTES PÚBLICOS CON INCREMENTO PRESUPUESTARIO EN 2017 EN MATERIA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD
NO REPORTADOS POR LA SEGOB A LA CÁMARA DE DIPUTADOS
(MILES DE PESOS)

Ente Público		Incrementos COMSOC
1	Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	1,100,000.0
2	Secretaría de la Defensa Nacional	7,177.4
3	Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.	981.2
4	Autoridad Federal para el Desarrollo de Zonas Económicas Especiales	40,000.0
5	Aeropuerto y Servicios Auxiliares	506.1
6	Comisión Reguladora de Energía	2,000.0
7	Administración Portuaria Integral de Guaymas, S.A. de C.V.	985.7
8	Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios	34.8
TOTAL		1,151,685.2

FUENTE: COMSOC 2017.

Por lo anteriormente descrito, y como resultado del análisis a la información remitida a la Cámara de Diputados, se presume que la SEGOB incumplió con la obligación de remitir a esa máxima representación popular, los informes de modificación de su Programa Anual de Comunicación Social o Promoción y Publicidad dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha en la que las dependencias y entidades cuenten con los recursos autorizados incluyendo las razones que justifican la ampliación, traspaso o incremento de recursos, así como sobre su cuantía y modalidades de ejercicio que establece el artículo 17, párrafo noveno, del PEF 2017.

Respecto de la obligación de la SEGOB de remitir a la Cámara de Diputados los informes bimestrales en relación con la ejecución de los programas y campañas relativos a la partida de difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, se identificó el envío de siete oficios; de los cuales, seis se turnaron en dos versiones, la primera versión con cifras correspondientes a recursos autorizados para comunicación social y publicidad que totalizaron 7,741,422.6 miles de pesos, por el periodo enero – diciembre de 2017, indicando en su apartado de consideración que “...El presente reporte se integra únicamente con información derivada de los formatos de presentación de campañas de comunicación social, remitidos por las Dependencias...” sin que se indique la fecha de corte de la integración y la segunda versión con importes de las erogaciones reportadas, por lo que la información no es congruente, de la misma forma se remitió, el séptimo oficio denominado “Informe de programas de Comunicación Social de dependencias y entidades de la Administración Pública Federal” que incluyó programas de comunicación social por dependencia o entidad con importes erogados, tal como se muestra a continuación:

REPORTES BIMESTRALES SOBRE LA EJECUCIÓN DE PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN
DE DEPENDENCIAS Y ENTIDADES REMITIDOS A LA CÁMARA DE DIPUTADOS 2017
(Miles de Pesos)

Oficio	Fecha	Remite	Dirigido	Objeto	Importe
Selap/300/723/17	29 de marzo de 2017	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	CC. Integrantes de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero-Febrero 2017	Autorizado 86,329.8 Erogado 611.1
Selap/300/1328/17	31 de mayo de 2017	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	CC. Integrantes de la Mesa Directiva de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero-Abril	Autorizado 924,822.63 Erogado 62,561.59
Selap/300/1905/17	3 de agosto de 2017	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	CC. Integrantes de la Mesa Directiva de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero-Junio	Autorizado 2,309,067.8 Erogado 266,147.1
Selap/300/3447/17	26 de octubre de 2017	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	CC. Integrantes de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero-Agosto	Autorizado 4,184,218.1 Erogado 710,106.3
Selap/300/3775/17	19 de diciembre de 2017	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	CC. Integrantes de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero- Octubre	Autorizado 5,621,770.6 Erogado 2,270,838.0
Selap/300/4012/17	21 de diciembre de 2017	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	CC. Integrantes de la Mesa Directiva de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero - diciembre	El reporte integra únicamente con recursos presupuestarios en materia de comunicación social 2017, partida 36101, citando que la fuente es información que proviene de dependencias y entidades.
Selap/300/543/18	13 de febrero de 2018	Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos	Dip. Presidenta de la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión	Reportar recursos autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación Período Enero-Diciembre	Reportado 7,741,422.6 Erogado 4,808,975.2

FUENTE: Oficios sobre los programas de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal 2017 remitidos a la Cámara de Diputados.

De la revisión y análisis a la información incluida en los oficios remitidos a la Cámara de Diputados antes relacionados, se identificó que las cifras reportadas como presupuesto autorizado y erogado en materia de comunicación social por las dependencias y entidades no se corresponden con los montos registrados en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017.

Como resultado de la reunión de presentación de resultados finales y observaciones preliminares, la Secretaría de Gobernación remitió, mediante los oficios números UNM/DGNC/0022/19/ del 15 de enero de 2019, suscrito por el Director General de Normatividad de Comunicación; SG/DGCS/009/2018 del 15 de enero de 2019, emitido por el Director General de Comunicación Social; UAF/DGPYP/0365/2019 y UAF/DGPYP/412/2019 del 25 y 30 de enero de 2019, respectivamente, signados por el Director General de Programación y Presupuesto, diversa información y documentación, así como manifestaciones que consideró pertinentes para solventar dichas observaciones. Al respecto, se concluyó que toda vez que no presentó evidencia adicional justificativa y comprobatoria que desvirtúe las observaciones determinadas, el presente resultado continúa en los términos señalados.

2017-9-04110-12-1697-08-004 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión no informaron a la Cámara de Diputados, dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha en la que las dependencias y entidades contaron con los recursos autorizados por incrementos a las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad, así como las razones que justifican la totalidad de las ampliaciones, traspasos o incrementos de recursos; su cuantía y modalidades de ejercicio; tampoco remitieron la totalidad de los informes bimestrales respecto a la ejecución de los programas y campañas relativos a la partida de difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 17, párrafos noveno y antepenúltimo del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017, y 12; 14; y 15 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 2017.

3. De manera selectiva se determinó revisar el ejercicio del gasto de comunicación social en el 2017 así como las autorizaciones de modificación a las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social que incluyen incremento de recursos presupuestarios, de la Secretaría de Gobernación y de la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, tal como se muestra a continuación.

Secretaría de Gobernación (SEGOB).

La SEGOB, a través de su Dirección General de Comunicación Social (DGCS), mediante el oficio número SG/DGCS/040.1/2017, del 31 de enero de 2017, remitió para su aprobación de la DGNC de la SEGOB, su Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social para el ejercicio 2017, esto con objeto de poder difundir su quehacer gubernamental, acciones y logros; dicho

requerimiento incluyó 10 campañas de comunicación social, con una vigencia aplicable del 15 de marzo al 12 de diciembre de 2017, así como un presupuesto de 108,000.0 miles de pesos, recursos presupuestarios aprobados por la Cámara de Diputados e incluidos en el PEF 2017 en la partida 36101.

La Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de la SEGOB fueron autorizados por la DGNC de la SEGOB el 30 de marzo de 2017, y se detectó que se realizó de manera extemporánea y sin la justificación documental correspondiente, que expresara las razones por las cuales se presentó con fecha posterior al 8 de febrero de 2017, pues ésta fue la fecha límite para su entrega; tampoco se justificaron las razones que motivaron su autorización en un plazo que excedió los 10 días hábiles posteriores a su recepción.

Con fechas 28 de junio, 27 de julio y 24 de noviembre, todas del 2017, la SEGOB presentó solicitud de ajuste de las vigencias de campañas de comunicación social que representaron la reducción de recursos presupuestarios por un monto de 16,833.2 miles de pesos, y el ajuste de las vigencias de las campañas de comunicación social 1, 2 y de la 4 a la 10 (1 de mayo - 31 de diciembre de 2017).

En ese sentido, la entidad fiscalizada al realizar decrementos de recursos presupuestarios a su Programa Anual de Comunicación Social 2017, no documentó ni acreditó la justificación fundada y motivada en la que se detallaran las razones por las cuales realizaron la reducción presupuestaria de dicho Programa Anual, ni el dictamen que debió emitir el área administrativa de la SEGOB en la que indicara el estatus de los recursos asignados en la partida 36101, Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal en el momento de solicitar la autorización de dicha modificación presupuestaria.

En junio, julio y noviembre del 2017, la DGCS de la SEGOB solicitó autorizaciones para la modificación de la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social, identificando que, en la solicitud del mes de noviembre, el techo presupuestario se redujo a 61,956.8 miles de pesos. Dicha reducción carece de documentación justificativa que acredite el trámite de adecuación presupuestaria gestionada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como las gestiones realizadas para obtener el dictamen que precisara el estatus de los recursos presupuestarios en la partida 36101 “Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales”, expedido por el área administrativa; que debió acompañarse a la solicitud en comento, conforme lo establecían los artículos 14, tercer párrafo y 16 del Acuerdo.

Posteriormente a la reducción de la vigencia de las Campañas de Comunicación Social, mencionadas en el párrafo anterior, la SEGOB reportó en COMSOC 61,956.8 miles de pesos como gastos ejercidos para las campañas de comunicación social que a continuación se enlistan:

- 1, “Recuerda, usa y cuida el 911”;
- 2, “Protección civil 2017”;
- 3, “5to Informe de Gobierno”;
- 5, “Prevención de las violencias hacia niñas, niños y adolescentes”;

- 7, “Septiembre mes del Testamento”;
- 8, “Cuarto Concurso Nacional de Fotografía Sentimientos de México”;
- 10, “Soy México” y
- 11, “Mensajes a la Ciudadanía”.

También se observó que cuatro campañas de comunicación social fueron autorizadas en el Programa Anual de Comunicación Social de la SEGOB; sin embargo, no fueron identificadas las claves otorgadas por la DGNC de la SEGOB, para su producción y difusión, de conformidad con lo señalado en los artículos 21 y 23 del Acuerdo. Mismas que se enlistan a continuación:

- 1, “Recuerda, Usa y Cuida el 911”;
- 4, “Prevención de la trata en adolescentes”;
- 8, “Cuarto concurso nacional de fotografía sentimientos de México”; y
- 9, “Prevención del delito”.

En el caso de la campaña 6, “México Digital”, la DGNC de la SEGOB aprobó su cancelación el 9 de noviembre de 2017; sin embargo, la vigencia de dicha campaña había fenecido con fecha 14 de octubre de 2017, es decir, su cancelación se aprobó 26 días posteriores al vencimiento de su vigencia.

Adicionalmente se observó, mediante las revisiones realizadas al PEF 2017, COMSOC y Cuentas por Liquidar Certificadas (CLC) del ejercicio fiscal 2017, que la SEGOB pagó en el 2017, gastos de producción de campañas de comunicación social del ejercicio fiscal 2016 por un monto de 13,056.8 miles de pesos, y gastos de producción por 48,900.0 miles de pesos, en versiones de campañas de comunicación social que presuntamente no se difundieron a la población durante el ejercicio 2017.

En la revisión de la información de la Plataforma Nacional de Transparencia – Sistema de Portales de Obligaciones de Transparencia (SIPOT), se identificó que la SEGOB difundió información parcial referente a los montos destinados a gastos relativos a comunicación social y publicidad oficial desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña de comunicación social, toda vez que no cumplió con la obligación de hacer pública en su totalidad la información antes mencionada en su portal de Obligaciones de transparencia tal como lo señala la fracción XXIII del artículo 70 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP).

SECRETARÍA DE DESARROLLO AGRARIO, TERRITORIAL Y URBANO (SEDATU)

La SEDATU, a través de su Dirección General de Comunicación Social, mediante el oficio número I-111-DGCS-085-17 del 8 de febrero de 2017, remitió para aprobación de la DGNC de la SEGOB, su Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social para el ejercicio 2017, con el objeto de difundir su quehacer gubernamental, acciones y logros.

De acuerdo con el PEF 2017, aprobado por la Cámara de Diputados y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de noviembre de 2016, la SEDATU no contaba con recursos presupuestarios en las partidas 36101 y 36201; sin embargo, en la solicitud de autorización de su Programa Anual de Comunicación Social, que remitió a la DGNC de la SEGOB, manifestó

contar con recursos presupuestarios por 0.2 miles de pesos, información que se presume es incorrecta y utilizada sólo para obtener la autorización correspondiente por parte de la DGNC de la SEGOB, en contravención de lo dispuesto en los artículos 1, 3, fracción VII, 4, primer párrafo, 5 y 12 del Acuerdo.

El 14 de junio de 2017, la SEDATU solicitó a la DGNC de la SEGOB, la autorización de la centralización de los recursos de la Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI), sin acreditar la cancelación de la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social 2017 de dicha entidad; asimismo, solicitó la modificación del Programa Anual de Comunicación Social 2017 de la SEDATU, por concepto de incremento presupuestario por 1,450.0 miles de pesos. Ambas peticiones se autorizaron por la DGNC de la SEGOB, el 22 de junio de 2017.

Al obtener la SEDATU la autorización de su Programa Anual de Comunicación Social y Publicidad por parte de la DGNC de la SEGOB, con información aparentemente errónea, solicitó con fecha 06 de octubre de 2017 la modificación de su Programa Anual de Comunicación Social y la ampliación presupuestal por 300,000.0 miles de pesos, argumentando: *“...ejecutar un conjunto de acciones de difusión, de cobertura nacional, a través de medios radiofónicos, televisivos, impresos, complementarios, digitales y servicios de producción y de evaluación, que informen a la ciudadanía sobre las acciones que el Gobierno de la República ejecuta, a través de la SEDATU, con el objetivo de atender la emergencia provocada por las contingencias sismológicas del 7 y 19 de septiembre de 2017, así como emprender las labores de reconstrucción y reactivación económica de las comunidades afectadas. Para ejecutar dicho esfuerzo de comunicación social se requiere un presupuesto hacendario adicional de \$300,000,000.00 (Trescientos millones de pesos 00/100 MN) líquidos a la partida presupuestal restringida 36101...”*.

