

**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 1 de 4
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 01
Monto fiscalizable: 97,799
Monto fiscalizado: 82,499
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) **Sector:** Medio Ambiente y Recursos Naturales. **Clave:** 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social (DACCSS). **Clave de Programa:** 350."Presupuesto - Gasto Corriente"

Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya dado cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía, relativo al ejercicio 2015."

Observación	Recomendaciones
<p>Inconsistencias en la elaboración de Contratos y recepción de los testigos en la prestación de los servicios para la difusión de la campaña Evite Sanciones, versión "Cuidado del Medio Ambiente".</p> <p>De un universo de 43 contratos se revisó una muestra de 21 por un importe de \$82'499,999.43 para la difusión de la campaña Evite Sanciones, Versión: "Cuidado del Medio Ambiente" relativos a la partida 36101 "Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales", de los cuales se solicitaron a Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales y la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA los Contratos, Anexo Técnico y documentación denominada testigos que acrediten la realización de los trabajos por el servicio de difusión de la campaña, mediante medios impresos, electrónicos, digitales y complementarios. Al respecto se constató lo siguiente:</p>	<p>Correctiva:</p> <p>El Director General de Administración de la PROFEPA, en coordinación con el Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social, deberán llevar acabo las siguiente acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Previo a la Elaboración de los Contratos presentar y consensuar con anticipación, la pauta publicitaria que sea acorde a las necesidades de la PROFEPA, a fin de que se describa la pormenorización en los Contratos y/o Anexos Técnicos que celebren con los prestadores de servicio. 2.- Establecer los criterios del porcentaje de testigos a entregar, por la difusión publicitaria en los distintos medios y que deberán establecerse en los Contratos y/o Anexos Técnicos para acreditar el cumplimiento del prestador de servicios por los trabajos contratados. 3.- Establecer en el clausulado del contrato la metodología aplicable a la obtención de evidencia del cumplimiento de los servicios contratados y procedimiento para la verificación de los testigos. 4. Aclarar porque en los 21 contratos se señaló que el Público Objetivo son hombres y mujeres de 25 a 64 años, con un Nivel Socioeconómico A/B y C que habiten en zonas urbanas, y en el formato de presentación de la Campaña mediante el cual se solicitó la inclusión de la campaña, señala al público objetivo mujeres y hombres de 13 a 18, 14 a 24, 25 a 34, 45 a 64 y 66 o más años.
<ol style="list-style-type: none"> 1. En 10 de los Contratos y sus Anexos Técnicos adjudicados no describen de manera precisa los servicios requeridos en medios impresos en cuanto al tamaño de la plana, sección, costo unitario, número días y los Estados donde deben ser publicados). Anexo 1 2. En 8 de los Contratos y el Anexo Técnico no describen de manera precisa los servicios requeridos a través de spots de radio, de acuerdo a la cobertura geográfica, (Estado, Emisora, Horario de transmisión, costo unitario y los días de cobertura), únicamente se indica en la justificación y propuesta económica, sin embargo dichos documentos no forman parte del contrato. Anexo 1 	<p>3.- Establecer en el clausulado del contrato la metodología aplicable a la obtención de evidencia del cumplimiento de los servicios contratados y procedimiento para la verificación de los testigos.</p> <p>4. Aclarar porque en los 21 contratos se señaló que el Público Objetivo son hombres y mujeres de 25 a 64 años, con un Nivel Socioeconómico A/B y C que habiten en zonas urbanas, y en el formato de presentación de la Campaña mediante el cual se solicitó la inclusión de la campaña, señala al público objetivo mujeres y hombres de 13 a 18, 14 a 24, 25 a 34, 45 a 64 y 66 o más años.</p>

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

L.C. Rodolfo Morales Hernández
Auditor Senior

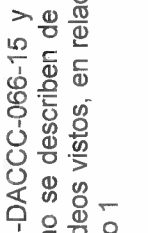
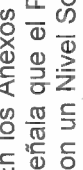



