

Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.**Gestión Financiera de Promoción y Eventos de Gran Impacto Turístico**

Auditoría Financiera y de Cumplimiento: 15-2-21W3J-02-0490

490-DE

Criterios de Selección

Esta auditoría se seleccionó con base en los criterios cuantitativos y cualitativos establecidos en la Normativa para la Fiscalización Superior de la Auditoría Superior de la Federación para la integración del Programa Anual de Auditorías para la Fiscalización Superior de la Cuenta Pública 2015 considerando lo dispuesto en el Plan Estratégico de la ASF 2011-2017.

Objetivo

Fiscalizar la gestión financiera de las erogaciones en eventos considerados de gran impacto turístico y promoción de México, a fin de verificar que se presupuestaron, adjudicaron, contrataron, recibieron y pagaron, de acuerdo con los términos y precios pactados, en cumplimiento de sus objetivos y metas; asimismo, que el registro contable y presupuestal se realizó conforme a las disposiciones legales y normativas.

Alcance

	EGRESOS
	Miles de Pesos
Universo Seleccionado	4,808,355.4
Muestra Auditada	2,648,793.8
Representatividad de la Muestra	55.1%

Al 31 de diciembre de 2015, el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. reportó un importe ejercido por 4,808,355.4 miles de pesos del capítulo 3000 "Servicios Generales" correspondiente al programa presupuestario F001 "Promoción de México como Destino Turístico"; al respecto, se seleccionó una muestra por 2,648,793.8, que representa el 55.1%, integrada de la manera siguiente:

- Los pagos a cinco proveedores, por 2,492,083.3 miles de pesos, por los servicios contratados para la promoción y eventos de gran impacto turístico y así promover la diversidad de los productos y la marca "México", como se muestra a continuación:

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA
(Miles de pesos)

Contrato	Descripción del servicio	Importe ejercido
82/2013	Planeación estratégica, creatividad y producción publicitaria para medios tradicionales y online.	282,930.1
MTB/DRNA/12/2013	Servicios de planeación, administración y contratación de medios publicitarios tradicionales y tradicionales con plataforma on-line en el mercado de Norteamérica E.U. y Canadá.	629,004.8
036/2014	Servicios de Promoción de México en F1 Gran Premio de México Autódromo Hermanos Rodríguez, en los años 2015 a 2019.	628,740.6
MTB/DRNA/25/2014	Servicios de promoción integral de México en los espectáculos Kurios, Amaluna y Kooza del Cirque Du Soleil.	157,700.0
52/2015	Servicios de planeación, administración y contratación de medios tradicionales y tradicionales con plataforma online para las campañas institucionales y cooperativas del CPTM en el mercado nacional.	115,872.4
CPTM/DR/ESP/01-D/2015	Servicios de comunicación integral para la promoción de México aprovechando el año de México en Reino Unido (Año Dual).	627,015.1
MTB/DRNA/005/2015	Servicios de promoción de México en los eventos de la WBC (World Boxing Council).	50,820.3
		2,492,083.3

FUENTE: Base de datos de los pagos a los proveedores en 2015.

- El pago de 12,624.3 miles de pesos de comisiones por la emisión de una carta de crédito y su confirmación correspondiente al contrato 036/2014.
- Creación de una Sociedad Promotora de Inversión de Capital Variable, por el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. y particulares (Sociedad), que reportó un saldo de aportación de 144,086.2 miles de pesos al cierre del ejercicio, para contribuir al impulso de la marca "País" y de la Ciudad de México.

Adicionalmente, se revisaron 8 procesos de adjudicación realizados en 2015, que dieron origen a contratos por servicios de promoción de México en medios publicitarios y eventos de entretenimiento de alto impacto en Norteamérica; planeación, administración y contratación de medios tradicionales, tradicionales con plataforma online y de comunicación integral en el Reino Unido, como sigue:

MUESTRA DE LOS CONTRATOS ADJUDICADOS EN 2015

Contrato	Descripción del servicio	Importe	
		Miles de dólares	Miles de pesos
052/2015	Servicios de planeación, administración y contratación de medios tradicionales y tradicionales con plataforma online para las campañas institucionales y cooperativas en el mercado nacional.		940,000.0
CPTM/DR/ESP/01-D/2015	Servicios de comunicación integral para la promoción de México aprovechando el año de México en Reino Unido (Año Dual).	50,000.0	
MTB/DRNA/023/2015	Planeación, administración y contratación de espacios en medios publicitarios digitales online; elaboración y ejecución de estrategias de comunicación, planes de medios y contenidos de medios digitales, desarrollo y mantenimiento de productos digitales y páginas web para las campañas publicitarias online en Norteamérica, Latinoamérica, Europa y Asia.	25,391.5	
MTB/DRNA/021/2015	Comunicación integral: creatividad y producción, publicidad, medios, relaciones públicas y BTL para la promoción de México y sus destinos, derivados del impacto del Huracán Patricia.	12,000.0	
MTB/DRNA/020/2015	Promoción de México en medios publicitarios y eventos de entretenimiento de alto impacto (temporada otoño-invierno 2015 en Norteamérica).	4,000.0	
MTB/DRNA/018/2015	Promoción de México en los espacios y canales de cinco arenas de básquetbol profesional de la NBA en la temporada de otoño de 2015, en los Estados Unidos de América.	3,950.0	
MTB/DRNA/005/2015	Promoción de México en eventos de la WBC (World Boxing Council).	3,950.0	
MTB/DRNA/019/2015	Promoción de México en eventos masivos de alto impacto en los Estados Unidos de América en la temporada de otoño de 2015.	2,000.0	
		101,291.5	940,000.0

FUENTE: Expedientes de los procesos de adjudicación en 2015.

NOTA: Se incluyeron los importes en miles de dólares de los contratos formalizados fuera del territorio nacional, para fines informativos, ya que los pagos realizados en 2015, se incluyen en miles de pesos en la integración de la muestra.

Antecedentes

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 destaca la importancia de acelerar el crecimiento económico para constituir un México Próspero, en el cual se estableció el objetivo de aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país, mediante la estrategia de fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos; asimismo, el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 señala el objetivo de impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.

Al respecto, el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (CPTM), tiene por objeto "planear, diseñar, coordinar y realizar en coadyuvancia con la Secretaría de Turismo, las políticas y estrategias de promoción turística a nivel Nacional e Internacional...", por lo que estableció en su Programa Institucional 2014-2018, seis objetivos de los que destacan, "Fortalecer la imagen de México como destino turístico promoviendo la calidad, diversidad y autenticidad de sus atractivos y contribuir a incrementar la derrama económica por turismo internacional mediante campañas de publicidad e instrumentos de promoción dirigidos a productos, segmentos de consumidores y nichos de mercado de gran potencial..."

Asimismo, la Ley Federal de Derechos señala en el artículo 18-A que de los ingresos por los visitantes sin permiso para realizar actividades remuneradas que ingresen al país con fines turísticos se destinará un 20.0% al Instituto Nacional de Migración para mejorar los servicios que proporciona en materia migratoria, y en un 80.0% al CPTM para la promoción turística del país.

El CPTM tiene como misión promocionar integral y competitivamente a México, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, mediante el trabajo conjunto de todos los sectores de la actividad turística.