La autorización por parte de la DGNC de la SEGOB, de ese incremento al Programa Anual de Comunicación Social de la SEDATU, se documentó con el oficio número SNM/DGNC/1848/17, del 12 de octubre de 2017, en el cual sólo se plasma el fundamento legal aparentemente aplicable y la frase *“...esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, las modificaciones del Programa Anual de Comunicación Social 2017...”*; sin embargo, se presume que dicha autorización no se encuentra debidamente motivada al omitir señalar los resultados de la valoración realizada, de conformidad con el artículo 15, párrafo segundo, del Acuerdo, que señala que la Dirección General de Normatividad de Comunicación, en coordinación con la Subsecretaría de Normatividad de Medios, debe valorar que la justificación esté dentro de los supuestos del artículo 17 del PEF 2017, por lo que se desconocen las razones que sustentaron la autorización.

La SEDATU reportó en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017 un presupuesto devengado en la partida *“36101 Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales”*, por 301,837.5 miles de pesos, cifra que difiere a las registradas en las Cuentas por Liquidar Certificadas (CLC) del Sistema Integral de Administración Financiera Federal (SIAF) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en la que se identificaron erogaciones por 300,972.2 miles de pesos.

Además, se observó que la SEDATU no acreditó, con documentación justificativa y comprobatoria, que el pago de la CLC 4267 de fecha 20 de diciembre de 2017 por 35,800.0 miles de pesos, corresponde a un servicio en materia de comunicación social, tampoco

presentó la autorización de su inclusión en el Plan de Medios autorizado para difusión, según el Programa Anual de Comunicación Social y sus modificaciones.

El 20 de octubre de 2017, la DGNC de la SEGOB autorizó a la SEDATU la preproducción y producción de la campaña “Política Nacional de Vivienda”, versión Atención a emergencia y reconstrucción; de igual forma, con fecha 24 de noviembre de 2017, dicha Secretaría autorizó la difusión de la campaña “Política Nacional de Vivienda”, versión Atención a emergencia y reconstrucción. Pese a no haber solicitado la autorización para la producción y difusión de versiones de dicha campaña, se detectó además que la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República, a través de su Dirección General de Publicidad, el 24 de noviembre de 2017, conforme a los artículos 16, inciso A, 17 y 32 del Acuerdo, aprobó para su difusión las Versiones Atención a emergencia y reconstrucción 1, 2, 3 y 4.

Adicionalmente, se identificaron dos servicios en materia de comunicación social por 2,002.0 miles de pesos, que no se incluyeron en el Plan de Medios autorizado para la SEDATU, el 24 de noviembre de 2017, tal como se describe a continuación: Al amparo del contrato de servicios SEDATU-CS-DGCS-33-2017 del 30 de noviembre de 2017, se formalizó el servicio de difusión de medios electrónicos mediante tiempos comerciales de televisión con un proveedor con objeto social consistente en “...la realización de manera habitual y profesional de actividades de comunicación y periodismo...”, que incluyó la transmisión de 91 impactos en TV restringida, de los cuales 70 fueron por un total de 695.6 miles de pesos y 21 con un costo de 306.4 miles de pesos, asimismo, con el contrato de servicios SEDATU-CS-DGCS-43-2017 del 30 de noviembre de 2017, se formalizó el servicio de difusión en medios impresos certificados con un proveedor con objeto social consistente entre otras actividades a “...Hacer publicidad de todo tipo o género y realizar negocios publicitarios de toda índole...”; que incluyó dos publicaciones en formato doble plana a color – forros interiores y página adyacente; dos publicaciones en formato plana a color – cuarta de forros; una publicación en formato plana a color – interiores y dos publicaciones en formato doble plana a color –centrales, por 1,000.0 miles de pesos. Los servicios contratados y pagados se presumen, incumplen con lo señalado en los artículos 13 y 23 del Acuerdo, que disponen que las dependencias y entidades que no cuenten con la autorización de la Estrategia y Programa anual emitida por la DGNC de la SEGOB no pueden llevar a cabo difusión de campañas, ni realizar contrataciones sin contar con la autorización de la DGNC de la SEGOB, así como sin contar con la Clave de identificación de Campaña.

En la verificación de los comprobantes fiscales digitales por Internet en el portal del Servicio de Administración Tributaria, que amparan los pagos de dos convenios de colaboración y cinco contratos que la SEDATU celebró con proveedores especialistas en materia de comunicación social por 75,711.0 miles de pesos, se identificó que las facturas que amparan los servicios contratados se encuentran con estatus vigente, sin embargo, presentan la leyenda “Cancelable con aceptación”, como se muestra a continuación:

FACTURACIÓN DE GASTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SEDATU 2017 CON ESTATUS "CANCELABLE CON ACEPTACIÓN"
(Miles de pesos)

Convenios	Importe del CFDI	Estatus	Contrato	Importe del CFDI	Estatus
PS-CS-003-2017	916.7	Cancelable con aceptación	SEDATU-CS-DGCS-67-2017	9,119.7	Cancelable con aceptación
PS-CS-004-2017	3,437.6		SEDATU-CS-DGCS-87-2017	5,953.5	
			SEDATU-CS-DGCS-35-2017	15,000.0	
			SEDATU-CS-DGCS-39-2017	11,301.5	
			SEDATU-CS-DGCS-47-2017	30,000.0	
Total	4,354.3			71,356.7	

FUENTE: Facturas a favor de la SEDATU de gasto de comunicación social de los prestadores de servicios contratados 2017.

Los resultados obtenidos de la revisión efectuada, sus recomendaciones y acciones emitidas a la SEDATU se incorporaron también en el informe de la auditoría número 414-DE, con título "Cuentas por Liquidar Certificadas Emitidas a Favor de la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano".

Como resultado de la reunión de presentación de resultados finales y observaciones preliminares, la Secretaría de Gobernación remitió, mediante los oficios números UNM/DGNC/0022/19/ del 15 de enero de 2019, suscrito por el Director General de Normatividad de Comunicación; SG/DGCS/009/2018 del 15 de enero de 2019, emitido por el Director General de Comunicación Social; UAF/DGPYP/0365/2019 y UAF/DGPYP/412/2019 del 25 y 30 de enero de 2019, respectivamente, signados por el Director General de Programación y Presupuesto, diversa información y documentación, así como manifestaciones que consideró pertinentes para solventar dichas observaciones. Al respecto, se concluyó que toda vez que no presentó evidencia adicional justificativa y comprobatoria que desvirtúe las observaciones determinadas, el presente resultado continúa en los términos señalados.