C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas
Auditor Senior

L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos Desconcentrados

Lic. Felipe Silva Laurrabaquio
Director de Auditoría a Oficinas Centrales

**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**



Hojas: 2 de 4
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 01
Monto fiscalizable: 97,799
Monto fiscalizado: 82,499
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.	Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social (DACCS).		
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya dado cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía, relativo al ejercicio 2015."		
Observación	Recomendaciones	
<p>3. En el Contrato No. PFFPA-RF-AD-DACCC-031-15 y su Anexo Técnico firmado con Estudios Azteca, S.A. de C.V., no se describen de manera precisa los servicios requeridos en medios televisivos en relación al Estado, Emisora, Horario, costo unitario y los días de cobertura. Anexo 1</p>	<p>5. En relación a los 21 contratos que se revisaron, en caso de proceder deberán determinar la penalización del incumplimiento, aplicarla y evidenciar el reintegro a la Tesorería de la Federación.</p>	
<p>4. En el Contrato No. PFFPA-RF-AD-DACCC-037-15 y su Anexo Técnico firmado con Mundo Vet Comercial, S.A. de C.V., no se especifican los servicios requeridos a través de espectaculares, en relación al tamaño, costo unitario, número días y los Estados de publicación. Anexo 1</p>	<p>Preventiva: El Director de Recursos Materiales y Servicios Generales y el Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, deberán implementar por escrito los mecanismos de control que permitan la coordinación, supervisión y seguimiento a fin de evitar las deficiencias determinados en los procedimientos de contratación, elaboración de contratos y anexos técnicos y los correspondientes entregables.</p>	
<p>6. En el Contrato No. PFFPA-RF-AD-DACCC-066-15 y su Anexo Técnico firmado con Agavis Digital, S.C., no se describen de manera precisa los servicios requeridos a través de videos vistos, en relación al número días y la cobertura de publicación. Anexo 1</p>	<p>Fecha de firma: 31 de marzo de 2016.</p> <p> Lic. Jorge Alberto Valencia Sandoval Director General de Administración de la PROFEPA</p>	
<p>7. En los Anexos Técnicos contenidos en cada uno de los 21 contratos, se señala que el Público Objetivo son hombres y mujeres de 25 a 64 años, con un Nivel Socioeconómico A/B y C que habitan en zonas urbanas, sin embargo en el formato de presentación de la Campaña mediante el cual se solicitó la inclusión de la campaña, señala como público objetivo</p>	<p> L.C. Rodolfo Morales Hernández Auditor Senior</p> <p> L.C. Adriana Yolanda Villafuerte Limas Auditor Senior</p> <p> L.C. Silvia Torrentera González Auditora a Órganos Desconcentrados</p> <p> Lic. Felipe Silva Laurrabaquio Director de Auditoría a Oficinas Centrales</p>	

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

MR


Hojas: 3 de 4
 Número de auditoría: 02/2016
 Número de observación: 01
 Monto fiscalizable: 97,799
 Monto fiscalizado: 82,499
 Monto por aclarar: N/D
 Monto por recuperar: N/D
 Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)		Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.		Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social (DACCS).		Clave de Programa: 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"		
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya dado cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía, relativo al ejercicio 2015."				
Observación		Recomendaciones		
<p> 8. mujeres y hombres de 13 a 18, 14 a 24, 25 a 34, 45 a 64 y 66 o más años, por lo que en la difusión de la citada campaña no se está dando cumplimiento en cuanto a la población objetivo. </p> <p> 9. De la revisión a los 21 contratos no se especificaron las condiciones de entrega, así como tampoco se estableció el porcentaje de testigos que proporcionarían y sustentarían la difusión de la campaña. </p> <p> En los 21 contratos se determinaron diferencias entre la información entregada por los prestadores de servicios y las cotizaciones presentadas por los proveedores, relacionadas con la cobertura y difusión de audios que no corresponden a la campaña, testigos (CD) que no se pueden verificar y no se identifica la estación de radio que efectuó la transmisión, entre otros. Anexo 2. </p>		<p>  Lic. Martín Román Ortiz Contreras Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA </p> <p>  G.P. Adalberto Legorreta Gutiérrez Director de Recursos Materiales y Servicios Generales de la PROFEPA </p>		
Fundamento Legal:		Fecha compromiso: 02 de junio de 2016.		
<ul style="list-style-type: none"> Artículo 20, 45, Fracción V, XII y XIV y 53 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. Artículo 81, Fracción VIII del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. Artículo 66, Fracción III del Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria. 				

AR.- Alto Riesgo
 MR.- Mediano Riesgo
 BR.- Bajo Riesgo
 N/D.- No Determinado


L.C. Rodolfo Morales Hernández
 Auditor Senior


C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas
 Auditor Senior


L.C. Silvia Torrentera González
 Auditora a Órganos Desconcentrados


Lic. Felipe Silva Laurabaquio
 Director de Auditoría a Oficinas Centrales



**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 4 de 4
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 01
Monto fiscalizable: 97,799
Monto fiscalizado: 82,499
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.	Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social (DACCSS).	Clave de Programa: 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"	
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya dado cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía, relativo al ejercicio 2015."		
Observación		
Recomendaciones		

• Artículo 66, fracción I del Reglamento Interior de la SEMARNAT, publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 26 de noviembre de 2012.

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado


L.C. Rodolfo Morales Hernández
Auditor Senior


C.P. Adriana Yolanda
Villafuerte Limas
Auditor Senior


L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Organos
Desconcentrados


Lic. Felipe Silva Laurabaquillo
Director de Auditoría a Oficinas
Centrales



**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 1 de 5
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 2
Monto fiscalizable: 500.0 MP
Monto fiscalizado: 500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) **Sector:** Medio Ambiente y Recursos Naturales. **Clave:** 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA **Clave de Programa:** 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"
Descripción de la Auditoría: Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplido con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía.