Resultados

1. Estatuto Orgánico

Se constató que el CPTM contó con su Estatuto Orgánico, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 30 de junio de 2014, con última modificación del 20 de enero de 2015, el cual tiene por objeto regular la organización, funcionamiento y control de la empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal, la cual está sectorizada en la Secretaría de Turismo.

El Estatuto Orgánico señala que el CPTM ejecutará sus programas con base en acciones y procesos de mejora continua, de manera planificada y organizada, en cumplimiento de los principios de cooperación, promoción, eficacia, economía, transparencia, honradez, legalidad, publicidad, buena fe e imparcialidad. Asimismo, incluye entre otras, las direcciones ejecutivas de Mercadotecnia y la de Promoción, las Oficinas de Representación, de Administración y Finanzas y la de Asuntos Jurídicos, áreas sustantivas para cumplir con su objeto social.

2. Desactualización de la estructura orgánica y el manual de organización

Se comprobó que el CPTM contó con los oficios de autorización de la estructura orgánica vigente en 2015 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Secretaría de la Función Pública (SFP), en los cuales se observó que la SFP refrendó 202 plazas, respecto de la última estructura organizacional aprobada y registrada por dicha institución.

Por otra parte, en el Módulo de Servicios Personales del Portal Aplicativo de la SHCP y en el Analítico de Plazas y Remuneraciones del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015, se reportan 204 plazas, sin que el CPTM justifique dicha diferencia ni haya gestionado su aclaración. Cabe señalar que la SFP autorizó tres cambios de adscripción en julio y octubre de 2015.

Asimismo, se constató que el Manual de Organización del CPTM se autorizó por el Director General el 3 agosto del 2015, y está publicado en su página institucional; determina las facultades que se le otorgan, la estructura orgánica, organigramas de la entidad, la misión y las funciones asignadas a las diferentes unidades administrativas, las cuales son presentadas hasta nivel de subgerencia, así como las funciones encomendadas; sin embargo, no se encontró actualizado, de acuerdo con las modificaciones de la estructura orgánica, autorizadas por la SFP durante 2015.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM remitió un

oficio del 29 de agosto de 2016, con el que se solicitó al Director General de Programación y Presupuesto de la Secretaría de Turismo (SECTUR) indicar la razón de las diferencias observadas en las plazas de la estructura orgánica, y señaló que una vez que se reciba la respuesta de la SHCP, con la aclaración de la diferencia, se remitirá a la Auditoría Superior de la Federación, por lo que la observación se encuentra en proceso de atención.

Por otra parte, se proporcionó la aprobación de la modificación del Manual de Organización por el Comité de Mejora Regulatoria Interna (COMERI) del CPTM, y se gestionó el registro del Manual de Organización en el Sistema de Administración de Normas Internas de la Administración Pública Federal (SANI-APF) de la SFP; asimismo, se proporcionó evidencia de su publicación y difusión entre el personal por medio electrónico, por lo que se solventa lo observado.

15-2-21W3J-02-0490-01-001 **Recomendación**

Para que el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., dé continuidad al proceso de aclaración ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de las diferencias determinadas entre las 202 plazas refrendadas por la Secretaría de la Función Pública y las 204 reportadas en el Módulo de Servicios Personales del Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Analítico de Plazas y Remuneraciones del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015, a fin de que la información que reporte el citado módulo sea veraz.

3. Marco normativo

Se constató que en 2015 el CPTM contó con 13 manuales de procedimientos, lineamientos y políticas institucionales autorizados y vigentes, que regularon el desarrollo de las actividades y funciones de supervisión administrativa y operativa de los contratos objeto de la muestra, los cuales establecieron las normas y procedimientos de aplicación particular a los procesos de cada área.

Adicionalmente, para normar el proceso de adjudicación de los contratos celebrados en el extranjero, la entidad fiscalizada contó con la "Guía para la Contratación de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios conforme al artículo 16 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público", autorizada y vigente, en la cual se observó que incluye actividades que no corresponden a la contratación y no establece un proceso en materia de adquisiciones, arrendamientos de bienes muebles y prestación de servicios de cualquier naturaleza, en términos de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez para satisfacer sus objetivos.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM remitió el proyecto de los "Lineamientos para la Contratación de Bienes y Servicios Conforme al artículo 16 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público", que considera el procedimiento de contratación que deberán seguir las Oficinas de Representación en el Exterior; asimismo, se evidenció su envío a la Dirección Ejecutiva de Asuntos Jurídicos del CPTM, para someterlos a consideración del COMERI, para su revisión, actualización y publicación en la Normateca Interna del CPTM.

Además, se remitió el Programa de Trabajo para la modificación de los lineamientos, donde se consideran diversas actividades con periodos y áreas responsables de su atención, que concluyen en su difusión y publicación, por lo que se solventa la observación.

4. Presupuesto y reporte de pasivo extemporáneo

Se comprobó que en 2015 el presupuesto original total fue por 882,329.6 miles de pesos y modificado por 6,393,867.2 miles de pesos, lo que representa un incremento en 624.7%, debido a los ingresos mensuales por derechos migratorios determinados en la Ley Federal de Derechos (LFD) y a las ampliaciones líquidas autorizadas por la SHCP. Al respecto, se constató que el CPTM contó con los oficios de asignación presupuestal, las adecuaciones presupuestarias y documentación soporte; asimismo, que el presupuesto ejercido (devengado), reportado en el Estado del Ejercicio del Presupuesto, al 31 de diciembre de 2015, se corresponde con lo reportado en la Cuenta Pública 2015, por 6,393,867.2 miles de pesos.

Además, se identificó que el CPTM envió hasta el 3 de marzo de 2016 la "Relación de Pasivos al 31 de diciembre de 2015" a la SECTUR, la cual la remitió a la SHCP el 4 de marzo de 2016; sin embargo, ésta debió recibirla antes del último día hábil de febrero.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados y Observaciones Preliminares, el CPTM informó que el atraso obedeció a dos ampliaciones otorgadas, el 18 y 24 de febrero de 2016, de las cuales el Sistema Integral de la Administración Financiera Federal programó pagar 6 cuentas por liquidar certificadas para el 29 de febrero de 2016, por lo que al no registrarse como devengadas en la Cuenta Pública 2015, fue necesario registrar las facturas no pagadas en pasivos y conciliar las cifras por reportar, situación que fue informada a la SECTUR el 1 de marzo de 2016.

Con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, mediante los oficios DGAACI/908/2016, DGAACI/909/2016 y DGAACI/910/2016 del 2 de septiembre de 2016, el CPTM acreditó que el Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional solicitó al Director Ejecutivo de Administración y Finanzas, al Coordinador de Administración y al Director de Recursos Financieros, que se tomen las medidas necesarias a fin de emitir y reportar la integración del presupuesto y el reporte de los pasivos, de conformidad con la normativa vigente, por lo que se solventa lo observado.

5. Procesos de adjudicación celebrados en 2015

Con la revisión de los procesos de adjudicación de ocho contratos, uno por 940,000.0 miles de pesos y siete por 101,291.5 miles de dólares, se constató que el contrato 052/2015 se adjudicó directamente y contó con el dictamen de aprobación del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (CAAS), la requisición de compra que hace constar la suficiencia presupuestaria, y la investigación de mercado. La propuesta técnica-económica fue consistente con las condiciones del contrato de origen, con fundamento en la normativa vigente.