2017-0-04100-12-1697-01-004 Recomendación

Para que la Secretaría de Gobernación instruya a quien corresponda a fin de que perfeccione en la normativa, mecanismos de supervisión y control, para validar que los registros en el Sistema de Portales de Obligación de Transparencia (SIPOT), de la información correspondiente a los gastos relativos a comunicación social, desglosada por tipo de medio; los proveedores, el número de contrato y concepto o campaña en el del ejercicio fiscal correspondiente, se realicen de conformidad con lo establecido en el artículo 70, fracción XXIII de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

2017-9-04110-12-1697-08-005 Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su

equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión autorizaron la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social 2017 a la Secretaría de Gobernación, en forma extemporánea, por lo que no atendieron lo señalado en los artículos 12, 14 y 15 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 2017.

2017-9-04110-12-1697-08-006 Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión realizaron decrementos de recursos presupuestarios al Programa Anual de Comunicación Social 2017, de la Secretaría de Gobernación y no documentaron, ni acreditaron la justificación fundada y motivada en la que se detallaran las razones por las cuales realizaron la reducción presupuestaria de dicho Programa Anual, ni el dictamen que debió emitir el área administrativa de la Secretaría de Gobernación en la que indicara el estatus de los recursos asignados en la partida 36101, Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal en el momento de solicitar la autorización de dicha modificación presupuestaria, de conformidad con lo establecido en el artículo 16 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 2017.

2017-0-04100-12-1697-06-002 Pliego de Observaciones

Se presume un probable daño o perjuicio o ambos a la Hacienda Pública Federal por un monto de 13,056,800.00 pesos (trece millones cincuenta y seis mil ochocientos pesos 00/100 m.n.), por efectuar el pago de campañas en materia de Comunicación Social del ejercicio fiscal 2016 con recursos presupuestales fiscales del ejercicio 2017, sin atender lo dispuesto en los artículos 1; 2 Fracción XXXVI; 38; y 100 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; 66 Fracción I; y 122 Párrafos segundo y tercero del Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; 42 y 67 de la Ley General de Contabilidad Gubernamental; y 1; 3; 4; 5; 6; 7; 12; 13; 14; 15; 16; 23; 25; 28; 29; 30; 57 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 2017.

2017-0-04100-12-1697-06-003 Pliego de Observaciones

Se presume un probable daño o perjuicio o ambos a la Hacienda Pública Federal por un monto de 48,900,000.00 pesos (cuarenta y ocho millones novecientos mil pesos 00/100 m.n.), por efectuar el pago de gastos de producción de las campañas en materia de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación que no se difundieron a la población en el ejercicio 2017, sin atender lo dispuesto en los artículos 1; 2 Fracción XXXVI; 38; y 100 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; 66 Fracción I; y 122 Párrafos segundo y tercero

del Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; 42 y 67 de la Ley General de Contabilidad Gubernamental; y 1; 3; 4; 5; 6; 7; 12; 13; 14; 15; 16; 23; 25; 28; 29; 30; 57 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 2017.

4. A fin de verificar la información reportada por la SEGOB, de los incrementos en las partidas y erogaciones presupuestales de Comunicación Social y Publicidad que autorizó, se procedió a solicitar a las dependencias y entidades que se relacionan a continuación, información respecto a dichas autorizaciones:

3600 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

CUENTA PÚBLICA 2017

Muestra Auditada

(Miles de Pesos)

Dependencia o Entidad	Original	Ampliaciones/ Reducciones, autorizadas	Devengado
Secretaría de Gobernación	120,171.0	-55,495.4	64,675.6
Secretaría de Educación Pública	19,547.2	1,878,652.9	1,898,200.1
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	0.0	1,099,329.4	1,099,329.4
Secretaría de Salud	2,986.4	1,064,150.1	1,067,136.5
Secretaría de Desarrollo Social	0.0	598,502.6	598,502.6
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	0.0	484,732.3	484,732.3
Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano	0.0	301,837.5	301,837.5
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales	2,045.5	297,580.2	299,625.7
Secretaría de Comunicaciones y Transportes	60,887.0	277,250.3	338,137.3
Pronósticos para la Asistencia Pública	383,345.3	253,081.0	636,426.3
Comisión Nacional del Agua	34,992.6	200,488.5	235,481.1
Secretaría de Marina	71,380.0	199,970.7	271,350.7
Servicio Geológico Mexicano	0.0	197,078.8	197,078.8
Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático	100.0	99,952.2	100,052.2
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	5,834.7	94,575.3	100,410.0
Instituto Nacional de Migración	0.0	39,997.9	39,997.9
Petróleos Mexicanos	180,000.0	34,296.5	214,296.5
Instituto Mexicano del Seguro Social	597,801.4	18,682.2	616,483.6
Fondo de Cultura Económica	0.0	1,999.2	1,999.2
Secretaría de Hacienda y Crédito Público	125,528.4	1,351.1	126,879.5
Secretaría de Relaciones Exteriores	10,500.0	329.5	10,829.5
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	29,000.0	50,646.9	79,646.9
Secretaría de la Defensa Nacional	98,576.0	0.0	98,576.0
Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores	190,600.0	120,195.7	310,795.7
Autoridad Federal para el Desarrollo de Zonas Económicas Especiales	0.0	38,316.0	38,316.0
Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.	43,961.4	-5,154.6	38,806.8
Aeropuertos y Servicios Auxiliares	9,187.4	-618.3	8,569.1
Administración Portuaria Integral de Guaymas, S.A. de C.V.	2,061.7	-420.6	1,641.1
Instituto Politécnico Nacional	23,950.1	-2,722.2	21,227.9
Instituto Nacional para la Educación de los Adultos	63,875.0	3,059.1	66,934.1
Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios	0.0	4,419.7	4,419.7
Comisión Reguladora de Energía	0.0	2,290.0	2,290.0
Total	2,076,331.1	7,298,354.5	9,374,685.6

FUENTE: Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017

En la información analizada de las entidades y dependencias señaladas anteriormente, se detectó lo siguiente:

Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.

- No contó con recursos aprobados por la Cámara de Diputados en el PEF 2017, sin embargo, en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017, reporta un presupuesto devengado por 1,099,329.4 miles de pesos.
- Mediante el oficio número DGAMYP/361/2018 de fecha 22 de noviembre de 2018, informó a la ASF que no solicitó incremento de recursos presupuestarios para la Estrategia y Programa Anual de Publicidad 2017.
- Con oficio número DGCS/111/2017, de fecha 01 de febrero de 2017, envió a la SEGOB su Programa Anual de Publicidad para su autorización, en el que reportó que contaba con recursos aprobados por la Cámara de Diputados en el PEF 2017 por 1,100.0 miles de pesos.