Observación	Recomendaciones
<p>Irregularidades en la realización de Estudios para Medir la Pertinencia y Efectividad de las Campañas (Pre-test y Post-test), de la Campaña "Evite Sanciones", Versión: "Cuidado del Medio Ambiente", durante el ejercicio 2015.</p> <p>Se llevó a cabo el análisis de la información relacionada con los estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas, conforme al capítulo VII del "ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015" (ACUERDO), determinando lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> La Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social (DACCS), no solicitó la cancelación del estudio Pre-test durante el ejercicio 2015 a la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación (DGNC) con la justificación que prevé el artículo 51 del ACUERDO. Por lo que respecta al estudio Post-test, realizado por la Empresa DEMOTECNIA, 2.0, S.C., por un importe de \$500,000.00, en el expediente no se localizó la siguiente documentación: <ol style="list-style-type: none"> La Investigación de mercado que acredite el artículo 72, fracción II del Reglamento de la LAASSP; así como los oficios de solicitud y de respuesta de las cotizaciones realizadas a los prestadores de servicio. 	<p>Correctiva:</p> <p>El Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social en coordinación con el Director de Recursos Materiales y Servicios Generales, deberá realizar las siguientes acciones, proporcionando evidencia a esta instancia fiscalizadora:</p> <ol style="list-style-type: none"> Presentar evidencia que justifique el incumplimiento al artículo 51 del Acuerdo, sobre la autorización por parte de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC), para la cancelación del estudio Pre-test, durante el ejercicio 2015. Respecto al estudio realizado por Demotecnia, 2.0, S.C. proporcionar la evidencia siguiente: <ol style="list-style-type: none"> Oficios de solicitud de las cotizaciones realizadas a los prestadores de servicio, en su caso, aclarar o justificar el procedimiento de la investigación de mercado que se llevó a cabo, evidenciando que se consultaron dos de las tres fuentes de cotización del artículo 28 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios. Presente evidencia de que el proveedor Demotecnia 2.0, S.C., posee los suficientes y probados conocimientos teóricos y técnicos en la materia

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas
Auditor Senior

L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos Desconcentrados

Lic. Felipe Silva Laurrabaquero
Director de Auditoría a Oficinas Centrales

**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 2 de 5
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 2
Monto fiscalizable: 500.0 MP
Monto fiscalizado: 500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales. Clave: 00016

Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA Clave de Programa: 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"

Descripción de la Auditoría: Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplido con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía.

Observación	Recomendaciones
<p>b) Evidencia de que el proveedor Demotecnia 2.0, S.C., posee los suficientes y probados conocimientos teóricos y técnicos en la materia (Artículo 41 del ACUERDO).</p> <p>Al respecto, proporcionó impresión de la página de "Demotecnia, quienes somos" de fecha 11 de marzo de 2016, lo cual evidencia "por la fecha", el hecho de que dicho documento no sirvió de base para realizar el procedimiento de contratación.</p> <p>c) Evidencia de la Meta alcanzada mediante los indicadores cuantificables, que permitan comprobar su efectividad (Artículo 42 del ACUERDO).</p> <p>d) Los resultados del estudio fueron enviados a la DGNC de la Secretaría de Gobernación, mediante oficio No. PFP/1.4/3C.12.5/035 del 11 de marzo 2016, incumpliendo el plazo máximo de 20 días hábiles posteriores a la entrega de los resultados por parte del prestador de servicios, incumpliendo el artículo 47 del ACUERDO.</p> <p>Cabe señalar que derivado de esta situación, no se cuenta con</p> <p>e) Evidencia, en su caso, de las recomendaciones emitidas, por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, sobre la evaluación del resultado del estudio Post-test. (Artículo 48 del ACUERDO).</p>	<p>2c) Presente evidencia documental que muestre con cifras reales la meta alcanzada mediante indicadores cuantificables, que permitan comprobar la efectividad de la campaña (Artículo 42 del ACUERDO).</p> <p>2d) Justificar y/o indicar la situación que originó el desfase de la entrega de los resultados del estudio a la Coordinadora del Sector.</p> <p>2e) Evidenciar las recomendaciones emitidas, por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, sobre la evaluación del resultado del estudio Post-test. (Artículo 48 del ACUERDO).</p> <p>2f) Evidenciar, en su caso, la atención a las recomendaciones realizadas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, del estudio Post-test. (Artículo 50 del ACUERDO).</p> <p>2g) Presente evidencia documental que aclare y justifique:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Por qué únicamente se llevaron a cabo encuestas en viviendas y no a través de los 5 instrumentos de investigación establecidos en el documento adjunto al Anexo técnico. ➤ Por qué las encuestas se realizaron únicamente a un municipio, además de que no especifican a qué municipio y no a los 26 Estados de la República Mexicana, conforme al

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas
Auditor Senior

L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos Desconcentrados

Lic. Felipe Silva Laurabaquío
Director de Auditoría a Oficinas Centrales


**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

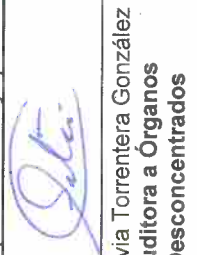
Hojas: 3 de 5
 Número de auditoría: 02/2016
 Número de observación: 2
 Monto fiscalizable: 500.0 MP
 Monto fiscalizado: 500.0 MP
 Monto por aclarar: N/D
 Monto por recuperar: N/D
 Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) **Sector:** Medio Ambiente y Recursos Naturales. **Clave:** 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA **Clave de Programa:** 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"
Descripción de la Auditoría: Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía.