Los siete contratos restantes correspondieron a servicios formalizados y prestados fuera del territorio nacional, adjudicados en cumplimiento de los lineamientos internos aplicables, con fundamento en el artículo 16 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP), de los que se comprobó que el CPTM contó con la justificación de la

selección del proveedor, escrito del titular del área usuaria o requirente y un dictamen de procedencia de la contratación, firmado por el Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional en quien se delegó dicha función por medio de poder notarial, lo que se detalla a continuación:

CONTRATOS ADJUDICADOS POR EL CPTM EN 2015, CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 16 LAASSP

(Miles de dólares)

Contrato	Justificación	Prestación del servicio	Importe
1 MTB/DRNA/023/2015	Conforme al estudio de mercado y dictamen de factibilidad, se seleccionó el de menor costo.	Norteamérica, Latinoamérica, Europa y Asia	25,391.5
2 CPTM/DR/ESP/01-D/2015	Se cotizó con tres proveedores y se seleccionó el de menor costo.	Europa	50,000.0
3 MTB/DRNA/021/2015	Se cotizó con tres proveedores y se seleccionó el de menor costo.	Estados Unidos de América y/o Canadá	12,000.0
4 MTB/DRNA/020/2015	Empresa facultada para comercializar los espacios de 4 centros de espectáculos en EUA, en Nueva York, Houston, Miami y Atlanta.	Norteamérica	4,000.0
5 MTB/DRNA/018/2015	Titularidad de 5 espacios de promoción.	Estados Unidos de América	3,950.0
6 MTB/DRNA/005/2015	Titularidad para organización y promoción de peleas de box en Norteamérica.	Estados Unidos de América	3,950.0
7 MTB/DRNA/019/2015	Titularidad en los espacios de "Village Halloween Parade" y "The Hollywood Christmas Parade" en Nueva York y Los Ángeles, respectivamente.	Estados Unidos de América	2,000.0
			101,291.5

FUENTE: Expedientes de los procesos de adjudicación celebrados por el CPTM en 2015.

Al respecto, se verificó que contaron con la Requisición de compra DRM-02 con la leyenda "La suficiencia presupuestal, está sujeta a la captación de los ingresos provenientes del DNR (Derechos de Visitantes sin Permiso para Realizar Actividades Remuneradas con Fines Turísticos)", excepto por la requisición del contrato CPTM/DR/ESP/01-D/2015, que carece de la leyenda de contar con suficiencia presupuestal.

Adicionalmente, se comprobó que los contratos adjudicados, con fundamento en el artículo 16 de la LAASSP, no se reportaron en el Informe de Autoevaluación del CPTM de 2015, lo que resta transparencia a sus operaciones.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados y Observaciones Preliminares, con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM remitió los oficios DGAACI/911/2016, DGAACI/912/2016 y DGAACI/913/2016 del 2 de septiembre de 2016, con los que el Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional solicitó al Director Ejecutivo de Administración y Finanzas, al Coordinador de Administración y al Director de Recursos Financieros tomar las medidas necesarias para que en cada una de las autorizaciones de suficiencia presupuestal se incluya la leyenda "La suficiencia presupuestal

está sujeta a la captación de los ingresos provenientes del DNR (Derechos de Visitante sin Permiso a Realizar Actividades Remuneradas con Fines Turísticos)", en cumplimiento de la normativa, por lo que el resultado se solventa.

Por otra parte, de los contratos adjudicados con fundamento en el artículo 16 de la LAASSP, se informó que la SFP señaló a la Junta de Gobierno que no se incluyeron los contratos citados en el informe de autoevaluación, por lo que con el oficio DG/CPTM/077/2016 del 23 de junio de 2016, el Director General del CPTM comunicó al Comisario Propietario y el Comisionado Suplente de la SFP que se tomará en cuenta lo indicado y se informará de las acciones realizadas en el próximo informe.

15-2-21W3J-02-0490-01-002 **Recomendación**

Para que el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., implemente los mecanismos de control y supervisión para que, en lo subsecuente, los contratos adjudicados con fundamento en el artículo 16 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, se reporten en los informes de autoevaluación, a fin de dar transparencia a sus operaciones.

6. Fianzas y cartas de crédito

Se constató que para garantizar el cumplimiento de las obligaciones contraídas mediante los ocho contratos formalizados en el ejercicio 2015, los prestadores de servicios entregaron fianzas o cartas crédito por el 10.0% de los montos de los contratos, de las cuales en cuatro cartas de crédito por un total de 6,395.0 miles de dólares, equivalentes a 98,872.8 miles de pesos, considerando los tipos de cambio de las fechas en que se emitieron las cartas de crédito, se observaron diversas deficiencias; después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, la entidad fiscalizada informó lo que a continuación se indica:

DEFICIENCIAS DE LAS CARTAS DE CRÉDITO		
Contrato	Deficiencia	Situación actual
1 MTB/DRNA/019/2015	La Carta de Crédito Irrevocable señala como fecha de firma del contrato el 31 de octubre de 2015; sin embargo, se firmó el 30 de octubre de 2015.	Se informó que, efectivamente, existió un error por parte de la institución emisora; sin embargo, se circunscribió a un aspecto referencial del contrato.
2 MTB/DRNA/021/2015	El monto de la Carta de Crédito Irrevocable se expidió por un monto que especifica: "no exceda los 800,000.0 USD", cuando debió ser por 1,200.0 miles de dólares, equivalentes a 19,764.6 miles de pesos, a un tipo de cambio de 16.4705 pesos, publicado el 25 de noviembre de 2015 en el DOF, fecha de la emisión de la citada carta.	Se informó que los servicios fueron devengados a entera satisfacción sin poner en riesgo los intereses del CPTM; sin embargo, no se justificó el incumplimiento.
3 MTB/DRNA/005/2015	La Carta de Crédito Stand By Irrevocable, no cumple con las especificaciones señaladas en el contrato, como número, objeto, fecha, términos, debido cumplimiento, prórrogas, aviso de cancelación del contrato, entre otros.	La entidad fiscalizada argumentó que en la formalización de los contratos, mantuvo y conservó en todo momento sus derechos para, en su caso, proceder a la exigibilidad de las pólizas de fianza o cartas de crédito; sin embargo, no cumplen con lo establecido en los contratos.
4 CPTM/DR/ESP/01-D/2015		

FUENTE: Cartas crédito de los contratos y oficio DGAACI/945/2016 del 8 de septiembre de 2016.

Por otra parte, para garantizar los servicios del contrato 36/2014 en 2014 y 2015, el proveedor cubrió con garantías el 100.0% del pago anticipado y el 10.0 % del monto pagado.

Asimismo, se constató que para el ejercicio de 2014, la garantía del anticipo presentó deficiencias en la inclusión de declaraciones expresas, que se refieren a que el objeto del contrato está incompleto y carece de la fecha del contrato, entre otras, y en 2015, tanto la garantía del anticipo como la de cumplimiento no incluyeron expresamente el objeto del contrato.