Por los incumplimientos antes señalados en materia de comunicación social en los que incurrió el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., con oficio número DGAF/0155/2019 de fecha 30 de enero de 2019, la ASF, a través de la Dirección General de Auditoría Forense, solicitó la intervención de la Secretaría de la Función Pública para que en el ámbito de sus atribuciones realice las investigaciones correspondientes a que dé lugar.

Instituto Mexicano del Seguro Social

- Con oficio número 099001GB0000/GB00/051, de fecha 7 de julio de 2017, se conoció que el Titular de la Unidad de Comunicación Social, envió a la DGNC de la SEGOB la solicitud de autorización de modificación a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social para el Ejercicio Fiscal 2017, en la que se incluyó la *“Solicitud de Incremento Presupuestal al Programa Anual de Comunicación Social 2017 para el Fortalecimiento de la Difusión de las Campañas”*, por un monto de 25,000.0 miles de pesos, manifestando una situación de carácter contingente; la misma fue autorizada por la DGNC de la SEGOB mediante el similar número SNM/DGNC/1413/17, de fecha 14 de julio de 2017, el cual fue notificado al Titular de la Unidad de Comunicación Social del IMSS. La ASF determinó que la justificación de la situación contingente no es clara además que no existe descripción del concepto que permita efectuar mayor trabajo de valoración.

En el resultado 1 del presente informe, se emite la Recomendación 2017-0-04100-12-1697-01-001.

Pronósticos para la Asistencia Pública

- Reportó en el COMSOC con cargo al PEF 2017, pagos por concepto de gastos en comunicación social por 7,904.9 miles de pesos.
- Con el oficio número SNM/DGNC/0450/18 del 1 de marzo de 2018, la Directora General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB autorizó la modificación a la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad para el Ejercicio Fiscal 2017 de Pronósticos, de conformidad al ajuste solicitado por el decremento al techo presupuestario de la partida 36201, en incumplimiento del artículo 14 del Acuerdo, el cual establece como plazo para realizar ajustes a la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad el último día hábil de febrero del siguiente Ejercicio Fiscal.

- Respecto a la solicitud de modificación al Programa Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio 2017 debido al cierre anual en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC), presentada mediante el oficio No. SGM/0176/2018 del 27 de febrero de 2018, por el Director de Marcas Melate y Revancha y Encargado del Despacho de la Subdirección General de Mercadotecnia al Titular de la Unidad de Comunicación Social y Vocero de la SHCP, se justificó el ajuste por los pagos del pasivo 2016 que se liquidaron con recursos del ejercicio fiscal 2017 y por los remanentes que tuvieron los contratos con los prestadores de servicio, derivado de la diferencia en tarifas, lo cual se vio reflejado en un decremento al techo presupuestal solicitado; sin embargo, Pronósticos no presentó una justificación amplia y detallada del motivo por el que realizó pagos del pasivo 2016 con recursos del Ejercicio Fiscal 2017; ni del motivo de los remanentes de los contratos y la diferencia en tarifas; además, no proporcionó el Dictamen del área administrativa que señale el estatus de los recursos asignados a la partida 36201; en incumplimiento del artículo 16 del Acuerdo, el cual establece que *“No se podrán realizar decrementos de recursos al Programa Anual, salvo cuando se presente una justificación fundada y motivada en la que se detallen las razones de la Dependencia o Entidad para reducir su techo presupuestario. Para tales efectos se requerirá la Modificación al Programa en los formatos correspondientes, así como el dictamen del área administrativa que señale el estatus de los recursos asignados en la partida 36201”*.

En el resultado 1 del presente informe, se emiten las Recomendaciones 2017-0-04100-12-1697-01-001 y 2017-0-04100-12-1697-01-002.

Instituto Nacional de Migración (INM)

- No contó con recursos aprobados por la Cámara de Diputados en el PEF 2017, sin embargo, en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal 2017, reporta un presupuesto devengado por 39,997.9 miles de pesos.
- Con el oficio número INM/DCS/074/2017, de fecha 20 de enero de 2017, envió a la SEGOB su Programa Anual de Comunicación Social para autorización, en el que reportó que contaba con recursos aprobados por la Cámara de Diputados en el PEF 2017 por 0.01 miles de pesos.
- Solicitó incrementos presupuestarios por 40,000.0 miles de pesos, al amparo de los supuestos de excepción del artículo 17, párrafo octavo del PEF 2017, con la justificación: *“...poder impulsar y difundir a través de los distintos medios de comunicación la campaña que atañen al cotidiano quehacer del Instituto y que son responsabilidad directa de la Dirección de Comunicación Social. Dichas campañas de comunicación social, van dirigidas al principal público meta del INM, que son los migrantes tanto mexicanos como extranjeros, quienes entran o salen de nuestro país, haciendo de este un territorio de origen, tránsito y destino de la migración...”*.

Por los incumplimientos antes señalados en materia de comunicación social en los que incurrió el Instituto Nacional de Migración, con oficio número DGAF/0118/2019 de fecha 30 de enero de 2019, la ASF, a través de la Dirección General de Auditoría Forense, solicitó la intervención de la Secretaría de la Función Pública para que en el ámbito de sus atribuciones realice las investigaciones correspondientes a que dé lugar.

5. Del análisis de la información recibida por la SEGOB mediante el oficio número SG/DGCS/CA/736/2018, del 30 de octubre del 2018, respecto a la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal y su marco jurídico de aplicación, se observó lo siguiente:

Respecto del diagnóstico utilizado y las acciones que emprendió la SEGOB para la elaboración de la Política de Comunicación Social 2013-2018 y las áreas que participaron, mediante oficio No. SNM/CAJ/103/2018, del 25 de octubre de 2018, la Coordinación de Asesores en Materia Jurídica de la SEGOB refiere que: *"...De conformidad con el marco normativo vigente, no existe obligación legal o reglamentaria para que la Secretaría de Gobernación elabore y publique en el Diario Oficial de la Federación la Política de Comunicación Social..."*, sin embargo el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación (RISEGOB), en su artículo 5, fracción XXX otorga facultades indelegables al Secretario de Gobernación respecto de conducir la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información, por lo que el argumento señalado por la Coordinación de Asesores en Materia Jurídica, es improcedente.