Observación	Recomendaciones
<p>f) Evidencia documental, en su caso, de la atención a las recomendaciones realizadas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, del estudio Post-test. (Artículo 50 del ACUERDO).</p> <p>g) También se determinaron las siguientes inconsistencias del servicio ofrecido por el proveedor Demotecnia 2.0, S.C en el Anexo técnico, conforme a lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Únicamente se llevaron a cabo encuestas en viviendas y no a través de los 5 instrumentos de investigación establecidos en la pauta. ➤ Las encuestas se realizaron únicamente a un municipio, además de que no especifican a qué municipio y no a los 26 Estados de la República Mexicana, conforme al punto 7 del Anexo técnico. ➤ En el estudio se están incluyendo en el apartado B. "Resultados de la Investigación", el B1. "Conocimiento y Evaluación de la PROFEPA" y B2. "Evaluación de la Campaña (Espontánea)", sin estar establecidas en el contrato ni en el Anexo técnico. ➤ En el apartado de objetivos señala Evaluación de la Campaña "Evite Sanciones", "Detectar y evaluar la opinión que tienen las personas residentes en el territorio nacional acerca de la campaña de posicionamiento 2016", debiendo ser 2015". ➤ Por qué en el estudio se contempló como el universo de análisis personas mayores de 18 años, y en el punto 5 del Anexo técnico contempla como público objetivo a hombres y mujeres de 25 a 64 años. <p>Preventiva: En lo subsecuente el Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social en coordinación con el Director de Recursos Materiales y Servicios Generales deberán implementar el proceso a seguir para identificar a los diversos prestadores de servicios dedicados a la realización de estudios de investigación, pre - test y post - test, existentes, que demuestre la</p>	<p>punto 7 del Anexo técnico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Por qué en el estudio se están incluyendo en el apartado B. "Resultados de la Investigación", el B1. "Conocimiento y Evaluación de la PROFEPA" y B2. "Evaluación de la Campaña (Espontánea)", sin estar establecidas en el contrato ni en el Anexo técnico. ➤ Por qué en el apartado de objetivos señala Evaluación de la Campaña "Evite Sanciones", "Detectar y evaluar la opinión que tienen las personas residentes en el territorio nacional acerca de la campaña de posicionamiento 2016", debiendo ser 2015". ➤ Por qué en el estudio realizado se contempló como el universo de análisis personas mayores de 18 años, y en el punto 5 del Anexo técnico contempla como público objetivo a hombres y mujeres de 25 a 64 años. <p>Preventiva: En lo subsecuente el Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social en coordinación con el Director de Recursos Materiales y Servicios Generales deberán implementar el proceso a seguir para identificar a los diversos prestadores de servicios dedicados a la realización de estudios de investigación, pre - test y post - test, existentes, que demuestre la</p>

AR.- Alto Riesgo
 MR.- Mediano Riesgo
 BR.- Bajo Riesgo
 N/D.- No Determinado


 C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas
Auditor Senior


 L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos Desconcentrados


 Lic. Felipe Silva Laurabaquio
Director de Auditoría a Oficinas Centrales

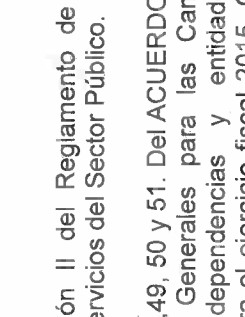
**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 4 de 5
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 2
Monto fiscalizable: 500.0 MP
Monto fiscalizado: 500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

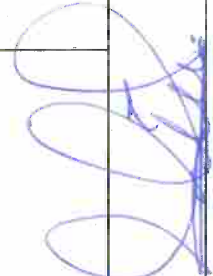
Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) **Sector:** Medio Ambiente y Recursos Naturales. **Clave:** 00016


Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA **Clave de Programa:** 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"

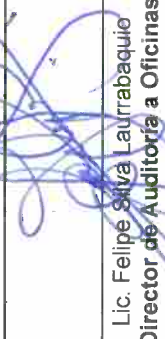
Descripción de la Auditoría: Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía.