Por lo anterior, y con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, con el oficio DGAACI/940/2016 del 7 de septiembre de 2016, la entidad fiscalizada instruyó a los directores del CPTM y áreas técnicas involucradas con la promoción turística para que manifiesten bajo protesta de decir verdad, que las fianzas, cartas de crédito, etc., que remitan a la Dirección de Recursos Materiales fueron verificadas y revisadas, cumplen con los requisitos contractuales, conforme al tipo de garantía de que se trate y que se emitieron con sujeción a las disposiciones legales aplicables, por lo que se consideran efectuadas las acciones preventivas.

15-9-21W3J-02-0490-08-001 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

Ante el Órgano Interno de Control en el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., para que realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente, por los actos u omisiones de los servidores públicos que en su gestión no verificaron que las cartas de crédito presentadas por los prestadores de servicios cumplieron con las especificaciones establecidas en los contratos MTB/DRNA/019/2015, MTB/DRNA/005/2015, CPTM/DR/ESP/01-D/2015 y 36/2014.

15-9-21W3J-02-0490-08-002 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

Ante el Órgano Interno de Control en el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., para que realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente, por los actos u omisiones de los servidores públicos que en su gestión recibieron una carta de crédito, por 800.0 miles de dólares presentada por el prestador de servicios, aun cuando en el contrato MTB/DRNA/021/2015 se pactó una de 1,200.0 miles de dólares, equivalentes a 19,764.6 miles de pesos, a un tipo de cambio de 16.4705 pesos, publicado el 25 de noviembre de 2015 en el Diario Oficial de la Federación, fecha de la emisión de la citada carta, conforme al porcentaje especificado en la cláusula contractual, a fin de avalar las obligaciones y proteger los intereses de la entidad fiscalizada.

7. Integración de los expedientes de los procesos de adjudicación

Con la revisión de la integración de los expedientes de ocho procesos de adjudicación de 2015, se constató que no se integraron conforme a la normativa interna, ya que no contaron con los estados de cuenta CLABE estandarizada, escritos con datos para depósito y garantías de cumplimiento, entre otros; sin embargo, en el transcurso de la auditoría, se proporcionó la documentación faltante, excepto por el Formato 9 "Oficio de Adjudicación"; y el "Escrito con los datos de quien atenderá al CPTM" del contrato CPTM/DR/ESP/01/D/2015.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados y Observaciones Preliminares, la entidad fiscalizada informó que no se incluyó el oficio de adjudicación, ni el escrito con los

datos de quién atenderá al CPTM, debido a que la guía señala que las Oficinas de Representación en el Exterior "podrán" utilizar, entre otros formatos, los observados, sin que sea obligatorio, debido a que los expedientes se integran de acuerdo con la legislación local en la que se celebraron.

Con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM remitió el oficio DGAACI/940/2016 del 7 de septiembre de 2016, con el cual se instruyó a los directores generales adjuntos, directores ejecutivos, coordinadores, directores de área, directores regionales, directores de las oficinas en el exterior, que, en lo subsecuente, cumplan con lo dispuesto en la normativa interna, en las contrataciones que se realicen al amparo de lo dispuesto en el artículo 16 de la LAASSP, con la finalidad de que los expedientes sean integrados debidamente, por lo que se solventa lo observado.

8. Constitución y participación del CPTM en la creación de una Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable

Se constató que el 17 de marzo de 2015 se constituyó una Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable (Sociedad), cuyo objetivo es impulsar la promoción turística, en la cual el CPTM aportó el 50.0% del capital social, y el 50.0% restante fue aportado por particulares; se comprobó que contó con las autorizaciones de la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del CPTM y de la SHCP.

Del análisis del acta vigésima sexta de la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del CPTM, del 13 de marzo de 2015, se conoció que se integró por los representantes de los accionistas del Gobierno Federal, por conducto de la SECTUR y del FONATUR, y se contó con la asistencia del Comisario, de los directores Ejecutivo de Asuntos Jurídicos, de Junta de Gobierno y de lo Consultivo del CPTM, con el fin de discutir la aprobación sobre la participación del CPTM, en una Sociedad de Participación Estatal Minoritaria, entre otros, conforme los términos siguientes:

El objetivo de la nueva sociedad sería impulsar la promoción turística de México, en conjunto con la iniciativa privada, con miras a ejecutar diversos proyectos, incluyendo, pero sin limitarse, planes, programas, estrategias y estructuras para aplicar en medios de comunicación, publicidad, audiovisuales, cine y televisión para los fines indicados.

En relación con la viabilidad económica de la participación en la nueva sociedad, se reconoció que uno de los objetos principales es fomentar, con la participación de los sectores público, social y privado, todo tipo de actividades que promuevan los atractivos y servicios turísticos del país, el cual es uno de los principales fines del Consejo, por lo que se hizo de conocimiento que económicamente el CPTM contaba con los recursos necesarios para participar, con la aportación inicial por 50.0 miles pesos, y aportaciones en la misma cantidad por parte de los particulares.

Por lo anterior, desde el punto de vista legal, se resolvió procedente su participación, debido a que los estatutos orgánico y sociales permiten la celebración de estos actos como sociedad mercantil, para llevar a cabo sus fines y la consecución de su objeto social; además, se comentó que en términos de los artículos 8 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y 8B, 8D y 8F de su reglamento, se iniciaría la solicitud de la autorización ante la SHCP, y que la procedencia de la participación del CPTM en la sociedad

se debía hacer del conocimiento de la Junta de Gobierno, así como los acuerdos, entre los cuales estaría: "Se ratifican y validan los actos que para efectos de la constitución de la sociedad se hubieren llevado a cabo por parte de los órganos de la Sociedad, incluyendo de manera enunciativa, las negociaciones con los particulares interesados en los proyectos, y las solicitudes de autorización que se hubieren realizado ante SHCP o SECTUR"; sin embargo, no se evidenció la integración de la carpeta que documente que la autorización de la participación de la entidad fiscalizada en la sociedad fue viable, ni se localizó en las actas de la Junta de Gobierno de 2015, la evidencia de haberse informado los acuerdos adoptados.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares y con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, la entidad fiscalizada informó que no existe marco normativo que obligue al CPTM a justificar el sustento de la viabilidad de la creación de una empresa de participación estatal minoritaria, como lo es México Orgullo del Mundo, S.A.P.I. de C.V.

Asimismo, de la evidencia de informar a la Junta de Gobierno el acuerdo adoptado por la Asamblea de accionistas, se indicó que no existe regla alguna que obligue a informarle en determinado tiempo; no obstante, se comunicaron a la Junta de Gobierno las aportaciones de capital a la sociedad, mediante el informe de autoevaluación del periodo enero – junio de 2015 e informes del Director General al segundo y tercer trimestre de 2015.

Al respecto, la entidad fiscalizada evidenció con el oficio DGAJ/654/2016 del 17 de noviembre de 2016, que el Encargado de la Dirección Ejecutiva de Asuntos Jurídicos instruyó a la Directora de Junta de Gobierno para que los acuerdos adoptados por la Asamblea de Accionistas, se den a conocer en la siguiente sesión de la Junta de Gobierno, cuando proceda.