Es el RISEGOB, específicamente en el artículo 32, fracción I, el que otorga facultades expresas a la DGNC respecto a *"...Proponer al Secretario los proyectos de la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal y, en su caso, coordinar la aplicación de la política aprobada..."*. En este sentido, se presume que la DGNC debió formular el(los) Proyecto(s) de la Política en materia de Comunicación Social y proponer(los) para su aprobación al Secretario de Gobernación, a fin de ser publicados en el Diario Oficial de la Federación (DOF) de conformidad con el artículo 4 de la Ley Federal del Procedimiento Administrativo que a la letra dice:

"...Los actos administrativos de carácter general, tales como reglamentos, decretos, acuerdos, normas oficiales mexicanas, circulares y formatos, así como los lineamientos, criterios, metodologías, instructivos, directivas, reglas, manuales, disposiciones que tengan por objeto establecer obligaciones específicas cuando no existan condiciones de competencia y cualesquiera de naturaleza análoga a los actos anteriores, que expidan las Dependencias y organismos descentralizados de la administración pública federal, deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación para que produzcan efectos jurídicos...".

Por su parte, la Coordinación de Asesores en Materia Jurídica, adscrita a la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la SEGOB, a través del oficio número SNM/CAJ/103/2018, del 25 de octubre de 2018, refirió que no existe disposición legal o reglamentaria alguna que imponga la necesidad a la Secretaría de Gobernación, de publicar en el Diario Oficial de la Federación la Política de Comunicación Social del Gobierno de la República.

Dicha Coordinación de Asesores en Materia Jurídica abundó que el eje rector de la Política de Comunicación Social aplicable al Gobierno Federal, es el denominado "México en Paz", estrategia 1.1.5 denominada "Promover una nueva Política de medios para la equidad, la libertad y su desarrollo ordenado" que forma parte del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, así como por las políticas y acciones de gobierno inciden directamente en la calidad de vida de las personas, por lo que es imperativo contar con un gobierno eficiente, con mecanismos de evaluación, que permitan mejorar su desempeño y la calidad de los servicios.

Con información pública que recopiló la ASF, se observó que de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 en su Segunda Estrategia Transversal "Gobierno Cercano y

Moderno”, en la cual se encuadra la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, por lo que, las políticas y los programas de la presente Administración deben estar enmarcadas en un Gobierno Cercano y Moderno, orientado a resultados, que optimice el uso de los recursos públicos, utilice las nuevas tecnologías de la información y comunicación e impulse la transparencia y la rendición de cuentas con base en un principio básico plasmado en el artículo 134 de la Constitución. De igual forma el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 refiere que un *“Gobierno Cercano y Moderno”* permea en un México Incluyente, principalmente a través de políticas sociales que promueven la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana. Esto incluye desarrollar políticas públicas con base en evidencia estadística, cuya planeación utilice los mejores insumos de información y evaluación, así como las mejores prácticas a nivel internacional.

Por lo anterior, las estrategias del Gobierno Federal tendrían como base la implementación de las Políticas Públicas necesarias para dar atención a la problemática de la Nación y ofrecer resultados con base en evidencia estadística, llevando la planeación correcta y necesaria, así como utilizando los insumos de información y evaluación que sean requeridos; por lo que, la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, debió alinearse en estos supuestos, para obtener resultados cuantificables en favor de los ciudadanos.

La SEGOB informó mediante el oficio número SG/DGCS/CA/736/2018, del 30 de octubre del 2018, que la documentación y acciones emprendidas con objeto de regular, conducir y formular la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, se encuentran referidas en el *"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 2017, publicado en el DOF el 29 de diciembre de 2016. Por medio del cual se otorgan a la DGNC las facultades para autorizar, coordinar, supervisar y evaluar las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; sin embargo, es importante considerar que, de conformidad con lo establecido en el artículo 27 fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, es obligación de la Secretaría de Gobernación, formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal, tres verbos rectores que se desprenden como acciones que debió cumplir dicha Secretaría por medio de su Titular, aunado a que lo relacionado con conducir la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal es una facultad indelegable.

La SEGOB, conforme a su Manual de Organización General (MOG), contó con una estructura organizacional para atender las obligaciones conferidas en el artículo 17 del PEF 2017 y el 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 2017 (Acuerdo), relativas a las actividades relacionadas con el proceso de Autorización de Estrategias y Planes Anuales de Comunicación Social y Publicidad y sus modificaciones en el ejercicio 2017.

Por lo anterior, se concluye:

Se presume que el Titular de la SEGOB incumplió la facultad indelegable de conducir la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal al delegarla mediante un Acuerdo, a la DGNC.

Se presume que la SEGOB, a través de su Titular, incumplió la obligación de aprobar el proyecto de la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, toda vez que la DGNC no acreditó contar con los proyectos de dicha Política; en consecuencia, no se tienen determinados los alcances o necesidades que se requerían para conducir a los diferentes entes públicos en el cumplimiento de sus objetivos y metas; indicadores que permitieran medir el cumplimiento o cubrir los requerimientos de lo manifestado en el Plan Nacional de Desarrollo, lo anterior de conformidad a lo establecido en el artículo 27 fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Al ser insuficiente la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, se presume que los diferentes entes públicos que contaban con recursos autorizados para realizar la difusión de los mensajes, incluidos en sus Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad, actuaron de manera discrecional, resultando imposible determinar los resultados con base en indicadores que permitieran medir el grado de cumplimiento de metas y objetivos.

Al haber incumplido la SEGOB con su facultad de emitir la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, no se tienen parámetros de comparación y resultados medibles de efectividad de alguna problemática y posibles soluciones encaminadas a los objetivos de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para generar sus programas Anuales de Comunicación Social, por lo que se presume que fueron elaborados conforme a circunstancias o ideologías sin una dirección específica, tomándose al Acuerdo como un documento para regular el gasto y asignación presupuestal anual, dejando al libre albedrío de cada ente público la forma de ejecutar el recurso otorgado y así mismo la posibilidad de solicitar incrementos sin una supervisión de objetivos y metas específicas a alcanzar, previamente planeadas.

Se presume que al existir una insuficiente Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, el Acuerdo por el que se emiten los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2017, se formuló sin tener conocimiento de la problemática en materia de comunicación social a la que se enfrentaban los diferentes entes públicos, aunado a esto, es probable que las autorizaciones de los programas de comunicación social fueron realizados y aprobados por la SEGOB de forma discrecional, confiando abiertamente en lo que manifestaban las dependencias y entidades sin ser debidamente valoradas y evaluadas con base a una problemática definida y sin enfocarlas a resultados que puedan ser en beneficio de la población, propiciando el posible desvío de recursos públicos.