Observación	Recomendaciones
<p>de posicionamiento 2016 ", debiendo ser 2015".</p> <p>➤ En el estudio realizado se contempló como el universo de análisis personas mayores de 18 años, y en el punto 5 del Anexo técnico contempla como público objetivo a hombres y mujeres de 25 a 64 años.</p> <p>Fundamento Legal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 26, sexto párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. • Artículos 28, 29, 30 y 72 Fracción II del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. • Artículos, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48,49, 50 y 51. Del ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015, Capítulo VII Estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas. 	<p>investigación de mercado, identificación y selección de empresas dedicadas a la realización de estudios, para la Campaña de Comunicación Social a efectuarse durante el ejercicio y que se registren en el Plan de Medios.</p> <p>En lo sucesivo para la realización de estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas (Post-test y Pre-test), se deberá observar estrictamente lo que establece 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 del año que corresponda".</p> <p>Fecha de firma: 31 de marzo de 2016.</p> <p> Lic. Jorge Alberto Valencia Sandoval Director General de Administración de la PROFEPA</p>

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado


C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas
Auditor Senior


L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos Desconcentrados


Lic. Felipe Salva Laurrabaquio
Director de Auditoría a Oficinas Centrales

Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones

Hojas: 5 de 5
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 2
Monto fiscalizable: 500.0 MP
Monto fiscalizado: 500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales. Clave: 00016

Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA Clave de Programa: 350 "Presupuesto - Gasto Corriente"

Descripción de la Auditoría: Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía.

Observación

Recomendaciones



Lic. Martín Román Ortiz Contreras
Director Dirección de Atención Ciudadana
y Comunicación Social



C.P. Adalberto Legorreta Gutiérrez
Director de Recursos Materiales y Servicios Generales
de la PROFEPA

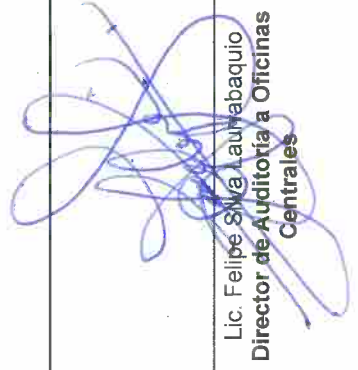
Fecha compromiso: 02 de junio de 2016.



C.P. Adriana Yolanda
Villafuerte Limas
Auditor Senior



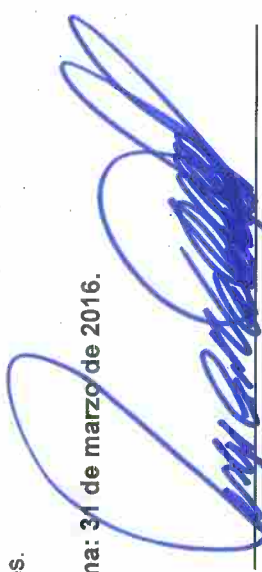
L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Organos
Desconcentrados



Lic. Felipe Silva Laurebaquijo
Director de Auditoría a Oficinas
Centrales

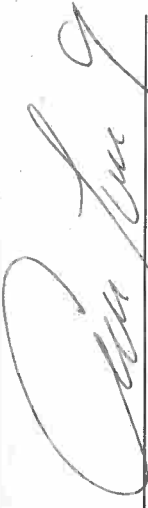
AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

Hojas: 1 de 3
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 3
Monto fiscalizable: 99,736.3 MP
Monto fiscalizado: 82,500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)		Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.		Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"		
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía".				
Observación		Recomendaciones		
<p>Inadecuada Integración del gasto de los conceptos de Comunicación Social en el Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (PAAAS) 2015 de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).</p> <p>Derivado de la revisión y análisis de los procedimientos de adjudicación de 21 contratos por un importe de \$82,499,999.43 de un universo de 44 contratos por \$99,736,262.07, correspondientes a la difusión de la campaña Evite Sanciones, versión "Cuidado del Medio Ambiente" con vigencia del 16 de noviembre al 11 de diciembre de 2015, instrumentada por la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, se determinó lo siguiente:</p> <p>Mediante los Oficios 312.A.- 003632 de fecha 23 de octubre de 2015 de la Dirección General de Programación y Presupuesto B y el Oficio 307-A.- 4172 de fecha 21 de octubre de 2015, de la Unidad de Política y Control Presupuestario, ambos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, se autorizó una ampliación liquida en la partida 36101 Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales por un monto de \$100,000,000.00 (Cien millones de pesos 00/100 M:N) correspondiente al programa presupuestario G005 "Programa de Inspección y Vigilancia en Materia de Medio Ambiente y Recursos Naturales" a cargo de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente.</p> <p>En la Primera Sesión Ordinaria del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA),</p>		<p>Preventiva:</p> <p>La Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales, adscrita a la Dirección General de Administración, deberá instrumentar las acciones correspondientes, para que se realicen las siguientes acciones:</p> <p>En lo subsecuente y considerando que el PAAAS representa el marco de referencia para determinar la contratación de las adquisiciones, arrendamientos y servicios, se deberán realizar las modificaciones o actualizaciones del PAAAS según lo instruye el Artículo 21 de la LAASSP y 17 de su Reglamento, y estas se realicen, con la finalidad de que el PAAAS se apegue estrictamente al presupuesto autorizado o de sus modificaciones.</p> <p>Fecha de firma: 31 de marzo de 2016.</p> <p> Lic. Jorge Alberto Valencia Sandoval Director General de Administración de la PROFEPA</p>		
AR.- Alto Riesgo MR.- Mediano Riesgo BR.- Bajo Riesgo N/D.- No Determinado	C. Germán Sánchez Zepeda Auditor Senior	C. P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas Auditor Senior	L. C. Silvia Torrentera González Auditora a Órganos Desconcentrados	Lic. Felipe Silva Laurabaquio Director de Auditoría a Oficinas Centrales

**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 2 de 3
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 3
Monto fiscalizable: 99,736.3 MP
Monto fiscalizado: 82,500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)		Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.		Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"		
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía".				
Observación		Recomendaciones		
<p>Llevada a cabo el 22 de enero de 2015, se sometió a dictamen el Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios 2015, el cual fue aprobado por este Órgano Colegiado.</p> <p>Sin embargo, no existe evidencia de que la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales de la PROFEPA, haya efectuado las modificaciones y actualizaciones del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios 2015 de la PROFEPA, derivado de la ampliación líquida al presupuesto de la partida 36101 Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales que derivó en la autorización de la contratación de 42 contratos para los servicios de difusión de la Campaña Evite Sanciones, versión "Cuidado del Medio Ambiente", por un importe de \$100,000,000.00 (Cien millones de pesos 00/100 M:N), según lo prevé al Artículo 21 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.</p>		 C.P. Adalberto Legorreta Gutiérrez Director de Recursos Materiales y Servicios Generales de la PROFEPA		
<p>Fundamento Legal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 21 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público (LAASSP). • Artículos 17 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público (RLAASSP). • ACUERDO por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (MAAGMAASSP), Publicado en el Diario Oficial de la 		<p>Fecha compromiso: 02 de junio de 2016.</p>		
<p>AR.- Alto Riesgo MR.- Mediano Riesgo BR.- Bajo Riesgo N/D.- No Determinado</p>		<p>C. Germán Sánchez Zepeda Auditor Senior</p>		<p>L.C. Silvia Torrentera González Auditora a Órganos Desconcentrados</p>
		<p>C.P. Adriana Yolanda Villafuerte Limas Auditor Senior</p>		<p>Lic. Felipe Silva Laurtabaquio Director de Auditoría a Oficinas Centrales</p>



**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 3 de 3
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 3
Monto fiscalizable: 99,736.3 MP
Monto fiscalizado: 82,500.0 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales	Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		
Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"		
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía".		

Observación

Federación el 9 de Agosto de 2010, numerales: "Adecuar el PAAAS al techo presupuestario", 4.1.1.9 "Revisar el PAAAS", 4.1.1.10 "Actualizar el PAAAS", 4.1.1.11 "Autorizar el PAAAS", 4.1.1.13 "Adecuaciones al PAAAS"

Recomendaciones

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

C. Germán Sánchez Zepeda
Auditor Senior

C. P. Adriana Yolanda Villafrute
Limas
Auditor Senior

L. C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos
Desconcentrados

Lic. Felipe Silva Laurrabaquio
Director de Auditoría a Oficinas
Centrales

**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 1 de 4
 Número de auditoría: 02/2016
 Número de observación: 4
 Monto fiscalizable: 98,299.9 MP
 Monto fiscalizado: 82,499.9 MP
 Monto por aclarar: N/D
 Monto por recuperar: N/D
 Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.	Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		
Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"		

Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía."

Observación	Recomendaciones
<p>Deficiencias en la Integración de la Investigación de Mercado y en el fundamento de la contratación.</p> <p>Derivado de la revisión y análisis al procedimiento de adjudicación directa efectuados al amparo del artículo 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 72 fracción II de su reglamento, de 21 contratos por un importe de \$82,499,999.43 de un universo de 44 contratos por \$98,299,999.43, correspondientes a la difusión de la campaña Evite Sanciones, versión "Cuidado del Medio Ambiente" con una vigencia del 16 de noviembre al 11 de diciembre de 2015, instrumentada por la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, se determinó lo siguiente:</p> <p>En la Cuarta Sesión Extraordinaria de 2015 del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), que se llevó a cabo el 13 de noviembre de 2015, se sometió a dictaminación en lo individual 42 contrataciones para el servicio de difusión de la Campaña Evite Sanciones, versión "Cuidado del Medio Ambiente", con fundamento en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 22 fracción II, 26 fracción III, y 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, para cada una de estas contrataciones se presentó una Justificación del procedimiento de adjudicación directa por excepción a la licitación pública, elaboradas por la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, como área requirente, que en esencia comparten los mismos elementos.</p>	<p>Correctiva:</p> <p>Se sugiere que el Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social, en coordinación con la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales de la PROFEPA en conjunto con la Coordinación General de Comunicación Social de la SEMARNAT elaboren un protocolo o documento metodológico de contratación de servicios en materia de comunicación social, con la finalidad de uniformar, en lo posible los procedimientos para la contratación de los servicios de comunicación social, en el que se definan y establezcan entre otros puntos lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uniformar la metodología de contratación de servicios de comunicación social. 2. Establecer la requisición de los servicios, concebida como un pliego de condiciones técnicas "ad hoc" 3. La existencia de previsión suficiente de presupuesto para atender las futuras obligaciones. 4. Definir el proceso de trabajo que se desarrollará en la investigación de mercado para identificar los diversos medios de difusión concurrentes en la campaña de publicidad. 5. Definir el proceso de trabajo que se desarrollará en la investigación de mercado para identificar a los prestadores de servicios propios de los medios de difusión concurrentes en la campaña de Comunicación

AR.- Alto Riesgo
 MR.- Mediano Riesgo
 BR.- Bajo Riesgo
 N/D.- No Determinado

C. Germán Sánchez Zepeda
Auditor Senior

C. P. Adriana Yolanda Villaluerte
 Lima
Auditor Senior

L. C. Silvia Torrentera González
**Auditora a Órganos
Desconcentrados**

Lic. Felipe Silva Laurabaquillo
**Director de Auditoría a Oficinas
Centrales**

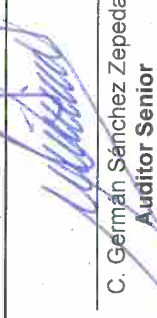
**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**


Hojas: 2 de 4
 Número de auditoría: 02/2016
 Número de observación: 4
 Monto fiscalizable: 98,299.9 MP
 Monto fiscalizado: 82,499.9 MP
 Monto por aclarar: N/D
 Monto por recuperar: N/D
 Riesgo: MR


Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.	Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía."		

Observación	Recomendaciones
<p>En el numeral 4.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO de la mencionada Justificación, se indica que se cuenta con la cotización del proveedor designado y con la solicitud de información realizada a través del Sistema CompraNet con número de expediente correspondiente, así mismo, se menciona que del análisis de la información obtenida se identificó que el prestador de servicios seleccionado es la única empresa que cuenta con la capacidad de respuesta inmediata y los recursos técnicos para llegar a la población objetivo con el nivel de penetración cuantitativo requerido, lo que identifica al prestador de servicios seleccionado y autorizado por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SG como un medio de audiencias únicas e irrepetibles, por lo que concluye que en el mercado existe un solo posible oferente para prestar los servicios objeto de la contratación que se lleva a cabo.</p> <p>En la Justificación se anexa la propuesta económica de la empresa propuesta y el resultado de la consulta en el Sistema Compra Net que indica que no hay ninguna propuesta.</p> <p>La investigación de mercado como fue presentada presenta deficiencias, debido a que si en la consulta realizada en CompraNet no se encontraron resultados, la requisitoria o la contratante debieron consultar la información histórica con la que cuente el área contratante u otras áreas contratantes de la dependencia.</p>	<p>Social.</p> <p>6. Precisar la técnica a aplicar para documentar el proceso de trabajo que se desarrollará en la investigación para identificar los prestadores de servicios y los medios de difusión concurrentes en la campaña de Comunicación Social.</p> <p>7. Definir el medio a utilizar para obtener la autorización de la Campaña y Plan de Medios.</p> <p>8. Establecer el procedimiento para requerir y/o consensuar con anticipación, la pauta publicitaria que sea acorde a las necesidades de la institución.</p> <p>9. Especificar debidamente razonado, el porcentaje de testigos por contratos que se requerirán como prueba del cumplimiento del prestador de servicios.</p> <p>10. Puntualizar la metodología aplicable a la obtención de evidencia del cumplimiento de los servicios contratados.</p> <p>11. Por lo que, una vez integrada fehacientemente la investigación de mercado, según se señala en los numerales anteriores, documentar en un cuadro comparativo las diversas opciones disponibles para las Campañas, tales como Medios, Población Objetivo, Cobertura, precios de mercado, vigencias, fechas, horarios, etc.</p>

AR.- Alto Riesgo
 MR.- Mediano Riesgo
 BR.- Bajo Riesgo
 N/D.- No Determinado


 C. Germán Sánchez Zepeda
 Auditor Senior
 Lima


 L.C. Silvia Torrentera González
 Auditora a Órganos
 Desconcentrados


 Lic. Felipe Silva Lauriabaquio
 Director de Auditoría a Oficinas
 Centrales

**Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones**

Hojas: 3 de 4
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 4
Monto fiscalizable: 98,299.9 MP
Monto fiscalizado: 82,499.9 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.	Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA, haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía."		

Observación	Recomendaciones
<p>En la segunda fuente utilizada para la integración de la investigación de mercado que fue la propuesta económica del prestador de servicios y autorización de éste por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación.</p> <p>Sin embargo, el fundamento utilizado para adjudicar los servicios (Artículo 41 fracción I) y demostrar o acreditar que solo existe en el mercado un probable o posible oferente de los servicios como lo prevé el artículo 72 fracción II del Reglamento de la LAASSP, que establece que: "Para acreditar que en el mercado sólo existe un posible oferente, o se trata de una persona que posee la titularidad o el licenciamiento exclusivo de patentes, derechos de autor, u otros derechos exclusivos, a que hace referencia la fracción I, se deberán acompañar los documentos con los que se acredite tal situación, como son las...autorizaciones..., contratos de licenciamiento o cesión emitidos por o registrados ante las autoridades nacionales competentes en su caso..." no se encuentran debidamente acreditados.</p> <p>Lo anterior, en virtud de que en las autorizaciones a que hace referencia en la citada fracción corresponden a aquellas autorizaciones emitidas por autoridades nacionales competentes en su caso, o conforme a las disposiciones o prácticas del país de origen en materia comercial y no a las autorizaciones emitidas por la Secretaría de Gobernación como lo señalan.</p> <p>Fundamento Legal:</p> <ul style="list-style-type: none"> Artículo 26, sexto párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y 	<p>Una vez elaborado el protocolo o documento metodológico, se deberá someter a consideración de la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales, adscrita a la Dirección General de Administración y a la Subprocuraduría Jurídica de la PROFEPA, con la finalidad de que se valore su incorporación en las Políticas, Bases y Lineamientos en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la PROFEPA (POBALINES) y complemente o en su caso, haga las veces de Investigación de Mercado que se prevé en los artículos 28, 29 y 30 del RLAASSP.</p> <p>Lo anterior con la finalidad de que la fundamentación de los procedimientos esté suficientemente documentada, por lo que, en el caso de la selección del procedimiento de excepción de la licitación pública, opción que determine el área requirente para la contratación derivada de esta investigación de mercado se soporte suficientemente.</p> <p>Preventiva:</p> <p>En lo subsecuente y a efecto de constatar la implementación del citado protocolo o documento metodológico, e independientemente de su incorporación en las POBALINES, se recomienda que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social, proporcione a éste Órgano Interno de Control (OIC) evidencia documental que demuestre la investigación, identificación y selección de medios de difusión para la Campaña de Comunicación Social a efectuarse durante el presente ejercicio que se registren en el Plan de Medios.</p>

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

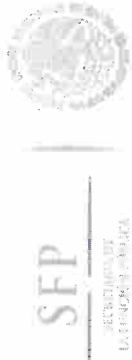
C. Germán Sánchez Zepeda
Auditor Senior

C. P. Adriana Yolanda Villafuerte
Limas
Auditor Senior

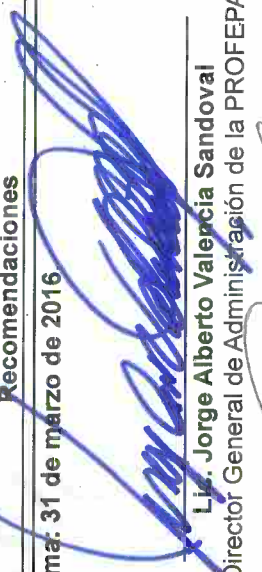


L. C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos
Desconcentrados

Lic. Felipe Silva Laurabaquio
Director de Auditoría a Oficinas
Centrales

Órgano Interno de Control en la
Secretaría de Medio Ambiente
y Recursos Naturales
Cédula de Observaciones



Hojas: 4 de 4
Número de auditoría: 02/2016
Número de observación: 4
Monto fiscalizable: 98,299.9 MP
Monto fiscalizado: 82,499.9 MP
Monto por aclarar: N/D
Monto por recuperar: N/D
Riesgo: MR

Ente: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)		Sector: Medio Ambiente y Recursos Naturales.		Clave: 00016
Área Auditada: Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		Clave de Programa: 350 "Presupuesto Gasto Corriente"		
Descripción de la Auditoría: "Verificar que la Dirección de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA haya cumplimiento con las estrategias anuales de Comunicación Social, a fin de constatar el ejercicio eficiente de los recursos del Programa Anual y su impacto en la ciudadanía."				
Observación		Recomendaciones		
Servicios del Sector Público.		Fecha de firma: 31 de marzo de 2016		
<ul style="list-style-type: none"> Artículos 28, 29, 30 y 72 Fracción II del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. 		 Lic. Jorge Alberto Valencia Sandoval Director General de Administración de la PROFEPA.		
		 C.P. Adalberto Legorreta Gutiérrez Director de Recursos Materiales y Servicios Generales de la PROFEPA		
		 Lic. Martín Román Ortiz Contreras Director de Atención Ciudadana y Comunicación Social de la PROFEPA		
		Fecha compromiso: 02 de junio de 2016.		

AR.- Alto Riesgo
MR.- Mediano Riesgo
BR.- Bajo Riesgo
N/D.- No Determinado

C. Germán Sánchez Zepeda
Auditor Senior

C.P. Adriana Yolanda Villanueva
Limas
Auditor Senior

L.C. Silvia Torrentera González
Auditora a Órganos
Desconcentrados

Lic. Felipe Silva Laurabaquio
Director de Auditoría a Oficinas
Centrales