15-2-21W3J-02-0490-01-003 **Recomendación**

Para que el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., en su calidad de accionista de la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable, implemente los procedimientos y mecanismos de control y supervisión para que, en lo subsecuente, se integre la documentación que acredite la viabilidad de las erogaciones y se ponga a disposición de la asamblea de accionistas para su autorización, a fin de garantizar la transparencia de sus operaciones.

9. Aportaciones del CPTM a la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable

Durante el ejercicio 2015, el CPTM realizó aportaciones por un total de 144,086.2 miles de pesos, las cuales se comprobó que contaron con los oficios de autorización y una ampliación líquida de la SHCP, pero en esta última no se especificó que sería una aportación a la sociedad. Asimismo, se identificó que el 31 de marzo de 2015 el CPTM aportó inicialmente 50.0 miles de pesos; sin embargo, de acuerdo con el acta constitutiva de la sociedad, sólo le correspondía aportar 25.0 miles de pesos, por lo que el 1 de julio de 2015, la sociedad le devolvió 25.0 miles de pesos, que no fueron reintegrados a la Tesorería de la Federación (TESOFE), en el ejercicio 2015; con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM acreditó el reintegro a la TESOFE el 5 de agosto de 2016, así como el reintegro de sus intereses.

Además, se comprobó que el CPTM, en su calidad de accionista de la sociedad, contó con los informes financieros, excepto por el denominado "Informe de los administradores sobre la marcha de la sociedad en el ejercicio, así como sobre las políticas seguidas por los administradores y, en su caso, sobre los principales proyectos existentes".

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares y con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM evidenció que con el oficio DFGAACI/DEAF/448/2016 del 26 de septiembre de 2016 el Director Ejecutivo de Administración y Finanzas instruyó al Director de Recursos Financieros y al Gerente de Presupuesto tomar las medidas necesarias, a fin de que en todas las ampliaciones al presupuesto del CPTM se precise la acción o destino que se dará a los recursos solicitados.

Asimismo, remitió el Informe de los administradores sobre la marcha de la sociedad del 29 de abril de 2016, donde el presidente, secretario y vocal suplente ponen a disposición del Consejo de Administración el Informe de las actividades y criterios establecidos, de conformidad con el artículo 172, inciso A, de la Ley General de Sociedades Mercantiles; sin embargo, este documento no ha sido autorizado por el Consejo de Administración de la sociedad, ni remitido al CPTM, en su calidad de accionista, con la documentación soporte, por lo que la observación persiste.

15-2-21W3J-02-0490-01-004 **Recomendación**

Para que el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., en su calidad de accionista de la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable, implemente los mecanismos de control, seguimiento y supervisión para contar con la información financiera autorizada por el Consejo de Administración de la Sociedad, así como con la documentación soporte, conforme a los términos y plazos establecidos en la normativa, a fin de garantizar una toma de decisiones oportuna y sustentada para efectos del cumplimiento del objeto de la creación de la sociedad

10. Servicios contratados por la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable

A fin de impulsar la promoción turística, la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable (Sociedad), de la cual es accionista el CPTM, celebró el 18 de marzo de 2015 un contrato denominado "Location Placement Agreement" con la empresa productora de la filmación en México de la secuencia de la película de James Bond "Spectre" proyecto de gran impacto en el ámbito mundial.

Al respecto, el objeto del contrato consistió en presentar a México con diferentes locaciones con una duración de al menos cuatro minutos, por lo que la Sociedad pagaría el monto denominado "Cuota de Productividad" de 14,000.0 miles de dólares hasta 20,000.0 miles de dólares, del cual, se comprobó que mediante seis transferencias, se pagaron 18,000.0 miles de dólares, equivalentes a 286,342.5 miles de pesos, considerando los tipos de cambio de las fechas en que se efectuaron las operaciones, en las que se establecieron diversas actividades por efectuar por la sociedad, entre otras, apoyar en todos los permisos y licencias de filmación, asistir u obtener asistencia para el productor en la negociación de descuentos y accesos a vuelos, hoteles y transportación terrestre.

Para verificar la aplicación de los recursos federales aportados por el CPTM a la sociedad, la entidad fiscalizada proporcionó el "Reporte de Actividades" del 9 de noviembre de 2015, donde la sociedad informó a su Consejo de Administración, las principales acciones al amparo del contrato, de lo cual se observó que, en su calidad de accionista, la entidad fiscalizada carece del soporte documental del seguimiento y supervisión del cumplimiento del contrato "Location Placement Agreement" celebrado con la empresa productora de la secuencia de la película, referente a los permisos y licencias para la filmación, determinación de la cuota de productividad y beneficios adicionales por la filmación para la administración y accionistas de la sociedad.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, la entidad fiscalizada remitió el soporte documental del seguimiento y supervisión del cumplimiento del contrato; sin embargo, sólo documentó parcialmente lo referente a los numerales de "Apoyo para la filmación por parte del Gobierno Mexicano", del "Acuerdo del pago de la cuota de Productividad" (Pago al productor), "Otros beneficios para MEXMUN, su administración y accionistas", y del apartado de "Licencias" no se remitió información.

En la información proporcionada, que sustentó el apoyo para la filmación por parte del Gobierno Mexicano, se observó que correspondió a actividades celebradas antes de la constitución de la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable, de la que el CPTM es accionista, y de la formalización del contrato entre la sociedad y la empresa productora de la secuencia de la película.

15-2-21W3J-02-0490-01-005 **Recomendación**

Para que el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., en su calidad de accionista, de la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable, implemente los mecanismos de control, seguimiento y supervisión para contar con la información de las actividades operativas y administrativas de los contratos que formalice dicha sociedad, así como su documentación soporte, conforme a los términos y plazos establecidos en la cláusulas contractuales a fin de garantizar su cumplimiento.

15-9-21W3J-02-0490-08-003 **Promoción de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria**

Ante el Órgano Interno de Control en el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., para que realice las investigaciones pertinentes y, en su caso, inicie el procedimiento administrativo correspondiente, por los actos u omisiones de los servidores públicos que en su gestión no realizaron el seguimiento ni supervisión del cumplimiento del contrato "Location Placement Agreement", celebrado entre la empresa productora de la secuencia de la película y la Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable, de la cual es accionista el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.

11. Contrato 36/2014 y garantía para el evento de la Fórmula Uno

Antecedentes

El 23 de junio de 2014, el CPTM celebró el contrato de prestación de servicios 36/2014, relativo al servicio de promoción de México, por virtud de la realización y ejecución de los actos necesarios para la celebración del evento de Fórmula 1 "Gran Premio de México", en el Autódromo Hermanos Rodríguez en la Ciudad de México (el EVENTO), en cada uno de los

años de 2015 al 2019, por 213,279.0 miles de dólares, adjudicado directamente de acuerdo con el oficio DG/CPTM/181/2014 del 16 de junio de 2014, mediante el cual el Director General autorizó el dictamen de excepción a la licitación pública, conforme a la investigación de mercado, requisición de compra, justificación y la propuesta de servicios del proveedor (técnica y económica); con lo que se determinó procedente que la contratación se realizara mediante excepción a la licitación "... con fundamento en la fracción I del artículo 41 de la LAASSP, toda vez que en el mercado existe un solo oferente que posee la titularidad del evento sobre el cuál se desea contratar servicios de Presencia de Marca México", por realizarse en el Autódromo Hermanos Rodríguez, sitio propiedad del Gobierno del Distrito Federal, permisionado a la subsidiaria de CIE, Operadora de Centros de Espectáculos, S.A. de C.V., que posee la titularidad y exclusividad para su aprovechamiento y explotación comercial, y dado que CIE sostiene la relación comercial con la empresa titular de los derechos para traer los eventos del Grand Prix de la Fórmula 1 a México.