Adicionalmente, se observó que el Acuerdo presentó las deficiencias siguientes:

- No se delinearón o establecieron los objetivos de la acción de comunicar, actividad considerada como un ejercicio de rendición de cuentas del Gobierno Federal;
- No se plasmarón las definiciones, ni el ámbito de aplicación de los supuestos de excepción señalados en el artículo 17, párrafo octavo del PEF 2017;
- No se fijaron las metas y los objetivos a alcanzar bajo las acciones de conducción de la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal;
- No se establecieron las estrategias globales y conjuntas por ramo, dejando a las dependencias y entidades la libertad de que comunicar;

- No se fijaron metas globales y conjuntas por ramo de Comunicación Social;
- No se logra identificar en sus acciones la vigilancia que se llevó a cabo para cumplir con la austeridad y eficacia en la actividad de comunicación social del Gobierno Federal;
- No se identificaron acciones de evaluación en términos cuantitativos ni cualitativos de la política de comunicación social en su conjunto.

Los anteriores son elementos que deben ser considerados en el diseño y en la posterior evaluación de una política pública, como lo es la de comunicación social.

Finalmente, al ser insuficiente la Política de Comunicación Social, no se tiene evidencia del soporte para emitir el Acuerdo, ni sustento adecuado para su correcta ejecución, por lo cual los actos realizados bajo su amparo se encontrarían viciados de origen, de acuerdo a la jurisprudencia 253103 en materia común:

ACTOS VICIADOS, FRUTOS DE. Si un acto o diligencia de la autoridad está viciado y resulta inconstitucional, todos los actos derivados de él, o que se apoyen en él, o que en alguna forma estén condicionados por él, resultan también inconstitucionales por su origen, y los tribunales no deben darles valor legal, ya que de hacerlo, por una parte alentarían prácticas viciosas, cuyos frutos serían aprovechables por quienes las realizan y, por otra parte, los tribunales se harían en alguna forma partícipes de tal conducta irregular, al otorgar a tales actos valor legal.

Por lo expuesto anteriormente, se presume que la SEGOB incumplió lo establecido en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 27 fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 4 de la Ley Federal del Procedimiento Administrativo; 7 fracción I de la Ley General de Responsabilidades Administrativas; 3, 5 fracciones III y XXX, 32 fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; Manual de Organización de la Secretaría de Gobernación en su apartado 1.5. Subsecretaría de Normatividad de Medios y el Acuerdo por el que se emite los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017.

Como resultado de la reunión de presentación de resultados finales y observaciones preliminares, la Secretaría de Gobernación remitió, mediante los oficios núms. UNM/DGNC/0022/19/ del 15 de enero de 2019, suscrito por el Director General de Normatividad de Comunicación; SG/DGCS/009/2018 del 15 de enero de 2019, emitido por el Director General de Comunicación Social; UAF/DGPYP/0365/2019 y UAF/DGPYP/412/2019 del 25 y 30 de enero de 2019, respectivamente, signados por el Director General de Programación y Presupuesto, diversa información y documentación, así como manifestaciones que consideró pertinentes para solventar dichas observaciones. Al respecto, se concluyó que toda vez que no presentó evidencia adicional justificativa y comprobatoria que desvirtúe las observaciones determinadas, el presente resultado continúa en los términos señalados.

2017-9-04110-12-1697-08-007

Promoción de Responsabilidad Administrativa**Sancionatoria**

La Auditoría Superior de la Federación emite la Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria para que el Órgano Interno de Control en la Secretaría de Gobernación o su equivalente realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente por las irregularidades de los servidores públicos que en su gestión incumplieron con la facultad de emitir, conforme al Plan Nacional de Desarrollo, las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de estrategias, programas y campañas de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, y en su caso, quienes delegaron la facultad de conducir dicha política de comunicación social en personal de mando, a pesar de ser una responsabilidad indelegable, conforme lo dispuesto en los artículos 134, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 27 Fracción XXXIX, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 4 de la Ley Federal del Procedimiento Administrativo; 7; y 8 de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos; 7 Fracción I de la Ley General de Responsabilidades Administrativas; 3; 5, Fracción III y XXX; 32 Fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; Manual de Organización de la Secretaría de Gobernación, apartado 1.5. Subsecretaría de Normatividad de Medios; 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 2017; y Jurisprudencia en materia común número 253103 ACTOS VICIADOS, FRUTOS DE. del Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito.

6. El documento Avance y Resultados 2017, Programa para Un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018, señala “... que la atención eficiente de las demandas ciudadanas, implica el desarrollo de un gobierno orientado a resultados, moderno, que incorpore el uso de nuevas tecnologías en la ejecución de sus procesos y procedimientos internos, y en la prestación de los servicios; un gobierno receptivo a las demandas de los ciudadanos de manera que sean ellos el centro de su actuación...”.

Para verificar el cumplimiento de lo descrito en el párrafo anterior, se seleccionó una muestra de 23 dependencias y entidades con la finalidad de determinar el grado de cumplimiento relacionado con su obligación de transparentar el gasto en materia de comunicación social y publicidad de conformidad con la normativa aplicable; esto es, lo dispuesto en los artículos 2, fracciones I y II, y 15 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LFTAIP), así como 4 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP) que se refieren al derecho humano de acceso a la información.

Para proceder a su verificación, se cotejó la información pública incluida en la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT) con dirección electrónica <https://www.plataformadetransparencia.org.mx/web/guest/inicio>; y se revisó el cumplimiento de las obligaciones dispuestas en el artículo 70, fracción XXIII, en materia de comunicación social y publicidad de la muestra de entes públicos, que incluyó los montos destinados a gastos relativos a comunicación social y publicidad oficial, desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña (erogación de recursos por contratación de servicios, el Plan Anual de Comunicación Social y Publicidad, y la utilización de tiempos oficiales.

Los resultados de su revisión fueron los siguientes:

CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD 2017					
Artículo. 70, fracción XXIII	Dependencias y Entidades			%	
	CUMPLE	NO CUMPLE	TOTAL	CUMPLE	NO CUMPLE
Erogación de recursos por contratación de servicios	8	15	23	34.8%	65.2%
Programa Anual de Comunicación Social o equivalente	6	17	23	26.1%	73.9%
Utilización de tiempos oficiales	17	6	23	73.9%	26.1%

FUENTE: Artículo 70 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LFTAIP).

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, un 73.9% de los entes públicos revisados atendieron la obligación de transparentar el uso de tiempos oficiales, y un 73.9% no cumplió con su obligación de dar a conocer su programa anual de Comunicación Social o equivalente.

Asimismo, un 65.2%, los entes públicos no señalaron la forma en que se erogó sus recursos en la materia de comunicación social y publicidad durante el ejercicio 2017.

Como conclusión, los entes públicos seleccionados en la muestra limitaron la difusión de la información pública que les obliga la normativa aplicable y, en consecuencia, el acceso a la información en materia de comunicación social y publicidad, en infracción de los artículos 1, del Acuerdo y 6, de la LGTAIP.