Asimismo, se constató que con el oficio DG/CPTM/182/2014 del 16 de junio de 2014, el Director General autorizó llevar a cabo la contratación plurianual, con fundamento en el artículo 50 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

En el contrato se estableció que los servicios se ejecutarían en seis periodos, el primero, del 23 de junio de 2014 al 31 de diciembre de 2014; los periodos segundo al sexto, del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019, por lo que el monto se cubrirá antes de la prestación de los servicios.

El primer evento se realizó el 30 y 31 de octubre y 1 de noviembre de 2015, en el Autódromo Hermanos Rodríguez.

Para garantizar las obligaciones tendentes a la realización del evento, el CPTM se comprometió a obtener y poner a disposición del prestador de servicios, cinco cartas de crédito; una por cada año de realización del evento, las cuales deberán ser emitidas por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (BANCOMEXT), y confirmadas por un banco, ubicado o con oficinas en la Ciudad de Londres, en el Reino Unido de la Gran Bretaña, de acuerdo con la cláusula "OTRAS OBLIGACIONES..." del contrato.

Por lo anterior, la Asamblea General de Accionistas y la Junta de Gobierno del CPTM, así como la SHCP, autorizaron la contratación de la línea de crédito en cuenta corriente por aval; por la cantidad de hasta 64,000.0 miles de dólares, para 2014 y 2015, por lo que el 7 de julio de 2014 se celebró el contrato con BANCOMEXT. Al respecto, se verificó que para la emisión de la primera carta de crédito, se contó con la inscripción del crédito ante el Registro de Obligaciones Financieras del Gobierno Federal, con la certificación del Director de Recursos Financieros del CPTM de la suficiencia para el pago, y con la opinión del Director Ejecutivo de Administración y Finanzas del CPTM en la que señaló que cuenta con las autorizaciones requeridas para celebrar el contrato. Asimismo, se constató que se emitieron las cartas de crédito en los términos pactados del primer y segundo periodo, por las cuales se pagaron 9,472.6 miles de pesos y 12,624.3 miles de pesos, respectivamente.

12. Impacto económico y mediático de la Fórmula Uno

Se verificó que el CPTM contó con el reporte de derrama económica, denominado "Fórmula 1 Gran Premio de México 2015, Ciudad de México, 30-31 Octubre 01 Noviembre, Impacto

Económico", elaborado conforme al contrato, por dos organizaciones internacionales especializadas principalmente en la administración de costos y en el procesamiento de información de "Formula One Management" para la elaboración de reportes de Fórmula 1.

Con el análisis de dicho reporte y comparado con las cifras estimadas, presentadas en la justificación del proceso de contratación, se determinó lo siguiente:

Impacto económico y mediático del evento de 2015 de "Fórmula 1"
(Millones de dólares)

Concepto	Estimado	Reportado
Impacto económico del evento	189.4	210.5
Exposición de medios	209.5	277.8
Total	398.9	488.3

FUENTE: Reporte de derrama económica "Fórmula 1 Gran Premio de México 2015, Ciudad de México, 30-31 Octubre 01 Noviembre, Impacto Económico" y justificación del proceso de contratación.

Un impacto estimado total, por 398.9 millones de dólares, integrado por un impacto económico indirecto, por 189.4 millones de dólares, que corresponderían a la producción y los empleos generados en los sectores que se beneficiarían indirectamente de las inversiones y del gasto, es decir, aquellos bienes y servicios que se suministrarían a los sectores directamente beneficiados.

Asimismo, un impacto estimado en exposición de medios de 209.5 millones de dólares, y la Marca México, asociada con el Gran Premio de México, produciría un efecto multiplicador de la inversión en medios, por la repetición del nombre en la publicidad de los patrocinadores de cada competidor y de la propia F1, en los distintos países del mundo que cubren el evento, ya que tendría una exposición ante 515 millones de espectadores en el ámbito mundial mediante la transmisión televisiva; además, la cobertura en medios impresos incluiría más de 14,000 publicaciones a lo largo de todo el mundo, y la cobertura mediante la página www.formula1.com, que supera los 50.0 millones de visitantes el día de la carrera.

Al respecto, se constató que el reporte de derrama económica mostró beneficios económicos, por 488.3 millones de dólares, con lo cual se cumplió en 122.4% respecto de los beneficios esperados, por 398.9 millones de dólares.

Los beneficios se integraron por 210.5 millones de dólares que correspondieron a erogaciones relacionadas con el evento, por concepto de gastos de operación, desembolsos del proveedor, de los competidores, sus equipos y de los espectadores, así como por 277.8 millones de dólares de la exposición mediática a precios comerciales de T.V., en medios de impresión y de cobertura en línea.

Asimismo, el evento registró una asistencia de 335,850 espectadores en los tres días, y fue la segunda carrera en asistencia después del Gran Premio Británico, con 347,666 espectadores. Además, la ocupación hotelera generó un incremento en ventas de habitaciones de hotel, por 19 millones de dólares, durante la semana del evento; se calculó que los asistentes gastaron

alrededor de 17.4 millones de dólares en otros conceptos diferentes en la semana del evento. Además, la actividad en redes sociales reportó 2,318,917,330 impresiones generadas y 87,968,936 de cuentas de redes sociales alcanzadas.

13. Recepción de servicios del contrato 36/2014

Del contrato 36/2014, celebrado en 2014 para los servicios de promoción de México en Fórmula Uno, los entregables definidos en el anexo técnico fueron la realización y ejecución de los actos necesarios para la celebración del evento, responsabilidades relativas al local, actividades para la promoción de México, reportes y comprobación, y las actividades conexas a las anteriores.

Al respecto, se comprobó que el CPTM contó con los entregables relativos a los reportes y comprobación, consistentes en el análisis del impacto generado por el evento y la cobertura de medios, la recepción de los reportes fotográficos, derrama económica generada por organizaciones internacionales especializadas, de cobertura de medios impresos, electrónicos y digitales, conforme a los términos y plazos.

De los servicios de responsabilidades relativas al local para la celebración del evento, se proporcionó un Acta del 30 de octubre al 13 de noviembre de 2015, donde un notario hizo constar lo ocurrido los días 30 y 31 de octubre y 1 de noviembre de 2015, en el "Autódromo Hermanos Rodríguez"; entre otros, atestiguó las sesiones de práctica de los días 30 y 31 de octubre, y el 1 de noviembre de 2015; el evento se transmitió en vivo por un canal de televisión abierta, el cual proporcionó un disco compacto con el video del evento; además, certificó que las fotografías que se agregaron al acta corresponden a los hechos que presencié.

De la realización y ejecución de los actos necesarios para la celebración del evento, las actividades para la promoción de México y las conexas, se proporcionó diversa información, como la constancia de que el evento cumplió con los estándares requeridos, convenios de colaboración entre el prestador del servicio y una organización para la colaboración y aval para la realización del evento, así como con un tercero para contar con el personal técnico capacitado para el evento, programa oficial del evento, reporte fotográfico y copia de las pólizas de diversos seguros.

14. Recepción y pago de los servicios contratados

Con el análisis de los pagos de siete contratos seleccionados para revisión, por 2,492,083.3 miles de pesos, se comprobó que contaron con la documentación comprobatoria del gasto, consistente en facturas, formato y oficio de solicitud de pago, cuenta por liquidar certificada, transferencia bancaria, entre otros; se determinó que los pagos se realizaron conforme a los términos y precios establecidos en los contratos, en cumplimiento de la normativa vigente.

Al respecto, se verificó que la recepción de los servicios contratados cumplió con las especificaciones establecidas en el anexo técnico de cada contrato, y de la difusión de la marca "México", conforme a la "Guía breve de uso de Marca México/País"; sin embargo, de los contratos 82/2013, MTB/DRNA/12/2013, 52/2015, MTB/DRNA/005/2015 y CPTM/DR/ESP/01-D/2015 no se contó con diversa documentación estipulada en dichos anexos, como reportes trimestrales; la pauta precompra carece de firmas de autorización, evidencia de la realización y ejecución de los actos necesarios para la celebración del Evento

y actividades para la promoción de México, carpeta de cierre anual de campaña por entidad federativa; en nueve eventos que se transmitieron en televisión, donde tiene presencia la marca "México", se incumple con los colores establecidos en la "Guía breve de uso de marca México/País", y con los reportes de planeación estratégica, creatividad y producción.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, con el oficio DGAACI/995/2016 del 30 de septiembre de 2016, la entidad fiscalizada proporcionó las pautas precompra firmadas de los contratos MTB/DRNA/12/2013 y 52/2015, del contrato MTB/DRNA/005/2015, se anexó la documentación soporte del visto bueno y aceptación de los colores de la marca "México" y del contrato CPTM/DR/ESP/01-D/2015 se entregaron los reportes, donde el proveedor hace constar la fecha de recepción de la entrega, por lo que se aclara la observación de estos contratos.

Por otra parte, del contrato 82/2013, se informó que no se incluyeron los reportes de septiembre y octubre, debido a que los servicios no se ejecutaron, por la terminación anticipada del contrato al 31 de agosto de 2015, por lo que se remitieron los oficios DEM/169/G1/2015 del 17 de agosto de 2015, donde el CPTM le informó al proveedor la terminación anticipada, y el oficio del proveedor en el que manifiesta su conformidad; sin embargo, el acta de conciliación para cierre del contrato no se realizó sino hasta el 21 de septiembre de 2016, 13 meses después, sin que se justifique su extemporaneidad.

Además, el CPTM proporcionó una nota informativa del 23 de septiembre de 2016, donde la Dirección de Medios Nacional remitió las actas de cierre de 2013, 2014 y 2015, y una nota informativa, en la que se señaló que el acta de cierre-finiquito se llevó a cabo el 21 de septiembre de 2016, ya que se realizaron dos pagos al proveedor, por un total 7,544.3 miles de pesos, el 2 de septiembre 2016.

Al respecto, se observó falta de seguimiento, control y supervisión de los responsables de administrar y supervisar el cumplimiento del contrato, debido a que, conforme a la fecha estimada de comprobación y el pago de los servicios, se identificó un retraso de hasta 434 días contra las actas de cierre y finiquito.

Adicionalmente, la entidad fiscalizada informó que la revisión de las facturas pagadas y pendientes de pago, conforme al presupuesto asignado, se efectuó con diligencia, una vez realizadas la totalidad de los pagos, toda vez que la cláusula del finiquito no señala plazo para llevarlas a cabo.

15-2-21W3J-02-0490-01-006 **Recomendación**

Para que el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., implemente los mecanismos de control, seguimiento y supervisión para que en los contratos se especifiquen los términos, tiempos y plazos para las conciliaciones de los periodos anuales de la prestación del servicio; para concluir los procesos del finiquito, así como su facturación y el pago a la entrega de los servicios especificados en las cláusulas contractuales, a fin de garantizar su cumplimiento.

15. Metas e indicadores

Se constató que para el programa "F001 Promoción de México como destino turístico", cuya misión fue "Promocionar integral y competitivamente a México con sus productos y destinos

en los mercados nacional e internacional, por medio del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística", la entidad fiscalizada estableció en la Matriz de Indicadores para Resultados, 11 indicadores, de los cuales 9 cumplieron la meta programada y 2 cumplieron en un 92.4% y 94.0%, lo que se consideró aceptable dado que se justificó el resultado obtenido; asimismo, se comprobó que 5 indicadores coincidieron con lo reportado en la Cuenta Pública 2015, pero 4 no se pudieron vincular con la fuente documental y 1, no se pudo verificar con la fórmula reportada; de los 6 indicadores restantes, los porcentajes reportados no coinciden con las variables utilizadas en la memorias de cálculo.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, la entidad fiscalizada proporcionó la evidencia documental de la fuente de información de las variables utilizadas en la memoria de cálculo de 5 indicadores, y que se correspondieron con el porcentaje de cumplimiento reportado en la Cuenta Pública 2015; asimismo, de los 6 indicadores restantes, se proporcionó la ficha técnica, memoria de cálculo y la fuente de información de cada indicador, por lo que se comprobó que las variables utilizadas se corresponden con los porcentajes reportados en la Cuenta Pública 2015.

Con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, mediante el oficio DEPE/149/2016 del 6 de septiembre de 2016, la Dirección de Planeación y Evaluación solicitó a la Dirección de Inteligencia de Mercados y Coordinaciones de Ferias y Eventos, de Cooperativos y de Mercadotecnia Digital, que los reportes de avance de los indicadores de la Matriz de Indicadores de Resultados estén acompañados de los documentos fuente o medios de verificación, por lo que se solventa lo observado.

16. Registro contable y presupuestal

Con la revisión del registro contable y presupuestal de las operaciones generadas por los pagos de los siete contratos, por 2,492,083.3 miles de pesos, seleccionados como muestra, se comprobó el registro de los 12,624.3 miles de pesos de pago de comisiones por la emisión de una carta de crédito, en el Sistema de Contabilidad y Presupuesto de la SHCP y en el sistema contable CONTPAQi, con la afectación de las cuentas de gasto del Manual de Contabilidad para las Entidades Paraestatales de la Administración Pública Federal y no del Catálogo Contable, aprobado por el Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC). Al respecto, la entidad fiscalizada informó que se iniciaron las acciones para homologar las claves del sistema, de 2012 al 2015, y para el ejercicio 2016 proporcionó el "Catálogo Contable" aprobado, así como los catálogos unificados de los ejercicios 2014 y 2015; sin embargo, no guardan interrelación y no se encuentran alineados con el catálogo de cuentas aprobado por el CONAC.

Asimismo, se verificó que en el presupuesto ejercido en 2015 se afectaron las partidas presupuestarias 33901 "Subcontratación de servicios con terceros", 36201 "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios" y 34101 "Servicios bancarios y financieros", de conformidad con el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.

Por otra parte, se constató que las aportaciones realizadas a México Orgullo del Mundo, S.A.P.I. de C.V., fueron registradas en el capítulo 3000 "Servicios Generales", sin considerarlas como una inversión financiera a largo plazo, del capítulo 7000, y se presentaron en el Estado de Situación Financiera en el rubro de Otros Activos no Circulantes.

Después de la Reunión de Presentación de Resultados Finales y Observaciones Preliminares, y con motivo de la intervención de la Auditoría Superior de la Federación, el CPTM proporcionó la Balanza de Comprobación, al 9 de septiembre de 2016, en la cual se observó que la entidad homologó las claves del sistema con el catálogo aprobado por la CONAC. De la regularización presupuestal de las aportaciones a la sociedad, la entidad fiscalizada remitió el registro contable y la documentación soporte de la reclasificación de las aportaciones a una subcuenta dependiente de Inversiones Financieras a Largo Plazo, dentro del rubro de Activo No Circulante, y se obtuvo la autorización de la SHCP del alta de la partida presupuestal 72401, tipo de gasto y fuente de financiamiento para el ramo en el módulo Proceso Integral de Programación y Presupuesto y la actualización del catálogo, con lo que se solventa lo observado.

Recuperaciones Operadas

En el transcurso de la revisión se recuperaron recursos por 25.0 miles de pesos, con motivo de la intervención de la ASF.

Resumen de Observaciones y Acciones

Se determinó(aron) 12 observación(es), de la(s) cual(es) 5 fue(ron) solventada(s) por la entidad fiscalizada antes de la integración de este informe. La(s) 7 restante(s) generó(aron): 6 Recomendación(es) y 3 Promoción(es) de Responsabilidad Administrativa Sancionatoria.

Dictamen

El presente se emite el 25 de noviembre de 2016, 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 la gestión financiera de las erogaciones en eventos considerados de gran impacto turístico y promoción de México, a fin de verificar que se presupuestaron, adjudicaron, contrataron, recibieron y pagaron, de acuerdo con los términos y precios pactados, en cumplimiento de sus objetivos y metas; asimismo, que el registro contable y presupuestal se realizó conforme a las disposiciones legales y normativas, y específicamente respecto de la muestra revisada que se establece en el apartado relativo al alcance, se concluye que, en términos generales, el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. cumplió con las disposiciones legales y normativas que son aplicables en la materia, excepto por los aspectos observados siguientes:

- El CPTM no reportó en el Informe de Autoevaluación de 2015, los contratos adjudicados con fundamento en el artículo 16 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- Cuatro cartas de crédito presentadas por los prestadores de servicios no cumplieron con las especificaciones señaladas en los contratos, y una se recibió con un importe menor en 400.0 miles de dólares, equivalentes a 6,588.2 miles de pesos, a un tipo de cambio de 16.4705 pesos, publicado el 25 de noviembre de 2015 en el DOF, fecha de la emisión de la citada carta, con lo que se incumplió lo estipulado en el contrato.
- La Asamblea de Accionistas del CPTM no contó con los elementos que sustentaran la viabilidad en la creación de una sociedad con particulares, que tuvo como proyecto la

filmación en México de la secuencia de la película de James Bond "Spectre", dado que carece de marco normativo.

- El CPTM sólo acreditó una parte de la documentación soporte, lo que denota deficiencia en el seguimiento y supervisión del contrato celebrado con el productor de la secuencia de la película.
- Falta de seguimiento, control y supervisión del contrato 82/2013, donde se identificó un retraso de hasta 434 días en relación con las actas de cierre y finiquito.

Apéndices

Procedimientos de Auditoría Aplicados

1. Constatar el marco normativo que reguló las erogaciones en eventos considerados de gran impacto turístico y promoción de México.
2. Comprobar que los recursos erogados contaron con el registro, aprobación y documentación soporte.
3. Verificar que los procesos de adjudicación cumplieron con la normativa, y que los contratos y convenios modificatorios se formalizaron y garantizaron.
4. Comprobar que los servicios contratados se justificaron, recibieron y pagaron, conforme a los términos y precios pactados.
5. Constatar el cumplimiento de los objetivos y metas.
6. Verificar que el registro contable y presupuestal de las operaciones se realizó conforme a la normativa.

Áreas Revisadas

Las direcciones ejecutivas de Mercadotecnia y de Promoción, adscritas a la Dirección General Adjunta de Mercadotecnia y Promoción; las direcciones ejecutivas de Administración y Finanzas y de Oficinas de Representación, adscritas a la Dirección General Adjunta de Administración y Coordinación Internacional, y las direcciones ejecutivas de Planeación y Evaluación y de Asuntos Jurídicos del Consejo de Promoción Turística de México.

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. Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público: artículo 48, fracción II.
2. Otras disposiciones de carácter general, específico, estatal o municipal: Ley General de Sociedades Mercantiles, artículo 172, inciso A.

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, artículo 7, fracción XIII.

Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, Capítulo II, disposición 14, inciso a) Normas Generales de Control Interno, normas Primera, Tercera, Cuarta y Quinta.

Contrato No. MTB/DRNA/005/2015, Cláusula Sexta, "Garantía del Cumplimiento", fracciones V, VI, VII, VIII, IX y X.

Contrato No. CPTM/DR/ESP/01-D/2015, Cláusula Sexta "Garantía del Cumplimiento", fracciones IV, VIII, IX y X.

Contrato No. MTB/DRNA/019/2015, Cláusula Décima Tercera "Garantía", fracción IV.

Contrato No. 36/2014, Cláusula Décima Primera "Garantías", apartado A, numerales 4, 5, 6 y 7.

Contrato No. MTB/DRNA/021/2015, cláusulas Tercera "Monto" y Décima Tercera "Garantía", fracción IV.

Contrato No. 82/2013, cláusulas Segunda, "Plazos y Condiciones para la Prestación de los Servicios" y Sexta "Facturación y Comprobación".

Manual de Organización del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. para el personal en México, Dirección General Adjunta de Administración y Coordinación Internacional, "Funciones", fracción XXXII.

Contrato "Location Placement Agreement", numerales, 3 "Apoyo para la filmación por parte del Gobierno Mexicano", incisos d y f, 9 "Pago", inciso b, apartado iii del "Saldo de la Cuota de Productividad", 11 "Otros beneficios para MEXMUN, su administración y accionistas", incisos b, c, d y e, y 12 "Licencia".

Fundamento Jurídico de la ASF para Promover Acciones

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

Artículo 79, fracción II, párrafos tercero y quinto, y fracción IV, párrafos primero y penúltimo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículos 6, 12, fracción IV; 13, fracciones I y II; 15, fracciones XIV, XV y XVI; 29, fracción X; 32; 39; 49, fracciones I, II, III y IV; 55; 56, y 88, fracciones VIII y XII, de la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de mayo de 2009, en relación con los Transitorios PRIMERO y CUARTO del Decreto por el que se expide la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación; y se reforman el artículo 49 de la Ley de Coordinación Fiscal, y el artículo 70 de la Ley General de Contabilidad Gubernamental, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de julio de 2016.

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 determinadas por la Auditoría Superior de la

Federación, y que se presentó a esta entidad fiscalizadora para los efectos de la elaboración definitiva del Informe del Resultado.