Como resultado de la reunión de presentación de resultados finales y observaciones preliminares, la Secretaría de Gobernación remitió, mediante los oficios núms. UNM/DGNC/0022/19/ del 15 de enero de 2019, suscrito por el Director General de Normatividad de Comunicación; SG/DGCS/009/2018 del 15 de enero de 2019, emitido por el Director General de Comunicación Social; UAF/DGPYP/0365/2019 y UAF/DGPYP/412/2019 del 25 y 30 de enero de 2019, respectivamente, signados por el Director General de Programación y Presupuesto, diversa información y documentación, así como manifestaciones que consideró pertinentes para solventar dichas observaciones. Al respecto, se concluyó que toda vez que no presentó evidencia adicional justificativa y comprobatoria que desvirtúe las observaciones determinadas, el presente resultado continúa en los términos señalados.

2017-0-04100-12-1697-01-005 **Recomendación**

Para que la Secretaría de Gobernación verifique que las dependencias y entidades que solicitaron autorización y en su caso modificación de las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y Promoción y Publicidad transparenten la información sobre dichos programas y su gasto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 1 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 2017; y 1; y 6 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Recuperaciones Probables

Se determinaron recuperaciones probables por 2,826,040,517.00 pesos.

Resumen de Observaciones y Acciones

Se determinaron 5 observaciones las cuales generaron: 5 Recomendaciones, 7 Promociones de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria y 3 Pliegos de Observaciones.

Adicionalmente, en el transcurso de la auditoría se emitió(eron) oficio(s) para solicitar la intervención de la Secretaría de la Función Pública con motivo 3 irregularidad(es) detectada(s).

Dictamen

El presente dictamen se emite el 05 de febrero de 2019, fecha de conclusión de los trabajos de auditoría, la cual se practicó sobre la información proporcionada por la entidad fiscalizada y de cuya veracidad es responsable. Con base en los resultados obtenidos en la auditoría practicada, cuyo objetivo fue fiscalizar las autorizaciones realizadas por la Secretaría de Gobernación, correspondientes a los diversos incrementos presupuestales solicitados por las dependencias y entidades, al amparo del Artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación en el ejercicio fiscal 2017, así como verificar la correcta aplicación de la normativa y, específicamente respecto de la muestra revisada que se establece en el apartado relativo al alcance, se concluye que, en términos generales, la Secretaría de Gobernación no cumplió con las disposiciones legales y normativas aplicables en la materia, entre cuyos aspectos observados destacan los siguientes: la Secretaría de Gobernación autorizó Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social y Publicidad sin verificar que los recursos presupuestarios estuvieran previamente autorizados y asignados a las partidas de gasto 36101 y 36201, por lo que las autorizaciones se realizaron incorrectamente, presumiéndose que se llevó a cabo de manera discrecional en favor de dependencias y entidades; autorizó solicitudes de incrementos de recursos sin allegarse de elementos necesarios y suficientes para ejercer su facultad de valoración y facilitó el ejercicio de gastos en materia de comunicación social y publicidad de forma discrecional permitiendo pagos de ejercicios anteriores con recursos presupuestales 2017. Lo anterior incumplió el artículo 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017 y el 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 2017.

Servidores públicos que intervinieron en la auditoría:

Director de Área

Director General

C.P. Carolina Sarabia Jaramillo

Ivone Henestrosa Matus

Comentarios de la Entidad Fiscalizada

Es importante señalar que la documentación proporcionada por la entidad fiscalizada para aclarar o justificar los resultados y las observaciones presentadas en las reuniones fue analizada con el fin de determinar la procedencia de eliminar, rectificar o ratificar los resultados y las observaciones preliminares determinados por la Auditoría Superior de la Federación y que se presentó a este órgano técnico de fiscalización para efectos de la elaboración definitiva del Informe General Ejecutivo del Resultado de la Fiscalización Superior de la Cuenta Pública.

Apéndices

Procedimientos de Auditoría Aplicados

1. Revisar y analizar el cumplimiento de la normativa aplicable en materia de Comunicación Social y Publicidad para el ejercicio fiscal 2017 que llevó a cabo la Secretaría de Gobernación y las entidades y dependencias de la Administración Pública Federal.
2. Verificar que las autorizaciones de las estrategias y programas anuales de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal se realicen de acuerdo con la normativa aplicable, así como sus incrementos, y compulsar estas autorizaciones con los registros en materia de comunicación social y publicidad e información pública.
3. Revisar el gasto de comunicación social en el 2017 de la Secretaría de Gobernación y de la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano.
4. Compulsar las autorizaciones de las estrategias y programas anuales de comunicación social y publicidad, con la información y documentación obtenida mediante solicitudes de información, de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Áreas Revisadas

Las Direcciones Generales de Normatividad de Comunicación y de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación.

Disposiciones Jurídicas y Normativas Incumplidas

Durante el desarrollo de la auditoría practicada, se determinaron incumplimientos de las leyes, reglamentos y disposiciones normativas que a continuación se mencionan:

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Artículo 134.
2. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal: Artículo 27, Fracción XXXIX.
3. Presupuesto de Egresos de la Federación: Artículo 17, Párrafos octavo, noveno y antepenúltimo.
4. Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria: Artículos 1; 2 Fracción. XXXVI; y 38.
5. Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria: Artículos 66 Fracción I; 122 Párrafos segundo y tercero.
6. Ley General de Contabilidad Gubernamental: Artículos 42; 67.
7. Otras disposiciones de carácter general, específico, estatal o municipal: Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, Artículos 7 Fracción VI, VII y VIII; y 8.

Ley General de Responsabilidades Administrativas, Artículo 7 Fracción I.

Ley de Procedimiento Administrativo, Artículo 4.

Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Artículos 1; 6; 70, Fracción XXIII.

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 2017, Artículos 1; 2; 3, Fracción VII; 4 primer párrafo; 5; 6; 7; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 23; 25; 28; 29; 30; 57; 58; 67.

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, Artículos 3; 5, Fracciones III y XXX; 32 Fracción I.

Manual de Organización de la Secretaría de Gobernación, apartado 1.5. Subsecretaría de Normatividad de Medios.

Jurisprudencia en materia común número 253103 ACTOS VICIADOS, FRUTOS DE. del Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito.

Fundamento Jurídico de la ASF para Promover Acciones

Las facultades de la Auditoría Superior de la Federación para promover o emitir las acciones derivadas de la auditoría practicada encuentran su sustento jurídico en las disposiciones siguientes:

Artículo 79, fracciones II, párrafo tercero, y IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículos 10, fracción I, 14, fracción III, 15, 17, fracción XV, 36, fracción V, 39, 40, de la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación.