CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

Caja Huancayo
La Caja del Perú

ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL
CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE HUANCAYO SA

INFORME DE CONTROL ESPECÍFICO N° 020-2026-2-1501-SCE

SERVICIO DE CONTROL ESPECÍFICO A HECHOS CON PRESUNTA IRREGULARIDAD CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE HUANCAYO SA HUANCAYO, HUANCAYO, JUNÍN

"CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO SA, MEDIANTE ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011"

PERÍODO: DEL 21 DE NOVIEMBRE DE 2022 AL 28 DE FEBRERO DE 2023

TOMO I DE II

26 DE AGOSTO DE 2026
JUNÍN – PERÚ

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

0729

0202026215010 0

00001

INFORME DE CONTROL ESPECÍFICO N° 020-2026-2-1501-SCE

"CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO SA, MEDIANTE ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011"

ÍNDICE

	DENOMINACIÓN	N° Pág.
I.	ANTECEDENTES	3
	1. Origen	3
	2. Objetivo	3
	3. Materia de Control y Alcance	3
	4. De la entidad o dependencia	4
	5. Notificación del Pliego de Hechos	5
II.	ARGUMENTOS DEL HECHO ESPECÍFICO PRESUNTAMENTE IRREGULAR	6
	1. FUNCIONARIO DE LA ENTIDAD, DURANTE LOS PERIODOS QUE SE ENCONTRÓ ENCARGADO DE LA JEFATURA DE LA OFICINA DE MARKETING Y SIN JUSTIFICAR LA NECESIDAD, ELABORÓ Y GESTIÓNÓ LA APROBACIÓN DE LA NOTA DE PEDIDO PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES; ASIMISMO, PESE A TENER CONOCIMIENTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO Y PRESENTACIÓN DE LOS ENTREGABLES, OTORGÓ SU CONFORMIDAD Y GESTIONÓ EL PAGO A FAVOR DE LA EMPRESA BUILDING BRANDS SAC, OCASIONANDO PERJUICIO ECONÓMICO A LA ENTIDAD POR S/158 680,00.	6
III.	ARGUMENTOS JURÍDICOS	63
IV.	IDENTIFICACIÓN DE PERSONAS INVOLUCRADAS EN LOS HECHOS ESPECÍFICOS PRESUNTAMENTE IRREGUALRES	63
V.	CONCLUSIONES	64
VI.	RECOMENDACIONES	65
VII.	APÉNDICES	65

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

INFORME DE CONTROL ESPECÍFICO N° 020-2026-2-1501-SCE

"CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO SA, MEDIANTE ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011"

PERÍODO: 21 DE NOVIEMBRE DE 2022 AL 28 DE FEBRERO DE 2023

I. ANTECEDENTES

1. Origen

El Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA, corresponde a un servicio de control posterior programado en el Plan Anual de Control 2026 del Órgano de Control Institucional, registrado en el Sistema de Control Gubernamental – SCG con la orden de servicio n.° 2-1501-2026-001, iniciado mediante carta n.° 00205-2026-OCI-CMACHYO de 1 de junio de 2026, en el marco de lo previsto en la Directiva n.° 007-2021-CG/NORM "Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad" aprobada mediante Resolución de Contraloría n.° 134-2021-CG de 11 de junio de 2021 y modificatorias.

2. Objetivo

Determinar si la contratación del servicio de producción de videos y otros contenidos para redes sociales de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA, formalizada mediante la orden de servicio N02-001-00011 se realizó de acuerdo a la normativa aplicable, las disposiciones internas y las estipulaciones contractuales.

3. Materia de Control y Alcance

Materia de Control

La materia de control corresponde a presuntos hechos irregulares relacionados con la contratación del servicio denominado "Producción de videos y otros contenidos para redes sociales" de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA, formalizada mediante la orden de servicio N02-001-00011 durante el período 2022, cuyo objeto comprendió la producción de videos y sesión de fotos, publicidad en redes sociales y generación de contenidos, financiado con saldos presupuestales del Plan de Marketing y de las campañas de fin de año del área de negocios de la Entidad.

Dicho contexto, comprende la revisión de las actuaciones efectuadas en las etapas de requerimiento, contratación, ejecución, conformidad y pago del servicio, respecto de los siguientes hechos específicos presuntamente irregulares, como son la formulación del requerimiento y la contratación del servicio sin que se encuentre acreditada su necesidad, toda vez que los términos de referencia y la nota de pedido fueron elaborados y tramitados sin las coordinaciones previas con las unidades de negocio involucradas, conforme a lo establecido en normativa interna de la Entidad y en los documentos de aprobación de las campañas de fin de año.

Asimismo, en la ejecución de la Orden de Servicio n.° N02-001-00011 se otorgó la conformidad y tramitó el pago de la empresa Building Brands SAC, pese a que no habría cumplido con las prestaciones contratadas, evidenciados con la inexistencia de registros de

descarga de videos en el Sistema de Administración de Requerimientos (SAR) de la Entidad solicitados respecto de los entregables del servicio; así como, en la inexistencia de documentación en archivos digitales y documentales de la Entidad que sustente la realización de las actividades de preproducción, producción, postproducción y que acredite la entrega, almacenamiento, difusión y ejecución de los entregables, del mismo modo de la publicidad pagada en redes sociales.

Como consecuencia de dichas actuaciones, la Entidad efectuó el pago del servicio por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), pese a que no se encontraría acreditada el cumplimiento integral de las prestaciones contratadas, situación que constituye materia de evaluación en el presente Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad.

En tal sentido, la materia de control comprende actividades vinculados a procesos misionales de la Entidad, toda vez que los servicios de producción de videos y otros contenidos estaban destinados a la difusión de campañas de créditos y ahorros, productos financieros que se encuentran relacionados directamente a la actividad principal que desarrolla la Entidad.

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Alcance

El servicio de control específico comprende el período de 21 de noviembre 2022 al 28 de febrero 2023, correspondiente a la revisión y análisis de la documentación relativa al hecho con evidencia de presunta iregularidad.

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

4. De la entidad o dependencia

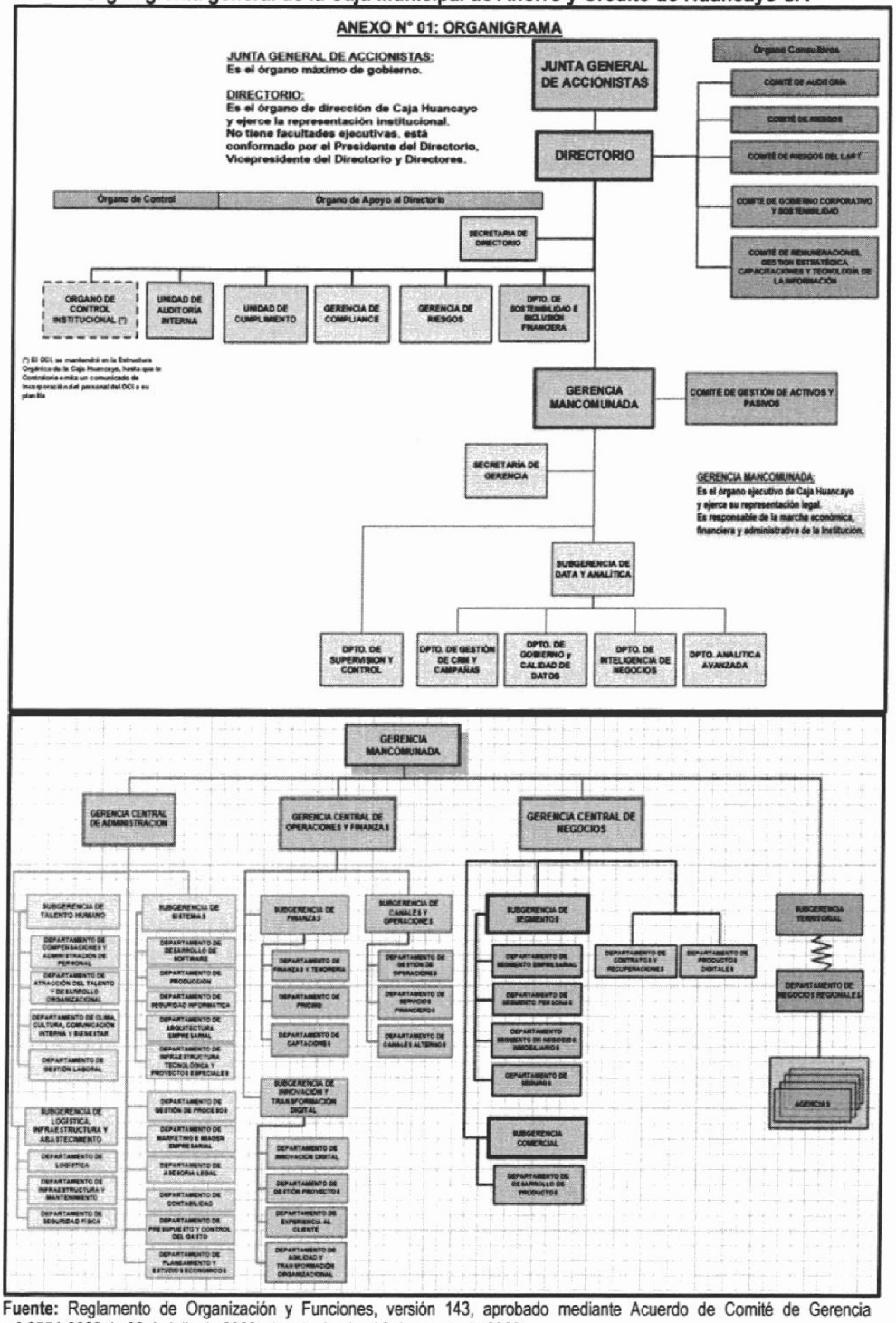
La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA, pertenece al Sector Económico y Financiero, en el nivel de gobierno local.

A continuación, se muestra la estructura orgánica gráfica de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA:

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Imagen n.°1
Organigrama general de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA



Fuente: Reglamento de Organización y Funciones, versión 143, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 0554-2026 de 22 de julio de 2026, vigente desde el 3 de agosto de 2026.

5. Notificación del Pliego de Hechos

En aplicación del numeral 7:3 de las Normas Generales de Control Gubernamental (versión integrada), aprobadas con Resolución de Contraloría n.° 295-2021-CG de 23 de diciembre de 2021 y modificatorias, la Directiva n.° 007-2021-CG/NORM "Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad" aprobada mediante Resolución de Contraloría

n.° 134-2021-CG de 11 de junio de 2021 y modificatorias; así como, de la Directiva n.° 007-2025-CG/DOC "Notificaciones Electrónicas en el Sistema Nacional de Control", aprobada con Resolución de Contraloría n.° 479-2025-CG de 27 de octubre de 2025, que regula las notificaciones electrónicas en el marco de los procesos de control, se cumplió con el procedimiento de notificación del Pliego de Hechos a las personas comprendidas en los hechos con evidencias de presunta irregularidad a fin que formulen sus comentarios o aclaraciones.

Sobre el particular, no fue posible realizar la notificación electrónica y se ha optado por la comunicación personal a través de medios físicos, para lo cual, se procedió a emitir la Hoja Informativa n.° 012-2026-OCI-CMACHYO-SCE-001 de 4 de agosto de 2026 **(Apéndice n.° 62)**, solicitando al jefe encargado del Órgano de Control Institucional (OCI), su conformidad para el inicio de la notificación personal del Pliego de Hechos a través de medios físicos, con la finalidad que la persona comprendida en los hechos, formule sus comentarios o aclaraciones. Esto, aun cuando la persona comprendida en los hechos, cuenta con casilla electrónica activa en uso, no se pudo efectuar por dicha vía debido a las disposiciones de la Directiva n.° 007-2025-CG/DOC "Notificaciones Electrónicas en el Sistema Nacional de Control", que establece como requisito que su número de celular se encuentre "verificado", para la notificación, limitando así la notificación del Pliego de Hechos a través de su casilla electrónica.

Y, con la conformidad de la jefatura del OCI a través del memorando n.° 00001-2026-OCI-CMACHYO de 4 de agosto de 2026 **(Apéndice n.° 66)**, el mismo día se procedió a remitir por medios físicos, la Cédula de Comunicación n.° 001-2026-CG/OCI-SCE-CMACHYO **(Apéndice n.° 63)**, adjuntando el Pliego de Hechos **(Apéndice n.° 63)**, la motivación y los sustentos respectivos; sin embargo, al no encontrar a la persona comprendida en su domicilio, se dejó el Aviso de Notificación **(Apéndice n.° 64)** adherido en la puerta; a fin de que, en un plazo de dos (2) días hábiles recabe los referidos documentos en la oficina del OCI.

El señor Miguel Ray Diaz Bejarano, no se apersonó a recabar el Pliego de Hechos, no obstante, haber sido notificado, según el procedimiento establecido en la Directiva n.° 007-2021-CG/NORM "Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad" aprobada mediante Resolución de Contraloría n.° 134-2021-CG de 11 de junio de 2021 y modificatorias.

II. ARGUMENTOS DEL HECHO ESPECÍFICO PRESUNTAMENTE IRREGULAR

FUNCIONARIO DE LA ENTIDAD, DURANTE LOS PERIODOS QUE SE ENCONTRÓ ENCARGADO DE LA JEFATURA DE LA OFICINA DE MARKETING Y SIN JUSTIFICAR LA NECESIDAD, ELABORÓ Y GESTIONÓ LA APROBACIÓN DE LA NOTA DE PEDIDO PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES; ASIMISMO, PESE A TENER CONOCIMIENTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO Y PRESENTACIÓN DE LOS ENTREGABLES, OTORGÓ SU CONFORMIDAD Y GESTIONÓ EL PAGO A FAVOR DE LA EMPRESA BUILDING BRANDS SAC, OCASIONANDO PERJUICIO ECONÓMICO A LA ENTIDAD POR S/158 680,00.

De la revisión y análisis a la documentación proporcionada por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA en adelante la "Entidad", se evidenció que, durante el periodo en que se desempeñó como jefe encargado de la Oficina de Marketing, el señor Miguel Ray Díaz Bejarano elaboró y confirmó la Nota de Pedido n.° 202202134 **(Apéndice n.° 16)** por ciento setenta y seis mil con 00/100 soles (S/ 176 000,00) y gestionó la aprobación de la contratación

adjuntando la cotización de la empresa Building Brands SAC, sustentándose en memorándums de la Gerencia Mancomunada sobre el Plan de Marketing 2022 y presupuestos de campaña. Sin embargo, gestionó dicho requerimiento sin coordinar previamente con las unidades de Negocios ni justificar la necesidad del gasto, lo que derivó en la emisión de la Orden de Servicio N01-002-00011 **(Apéndice n.° 26)**, por ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/ 158 680,00), de las cuales, ochenta mil (S/80 000,00) asignados a pauta digital y la diferencia a la producción audiovisual para ejecutarse en periodos de hasta tres meses.

Posteriormente, a tan solo dieciséis (16) días calendarios (11 días hábiles) de emitida la orden, el referido funcionario otorgó conformidad y gestionó el trámite de pago de la Factura Electrónica n.° E001-46 **(Apéndice n.° 28)**, por el importe total de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), a pesar de conocer el incumplimiento del proveedor y el no ingreso de los spots de TV, radio, videos ni fotos a los archivos físicos o digitales de la Entidad, tampoco ejecutó la publicidad pagada y presentó como entregable un "*Informe de redes sociales*" elaborado por un colaborador interno de la Entidad a solicitud del citado funcionario; accionar que inobservó el Reglamento de Gastos Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto, Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones, el MPR-002-LOG-A Actos Distintos del Proceso de Contratación y Gestión de Proveedores y la Orden de Servicio propiamente, con consecuente perjuicio económico a la Entidad por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00).

Los hechos narrados se detallan a continuación:

1) **<u>De la aprobación del presupuesto</u>**

   a) **Memorándum n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022 (Apéndice n.° 5), aprobación del presupuesto del Plan de Marketing 2022.**

   Mediante informe n.° 00004-2022-OMK-CMACHYO de 3 de enero de 2022[1] **(Apéndice n.° 4)**, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, jefe encargado de la oficina de Marketing, solicitó a la Gerencia Mancomunada la aprobación del Plan de Marketing 2022, en dicho informe detalló el presupuesto asignado a cada actividad del mencionado plan, entre ellos: Tres millones ochocientos dieciocho mil con 00/100 soles (S/3 818 000,00) destinado para "*Medios televisivos y radiales*" (presupuesto de medios radiales, medios televisivos y medios locales detallado en el rubro de "Presupuesto de medios" de la imagen n.° 2)[2], cuarenta y ocho mil con 00/100 soles (S/48 000,00) para "*Pauta digital*", setenta mil con 00/100 soles (S/70 000,00) para "*Elaboración de videos para redes*" (detallados en el rubro "Branding y Desarrollo de Contenidos" de la imagen n.° 2); conforme a lo detallado en la siguiente imagen:

[1] Remitido mediante carta n.° 01656-2026-G-CMACHYO de 13 de febrero 2026 por la Gerencia Mancomunada.
[2] Sumatoria entre: S/1 100 000,00, S/500 000,00, S/88 000,00, S/1 400 000,00, S/500 000,00, S/120 000,00, S/60 000,00 y S/50 000,00, que hace un total de S/3 818 000,00

Imagen n.° 2
Presupuesto de branding y desarrollo de contenidos del Plan de Marketing 2022

PRESUPUESTO MEDIOS

ACTIVIDAD	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL
MEDIOS RADIALES	RPP	1	S/. 1,100,000	S/. 1,100,000
	CRP	1	S/. 500,000	S/. 500,000
	RADIO OVACIÓN	1	S/. 88,000	S/. 88,000
MEDIOS TELEVISIVOS	AMERICA	1	S/. 1,400,000	S/. 1,400,000
	ATV	1	S/. 500,000	S/. 500,000
	WILLAX	1	S/. 120,000	S/. 120,000
MEDIOS ESCRITOS	GRUPO EL COMERCIO	1	S/. 1,300,000	S/. 1,300,000
	GRUPO LA REPÚBLICA	1	S/. 400,000	S/. 400,000
	DIARIO LA VOZ REGIONAL	1	S/. 15,000	S/. 15,000
REVISTAS	EL METROPOLITANO	1	S/. 15,000	S/. 15,000
	REVISTA GANAMAS	1	S/. 16,000	S/. 16,000
	MICROFINANZAS	1	S/. 60,000	S/. 60,000
MEDIOS LOCALES	RADIO HUANCAYO	1	S/. 60,000	S/. 60,000
	RADIO 15.50	1	S/. 50,000	S/. 50,000
OTROS GASTOS DE MEDIOS	AGENCIA DE MEDIOS NACIONALES	1	S/. 1,500	S/. 1,500
	REEL DE CIRCUITO CERRADO PARA AGENCIAS	1	S/. 12,000	S/. 12,000
			TOTAL	S/. 5,657,500

BRANDING Y DESARROLLO DE CONTENIDOS

ACTIVIDAD	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL
BRANDING	ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD	1	S/. 6,500	S/. 6,500
	PAUTA DIGITAL	1	S/. 48,000	S/. 48,000
DESARROLLO DE CONTENIDOS	SOPORTE PARA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES	1	S/. 72,000	S/. 72,000
	EMBAJADORES DE MARCA PARA REDES	1	S/. 30,000	S/. 30,000
	SORTEOS Y CONCURSOS POR REDES	1	S/. 50,000	S/. 50,000
	PIEZAS GRÁFICAS	1	S/. 54,000	S/. 54,000
	ADQUISICIÓN DE RECURSOS CONCEPTUALES	1	S/. 70,000	S/. 70,000
	BANCO DE FOTOS CON DERECHOS DE USO DE IMAGEN	1	S/. 120,000	S/. 120,000
	BANCO DE IMAGEN DE COLABORADORES Y AGENCIAS	1	S/. 20,000	S/. 20,000
	ELABORACIÓN DE VIDEOS PARA REDES	1	S/. 70,000	S/. 70,000
	UTILERÍA (MATERIALES DIVERSOS PARA SOPORTE DE ACTIVIDADES)	1	S/. 15,000	S/. 15,000
	RECURSOS PARA SPONSORÍAS	1	S/. 45,000	S/. 45,000
	VECTORIZACIÓN DE RECURSOS GRÁFICOS	1	S/. 5,000	S/. 5,000
	POSES DE EKEKO 3D	1	S/. 50,000	S/. 50,000
	ATENCIÓN DE CONSULTAS POR REDES SOCIALES	1	S/. 12,000	S/. 12,000
	LICENCIAS PARA BANCOS DE IMAGEN	1	S/. 9,000	S/. 9,000
SOFTWARE	LICENCIA BITLY	1	S/. 1,700	S/. 1,700
	LICENCIA DE MANYCHAT	1	S/. 12,000	S/. 12,000
			TOTAL	S/. 690,200

PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING	
TRADE MARKETING	S/. 1,602,500
RELACIONES PUBLICAS	S/. 9,806,680
MEDIOS	S/. 5,657,500
BRANDING Y DESARROLLO DE CONTENIDOS	S/. 690,200
TOTAL	S/. 17,756,880

Fuente: Informe n.° 00004-2022-OMK-CMACHYO de 3 de enero de 2022. **(Apéndice n.° 4)**

Al respecto, mediante memorándum n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022 **(Apéndice n.° 5)**, la Gerencia Mancomunada comunicó vía SISTRA[3] al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, jefe encargado de la oficina de Marketing, el Acuerdo de Comité n.° 0193-2022 de 3 febrero de 2022, con el que se aprobó la propuesta del Plan de Marketing 2022.

Asimismo, en dicho documento le encargó el cumplimiento de las actividades, en

[3] SISTRA, corresponde a las siglas del Sistema de Trámite Documentario de la Entidad.

coordinación estricta con las unidades de Negocios, así como el uso eficiente del presupuesto detallado en el referido plan. Entonces, para la ejecución del presupuesto asignado a cada actividad, el jefe de Marketing previamente debía realizar las coordinaciones correspondientes con las unidades de Negocios.

b) Memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022 (Apéndice n.° 9), aprobación del presupuesto de la Campaña Compartir 2022

Mediante informe n.° 00370-2022-OMK-CMACHYO de 12 de setiembre de 2022 **(Apéndice n.° 6)**, el señor Miguel Ray Díaz Bejarano, en su condición de jefe encargado de la oficina de Marketing, solicitó a la Gerencia Mancomunada la aprobación de presupuesto y brief para la campaña de créditos y ahorros (campaña corporativa que incluía la campaña de fin de año). Dentro de este documento, asignó un presupuesto para cada una de las actividades de la referida campaña que suman un importe total de quinientos cuarenta y cuatro mil doscientos ochenta con 00/100 soles (S/544 280,00); de los cuales, ciento ochenta mil con 00/100 soles (S/180 000,00) correspondían para la "*Realización y producción de spot, diseños gráficos y circuito cerrado*", cuarenta mil con 00/100 soles (S/40 000,00) para "*Pauta digital*" y veintiséis mil con 00/100 soles (S/26 000,00) para "*Contenidos para digitales*", según la siguiente imagen:

Imagen n.° 3
Presupuesto aprobado por la Gerencia Mancomunada para la campaña compartir 2022

5. PRESUPUESTO

CAMPAÑA POR FIN DE AÑO 2022

COSTOS DE MATERIAL PUBLICITARIO

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Realización y producción de spot ,diseños gráficos y circuito cerrado	Paquete	1	S/. 180.000	S/. 180.000
APDAYC	Unidad	1	S/. 60.000	S/. 60.000
			TOTAL	S/. 240.000

BTL

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Impresión de Volantes	Millares	476	S/. 30	S/. 14.280
Activaciones	Paquete	1	S/. 92.000	S/. 92.000
Suvenires para clientes VIP	Paquete	1	S/. 84.000	S/. 84.000
			TOTAL	S/. 190.280

FTL

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Pauta digital	Unidad	1	S/. 40.000	S/. 40.000
Contenido para digitales	Unidad	1	S/. 26.000	S/. 26.000
			TOTAL	S/. 66.000

COSTOS DE LANZAMIENTO

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Conferencia de prensa	Unidad	1	S/. 48.000.00	S/. 48,000.00
			TOTAL	S/. 48,000.00

COSTO TOTAL

CONCEPTO	SUB TOTAL
Costos de material publicitario	S/. 240.000
BTL	S/. 190.280
FTL	S/. 66.000
Costo de Lanzamiento	S/. 48.000
TOTAL	S/. 544.280

Fuente: Informe n.° 00370-2022-OMK-CMACHYO de 12 de setiembre de 2022. **(Apéndice n.° 6)**

No obstante, mediante memorándum n.° 18442-2022-G-CMACHYO de 21 de setiembre de 2022 **(Apéndice n.° 7)**, la Gerencia Mancomunada a través del SISTRA[4], comunicó al jefe de la oficina de Marketing, Roy Juan Diaz Herrera y al jefe encargado de Marketing, Miguel Ray Diaz Bejarano, el Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1628-2022 de 20 de setiembre de 2022, mediante el cual encargaba a la oficina de Marketing, lo siguiente: *"(...) amplíe el informe sobre el presupuesto y brieff (sic) para la campaña de créditos y ahorros de fin de año, debiendo realizar el comparativo de gastos en relación al año anterior, las proyecciones de ingresos que se obtendrán productos de las campañas que se realizarán y adicionalmente el avance de la ejecución del presupuesto del plan de marketing en el presente año y el comparativo del año anterior, precisando los logros alcanzados a la fecha."*

Bajo esa disposición, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, encontrándose encargado de la jefatura de la oficina de Marketing, envió a la Gerencia Mancomunada el informe n.° 00381-2022-OMK-CMACHYO de 28 de setiembre de 2022 **(Apéndice n.° 8)**, con asunto *"Informe ampliatorio de Campaña de Créditos – Ahorros"* cuyos objetivos específicos establecían lo siguiente:

"(...)
b. Objetivos específicos
Incrementar el número de clientes nuevos de la cartera de productos de consumo.
Incrementar el número de clientes nuevos de la cartera de productos de la micro y pequeña empresa
Incrementar los saldos en colocaciones a nivel de los productos de créditos de consumo, micro y pequeña empresa
Incrementar el número de clientes nuevos de la cartera de captaciones
Incrementar en número de clientes nuevos de la cartera de captaciones
(...)"

Asimismo, respecto a la publicidad digital y presupuesto, señaló lo siguiente:

"(...)
Marketing FTL

MEDIOS DIGITALES
Considerando el crecimiento en número de usuarios dentro de los medios digitales y la variedad que existe dentro de estos, la publicidad digital se ha convertido en una excelente alternativa para la difusión de publicidad.
En referencia a ello, actualmente Caja Huancayo cuenta con plataformas propias dentro de estos medios digitales los cuales son:
Portal Web
Facebook
Twitter
YouTube
WhatsApp Business
TikTok
Instagram

Sobre estas plataformas, al ser propias de Caja Huancayo la inversión a ejecutar resulta ser mínima en comparación con la publicidad ATL, es por ello que se está considerando incluir un presupuesto para la publicidad pagada dentro de las redes sociales de Caja Huancayo, así como se debe precisar que la publicidad difundida para las redes sociales de Caja Huancayo es direccionada según los segmentos de mercado al que se quiere llegar.

[4] SISTRA, corresponde a las siglas del Sistema de Trámite Documentario de la CMAC Huancayo SA.

6. *PRESUPUESTO*

CAMPAÑA POR FIN DE AÑO 2022

COSTOS DE MATERIAL PUBLICITARIO

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Realización y producción de spot ,diseños gráficos y circuito cerrado	Paquete	1	S/. 180,000	S/. 180,000
APDAYC	Unidad	1	S/. 60,000	S/. 60,000
			TOTAL	S/. 240,000

BTL

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Impresión de Volantes	Millares	476	S/. 30	S/. 14,280
Activaciones	Paquete	1	S/. 92,000	S/. 92,000
Suvenires para clientes VIP	Paquete	1	S/. 84,000	S/. 84,000
			TOTAL	S/. 190,280

FTL

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Pauta digital	Unidad	1	S/. 40,000	S/. 40,000
Plataforma para SMS o mailing	Paquete	1	S/. 75,000	S/. 75,000
Contenido para digitales	Unidad	1	S/. 46,000	S/. 46,000
			TOTAL	S/. 161,000

Finalmente, concluyó en lo siguiente:

"(...)
De las metas proyectas (sic), se estimó generar ingresos financieros por S/114, 422,418, esto teniendo en consideración que los ingresos se generarán por la colocación de créditos.
Sobre la ejecución presupuestal, a la fecha se tiene un avance del 63.90%, y se estimada (sic) que el presupuesto se ejecutará en un 90.0%, esto tomando en cuenta que durante el presente ejercicio se ha incluido actividades como el patrocinio a Kimberly García, y otros gastos de relaciones públicas (auspicios).

Por lo expuesto en el presente informe se solicita la aprobación de presupuesto y del Brieff (sic) comercial de la Campaña Corporativa Caja Huancayo, La Caja del Perú.
(...)".

En atención a dicho informe, mediante memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022 **(Apéndice n.° 9)**, la Gerencia Mancomunada comunicó al señor Miguel Ray Diaz Bejarano y al jefe titular de la oficina de Marketing, Roy Juan Díaz Herrera el Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1799-2022 de 11 de octubre de 2022, correspondiente a la aprobación del presupuesto y Brief de la Campaña Corporativa Caja Huancayo, mediante el cual encargó a la oficina de Marketing lo siguiente: *"(...) realizar la campaña en coordinación directa y constante con las áreas de negocios a fin de lograr los objetivos propuestos y hacer un adecuado uso del presupuesto".*

Cabe precisar que, en dicho informe se detalló el presupuesto asignado para la campaña de "*Fin de Año 2022*", ampliando el presupuesto total a quinientos noventa y un mil doscientos ochenta con 00/100 soles (S/591 280,00)[5]; de dicho importe, ciento ochenta mil con 00/100 soles (S/180 000,00) correspondían para la "*Realización y producción de spot, diseños gráficos y circuito cerrado*", cuarenta mil con 00/100 soles (S/40 000,00) para *"Pauta digital"* y veintiséis mil con 00/100 soles (S/26 000,00) para "*Contenido para digitales*".

c) Memorándum n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022 (Apéndice n.° 13), aprobación del presupuesto de la propuesta de la "Oferta Comercial Mype".

Mediante informe n.° 00259-2022-DCE-CMACHYO de 29 de octubre de 2022 **(Apéndice n.° 10)**, la jefatura del departamento de Créditos Minoristas Empresarial presentó su propuesta de Tarifario Campaña Compartir 2022 (Fin de Año), denominado *"CAMPAÑA MYPE COMPARTIR 2022 (FIN DE AÑO)"*, al Comité de Fijación de Tasas, a través del

[5] Sumatoria total del cuadro "CAMPAÑA POR FIN DE AÑO 2022": S/240 000,00, S/190 280,00 y S/161 000,00 que hace un total de S/591 280,00.

SISTRA[6]; asimismo, en dicha propuesta señaló lo siguiente:

"(...)
V. Presupuesto
Para brindar soporte a la propuesta de PROPUESTA DE TARIFARIO CAMPAÑA COMPARTIR 2022 (FIN DE AÑO), se solicita considerar el Informe N° 00426-2022-OMK-CMACHYO, emitida por la oficina de Marketing.

COSTOS DE MATERIAL PUBLICITARIO

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Realización y producción de spot ,diseños gráficos y circuito cerrado	Paquete	1	S/. 180,000	S/. 80,000
			TOTAL	S/. 80,000

BTL

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Impresión de Volantes	Millares	476	S/. 30	S/. 14,280
Suvenires para clientes VIP	Paquete	1	S/. 44,000	S/. 44,000
			TOTAL	S/. 58,280

FTL

ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Pauta digital	Unidad	1	S/. 20,000	S/. 20,000
Plataforma para SMS e mailing	Paquete	1	S/. 15,000	S/. 15,000
Contenido para digitales	Unidad	1	S/. 26,000	S/. 26,000
			TOTAL	S/. 51,000

VI. Vigencia
Desde la emisión del memorándum hasta el 28 de febrero del 2023
(...)".

En ese sentido, el Comité de Fijación de Tasas (CFT), por unanimidad aprobó la propuesta de tarifario "*Campaña Compartir 2022 Fin de Año*", presentada por la jefa del departamento de Créditos Minoristas Empresarial, dejando constancia el acuerdo n.° 001-023-2022 en el Acta n.° 023-CFT-2022 de 3 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 11)**, suscrito por el Comité de Fijación de Tasas; seguidamente, mediante informe n.° 00269-2022-DPF-CMACHYO de 4 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 12)**, la jefa del departamento de Finanzas informó a la Gerencia Mancomunada la aprobación del mencionado acuerdo.

En ese contexto, la Gerencia Mancomunada mediante memorándum n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 13)**, comunicó vía SISTRA[7] a la oficina de Marketing, departamento de Créditos Minoristas Empresarial y a la unidad de Conducta de Mercado la *"APROBACIÓN DEL ACTA N° 023-CFT-2022 – PROPUESTA DE TARIFARIO CAMPAÑA COMPARTIR 2022 (FIN DE AÑO)"*; asimismo, para que la oficina de Marketing brinde soporte a dicha campaña, aprobó el presupuesto por un importe total de ciento ochenta y nueve mil doscientos ochenta con 00/100 soles (S/189 280,00)[8], de dicho monto, ochenta mil con 00/100 soles (S/80 000,00) correspondían para la "*Realización y producción de spot, diseños gráficos y circuito cerrado*"; veinte mil con 00/100 soles (S/20 000,00) para "*Pauta digital*" y veinte y seis mil con 00/100 soles (S/26 000,00) para "*Contenido para digitales*" relacionados a los presupuestos materia de evaluación, tal como se muestra en el cuadro de "*Costos de Material Publicitario*" precedente.

[6] SISTRA, corresponde a las siglas del Sistema de Trámite Documentario de la CMAC Huancayo SA.
[7] SISTRA, corresponde a las siglas del Sistema de Trámite Documentario de la CMAC Huancayo SA.
[8] Sumatoria total del cuadro "*Costo de Material Publicitario*", como son S/80 000,00, S/58 280,00 y S//51 000,00, que hace un total de S/189 280,00.

2) **Necesidad del servicio, generación y aprobación de la nota de pedido:**

Mediante correo electrónico de 21 de noviembre de 2022 (09:11 horas) **(Apéndice n.° 14)**, el jefe titular de la oficina de Marketing, encargó al señor Miguel Ray Díaz Bejarano, la jefatura de la oficina de Marketing, por el período comprendido del 21 al 27 de noviembre de 2022, en el marco de dicho cargo, inició el trámite del requerimiento, elaborando y confirmando en el sistema de Logística de la Entidad, la Nota de Pedido n.° 202202134 el 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 16)** por un importe de ciento setenta y seis mil con 00/100 soles (S/176 000,00); asimismo, mediante correo electrónico de la misma fecha **(Apéndice n.° 17)**, solicitó la aprobación de la citada nota de pedido al departamento de Presupuesto, adjuntando la cotización n.° 00074-AC de 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 15)**, presentada por la empresa Building Brands SAC.

Al respecto, la Nota de Pedido n.° 202202134 **(Apéndice n.° 16)**, de contratación del servicio denominado *"Producción de videos y otros contenidos para redes sociales de la Caja Huancayo"*, en sus términos de referencia exigía la producción de cuatro (4) videos, precisando que cada producción constaría de la "*elaboración de 01 video + una sesión de fotos para Caja Huancayo*"; sin embargo, en la sección de entregables estableció: "*01 video para redes de 60"*", "*01 video para TV de 30"*", "*01 spot para radio de 30"*" y "*06 fotografías (03 horizontales y 03 verticales), editadas y retocadas, entregadas en alta resolución en formato JPG, el registro completo de las fotografías debe de estar en formato RAW original*", esta situación evidenció incongruencias cuantitativas entre el objetivo inicial (número de videos y fotos solicitados) y los productos finales (entregables), así como incorporar la entrega de un spot radial, siendo que estos términos de referencia fueron formulados por el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, durante el periodo en que se encontró encargado de la jefatura de la oficina de Marketing, sin tener en cuenta las consideraciones exigidas para la generación de notas de pedido del Procedimiento MPR-001-LOG-A Adquisiciones y Contrataciones de Bienes y Servicios, versión 48 **(Apéndice n.° 71)**, que establecía que debía entregar al departamento de Logística, la descripción de la contratación con especificaciones claras, completas y precisas, así como los niveles de satisfacción en cantidad.

Asimismo, la contratación incluía publicidad en redes (pauta digital) valorizada en ochenta mil con 00/100 soles (S/80 000,00) y la generación de cincuenta (50) videos en formato vertical para redes sociales. Seguidamente, mediante correo electrónico de 23 de noviembre de 2022 (12:39 horas) **(Apéndice n.° 17)**, el señor Miguel Ray Díaz Bejarano, mientras se encontraba como jefe encargado de la oficina de Marketing, solicitó a la auxiliar de Presupuesto, la aprobación de la Nota de Pedido n.° 202202134 de 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 16)**, resaltando e invocando la existencia de saldos presupuestales provenientes de los memorándums n.°s 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022[9] **(Apéndice n.° 5)**, n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022[10] **(Apéndice n.° 9)**; y n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022[11] **(Apéndice n.° 13)**, emitidos por la Gerencia Mancomunada. Dicho correo electrónico fue copiado al jefe titular de la oficina de Marketing[12], Roy Juan Díaz Herrera, tal como se detalla a continuación:

[9] Dirigido al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, jefe encargado de la oficina de Marketing, cuyo asunto indicaba *"Aprobación de propuesta de Plan de Marketing 2022"*.

[10] Dirigido al señor Miguel Ray Diaz Bejarano y al señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe de Marketing, cuyo asunto indicaba *"Aprobación de presupuesto y brieff (sic) de la campaña corporativa Caja Huancayo"*.

[11] Dirigido a la oficina de Marketing, departamento de Créditos Minoristas Empresarial y la Unidad de Conducta del Mercado, cuyo asunto indicaba: *"Aprobación del acta n.° 023-2022-CFT-2022– propuesta de tarifaria campaña compartir 2022 (Fin de año)"*.

[12] Mediante carta n.° 00060-2026-OCI-CMACHYO de 6 de febrero de 2026, se consultó y solicitó al señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe encargado de Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing), para que, en su condición de jefe titular de la oficina de Marketing durante el período evaluado, informe sobre la elaboración de videos, spots y sesión de fotos requerido en la referida nota de pedido, incluyendo su necesidad y finalidad, también se le pidió explicar el uso de saldos presupuestales y la falta de coordinación con las áreas de negocio, asimismo, se requirió detallar el uso del presupuesto para desarrollo de contenidos y quien solicitó los servicios y finalmente como realizó el control del presupuesto; sin embargo, a la fecha no se cuenta con respuesta ni documentación relacionada al

"(...)

De: Miguel Ray Diaz Bejarano
Enviado el: miércoles, 23 de noviembre de 2022 12:39
Para: Carolay Margarita Porras Hoces <[redacted]>
CC: Roy Juan Diaz Herrera <[redacted]>
Asunto: SOLICITUD DE APROBACIÓN DE NOTA DE PEDIDO 2134
Importancia: Alta

Estimada Carolay

Mediante el presente se solicita por favor aprobación de Nota de Pedido 2134
Este gasto corresponde a las siguientes actividades:
DEL MEMORÁNDUM N° 19975-2022-G-CMACHYO

FTL				
ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Pauta digital	Unidad	1	S/. 40,000	S/. 40,000
Plataforma para SMS o mailing	Paquete	1	S/. 75,000	S/. 75,000
Contenido para digitales	Unidad	1	S/. 46,000	S/. 46,000
			TOTAL	S/. 161,000

COSTO TOTAL	
CONCEPTO	SUB TOTAL
Costos de material publicitario	S/. 240,000
BTL	S/. 190,280
FTL	S/. 161,000
Costo de lanzamiento	S/. 48,000
TOTAL	S/. 639,000

Saldo disponible:

Pauta digital S/ 40, 000
Contenido digital S/ 46, 000.

DEL MEMORÁNDUM N.° 21522-2022-G-CMACHYO

COSTOS DE MATERIAL PUBLICITARIO				
ITEM	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	C/U	SUB TOTAL
Realización y producción de spot, diseños gráficos y circuito cerrado	Paquete	1	S/. 180,000	S/. 80,000
			TOTAL	S/. 80,000

Saldo disponible: S/ 80, 000

DEL MEMORÁNDUM N.° 04991-2022-G-CMACHYO

BRANDING Y DESARROLLO DE CONTENIDOS

ACTIVIDAD	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL
BRANDING	ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD	1	S/. 6,500	S/. 6,500
DESARROLLO DE CONTENIDOS	PAUTA DIGITAL	1	S/. 48,000	S/. 48,000
	SOPORTE PARA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES	1	S/. 72,000	S/. 72,000
	EMBAJADORES DE MARCA PARA REDES	1	S/. 30,000	S/. 30,000
	SORTEOS Y CONCURSOS POR REDES	1	S/. 50,000	S/. 50,000
	PIEZAS GRÁFICAS	1	S/. 54,000	S/. 54,000
	ADQUISICIÓN DE RECURSOS CONCEPTUALES	1	S/. 70,000	S/. 70,000
	BANCO DE FOTOS CON DERECHOS DE USO DE IMAGEN	1	S/. 120,000	S/. 120,000
	BANCO DE IMAGEN DE COLABORADORES Y AGENCIAS	1	S/. 20,000	S/. 20,000
	ELABORACIÓN DE VIDEOS PARA REDES	1	S/. 70,000	S/. 70,000
	UTILERÍA (MATERIALES DIVERSOS PARA SOPORTE DE ACTIVIDADES)	1	S/. 15,000	S/. 15,000
	RECURSOS PARA SPONSORÍAS	1	S/. 45,000	S/. 45,000
	VECTORIZACIÓN DE RECURSOS GRÁFICOS	1	S/. 5,000	S/. 5,000
	POSES DE EKEKO 3D	1	S/. 50,000	S/. 50,000
	ATENCIÓN DE CONSULTAS POR REDES SOCIALES	1	S/. 12,000	S/. 12,000
	LICENCIAS PARA BANCOS DE IMAGEN	1	S/. 9,000	S/. 9,000
SOFTWARE	LICENCIA BITLY	1	S/. 1,700	S/. 1,700
	LICENCIA DE MANYCHAT	1	S/. 12,000	S/. 12,000
			TOTAL	S/. 690,200

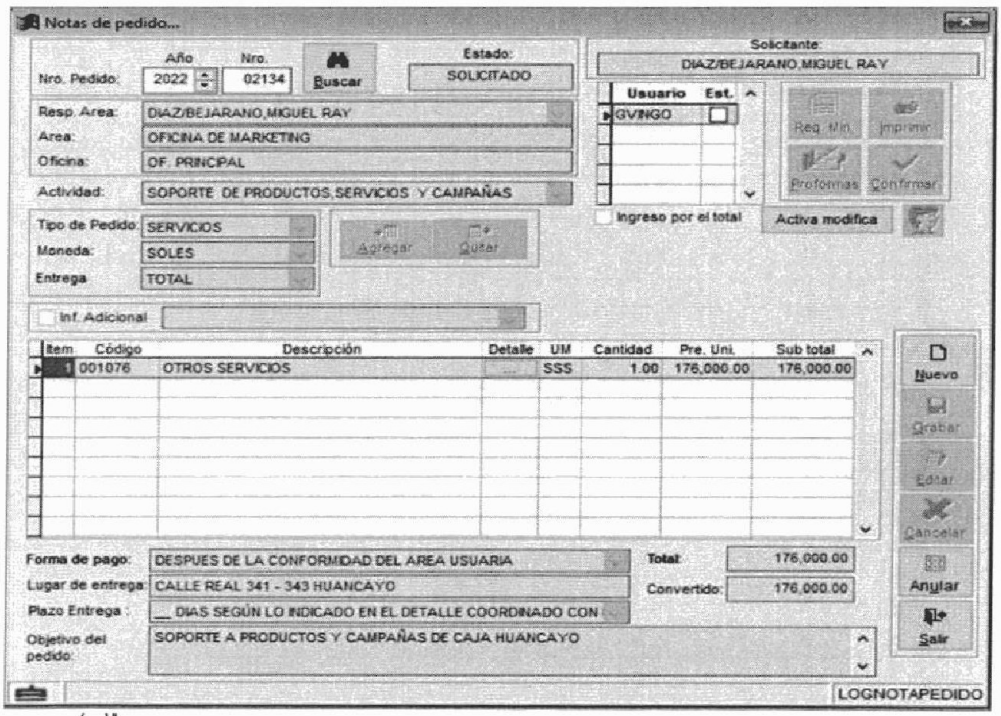
requerimiento efectuado, limitándose a señalar que en su departamento no existe información relacionada a dicho servicio.

Del control de gastos

ELABORACIÓN DE VIDEOS PARA REDES			
	70000		
N°	**CANTIDAD**	**CONCEPTO**	**MONTO**
1	1	VIDEOS POR SALUDO A CIENCIANO, VENDIMIA DE ICA	S/2,386.00
2	2	VIDEOS PARA REDES CORRESPONDIENTES A MARZO (SALUDO DÍA DE LA MUJER, TIK TOK DE SORTEO DE ENTRADAS, IDENTIFICACIÓN DE BILLETES)	S/900.00
3	1	VIDEOS PARA REDES SOCIALES USO DEL APP	S/1,300.00
4	1	ELABORACIÓN DE VIDEOS	S/300.00
5	1	ELABORACIÓN DE VIDEOS JESÚS MEZA	S/1,250.00
6	1	TIKTOK QUINTUPLICA TU AFP	S/700.00
7	1	TIKTOK PAGO EN RESTAURANTE, SOLICITUD DE CRÉDITO Y OBTENCIÓN DE EFECTIVO	S/900.00
8	1	VIDEO TIK TOK SOAT, VIDEO DE FIESTA PATRIAS, PRODUCCIÓN ESCENARIO EMPRENDE MUJER	S/2,750.00
9	1	3TIKTOS PARA EL DÍA DEL PISCO	S/1,350.00
10	1	TIKTOK BAILE EN TENDENCIA	S/200.00
11	1	TIKTOK DÍA INTERNACIONAL DE GATO	S/370.00
12	1	TIKTOK DÍA DEL FOLCLORE Y CAFÉ	S/1,150.00
13	1	EDICIÓN DE TRES TIKTOKS PARA PROMOCIÓN DE SORTEOS	S/750.00
14	1	TIKTOK DE CREDIJOYAS	S/400.00
15	1	ACTUALIZACIÓN DEL VIDEO DE PROTOCOLO CONTRA COVID -19	S/200.00
16	1	GRABACIÓN DE VOZ EN OFF	S/300.00
17	1	PRE-PRODUCCIÓN, PRODUCCION DEL VIDEO	S/1,300.00
18			
19			
20			
TOTAL			S/16,506.00
FALTA CONSUMIR			S/53,494.00

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Nota de pedido 2134



(...)"

Sobre el particular, mediante correo electrónico de 23 de noviembre de 2022 (13:05 horas) **(Apéndice n.° 18)** la auxiliar de Presupuesto, envió la solicitud de aprobación de la Nota de Pedido n.° 202202134 de 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 16)** a la jefa del

departamento de Presupuesto, señalando lo siguiente: *"(...) Conforme, ... para su aprobación de Nota de Pedido N°2134 por producción de videos y otros contenidos para redes sociales de CAJA HUANCAYO por un importe de S/. 176,000.00, así mismo cuenta con memorándum de aprobaciones DEL MEMORÁNDUM N° 19975-2022-G-CMACHYO; DEL MEMORÁNDUM N° 21522-2022-G-CMACHYO; DEL MEMORÁNDUM N° 04991-2022-G-CMACHYO"*; en razón a ello, la jefa de Presupuesto, aprobó la referida nota de pedido.

Asimismo; se evidencia que la solicitud de aprobación de la referida nota de pedido realizada por el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, mientras se encontraba como jefe encargado de la oficina Marketing, se sustentó únicamente en la disponibilidad del presupuesto provenientes de los tres (3) memorándums emitidos por la Gerencia Mancomunada; no obstante, el contar con presupuesto disponible no era suficiente para justificar la contratación, ya que la misma debía responder a una necesidad justificada y autorizada, conforme lo establecido en el numeral 4. Definiciones del MPR-001-LOG-A Adquisiciones y Contrataciones de Bienes y Servicios, versión 48, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023 **(Apéndice n.° 71)**, que indica: *"(...)* ***Área usuaria:*** *Es la unidad orgánica de la Caja que requiere la contratación y adquisición de bienes o servicios para satisfacer una necesidad funcional debidamente justificada y autorizada".*

En consecuencia, se evidencia que el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, cuando desempeñaba el cargo de jefe encargado de la oficina de Marketing, solicitó la aprobación de la Nota de Pedido n.° 202202134 de 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 16)**, sin justificar la necesidad del servicio, situación que inobservó lo establecido los artículos 5° y 20° del Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto, versión 15, aprobado mediante Acuerdo de Directorio 399-2022 de 14 de julio de 2022, vigente desde el 20 de julio de 2022 hasta el 2 de octubre de 2024 **(Apéndice n.° 68)**, que exigían el uso eficiente y eficaz de los recursos, racionalizando el gasto y asegurando el cumplimiento de los objetivos y metas de la Entidad, así como los requerimientos en publicidad deberían ajustarse a las necesidades del mercado.

Cabe precisar que, los memorándums n.° 04991-2022-G-CMACHYO **(Apéndice n.° 5)** y n.° 19975-2022-G-CMACHYO **(Apéndice n.° 9)**, emitidos por la Gerencia Mancomunada, establecían de manera expresa que la ejecución de las actividades de las campañas señaladas, debían realizarse en coordinación con las unidades de negocio y haciendo uso eficiente del presupuesto asignado. Asimismo, si bien el memorándum n.° 21522-2022-G-CMACHYO **(Apéndice n.° 13)**, no consignaba dicha coordinación con las unidades de Negocio, el artículo 6° del Reglamento de Marketing, versión 11, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1976-2022 de 18 de noviembre de 2022, vigente desde el 23 de noviembre de 2022 hasta el 26 de enero de 2024 **(Apéndice n.° 70)**, exigía que, una vez aprobada la campaña, el jefe de Marketing en coordinación con los jefes de las unidades de negocios realicen la planificación, logística y ejecución de la campaña:

Por lo expuesto, para dar soporte a las campañas, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, en su condición de jefe encargado de la oficina de Marketing, debió coordinar previamente con las unidades de Negocios la planificación, ejecución y seguimiento de las mismas.

En ese contexto, este Órgano de Control Institucional realizó requerimientos de documentación e información a las unidades de Negocios, como son: Subgerencia de Segmentos[13] y a la Unidad de Conducta del Mercado, a fin verificar el cumplimiento de dichas disposiciones, cuyos resultados se muestran en el cuadro siguiente:

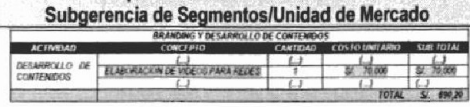
[13] Durante el periodo materia de avaluación se denominó: "Departamento de Créditos Minoristas Empresarial"

Cuadro n.° 1
Requerimientos realizados y respuestas recibidas

Requerimiento de información a la Subgerencia de Segmentos/Unidad de Mercado	Respuesta de la Subgerencia de Segmentos/Unidad de Mercado
Mediante carta n.° 00025-2026-OCI-CMACHYO de 19 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 33)**, el jefe del Órgano de Control Institucional, realizó el requerimiento de información a la Subgerencia de Segmentos respecto a: *"(...) en el marco de las acciones de control que viene desarrollando este OCI, respecto a la contratación del servicio de "Producción de videos y otros contenidos para redes sociales de Caja Huancayo", mediante Orden de Servicio: N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 por el importe de S/176 000,00, es necesario contar con la documentación e información que se detalla a continuación:* *(...)* *2. Correos electrónicos de coordinaciones con el departamento de Marketing para el desarrollo de campaña de Fin de Año 2022, en cumplimiento al memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022.* *3. Detallar qué actividades de soporte brindó la oficina de Marketing para el desarrollo de la campaña de Fin de Año 2022 en cumplimiento al memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022.* *4. Correos electrónicos de coordinaciones con el departamento de Marketing para el desarrollo de campaña compartir 2022, en cumplimiento al memorándum n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.* *5. Detallar qué actividades de soporte brindó la oficina de Marketing para el desarrollo de la campaña compartir 2022 en cumplimiento al memorándum n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.* *(...)"*	Mediante carta n.° 00001-2026-A46-CMACHYO de 28 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 34)**, la señora Julia Criollo Meza, jefe de Segmento (e) en atención a la carta n.° 00025-2026-OCI-CMACHYO de 19 de enero de 2026, señaló en relación a las preguntas 2, 3, 4 y 5 lo siguiente: *"(...)* *2. Respecto de los correos remito lo solicitado.* *(...)* *No se ha realizado coordinaciones de este memorándum* *3. Respecto de las actividades.* *(...)* *No se ha realizado actividades de este memorándum* *4. Respecto de los correos electrónicos, se remite los siguientes:* *(...)* *Con fecha 08.11.2022 – brief (sic) campaña producto o servicio.* *Con fecha 19.12.2022 – Catálogo compartir* *Con fecha 28.11.2022 – COPY PUBLICACIÓN CAMPAÑA COMPARTIR* *Con fecha 14.11.2022 – Entrevista en Exitosa TV sobre Campaña Compartir* *Con fecha 29.11.2022 – VOLANTE CAMPAÑA COMPRATIR 2022* *5. Respecto de las actividades:* *(...)* *Respecto a lo coordinado se remite el sustento de coordinaciones, precisando que la oficina de marketing es responsable de la ejecución presupuestal y control del mismo, desconociendo si fue afectado el presupuesto asignado a la campaña, dado que no es nuestra competencia:* *Respecto este punto, solo se coordinó lo siguiente:* **Descripción** / **Soporte brindado por la oficina de marketing** / **Sustento** *Con fecha 29.11.2022 – VOLANTE CAMPAÑA COMPARTIR 2022 Con fecha 29.11.2022 – VOLANTE CAMPAÑA COMPARTIR 2022* / *Volantes para agencias, brief* / *(...)* *Con fecha 14.11.2022 – Entrevista en Exitosa TV sobre Campaña Compartir* / *Entrevista* / *(...)* *Con fecha 19.12.2022 – Catálogo compartir* / *Catálogo* / *(...)"*
Mediante carta n.° 00110-2026-OCI-CMACHYO de 17 de marzo de 2026, **(Apéndice n.° 49)**, el jefe del Órgano de Control Institucional, realizó el requerimiento de información al Oficial de Conducta se Mercado respecto a: "(...) *1. Remitir los correos electrónicos de solicitudes dirigidas a la Oficina de Marketing para el desarrollo de actividades de la Campaña Compartir 2022, en cumplimiento al memorándum N° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.* *2. Remitir los correos electrónicos de coordinaciones con la Oficina de Marketing para el desarrollo de la Campaña Compartir 2022, en cumplimiento al memorándum en 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.*	Mediante carta n.° 00001-2026-UCM-CMACHYO de 23 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 51)**, el Oficial de Conducta del Mercado, Henry Jesús Acosta Vargas en atención a la carta n.° 00110-2026-OCI-CMACHYO de 17 de marzo de 2026, señaló en relación a las preguntas 1, 2, 3, 4 lo siguiente: "(...) *1. Remitir los correos electrónicos de solicitudes dirigidas a la Oficina de Marketing para el desarrollo de actividades de la Campaña Compartir 2022, en cumplimiento al Memorándum N° 21522-2022- G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.* *Al respecto se comunica que No obra en poder de la Unidad de Conducta de Mercado correos electrónicos de solicitudes de esta naturaleza, toda vez que esta Unidad NO tuvo a su cargo*

Requerimiento de información a la Subgerencia de Segmentos/Unidad de Mercado	Respuesta de la Subgerencia de Segmentos/Unidad de Mercado
3. Detallar qué actividades de soporte brindó la oficina de Marketing para el desarrollo de la campaña compartir 2022 en cumplimiento al memorándum s. 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022. *4. Remitir los entregables videos, spots, contenido digital, pauta u otros documentos que evidencien la prestación efectiva del servicio.* *(...)"*	*la solicitud de desarrollo de actividades publicitarias de la referida campaña.* *2. Remitir los correos electrónicos de coordinaciones con la Oficina de Marketing para el desarrollo de la Campaña Compartir 2022, en cumplimiento al Memorándum N° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.* *Rpta. Al respecto se comunica que No obra en los archivos de esta Unidad correos electrónicos de coordinación vinculados al desarrollo operativo o publicitario de la campaña, debido a que dichas acciones correspondieron exclusivamente a la Oficina de Marketing.* *3. Detallar qué actividades de soporte brindó la Oficina de Marketing para el desarrollo de la Campaña Compartir 2022, en cumplimiento al Memorándum N° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.* *Rpta. Al respecto se comunica que esta Unidad no se encuentra en posibilidad de detallar las actividades de soporte brindadas por la Oficina de Marketing respecto al desarrollo publicitario de la campaña, por no haber sido el responsable de su ejecución. Se precisa que la participación de la Unidad de Conducta de Mercado se limitó exclusivamente a la revisión y/o elaboración del tarifario de la campaña y su respectiva publicación en estricto cumplimiento del RGCM.* *4. Remitir los entregables videos, spots, contenido digital, pauta u otros documentos que evidencien la prestación efectiva del servicio.* *Rpta. Al respecto se comunica que en los archivos de esta unidad No se cuenta con videos, spots, contenido digital, pauta u otros entregables vinculados a la prestación efectiva del servicio requerido, en tanto dichos documentos no fueron generados, administrados, ni solicitados, ni custodiados por la Unidad de Conducta de Mercado.* *Por lo expuesto, corresponde precisar que la Unidad de Conducta de Mercado desempeña funciones de carácter normativo y de asesoría interna, orientada a garantizar el cumplimiento de las disposiciones del Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado emitido por la SBS. En este marco, el rol de la unidad se centra en emitir lineamientos, brindar orientación y verificar el cumplimiento de las normas, sin incluir la elaboración, contratación o difusión directa de piezas publicitarias, tareas que corresponden al área de marketing, según sus competencias funcionales. Finalmente, se adjunta el tarifario elaborado y publicado por la UCM, en el marco de sus competencias funcionales, como sustento de la participación efectivamente realizada por esta unidad (...)"*
Mediante carta n.° 00106-2026-OCI-CMACHYO de 13 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 48)**, este Órgano de Control Institucional, realizó el requerimiento de información a la Subgerencia de Segmentos respecto a: *"Mediante memorándum n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022, la Gerencia Mancomunada comunicó al departamento de Marketing la aprobación del Plan de Marketing 2022, encargando al jefe de Marketing el cumplimiento de las actividades en coordinación escrita con las unidades de negocio, cabe precisar que dicho plan contemplaba la actividad desarrollo de contenidos, en la cual se encontraba programado la "Elaboración de videos para redes", según se muestra en el cuadro siguiente:*	Mediante carta n.° 00007-2026-A46-CMACHYO de 6 de abril de 2026 **(Apéndice n.° 54)**, la señora Julia Criollo Meza, jefe de Segmento (e) en atención a la carta n.° 00106-2026-OCI-CMACHYO de 13 de marzo de 2026, en relación a la pregunta n.° 1 remitió correos relacionados a actividades de campaña (como elaboración de piezas gráficas, brief, volante, entrevista y catálogo). Asimismo, respecto a las preguntas 2 al 7 señalo lo siguiente: *"No se cuenta con dicha información por ser gestión, administración y competencia de Marketing".*

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Requerimiento de información a la Subgerencia de Segmentos/Unidad de Mercado	Respuesta de la Subgerencia de Segmentos/Unidad de Mercado
 BRANDING Y DESARROLLO DE CONTENIDOS ACTIVIDAD / CONCEPTO / CANTIDAD / COSTO UNITARIO / SUB TOTAL [...] / [...] / [...] / [...] DESARROLLO DE CONTENIDOS / ELABORACION DE VIDEOS PARA REDES / 1 / S/ 70.000 / S/ 70.000 [...] / [...] / [...] / [...] TOTAL S/ 890.20 1. *En esa línea se solicita remitir todos los documentos escritos (correos, informes u otro) de coordinaciones realizadas con el departamento de Marketing para la elaboración de videos para redes, correspondiente al período noviembre de 2022 a febrero de 2023.* 2. *Remitir los videos elaborados para redes sociales de la CMAC Huancayo S.A. correspondiente al período noviembre de 2022 a febrero de 2023.* 3. *Asimismo, remitir los documentos de coordinación para la elaboración de spots para radio, durante el período noviembre de 2022 a febrero de 2023.* 4. *Remitir los spots para radio elaborados durante el período noviembre de 2022 a febrero de 2023.* 5. *Remitir todos los documentos de coordinación (correos, informes u otro), relacionadas al desarrollo de sesiones de fotos, durante el período noviembre de 2022 a febrero de 2023.* 6. *Remitir todos los documentos escritos (correos, informes u otro) de coordinaciones realizadas con el departamento de Marketing para la elaboración de videos para TV, correspondiente al período noviembre de 2022 a febrero de 2023.* 7. *Remitir los videos para TV, elaborados durante el período noviembre de 2022 a febrero de 2023.*	
Mediante carta n.° 00002-2026-TTPS-CMACHYO de 17 de junio 2026 **(Apéndice n.° 58)**, se solicitó al señor Nilton Jaiir Carhuallanqui Reynoso, subgerente encargado de Canales y Operaciones, remitir la documentación e información en el plazo de cinco (5) días hábiles en físico y digital original o copia legible, fedateada o autenticada o con la firma del responsable de la información respecto a: *"(...)* *3) Asimismo, se le hace de conocimiento que mediante Nota de Pedido n.° 202202134 de 23 de noviembre de 2022, la oficina de Marketing solicitó el servicio de producción de videos, sesión de fotos, pauta digital y contenidos, con mensajes de ahorro y crédito; al respecto, informar si en esas fechas el departamento de Captaciones y Servicios solicitó el apoyo de la oficina de Marketing, relacionado con los servicios siguientes:* *(...)"*	Mediante carta n.° 00008-2026-A68-CMACHYO de 24 de junio de 2026 **(Apéndice n.° 59)**, el señor Nilton Jair Carhuallanqui Reynoso, subgerente encargado de Canales y Operaciones[14], informó lo siguiente: *"(...)* *Respecto a la Nota de Pedido N.° 202202134 de fecha 23 de noviembre de 2022, y si el Departamento de Captaciones y Servicios solicitó apoyo a la Oficina de Marketing para la producción de videos, sesiones fotográficas, pauta digital y contenidos, pongo de su conocimiento que no existe documento donde el Departamento de Captaciones y Servicios haya efectuado una solicitud específica a la Oficina de Marketing para la realización de servicios descritos en Nota de Pedido de fecha (23.11.2022).* *Asimismo, las actividades relacionadas con la producción de material audiovisual, sesiones fotográficas, generación de contenidos para medios digitales, campañas publicitarias y difusión institucional constituyen funciones inherentes a la Oficina de Marketing, en el marco de sus competencias y responsabilidades organizacionales.* *En consecuencia, la difusión permanente de productos activos y pasivos forman parte de las actividades regulares y continúas que desarrolla la referida unidad orgánica, a fin de promover los productos y servicios financieros de la institución, fortalecer el posicionamiento de la marca y mantener una adecuada comunicación con los clientes y público objetivo.* *(...)"*

Fuente : Carta n.° 00025-2026-OCI-CMACHYO de 19 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 33)**, carta n.° 00001-2026-A46-CMACHYO de 28 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 51)**, carta n.° 00110-2026-OCI-CMACHYO de 17 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 49)**, y carta n.° 00001-2026-UCM-CMACHYO de 23 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 51)**, carta n.° 00106-2026-OCI-CMACHYO de 13 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 48)**, carta n.° 00007-2026-A46-CMACHYO de 6 de abril de 2026 **(Apéndice n.° 54)**, carta n.° 00002-2026-TTPS-CMACHYO de 17 de junio 2026 **(Apéndice n.° 58)**, carta n.° 00008-2026-A68-CMACHYO de 24 de junio de 2026 **(Apéndice n.° 59)**.
Elaborado por: Comisión de Control a cargo del Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad.

[14] Durante el periodo materia de evaluación, el señor Nilton Jair Carhuallanqui Reynoso, ostentó el cargo de jefe de Captaciones y Servicios.

Como se aprecia en el cuadro precedente, la Subgerencia de Segmentos, la Unidad de Conducta del Mercado y el departamento de Captaciones y Servicios, confirmaron expresamente que no realizaron requerimientos vinculados a la contratación del servicio de producción de videos y contenidos para redes sociales, objeto de la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**. Asimismo, la Unidad de Conducta del Mercado señaló que los entregables del servicio (videos, spots, contenido digital) no fueron generados, administrados, solicitados ni custodiados por dicha unidad.

Esta situación evidencia que el requerimiento de contratación fue gestionado unilateralmente por el señor Miguel Ray Díaz Bejarano en su condición de jefe encargado de la oficina de Marketing, sin la coordinación ni participación de las unidades de Negocios, contraviniendo las disposiciones establecidas en los memorándums n.°s 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022 **(Apéndice n.° 5)** y n.° 19975-2022-G de 12 de octubre de 2022 **(Apéndice n.° 9)** que establecían que la ejecución de las actividades de las campañas programadas, debían realizarse en coordinación con las unidades de Negocio, haciendo uso eficiente del presupuesto asignado; asimismo, contraviniendo el artículo 6° del Reglamento de Marketing, versión 11, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1976-2022 de 18 de noviembre de 2022, vigente desde el 23 de noviembre de 2022 hasta el 26 de enero de 2024 **(Apéndice n.° 68)**, que establecía una vez aprobada la campaña, el jefe de Marketing en coordinación con los jefes de las Unidades de negocios se encargarán de realizar la planificación, logística y ejecución de la campaña.

3) Del proceso de selección, buena pro y formalización de la contratación.

Mediante memorándum n.° 00763-2022-ALO-CMAHYO de 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 19)**, el jefe encargado de Logística, designó a una auxiliar de Contrataciones, como responsable de llevar a cabo el proceso de selección para la atención de la Nota de Pedido 202202134 de 23 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 16)**, correspondiente al servicio denominado "*Contratación del servicio de producción de videos y otros contenidos para redes sociales de la CMAC Huancayo S.A.*" por el importe de ciento setenta y seis mil con 00/100 soles (S/176 000,00).

En ese sentido, el 23 de noviembre de 2022, la auxiliar de contrataciones, emitió el cronograma del proceso **(Apéndice n.° 20)** de segundo nivel denominado "*Contratación del Servicio de Producción de Videos y Otros Contenidos para Redes Sociales de la CMAC Huancayo SA*", estableciendo actividades y plazos para la convocatoria, según el detalle siguiente:

"(...)

ACTIVIDADES	*FECHAS*
Convocatoria	*23/11/2022*
Presentación de Ofertas	*Hasta las 7:00 pm del día 25/11/2022*
Evaluación de Propuestas (*)	*Hasta el 28/10/2022* [SIC]
Informe de Determinación de la Mejor Oferta (*)	*Hasta el 28/10/2022* [SIC]
Adjudicación (*)	*Hasta el 29/11/2022*

(*) El plazo podrá ser ampliado hasta el día siguiente hábil dependiendo de la cantidad de propuestas recibidas. Asimismo, el plazo para la recepción de propuestas podrá ser ampliado según Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones, modificándose las fechas (...)"

Seguidamente, mediante correos electrónicos del mismo día (19:30 horas) **(Apéndice n.° 21)**, la auxiliar de Contrataciones, cursó invitaciones mediante las cartas n.°s 03278, 03279, 03280, 03281, 03282, y 03283-2022-PRO-CMACHYO, solicitando a las empresas AVI Multimedios EIRL, Building Brands SAC, Frada Estudio EIRL, José Alberto Bedoya Pastor, Nuvo Group SAC y Diana Carolina Sánchez Félix, respectivamente, para que remitan su propuesta económica final de acuerdo a las cartas de cotización adjuntas.

De las invitaciones realizadas, algunas empresas presentaron sus propuestas por correo electrónico, adjuntando los anexos: 01[15], 02[16] y 02-A[17]; así como los formatos: 01[18]; 02[19]; 03[20] y 04[21], conforme se evidencia en el resumen siguiente:

Cuadro n.° 2
Detalle de la presentación de propuesta económica

N°	Razón social (Postores)	Fecha/hora de recepción de la cotización	Monto de la propuesta económica S/	Presentó Anexos: 01, 02 y 02-A, así como Formatos: 01, 02, 03 y 04 (*)
1	Frada Estudio	25/11/2022 a las 14:41 horas	163 500,00	No Cumplió
2	AVI Multimedios EIRL	25/11/2022 a las 15:03 horas	171 020,00	Cumplió
3	Nuvo Group SAC	25/11/2022 a las 17:48 horas	162 000,00	No Cumplió
4	Building Brands SAC	25/11/2022 a las 18:12 horas	158 680,00	Cumplió

Fuente: Correos electrónicos de 25 de noviembre de 2022, emitido por los representantes de las empresas Frada Estudio, AVI Multimedios EIRL, Nuvo Group SAC y Building Brands SAC. del expediente de contratación.
(*) La información considerada de cumplimiento de términos de referencia tiene como fuente al informe n.° 00160-2022-LMOB-CMACHYO de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 23)**, emitido por la auxiliar de Contrataciones.
Elaborado por: Comisión de control a cargo del Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad.

Del cuadro precedente, se advierte que cuatro (4) empresas presentaron sus cotizaciones el 25 de noviembre de 2022, siendo la empresa Building Brands SAC quien presentó su propuesta a las (18:12 horas) **(Apéndice n.° 22)**, siendo esta la última propuesta presentada por el monto de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), monto menor a las presentadas por las otras empresas.

En ese contexto, mediante informe n.° 00160-2022-LMOB-CMACHYO de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 23)**, la auxiliar de Contrataciones, comunicó al jefe de Logística la determinación de la mejor oferta del proceso de contratación del servicio de producción de videos y otros contenidos para redes sociales de la Entidad, en dicho informe determinó como ganador a la empresa Building Brands SAC por un importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00); en razón de ello, mediante notificación SISTRA[22] de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 24)**, el jefe de Logística, otorgó su conformidad al informe en mención y dispuso continuar con el procedimiento de contratación de acuerdo con la normativa interna vigente.

Seguidamente, mediante correo electrónico de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 25)**, la auxiliar de Contrataciones, notificó a la empresa Building Brands SAC la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta mil con 00/100 soles (S/158 680,00) suscrito por los apoderados de la Entidad, en la que se establecía las obligaciones siguientes:

"PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE CAJA HUANCAYO

1.PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS

CANTIDAD 04
-Descripción: Cada producción consta de la elaboración de 01 video + una sesión de fotos para Caja

[15] Anexo n.° 01 Declaración Jurada de Cumplimiento de los Términos de Referencia.
[16] Anexo n.° 02 Carta de Propuesta Económica.
[17] Anexo n.° 02-A Estructura de Costos.
[18] Formato n.° 01 Declaración Jurada de Cumplimiento a los siguientes Lineamientos referente a la Ley 29783 – Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.
[19] Formato n.° 02 Declaración Jurada (Capítulo II del Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones de La Caja Huancayo, respecto al registro del proveedor)
[20] Formato n.° 03 Declaración Jurada de Ausencia de Actos de Nepotismo.
[21] Formato n.° 04 Declaración Jurada (de no contar con familiares o parientes hasta cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad).
[22] Sistema de Trámite Documentario de la Entidad.

Huancayo

De los trabajos de desarrollar:

Pre producción

-Elaboración de story board

-Elaboración de guion para video

-Elaboración de guion para spot de radio

-Selección de locaciones para video según story board aprobado (las locaciones deberán de ser situadas en escenarios de la selva, costa y sierra)

-Styling de los personajes

Producción

-Contratación de modelos elegidos según casting, incluye vestuario y maquillaje, por cada producción participarán como mínimo 08 actores.

-Contratación de locaciones según story board aprobado

-Elaboración de jingle para los video y spot radial

-Realización de las sesiones fotográficas, según el concepto de cada producción (video)

-Grabación de videos según story board aprobado, en este proceso del servicio deberá de participar un encargado por parte de Caja Huancayo, y de no ser posible ello, el monitoreo de la grabación de las tomas se realizará de manera virtual, para ello, la productora irá remitiendo en línea los avances de las grabaciones según sea necesario o requerido por el área usuaria. Dentro de este proceso de grabación quedará bajo proceso de grabación quedará bajo potestad de la productora con la conformidad de Caja Huancayo realizar reajustes al guion u otros, con la finalidad de perfeccionar el trabajo, estos cambios no deberán significar algún gasto para la productora.

-Grabación de audios, locución en off y otros para el spot radial y de TV según sea el caso.

Post producción

-Edición de video, la edición debe considerar estilo de color, corrección de iluminación, colerización, inserción de logo de Caja Huancayo, correcciones en los audios, entre otros.

-Retoque de todas las fotografías descritas en los entregables (tanto para su uso en medios digitales como en impresos). El retoque debe considerar estilo de color a las fotos, corrección de iluminación, colonización, etc. considerando que son fotos con fines publicitarios.

Consideraciones para la producción y post producción:

-Queda a consideración de Caja Huancayo realizar ajustes al guion y propuesta creativa, el mismo que deberá realizarse antes de iniciar las grabaciones, ello con la finalidad de no realizar modificaciones que puedan alterar el presupuesto de la propuesta remitida.

-Para la grabación del vídeo, queda a consideración de Caja Huancayo enviar a un personal para el monitoreo los trabajos.

-El video deberá de tener grabaciones en exteriores (no se harán grabaciones en estudios)

-Cada producción se realizará en 03 ciudades (01 selva, 01 costa y 01 sierra), quedando bajo la consideración de la productora elegir las ciudades.

-Para el casting de actores, se remitirá hasta tres cantidades para cada papel en el video.

-La producción musical no deberá de ser de banco de músicas como shuterstock, epidemic, sound, etc.

Entregables finales por cada producción y sesión de fotos:

-01 video para redes de 60"

-01 video para TV de 30"

-01 spot para radio de 30"

-06 fotografías (03 horizontales y 03 verticales), editadas y retocadas, entregadas en alta resolución en formato JPG, el registro completo de las fotografías debe de estar en formato RAW original.

-Contratos de autorizaciones de uso de imagen de los personajes de mínimo dos años, incluir DNI.

Consideraciones sobre los entregables:

-Los spots de TV y radio serán transmitidos en medios de comunicación a nivel nacional

-Todos los entregables se deberán de remitir vía correo electrónico

-Los videos de TV y radio se presentarán hasta por más de 04 formatos, estos formatos serán proporcionados por Caja Huancayo.

-La vigencia de los videos de TV y radio serán por 12 meses

Plazos de entrega

-Los trabajos de pre producción deberán de ser presentados 04 días calendarios recibido el requerimiento

-Los entregables finales deberán de ser entregados 14 días calendarios aprobado os trabajos de pre producción

-El tiempo de duración del servicio es de 03 meses, por lo que todos los requerimientos deberán de efectuarse considerando ese plazo.

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

2. DE LA PUBLICIDAD EN REDES:

- La segmentación de la publicidad en las redes sociales de Caja Huancayo se realizará según requerimiento del área usuaria.
- La distribución de la publicidad pagada se realizará de manera inmediata, ello según requerimiento del área usuaria.
- La publicidad pagada está valorizada en S/ 80, 000.
- Las redes sociales incluidas para la pauta son:
Facebook
Twitter
Instagram
Linkedin

Consideraciones de la publicidad en redes
-La propuesta económica no incluye la creación de nuevas redes sociales
-El presupuesto de la pauta digital está incluido dentro de la presente propuesta económica
-El tiempo de servicio de la pauta digital es de 02 meses, contando a partir de recibida la orden de servicio o suscrito el contrato
-El presupuesto para la pauta digital debe de consumirse al término del servicio

Entregables
-Informe al término del servicio sobre resultados, estadísticas y distribución del presupuesto para la pauta digital

3.DE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS

Realizar 50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos s/u para contenidos de redes sociales
-Mensaje: Que se conceptualicen en temas de créditos y ahorros
-Los tipos de spots estarán determinados por el área usuaria
-Las animaciones deben ser trabajadas con un mínimo de 30 fps
-Las artes visuales deben incluir (animaciones de clientes, negocios, oficinas, interior de agencias, etc) según sea el caso.
-Deben incluir guion técnico, Storyteling y narrativa creativa
-Cada spot debe ser creativo, dinámico y debe incluir animación 2D y 3D para su desarrollo
-Los spots deben ser diferentes, en forma, narrativa y creatividad
-Los spots deben incluir diferentes locuciones comerciales y musicalización que no contengan derechos de autor
-Se deben incluir infografía y titulares animados además FX motion para los detalles del video
-Los videos deben incluir FX sonoros
-Incluye Edición y pos producción (inserción de logo, colorizados y masterizados)

Consideraciones
-El área usuaria deberá proporcionar la información para la elaboración de los videos
-El plazo máximo para la presentación de los videos será de 40 días después de recibida la información por parte del área usuaria.

Entregables
-50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos, el formato entregado es en mp4 HD (1080P) Alta Calidad (Master) códec H.265

CONDICIONES DEL SERVICIO

-Tiempo del servicio: según lo indica el detalle
-Forma de pago: Al término del servicio, previa presentación de factura, entregables y conformidad del área usuaria
-Precio incluye IGV
-Los precios están expresados en soles (S/)
-Todos los entregables serán remitidos vía correo electrónico"

Conforme a lo expuesto, se evidenció que la contratación fue formalizada mediante la emisión y notificación de la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, estableciéndose dentro de sus obligaciones: actividades, entregables, plazos y condiciones que debía cumplir la empresa Building Brands SAC y el responsable del área usuaria.

Cabe acotar que, la empresa Building Brands SAC, remitió su cotización al señor Miguel Ray

Diaz Bejarano, cuando se encontraba encargado de la jefatura de la oficina de Marketing, documento que sirvió para establecer el valor referencial de la nota de pedido.

4) De la ejecución del servicio

De conformidad con las condiciones establecidas en la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, para la "*Producción de videos y otros contenidos para redes sociales de Caja Huancayo*" por un importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), esta estaba dividida en tres (3) ítems: **(1) "*Producción de videos y sesión de fotos*", (2) "*De la publicidad en redes*" y (3) "*De la generación de contenidos*",** los cuales se ejecutaron de la siguiente manera:

a. (1) Producción de videos más sesión de fotos y (3) generación de contenidos:

Para la **producción de videos y sesión de fotos,** de acuerdo a la Orden de Servicio N02-001-00011, la empresa Building Brands SAC debía ejecutar las actividades siguientes:

"(...)
1.PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS
CANTIDAD 04
Descripción: Cada producción consta de la elaboración de 01 video + una sesión de fotos para Caja Huancayo

De los trabajos de desarrollar:
***Pre producción** Elaboración de story board*
Elaboración de guion para video
Elaboración de guion para spot de radio
Selección de locaciones para video según story board aprobado (las locaciones deberán de ser situadas en escenarios de la selva, costa y sierra)
Styling de los personajes

Producción
Contratación de modelos elegidos según casting, incluye vestuario y maquillaje, por cada producción participarán como mínimo 08 actores.
Contratación de locaciones según story board aprobado
Elaboración de jngle para los video y spot radial
Realización de las sesiones fotográficas, según el concepto de cada producción (video)
Grabación de videos según story board aprobado, en este proceso del servicio deberá de participar un encargado por parte de Caja Huancayo, y de no ser posible ello, el monitoreo de la grabación de las tomas se realizará de manera virtual, para ello, la productora irá remitiendo en línea los avances de las grabaciones según sea necesario o requerido por el área usuaria. Dentro de este proceso de grabación quedará bajo proceso de grabación quedará bajo potestad de la productora con la conformidad de Caja Huancayo realizar reajustes al guion u otros, con la finalidad de perfeccionar el trabajo, estos cambios no deberán significar algún gasto para la productora.
Grabación de audios, locución en off y otros para el spot radial y de TV según sea el caso.

Post producción
Edición de video, la edición debe considerar estilo de color, corrección de iluminación, colerización, inserción de logo de Caja Huancayo, correcciones en los audios, entre otros.
Retoque de todas las fotografías descritas en los entregables (tanto para su uso en medios digitales como en impresos). El retoque debe considerar estilo de color a las fotos, corrección de iluminación, colonización, etc. considerando que son fotos con fines publicitarios.

Consideraciones para la producción y post producción:
Queda a consideración de Caja Huancayo realizar ajustes al guion y propuesta creativa, el mismo que deberá realizarse antes de iniciar las grabaciones, ello con la finalidad de no realizar modificaciones que puedan alterar el presupuesto de la propuesta remitida.
Para la grabación del video, queda a consideración de Caja Huancayo enviar a un personal para el monitoreo los trabajos.
El video deberá de tener grabaciones en exteriores (no se harán grabaciones en estudios)

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Cada producción se realizará en 03 ciudades (01 selva, 01 costa y 01 sierra), quedando bajo la consideración de la productora elegir las ciudades.
Para el casting de actores, se remitirá hasta tres cantidades para cada papel en el video.
La producción musical no deberá de ser de banco de músicas como shuterstock, epidemic, sound, etc.

Entregables finales por cada producción y sesión de fotos:
- *01 video para redes de 60"*
- *01 video para TV de 30"*
- *01 spot para radio de 30"*
- *06 fotografías (03 horizontales y 03 verticales), editadas y retocadas, entregadas en alta resolución en formato JPG, el registro completo de las fotografías debe de estar en formato RAW original.*
- *Contratos de autorizaciones de uso de imagen de los personajes de mínimo dos años, incluir DNI.*

Consideraciones sobre los entregables:
- *Los spots de TV y radio serán transmitidos en medios de comunicación a nivel nacional*
- *Todos los entregables se deberán de remitir vía correo electrónico*
- *Los videos de TV y radio se presentarán hasta por más de 04 formatos, estos formatos serán proporcionados por Caja Huancayo.*
- *La vigencia de los videos de TV y radio serán por 12 meses*

Plazos de entrega
- *Los trabajos de pre producción deberán de ser presentados 04 días calendarios recibido el requerimiento*
- *Los entregables finales deberán de ser entregados 14 días calendarios aprobado os trabajos de pre producción*
- *El tiempo de duración del servicio es de 03 meses, por lo que todos los requerimientos deberán de efectuarse considerando ese plazo.*

(...)"

Al respecto, la referida Orden de Servicio establecía que la elaboración de los "*story board*"[23] (preproducción) debían presentarse a la Entidad en un plazo de cuatro (4) días calendarios de recibido el requerimiento y los entregables finales en un plazo de catorce (14) días calendarios luego de aprobado los trabajos de pre producción; es decir, la empresa Building Brands SAC en catorce (14) días debía producir videos con la participación de un mínimo de ocho (8) actores elegidos según casting y en tres (3) ciudades de la costa, sierra y selva (1 video en cada una) con la participación de un encargado de la Entidad (de no ser posible de manera virtual), así como la "*Elaboración de jngle* [SIC] *para los videos y spot radial*", esto en el plazo de hasta tres (3) meses que duraba el servicio.

Asimismo, respecto a la **generación de contenidos** para redes sociales, la referida Orden de Servicio exigía que la empresa Building Brands SAC ejecute las actividades siguientes:

"(...)
Realizar 50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos s/u para contenidos de redes sociales
-Mensaje: Que se conceptualicen en temas de créditos y ahorros
Los tipos de spots estarán determinados por el área usuaria
Las animaciones deben ser trabajadas con un minuto de 30 fps
Deben incluir guion técnico, Storyteling y narrativa creativa
Cada spot debe ser creativo, dinámico y debe incluir animación 2D y 3D para su desarrollo
Los spots deben ser diferentes, en forma, narrativa y creatividad
Los spopts deben incluir diferentes locuciones comerciales y musicalización que no contengan derechos de autor
Se deben incluir infografía y titulares animados además FX motion para los detalles del video

[23] Un **storyboard** o guion gráfico es una secuencia de ilustraciones o bocetos ordenados cronológicamente que sirve como guía visual para previsualizar una historia, película, animación o proyecto publicitario. Funciona como un "cómic" de la producción, permitiendo planificar los planos, encuadres, acciones y movimientos de cámara antes de grabar o animar.
Fuente:
https://www.google.com/search?q=story+board&rlz=1C1GCEA_enPE1211&oq=story+board&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQABiABDIHCAIQABiABDIJCAMQABgKGIAEMgkIBBAAGAoYgAQyCQgFEAAYChiABDIJCAYQABgKGIAEMgcIBxAAGIAEMgkICBAAGAoYgAQyBwgJEAAYgATSAQkxMzY4ajBqMTWoAgiwAgHxBVXfyE92SU4a&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Los videos deben incluir FX sonoros
Incluye Edición y pos producción (inserción de logo, colorizados y masterizados)

Consideraciones
El área usuaria deberá proporcionar la información para la elaboración de los videos
El plazo máximo para la presentación de los videos será de 40 días después de recibida la información por parte del área usuaria.

Entregables
50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos, el formato entregado es en mp4 HD (1080P) Alta Calidad (Master) códec H.265.
(...)".

La Orden de Servicio también exigía la realización de cincuenta (50) videos para redes sociales en un plazo máximo de cuarenta (40) días después de recibida la información por parte del área usuaria para la presentación de los entregables.

En ese sentido, para la verificación del cumplimiento del servicio, se procedió con la revisión del "*Informe de Cumplimiento de Servicio*" n.° 00043-AC de 15 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, suscrito y presentado por el señor Fernando Ytalo Gamboa López, en su condición de Gerente General de la empresa Building Brands SAC, documento adjunto a la factura electrónica n.° E001-46 del 12 de diciembre de 2022[24] **(Apéndice n.° 28)**, en el cual se pudo visualizar capturas de imágenes de tres (3) correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022 de las 12:46 horas, de las 13:09 horas y de las 15:00 horas.

El correo electrónico de las 12:46 horas de "WeTransfer" **(Apéndice n.° 28)**, tenía como asunto "*04 Spots – Caja Huancayo enviado correctamente a* [redacted]"[25] adjuntando un enlace de descarga e íconos de cuatro (4) elementos de extensión ".MOV"; de igual manera, el correo electrónico de las 13:09 horas **(Apéndice n.° 28)**, tenía como asunto *"Banco de imágenes – Sesión de fotos para Caja Huancayo enviado correctamente a* [redacted]*"* adjuntando un enlace de descarga e íconos de ochenta (80) elementos en extensión ".png" y ".jpeg" y el correo electrónico de las 15:00 horas **(Apéndice n.° 28)**, tenía como asunto "*50 videos para redes sociales de Caja Huancayo enviado correctamente a* [redacted] adjuntando un enlace de descarga e íconos de cincuenta (50) elementos en extensión ".MOV", como se visualiza a continuación:

"(...)
PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS
En cumplimiento a lo requerido, se remitió vía We Transfer los archivos de los spots y sesión de fotos solicitados.

[24] La referida factura electrónica n.° E001-46 fue alcanzada al OCI mediante carta n.° 00001-2026-ACO-CMACHYO de 2 de enero de 2026 por el departamento de Contabilidad.
[25] Correo electrónico de la Entidad asignado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano.

PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS

En cumplimiento a lo requerido, se remitió vía WeTransfer los archivos de los spots y sesión de fotos solicitados.



3 de 92

04 Spots - Caja Huancayo enviado correctamente a [redacted]

Usuarios externos

WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
para mí

12:46 (hace 1 hora)

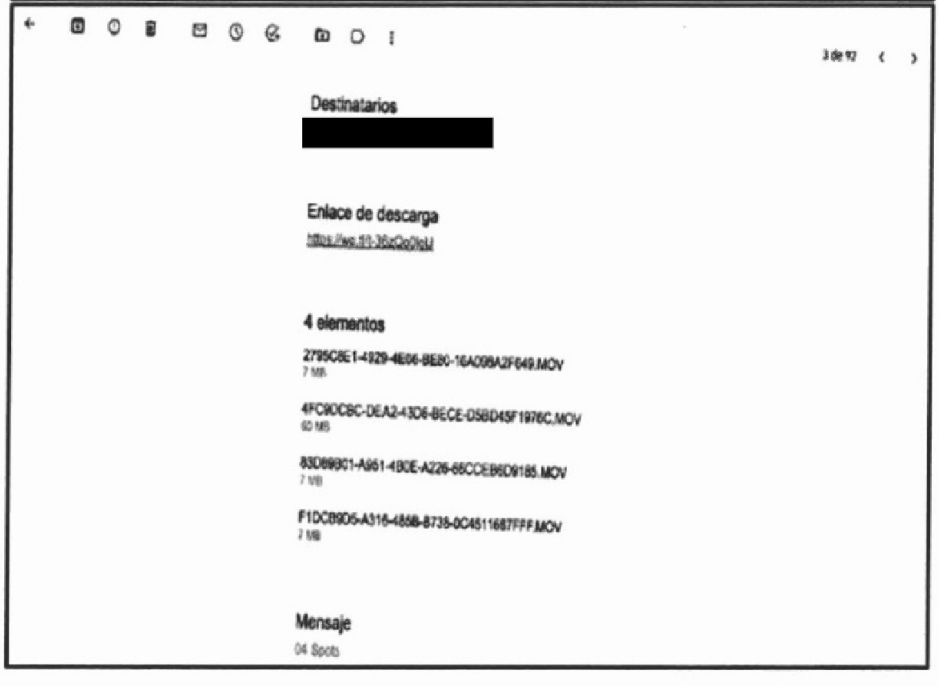
de: WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
para: recepcion@buildingbrand.org
fecha: 15 dic 2022, 12:46
asunto: 04 Spots - Caja Huancayo enviado correctamente a [redacted]
enviado por [redacted]
firmado por
seguridad: Encriptación estándar (TLS) Más información
Por alguna razón, Google lo identificó como importante.

ncayo

[redacted]

4 elementos, 80 MB en total - Caducará el 22 de diciembre de 2022

Gracias por usar WeTransfer. Te enviaremos una confirmación por correo electrónico en cuanto los archivos hayan sido descargados.



3 de 92

Destinatarios

[redacted]

Enlace de descarga

https://we.tl/t-36zQo0IqU

4 elementos

2795C8E1-4929-4E06-BEBC-16A09A2F649.MOV
7 MB

4FC9DCBC-DEA2-43D6-BECE-D5BD45F1976C.MOV
60 MB

83D89BC1-A951-4B0E-A226-65CCEB6D9185.MOV
7 MB

F1DCB9D5-A316-485B-B735-0C4511687FFF.MOV
7 MB

Mensaje

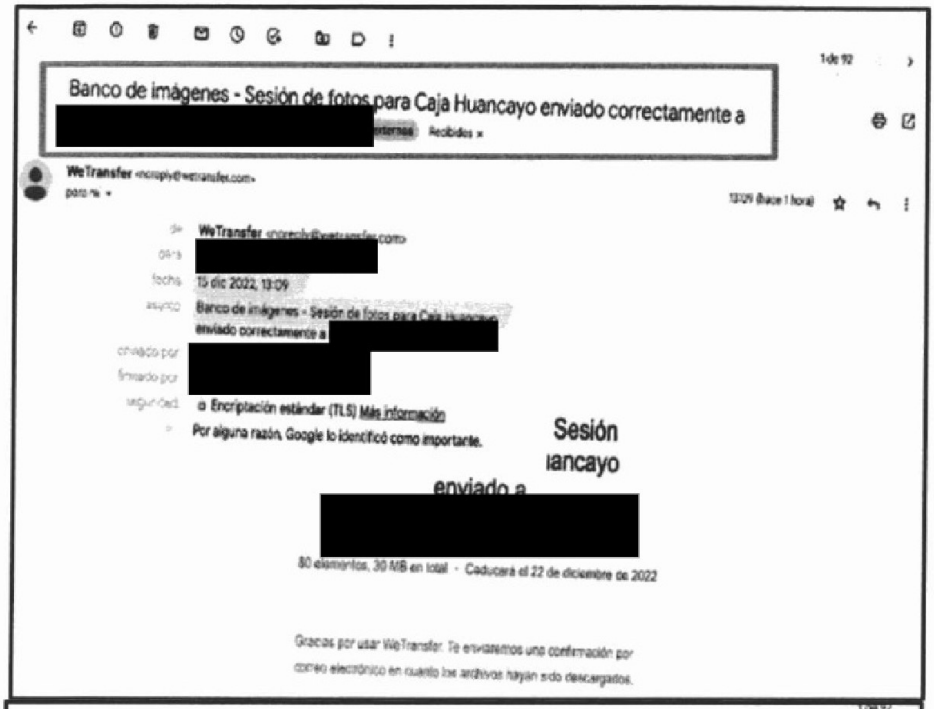
04 Spots

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°



Banco de imágenes - Sesión de fotos para Caja Huancayo enviado correctamente a [redacted]

WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
para mí

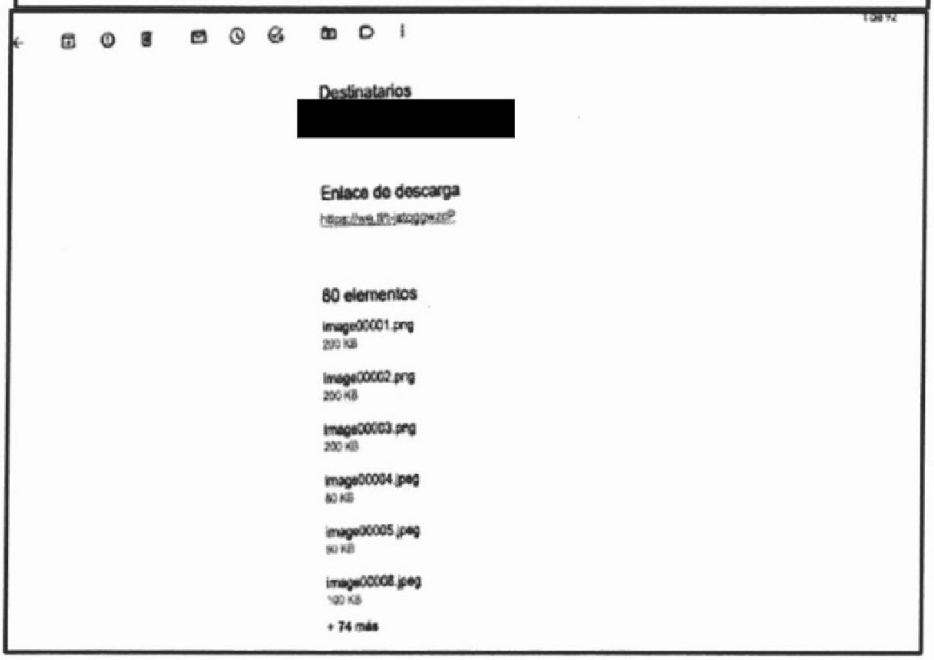
13:09 (hace 1 hora)

De: WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
Para: [redacted]
Fecha: 15 dic 2022, 13:09
Asunto: Banco de imágenes - Sesión de fotos para Caja Huancayo enviado correctamente a [redacted]
Enviado por: [redacted]
Firmado por: [redacted]
Seguridad: Encriptación estándar (TLS) Más información
Por alguna razón, Google lo identificó como importante.

Sesión
lancayo
enviado a
[redacted]

80 elementos, 30 MB en total - Caducará el 22 de diciembre de 2022

Gracias por usar WeTransfer. Te enviaremos una confirmación por correo electrónico en cuanto los archivos hayan sido descargados.



Destinatarios
[redacted]

Enlace de descarga
https://we.tl/t-xxxxxxxxxx

80 elementos

image00001.png
200 KB

image00002.png
200 KB

image00003.png
200 KB

image00004.jpeg
80 KB

image00005.jpeg
90 KB

image00006.jpeg
100 KB

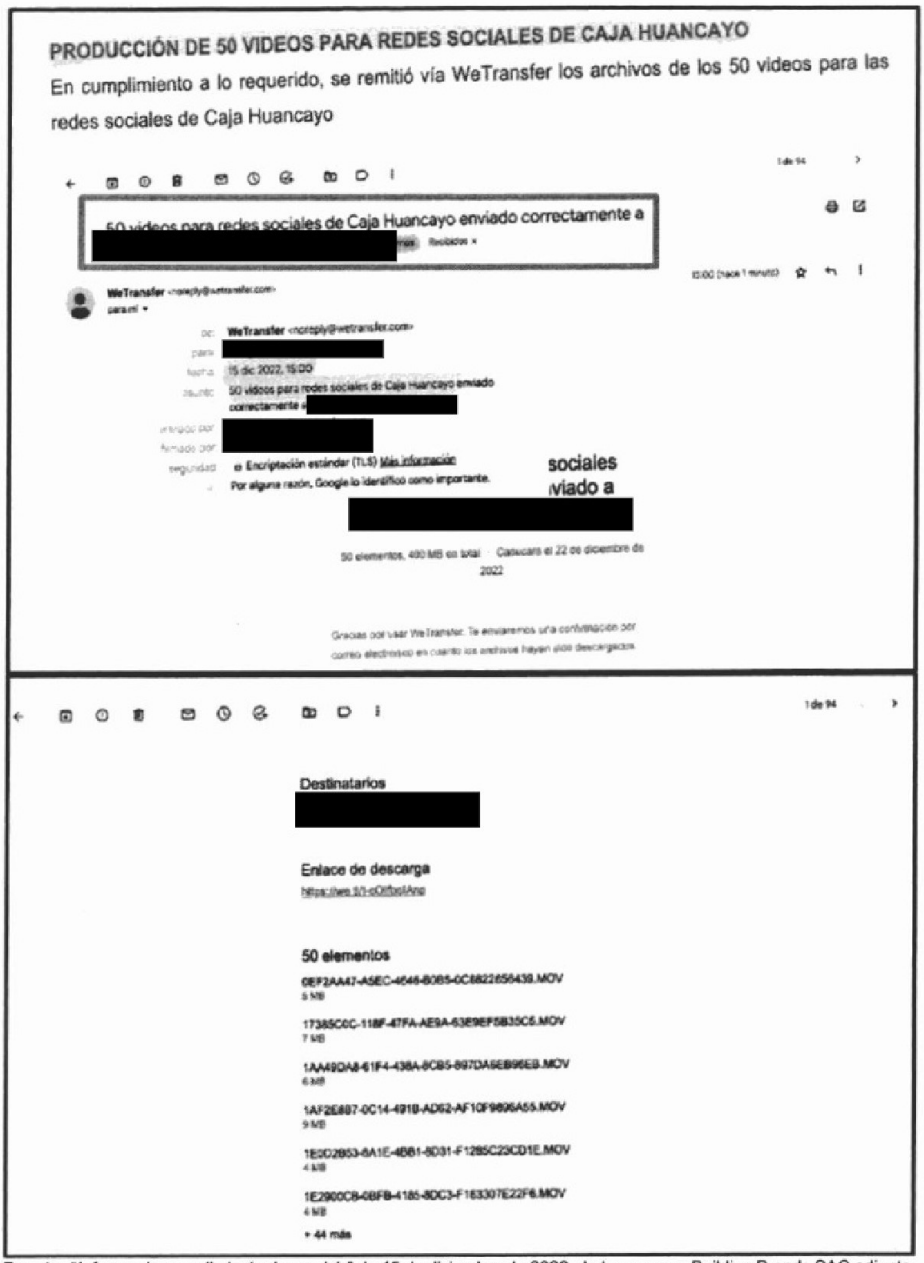
+ 74 más

CMAC - HUANCAYO S.A.
Órgano de Control Institucional
V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A.
Órgano de Control Institucional
V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A.
Órgano de Control Institucional
V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A.
Órgano de Control Institucional
V°B°



PRODUCCIÓN DE 50 VIDEOS PARA REDES SOCIALES DE CAJA HUANCAYO

En cumplimiento a lo requerido, se remitió vía WeTransfer los archivos de los 50 videos para las redes sociales de Caja Huancayo

50 videos para redes sociales de Caja Huancayo enviado correctamente a [redacted]

WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
para [redacted]

de: WeTransfer <noreply@wetransfer.com>
para [redacted]
fecha 15 dic 2022, 15:00
asunto 50 videos para redes sociales de Caja Huancayo enviado correctamente a [redacted]
enviado por [redacted]
firmado por
seguridad Encriptación estándar (TLS) Más información
Por alguna razón, Google lo identificó como importante.

sociales
viado a [redacted]

50 elementos, 400 MB en total Caducará el 22 de diciembre de 2022

Gracias por usar WeTransfer. Te enviaremos un'a confirmación por correo electrónico en cuanto los archivos hayan sido descargados

1 de 94

Destinatarios
[redacted]

Enlace de descarga
https://we.tl/t-oOlTpqIAnp

50 elementos

0EF2AA47-A5EC-4646-B0B5-0C8822656438.MOV
5 MB

1738SC0C-118F-47FA-AE9A-63E9EF5B35C5.MOV
7 MB

1AA49DA8-61F4-438A-8CB5-897DA6EB96EB.MOV
6 MB

1AF2E897-0C14-4918-AD62-AF10F9896A55.MOV
9 MB

1E3C2853-8A1E-4BB1-8D31-F1285C23CD1E.MOV
4 MB

1E2900C8-08FB-4185-8DC3-F163307E22F6.MOV
4 MB

+ 44 más

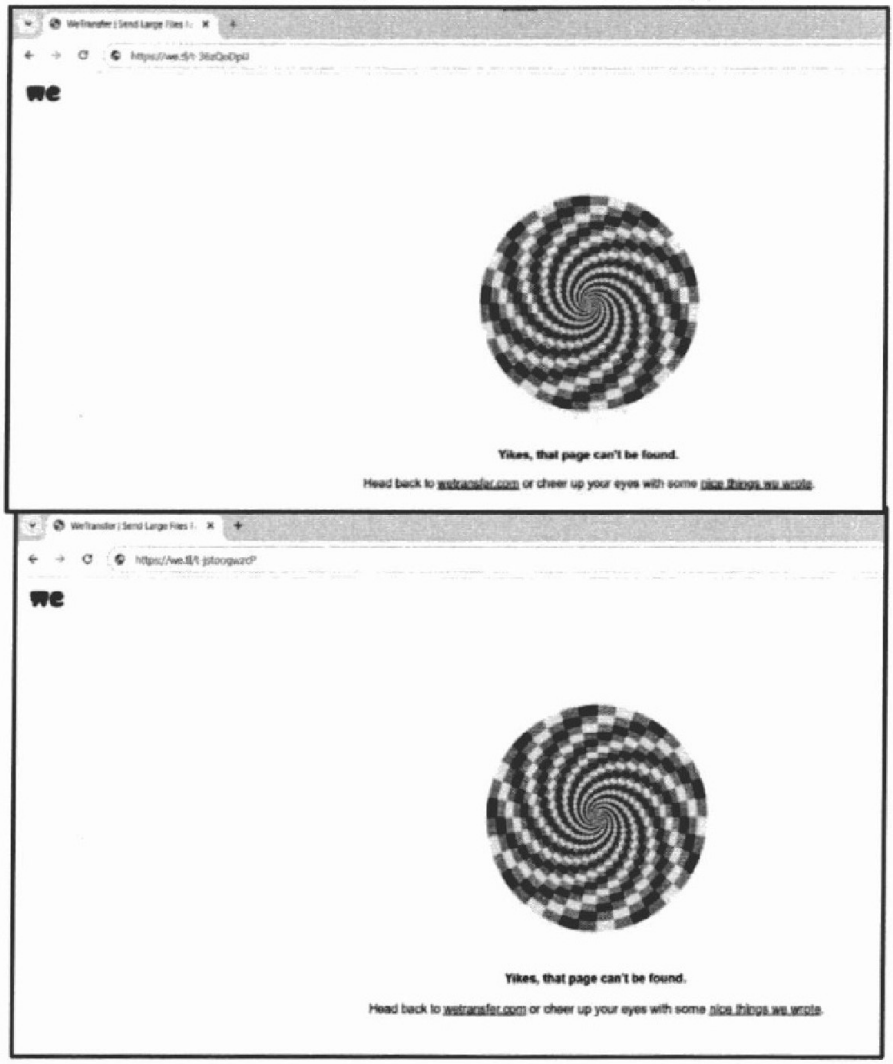
Fuente: "*Informe de cumplimiento de servicio*" de 15 de diciembre de 2022, de la empresa Building Brands SAC adjunto a la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022.

Al respecto, si bien la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, no precisaba la dirección del correo electrónico a donde debían ser enviados los entregables, se verificó que los tres (3) correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022, remitidos por la plataforma WeTransfer para el correo electrónico [redacted] fueron enviados al correo electrónico institucional [redacted]pe perteneciente al señor Miguel Ray Díaz Bejarano, durante el periodo en que se encontró encargado de la jefatura de la oficina de Marketing, tal como lo acredita el correo electrónico de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 27)**, mediante el cual el señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe titular de la citada oficina le dispuso lo siguiente: *"Mediante el presente se te deja la ENCARGATURA de la oficina de Marketing desde el 12 al 20 de diciembre"*.

Asimismo, en las capturas de imágenes de los precitados correos electrónicos

presentadas por la empresa Building Brands SAC, se visualizan tres (3) enlaces de descarga [redacted] y [redacted] uno en cada correo electrónico; sin embargo, no fue posible la verificación del contenido de los archivos en los mencionados enlaces, debido a que no se encontraban disponibles, según se visualiza a continuación:

Imagen n.° 4
Capturas de pantalla de indisponibilidad de acceso a los tres (3) enlaces



CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°



Fuente: [redacted]

En tal sentido, no se evidenció el contenido de los cuatro (4) archivos en formato MOV (spots) adjuntos al primer correo, tampoco el banco de imágenes – sesión de fotos para la Entidad con los ochenta (80) archivos en formato PNG y JPG (imágenes) adjuntos al segundo correo, ni los cincuenta (50) archivos en formato MOV (videos para redes sociales) adjuntos al tercer correo, que la empresa Building Brands SAC mediante su "*Informe de cumplimiento de servicio*" n.° 00043-AC de 15 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, indicó haber remitido como entregables de la Orden de Servicio N02-001-00011, debido a que, los tres (3) enlaces de descarga generados por la plataforma WeTransfer, según el referido informe, caducaron el 22 de diciembre de 2022.

En ese contexto, mediante correo electrónico de 29 de diciembre de 2025 **(Apéndice n.° 30)**, se solicitó al departamento de Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing), remitir la información que sustente el pago efectuado, incluyendo los entregables correspondientes al servicio contratado, de la siguiente manera:

"(...)

- ***Remitir el sustento del pago de la factura E001-46, pagado el 19/12/2022, relacionado al "SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO S.A., LOS ENTREGABLES ESTAN EN LA OFICINA DE MARKETING" (cuadro n.°1); según detalle siguiente:***

<u>De los entregables finales por cada producción y sesión de fotos:</u>

- ✓ *01 video para redes de 60°*
- ✓ *01 video para TV de 30°*
- ✓ *01 spot para radio de 30°*
- ✓ *06 fotografías (03 horizontales y 03 verticales), editadas y retocadas, entregadas en alta resolución en formato JPG, el registro completo de las fotografías debe de estar en formato RAW original.*
- ✓ *Contratos de autorizaciones de uso de imagen de los personajes de mínimo dos años, incluir DNI.*
- ✓ *Correos electrónicos de la presentación de los entregables*
- ✓ *Documentos que evidencien la presentación de trabajos en preproducción*
- ✓ *Documentos que evidencien la presentación de trabajos finales*
- ✓ *Informe del servicio final, sobre resultados, estadísticas y distribución del presupuesto de la pauta digital.*

- ***<u>De la generación de contenidos:</u>***

✓ *50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos, en formato entregado es en mp4 HD (1080p) Alta Calidad.*

(...)"

En atención a dicho requerimiento, mediante correo electrónico de 29 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 35)**, el analista de Imagen Empresarial colaborador de la oficina de

Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing) informó que realizó indagaciones y no fue posible encontrar la información solicitada; asimismo, precisó que ingresó al equipo del señor Miguel Ray Diaz Bejarano y tampoco encontró información relacionada al servicio.

De igual manera, al no evidenciarse el desarrollo de las actividades antes señaladas por la empresa Building Brands SAC en cumplimiento de su obligación contractual con la Entidad, mediante oficios[26] n.°s 001-2026-OCI-CMACHYO de 6 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 31)**, n.° 004-2026-OCI-CMACHYO[27] de 12 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 32)**, y reiterado con oficio n.° 007-2026-OCI-CMACHYO[28] de 10 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 39)**, y correo electrónico de 23 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 41)**, se realizaron requerimientos de información a la empresa Building Brands SAC a fin de que cumplan con informar el cumplimiento de su obligación contractual generada mediante la Orden de Servicio N02-001-00011; de la misma manera, mediante oficio n.° 008-2026-OCI-CMACHYO[29] de 10 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 40)** y reiterado mediante correo electrónico[30] de 23 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 42)** se solicitó al señor Miguel Ray Díaz Bejarano la documentación de sustento correspondiente a la

[26] Los oficios fueron envidos a los correos electrónicos de los gerentes de la empresa Building Brands SAC siguientes: [redacted] (del señor Fernando Ytalo Gamboa López), [redacted]

[27] El 12 de enero de 2026, se envió al correo [redacted] como última representante legal de la empresa Building Brands SAC), el oficio n.° 004-2026-OCI-CMACHYO de 12 de enero de 2026, este Órgano de Control Institucional solicitó a la empresa Building Brands SAC, remitir la documentación e información según detalle siguiente:

"(...)

2. PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS

Documentación de preproducción, remitir la copia de la información siguiente:

1. Story board
2. Guiones aprobados para cada video
3. Elaboración de guion para spot de radio
4. Documentación de la selección de locaciones para video según story board aprobado (las locaciones deberán de ser situadas en escenarios de la selva, costa y sierra)
5. Documentación de styling de los personajes
6. Documentación de la contratación de modelos elegidos según casting
7. Documentación de la contratación de locaciones según story board aprobado

Entregables finales por cada producción y sesión de fotos, remitir la copia de la información siguiente:

8. Videos para redes
9. Video para TV
10. Spot para radio
11. Fotografías, editadas y retocadas, en formato JPG y RAW
12. Contratos de autorizaciones de uso de imagen de los personajes de mínimo dos años, incluir DNI.
13. Documentación de los videos entregados (correos electrónicos)
14. Documentación de los spots entregados (correos electrónicos)
15. Documentación de las fotografías entregadas (correos electrónicos)

(...)"

[28] El 10 de febrero de 2026 se envió el oficio n.° 007-2026-OCI-CMACHYO al correo [redacted]

[29] El 10 de febrero de 2026, se envió al correo [redacted] (del señor Miguel Ray Diaz Bejarano) el oficio n.° 008-2026-OCI-CMACHYO de 10 de febrero de 2026, este Órgano de Control Institucional solicitó al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, remitir la documentación e información según detalle siguiente:

"(...)

9. DE LA PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS

9.1 Documentación de la selección de locaciones para video según story board aprobado (las locaciones deberán de ser situadas en escenarios de la selva, costa y sierra).
9.2 Documentación de styling de los personajes.
9.3 Documentación de la contratación de modelos elegidos según casting.
9.4 Documentación de la contratación de locaciones según story board aprobado.

Entregables finales por cada producción y sesión de fotos, remitir la copia de la información siguiente:

9.5 Videos para redes.
9.6 Video para TV.
9.7 Spot para radio.
9.8 Fotografías, editadas y retocadas, en formato JPG y RAW.
9.9 Contratos de autorizaciones de uso de imagen de los personajes de mínimo dos años, incluir DNI.
9.10 Documentación de los videos entregados (correos electrónicos).
9.11 Documentación de los spots entregados (correos electrónicos).
9.12 Documentación de las fotografías entregadas (correos electrónicos).
(...)".

[30] Mediante correo electrónico de 23 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 42)**, se envió al correo [redacted] (del señor Miguel Ray Diaz Bejarano) el reiterativo para la atención del oficio n.° 008-2026-OCI-CMACHYO.

producción de videos, sesión de fotos, publicidad en redes y generación de contenidos para redes sociales; sin embargo, a la fecha de cierre del presente servicio, la empresa Building Brands SAC ni el señor Miguel Ray Díaz Bejarano, atendieron los requerimientos de información a pesar de los reiterativos por la Comisión de Control.

Por otro lado, mediante carta n.° 00048-2026-OCI-CMACHYO de 30 de enero de 2026 **(Apéndice n.° 36)**, se solicitó a la Gerencia Mancomunada autorizar al departamento de Sistemas para que, de manera documentada y en presencia de un auditor del Órgano de Control Institucional (OCI), se realice la verificación técnica del correo institucional del 15 de diciembre de 2022 del señor Miguel Ray Díaz Bejarano, específicamente de lo referido a la recepción de los archivos enviados por la empresa Building Brands SAC y el ingreso de los mismos a la Entidad para el cumplimiento de objetivos de la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**.

Al respecto, mediante informe n.° 00085-2026-DSI-CMACHYO de 10 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 46)**, el jefe encargado de Seguridad Informática adjuntó el informe n.° 00019-2026-JLMR-CMACHYO de 6 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 44)**, emitido por el analista encargado de Seguridad de Infraestructura del departamento de Seguridad Informática, en el que señala lo siguiente:

"(...)

b) REVISION DE SOLICITUD DE DESCARGA

- *En cumplimiento al procedimiento MPR-020-TIN vigente a la fecha 15.12.2022 se menciona que toda solicitud de descarga sea gestionada en la plataforma SAR, teniendo en cuenta la normativa se realizó la búsqueda de los tickets solicitados por el departamento del marketing, los cuales fueron atendidos y se evidencian a continuación.*



De acuerdo a los tickets identificados se puede intuir que el correo en referencia fue recepcionado por el usuario [redacted]

IV. CONCLUSIONES:

- *De acuerdo a la revisión realizada a nivel de la solución de seguridad antispam se confirma que los correos legítimos dirigidos hacia la cuenta* [redacted] *fueron enviados hacia el buzón de correo.*
- *A nivel de la solución de seguridad antispam no se puede confirmar la recepción de correos a nivel del usuario, debido a que en medio se encuentra el servidor Exchange el cual contiene sus propias reglas de envío y recepción de correos, dicho equipo es gestionado por el departamento de infraestructura tecnológica.*

- *Se identifico que el departamento de marketing solicito la descarga de archivos en nivel de la plataforma SAR dentro del rango de fechas posterior al envió del correo reportado, dichas solicitudes fueron atendidas por el departamento de seguridad informática."*

Sobre el particular, el analista encargado de Seguridad de Infraestructura, manifestó que a *"nivel de la solución de seguridad antispam"*, los correos enviados el 15 de diciembre de 2022 fueron dirigidos al buzón del correo electrónico [redacted] asimismo, refirió que de conformidad al Procedimiento MPR-020-TIN vigente al 15 de diciembre de 2022, toda solicitud de descarga debía ser gestionada mediante la plataforma SAR[31], para lo cual remitió el reporte de solicitudes generados por diferentes colaboradores del departamento de Marketing posteriores al 15 de diciembre de 2022, verificándose en el informe n.° 00019-2026-JLMR-CMACHYO de 6 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 44)** emitido por el analista encargado de Seguridad de Infraestructura del departamento de Seguridad Informática, que ninguna solicitud fue generada por el señor Miguel Ray Diaz Bejarano.

Adicionalmente, mediante carta n.° 00114-2026-OCI-CMACHYO de 18 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 50)**, se solicitó nuevamente al departamento de Seguridad Informática la siguiente información precisando los enlaces consignados por la empresa Building Brands SAC:

"(...)

1. *Informar de manera especifica y con el respectivo sustento si el departamento de Seguridad Informática atendió la solicitud del link de descarga de los enlaces siguientes:,* [redacted]
2. *Informar si los enlaces de descarga de los links antes señalados contienen los archivos enviados (04 spots, 80 imágenes y 50 videos,) vía We Transwer."*

Al respecto, mediante informe n.° 00095-2026-DSI-CMACHYO de 23 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 52)**, el jefe encargado de Seguridad Informática precisó que, de la relación de colaboradores que solicitaron la descarga de archivos a través del SAR, ninguno corresponde a los enlaces consignados por la empresa Building Brands SAC en su "*Informe de cumplimiento de servicio*", como se muestra a continuación:

[31] Según el Numeral 4. Abreviaturas y Definiciones del Procedimiento MPR-010-TIN Gestión de Incidentes y de Peticiones de Servicios Registrados en el SAR Relacionadas al Ámbito de Tecnología de la Información, versión 25, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1701-2022 de 29 de setiembre de 2022, vigente desde el 3 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023; *"SAR"* corresponde a la denominación *"Sistema de Administración de Requerimientos"* asimismo, de la revisión del referido procedimiento, se advierte que dicho sistema es utilizado por la Entidad para gestionar y registrar solicitudes vinculadas a accesos informáticos, descarga de archivos y otros requerimientos relacionados al ámbito de tecnología de la información.

Imagen n.° 5
Tickets generados en el SAR con enlaces para descarga

Ticket N° 55885

De:	Carlos Saul Cajas Escalante
Enviado el:	jueves, 15 de diciembre de 2022 06:59 p.m.
Para:	Miguel Ray Diaz Bejarano
CC:	SIT_Seg_Informatica; Angela Dayana Roca Adauto
Asunto:	RE: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° Inc. 558885

Buenas tardes Miguel, se solicita tu conformidad al incidente.

- Descripción del archivo y sustento de la descarga: VIDEO CORREGIDO DE CHUBB
- Link/ enlace de descarga:

https://we.tl/t-NwnHTSovfY

- Equipo donde se copiara el archivo descargado: HYOMKT21

Ticket N° 558926

De: Carlos Saul Cajas Escalante
Enviado el: viernes, 16 de diciembre de 2022 10:03
Para: Jorge Luis Franci Malpartida Riera [redacted]
CC: Miguel Ray Diaz Bejarano [redacted]; MKT_soportenegocios [redacted]
Asunto: RV: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° 558926

Buenos días estimado Jorge se remite lo solicitado:

- Descripción del archivo y sustento de la descarga: GRAFICA GRATI DPF
- Link/ enlace de descarga:

https://we.tl/t-IQH6enlk2B

- Equipo donde se copiara el archivo descargado: HYOMKT21

Ticket N° 5601046

De: Jesus Angel Pariona Valencia
Enviado el: jueves, 22 de diciembre de 2022 10:55
Para: Angela Dayana Roca Adauto [redacted]
CC: [redacted]
Asunto: RE: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° Inc. 560146

Buenos días, se remite lo solicitado:

- Link/ enlace de descarga:
  - https://drive.google.com/drive/folders/16XAxnqbTVQKY_6WhDy3APAI7aR3bIE?usp=share_link
  - https://drive.google.com/drive/folders/1ZwKlnRDWwnbKVBmp-c6eYtSOLBiKbr9?usp=share_link
  - https://we.tl/t-ybcG2XlRog
  - https://we.tl/t-xZ5UI6cNLb
- Descripción del archivo y sustento de la descarga: FOTOGRAFÍAS Y VIDEOS DE PROVEEDOR
- Equipo donde se copiara el archivo descargado: HYOMKT16
- Autorización de su jefatura: Adjunto

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Ticket N° 560355

De:	Maria Jimena Valenzuela Rojas
Enviado el:	viernes, 23 de diciembre de 2022 01:07 p.m.
Para:	Miguel Ray Diaz Bejarano
CC:	SIT_Seg_Informatica; Cristhian Yancarlos Quispe Quispe; MKT_soportenegocios
Asunto:	RE: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° Inc. 560355

Buenas tardes, migue se solicita su conformidad

- Descripción del archivo y sustento de la descarga:

https://we.tl/t-gS6me8Y0qo

https://we.tl/t-tPRoUhOt2C

- Autorización de su jefatura:
- Link/ enlace de descarga:

fotogradias

- Equipo donde se copiara el archivo descargado:

Hyomkt03

Ticket N° 561494

De:	Efrain Elvis Figueroa Cruz
Enviado el:	miércoles, 28 de diciembre de 2022 04:34 p.m.
Para:	Lezly Paola Arambar Del Cargio
CC:	SIT_Seg_Informatica
Asunto:	RE: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° Inc. 561494
Categorías:	Categoría roja

Estimada Lezly,

De acuerdo al instructivo de privilegios y accesos el permiso al puerto NO está habilitado para su cargo. Lo que se recomienda es que se pueda apoyar de su jefatura para transferir los archivos al equipo.

De requerir los accesos por favor adjuntar la autorización de su jefatura ademas se solicitara la opinion de los colegas de seguridad de la informacion para proceder con la atencion.

2.2. GRUPOS DE SEGURIDAD PARA ACCESO A MEDIOS REMOVIBLES PARA COLABORADORES:

USUARIOS	Usuarios	WVD_G_CONTROL_TOTAL_USB_CD_DVD	WVD_G_ACCESOMARTPHONE	WVD_G_ACCESO_USB	WVD_G_EMPRESA_DISPOSITIVO	ACCESO_CD_DVD	WVD_G_LECTURA_USB_CD_DVD
GERENTE	Todos	X		X		X	

Ticket N° 561606

De: Jesus Angel Pariona Valencia
Enviado el: jueves, 29 de diciembre de 2022 9:56
Para: Jorge Luis Franci Malpartida Ricra [redacted]
CC: SIT_Seg_Informatica [redacted]
Asunto: RE: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° 561606

Buenos dias Jorge, se remite lo solicitado:

- Autorización de su jefatura: ADjunto
- Link/ enlace de descarga: https://www.transfernow.net/dl/20221229Hg5G6AhY/8zvhlMJM
- Equipo donde se copiara el archivo descargado: HYOMKT16
- Usuario perteneciente al equipo: epariona
- Detalle/Descripcion de la descarga: Descarga de videos e imágenes de proveedor (entregables)

Ticket N° 561610

De: VITALIS (Administrador del Sistema)
Enviado el: jueves, 29 de diciembre de 2022 10:04
Para: Debora Sarvia Bilha Rosario Campos [redacted]
CC: Efrain Elvis Figueroa Cruz [redacted]
Asunto: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° 561610

Buen Dia, tu ticket se está coordinando con el Sr(a). FIGUEROA CRUZ, EFRAIN ELVIS , y te atenderemos a la brevedad posible.

P.D. Por favor, considerar que se priorizan los tickets según orden de llegada y urgencia de atención.

El usuario solicita: SE SOLICITA REALIZAR LA DESCARGA DE LAS FOTOS Y VIDEO DE LA INAUGURACIÓN DE LA AGENCIA SAN ISIDRO QUE SE ENCUENTRAN EN LOS SIGUIENTES ENLACES: https://we.tl/t-xJHYkRuKsr https://we.tl/t-lZHZwv6LH

Ticket N° 561629

De: Carlos Saul Cajas Escalante
Enviado el: jueves, 29 de diciembre de 2022 10:51 a.m.
Para: Miguel Ray Diaz Bejarano [redacted]
CC: Cristhian Yancarlos Quispe Quispe [redacted]
Asunto: RE: ATENCION DE TICKET DERIVADO - SAR - N° 561629

Buenos días Miguel por favor tu conformidad:

- Descripción del archivo y sustento de la descarga: GRAFICA NUEVA CAMPAÑA DE DPF
- Link/ enlace de descarga:
- https://we.tl/t-eCsS9PW872
- Equipo donde se copiara el archivo descargado: HYOMKT21
- USUARIO: csajas

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Ticket N° 561828


Fecha de Registro 2022/12/30 12:00:00a. m. N° 561828
Estado del Registro ATENDIDO
Recepción Análisis Cierre
Recepcionado por: [redacted]
Usuario Solicitante: CCAJAS [redacted]
Area: OFICINA DE MARKETING
Número Celular: [redacted]
Agencia: OF. PRINCIPAL
Fecha de Solicitud: 2022/12/30 Hora : 08:11:32 a. m.
Autorizado por: ¿Ver casos que requieren Autorización.
Descripción del Problema:
BUENOS DIAS ESTIMADOS SRES SE SOLICITA SU APOYO CON LA DESCARGA DEL SIGUIENTE LINK: https://we.tl/t-zh4vCayQIN EN LA MAQUINA HYOMKT21

De conformidad a lo señalado por el analista encargado de Seguridad de Infraestructura, del departamento de Seguridad Informática, los archivos y enlaces [redacted] contenidos en los correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022 remitidos por la empresa Building Brands SAC al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, cuando se desempeñaba como jefe encargado de la oficina de Marketing, no fueron solicitados por el referido colaborador para ser descargados mediante el SAR[32] conforme a lo establecido en el procedimiento MPR-020-TIN[33], formalidad indispensable para validar la recepción de elementos externos; por lo que, se acredita el no ingreso de los entregables a la Entidad; asimismo, ninguna de las solicitudes de descarga tramitados por los demás colaboradores de la oficina de Marketing se encontraba relacionada con los citados enlaces, ni el servicio de producción de videos, sesión de fotos y otros contenidos para redes sociales vinculados a la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**.

De igual manera, en atención a la carta n.° 00114-2026-OCI-CMACHYO de 18 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 50)**, mediante informe n.° 00095-2026-DSI-CMACHYO de 23 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 52)**, el jefe encargado de Seguridad Informática, informó y concluyó lo siguiente:

"(...)

a) REVISIÓN DE SOLICITUD DE DESCARGAS

Para la búsqueda de los tickets atendidos, se utilizó la plataforma SAR, donde se aplicó

[32] Según el Numeral 4. Abreviaturas y Definiciones del Procedimiento MPR-010-TIN Gestión de Incidentes y de Peticiones de Servicios Registrados en el SAR Relacionadas al Ámbito de Tecnología de la Información, versión 25, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1701-2022 de 29 de setiembre de 2022, vigente desde el 3 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023; *"SAR"* corresponde a la denominación *"Sistema de Administración de Requerimientos" asimismo, de la revisión del referido procedimiento, se advierte que* dicho sistema es utilizado por la Entidad para gestionar y registrar solicitudes vinculadas a accesos informáticos, de descarga de archivos y otros requerimientos relacionados al ámbito de tecnología de la información.

[33] MPR-020-TIN Administración de la Solución Firewall, versión 8, aprobada mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1981-2022 de 18 de noviembre de 2022, establece: " I. DE LA ATENCIÓN DEL TICKET. 1. Realizar el MPR-010-TIN. [Colaborador] (...) ***Para la atención de tickets-Firewall Perimetrales:*** *(...) Si el colaborador requiere que se descargue información de la página web tales como "webtransfer, "drive", "OneDrive" u otras similares, la descarga será realizada por el Dpto. de Seguridad Informática, previa autorización del jefe de la Unidad Orgánica del colaborador que registró el ticket (...)".*

un filtro a los tickets solicitados por el Departamento de Marketing y derivados para la atención del Departamento de Seguridad Informática, específicamente aquellos relacionados con descargas de archivos.

- *De la información proporcionada por la plataforma SAR, no se identificó que el usuario [redacted] pe haya generado algún ticket solicitando la descarga de los enlaces mencionados en la carta esto dentro del período auditado.*
- *Respecto a los tickets filtrados en la plataforma SAR y generados por los colaboradores del Departamento de Marketing, se realizó la búsqueda e identificación correspondiente. Como resultado, no se encontraron los enlaces detallados en la Carta N° 00114-2026-OCI-CMACHYO dentro de dichos tickets, los cuales se evidencian a continuación:*



Respecto a los tickets filtrados en la plataforma SAR y generados por los colaboradores del Departamento de Marketing, se realizó la búsqueda e identificación correspondiente. Como resultado, no se encontraron los enlaces detallados en la Carta N° 00114-2026-OCI-CMACHYO dentro de dichos tickets, los cuales se evidencian a continuación:

(...)

IV. CONCLUSIONES:

- *De la revisión realizada en la plataforma SAR, no se identificaron tickets generados que contengan los enlaces mencionados en la Carta N° 00114-2026-OCI-CMACHYO, ni tampoco se registraron solicitudes remitidas por el usuario [redacted] dentro del periodo evaluado.*
- *Los enlaces señalados en la carta antes mencionada corresponden a recursos de acceso público, por lo que pueden ser visualizados o descargados desde cualquier dispositivo con conexión a internet fuera de la infraestructura de la CAJA.*
- *En ese sentido, no es posible establecer una trazabilidad precisa. Durante la reunión del 23/03/2026, se informó a los auditores de la OCI que las jefaturas cuentan con acceso autorizado a unidades extraíbles, las cuales representan un posible canal alterno mediante el cual la información contenida en los enlaces pudo haber ingresado a la red de la CAJA.*
- *Con el presente informe se brinda atención a la Carta N° 00114-2026-OCI-CMACHYO, dentro del ámbito de competencia del Departamento de Seguridad Informática.*

(...)"

Según el informe antes señalado, el departamento de Seguridad Informática, efectuó la

revisión en la plataforma SAR[34] respecto de las solicitudes de descarga relacionadas directamente con los tres (3) links o enlaces de descarga [redacted], ratificando que como resultado de su búsqueda en los tickets generados dentro del período auditado, no se encontraron los referidos enlaces de descarga, ni solicitudes asociadas al usuario [redacted] perteneciente al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, jefe encargado de la oficina de Marketing del 12 al 20 de diciembre de 2022.

En consecuencia, la ausencia de registro en la plataforma SAR[35] de los tres (3) enlaces de descarga, evidencia que el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, no realizó las gestiones para la descarga de los mencionados enlaces que la empresa Building Brands SAC indicó haber remitido, lo que acredita que los entregables conformados por cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos para redes sociales, no fueron descargados en los equipos de la Entidad a través de sus mecanismos formales y de acuerdo al Procedimiento MPR-020-TIN Administración de la Solución Firewall, versión 8, lo que corrobora la inexistencia de dichos archivos en las equipos institucionales y repositorios digitales de la Entidad.

Asimismo, si bien los enlaces enviados por la empresa Building Brands SAC eran de acceso público y podían ser descargados desde cualquier dispositivo con conexión a internet fuera de la infraestructura de la Entidad; mediante carta n.° 00150-2026-OCI-CMACHYO de16 de abril 2026 **(Apéndice n.° 55)**, se solicitó al asistente encargado de Branding y Medios Digitales y al auxiliar de Diseño (encargado de las publicaciones en ausencia del asistente Branding y Medios Digitales) del departamento de Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing), ambos responsables de las publicaciones de contenidos en las redes sociales durante el mes de diciembre de 2022, informen lo siguiente:

"(...)

1. *Informar, si la jefatura de Marketing le solicitó a su persona la publicación de cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos para redes sociales.*
2. *(...)*
3. *Remitir un reporte de las publicaciones efectuadas durante el período de 15 de diciembre de 2022 al 28 de febrero de 2023, señalando específicamente lo siguiente:*

Medio digital (Facebook, Twitter, Instagram y Linkedin)	Fecha de publicación	Contenido (infografía, spot, fotos, piezas gráficas	Actividad/Finalidad	Proveedor
...	...	...	...	...

(...)"

En atención a ello, mediante carta n.° 00001-2026-JAPV-CMACHYO de 23 de abril de 2026 **(Apéndice n.° 56)**, el asistente encargado de Branding y Medios Digitales, respecto a la publicación de cuatro los cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos para redes sociales, señaló que de la revisión a los correos electrónicos recibidos

[34] Según el Numeral 4. Abreviaturas y Definiciones del Procedimiento MPR-010-TIN Gestión de Incidentes y de Peticiones de Servicios Registrados en el SAR Relacionadas al Ámbito de Tecnología de la Información, versión 25, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1701-2022 de 29 de setiembre de 2022, vigente desde el 3 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023; *"SAR"* corresponde a la denominación *"Sistema de Administración de Requerimientos" asimismo, de la revisión del referido procedimiento, se advierte que* dicho sistema es utilizado por la Entidad para gestionar y registrar solicitudes vinculadas a accesos informáticos, de descarga de archivos y otros requerimientos relacionados al ámbito de tecnología de la información.

[35] Según el Numeral 4. Abreviaturas y Definiciones del Procedimiento MPR-010-TIN Gestión de Incidentes y de Peticiones de Servicios Registrados en el SAR Relacionadas al Ámbito de Tecnología de la Información, versión 25, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1701-2022 de 29 de setiembre de 2022, vigente desde el 3 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023; *"SAR"* corresponde a la denominación *"Sistema de Administración de Requerimientos" asimismo, de la revisión del referido procedimiento, se advierte que* dicho sistema es utilizado por la Entidad para gestionar y registrar solicitudes vinculadas a accesos informáticos, de descarga de archivos y otros requerimientos relacionados al ámbito de tecnología de la información.

del señor Miguel Ray Díaz Bejarano, los enlaces encontrados no corresponden a los mismos que la empresa Building Brands SAC consignó en sus tres (3) correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022; asimismo, dichos correos tampoco contienen evidencia vinculada a la publicación o utilización de los contenidos audiovisuales correspondientes al servicio contratado con la citada empresa.

Asimismo, el referido colaborador, remitió un reporte de las publicaciones efectuadas entre el 15 de diciembre de 2022 al 28 de febrero de 2023 **(Apéndice n.° 56)**, verificándose que los contenidos publicados fueron generados por diferentes integrantes de la oficina de Marketing y coordinados con otros proveedores distintos a la empresa Building Brands SAC; por lo tanto, dicha información corrobora que los entregables que la referida empresa indicó haber entregado a través de sus correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022, no fueron almacenados, ni publicados o utilizados por la Entidad.

Del mismo modo, mediante carta n.° 00001-2026-FERC-CMACHYO de 23 de abril de 2026 **(Apéndice n.° 57)**, el auxiliar de Diseño señaló que, durante el período evaluado, no recibió ningún correo electrónico, orden ni instrucción formal de la jefatura[36] de la oficina de Marketing para la publicación de los cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos; asimismo, precisó que no tuvo conocimiento de la elaboración de dichos materiales por parte de la empresa Building Brands SAC[37].

En tal sentido, ha quedado acreditado que los productos finales de spots de TV y radio, sesión de fotos y contenidos para redes sociales, no fueron recibidos, descargados, almacenados ni utilizados por la oficina de Marketing de la Entidad, servicio que estuvo a cargo solo del señor Miguel Ray Díaz Bejarano y a quien fueron dirigidos los correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, cuando se desempeñaba como jefe encargado de la oficina de Marketing.

Por otro lado, mediante correo electrónico de 3 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 43)**, se solicitó al auxiliar de Patrimonio y Almacén (responsable del Archivo Central de la Entidad), informar si en el archivo obran documentos físicos y/o digitales correspondientes a los años 2022 y 2023 de la oficina de Marketing, tales como CD, DVD, informes, memorándums, correos electrónicos u otra documentación relacionada con la ejecución del PAC 2022, documentación vinculada a la campaña *"Compartir 2022"* y documentación relativa a la ejecución contractual de la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022; al respecto, mediante correo electrónico de la misma fecha **(Apéndice n.° 43)**, el auxiliar de Patrimonio y Almacén, señaló que en el Archivo Central únicamente existen documentos correspondientes a la oficina de Marketing de los años 2016 y 2017.

Asimismo, en la entrevista realizada al jefe de Marketing e Imagen Empresarial[38], este señaló que no cuenta con documentación física ni digital relacionada a la ejecución de la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, el cual consta en el Acta de Entrevista de 11 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 47)**.

De igual forma, en coordinación con el subjefe de Soporte Técnico, se realizó la verificación de la copia de respaldo del disco duro del equipo HYOMKT05[39] que estaba

[36] Del señor Miguel Ray Díaz Bejarano en calidad de jefe de Marketing.
[37] En la carta n.° 00150-2026-OCI-CMACHYO de 16 de abril de 2026 (**Apéndice n.° 55**), de requerimiento de información, se hizo referencia al servicio contratado con la empresa Building Brands SAC.
[38] Señor Roy Juan Diaz Herrera.
[39] Mediante correo electrónico de 20 de marzo de 2026, (**Apéndice n.° 53**) el analista de Soporte Técnico informó lo siguiente: *"(...) el equipo que se encontraba en custodia del Dpto. de Marketing hasta el mes de febrero del 2026, pero a inicios del mes de marzo fue asignado al Dpto. de GTH (...) SILOG: CPU:0418237 S/N:4CE226CMZK TECLADO:0418239 MOUSE:0418239 MINITOR:0424198"*

asignado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano[40]; sin embargo, no se encontraron evidencias de la descarga de archivos correspondientes a los cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos para redes sociales relacionados al servicio contratado mediante Orden de Servicio N02-001-00011, dicha verificación con consecuente acceso a la copia de respaldo de disco duro del equipo asignado al referido colaborador, fue registrada en el Acta de Entrevista el 25 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 53)**.

Asimismo, como se advirtió con anterioridad, si bien la empresa Building Brands SAC mediante correo electrónico de 15 de diciembre de 2022 (**Apéndice n.° 28)**, indicó haber enviado sus entregables vía WeTransfer, no fue posible acceder a los contenidos de los enlaces para verificar el cumplimiento del servicio; debido a que, los enlaces de descarga según dichos correos electrónicos que constan en su "*Informe de Cumplimiento de Servicio*" **(Apéndice n.°)** caducaron el 22 de diciembre de 2022, limitando corroborar el cumplimiento de la entrega del servicio ejecutado de cuatro (4) spots en formato MOV adjuntos al primer correo, tampoco el banco de imágenes – sesión de fotos para la Entidad con, ochenta (80) imágenes en formatos PNG y JPEG adjuntos en el segundo correo, ni los cincuenta (50) videos para redes sociales en formato MOV adjuntos al tercer correo, señalados por la citada empresa.

De igual manera, de la información solicitada al señor Miguel Ray Díaz Bejarano, en razón al cargo de jefe encargado de la oficina de Marketing el 15 de diciembre de 2022 y a la empresa Building Brands SAC, sobre el cumplimiento de la ejecución contractual, ninguno cumplió con remitir información alguna pese a los reiterativos realizados por la Comisión de Control.

Asimismo, se solicitó información al jefe de Marketing e Imagen Empresarial[41], Roy Juan Diaz Herrera, quien, durante el período materia de evaluación, se desempeñó como jefe de la oficina de Marketing[42] y quien mediante correo electrónico de 23 de noviembre de 2022[43] había tomado conocimiento de las gestiones que realizó el señor Miguel Ray Díaz Bejarano (backup[44]) para la contratación del servicio, manifestando no haber encontrado documentación física ni digital de la misma.

En ese sentido, se determinó que los enlaces remitidos por la empresa Building Brands SAC, con atención al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, durante el periodo que se encontró como jefe encargado de la oficina de Marketing, no fueron descargados en los equipos de la Entidad conforme al MPR-020-TIN Administración de la Solución Firewall, ni existe solicitud alguna de gestión o almacenamiento a través del sistema SAR[45]; por lo que,

[40] Cesado el 19 de agosto de 2024, según constancia de cese de la misma fecha.

[41] Mediante memorándum n.° 01368-2025-APE-CMACHYO de 14 de noviembre de 2025, la jefa de Gestión de Talento Humano encargó al señor Roy Juan Diaz Herrera el cargo de jefe de Marketing e Imagen Empresarial desde el 15 de noviembre de 2025 y según revisión del sistema de personal de la Entidad, dichas funciones los desempeñó hasta el 24 de mayo de 2026, fecha de cese.

[42] Según el sistema de personal de la Entidad, el señor Roy Juan Diaz Herrera, tenía el cargo de jefe de Marketing desde el 9 de mayo del 2018 al 1 de mayo de 2023.

[43] Mediante correo electrónico de 23 de noviembre de 2022 (**Apéndice n.° 17**), el señor Miguel Ray Diaz Bejarano solicitó al departamento de Presupuesto la aprobación de la Nota d Pedido 2134, con copia al señor Roy Juan Diaz Herrera; de la misma manera, la auxiliar de Presupuesto, brindó su conformidad para la aprobación de dicha nota pedido, en el cual también copió al señor Roy Juan Diaz Herrera.

[44] De acuerdo a la MPR-016-GTH Gestión de la encargatura, designación y retiro de confianza de colaboradores, el término "backup" tiene la siguiente definición: "*Colaborador que, en cumplimiento a la línea de carrera, reemplaza mediante encargatura en caso de ausencia a los siguientes puestos:*

...

✓ *Jefe de Unidad Orgánica.*

...

El backup asumirá las funciones y responsabilidades del titular, quien deberá permanecerse informado de las actividades del puesto a cubrir."

[45] Según el Numeral 4. Abreviaturas y Definiciones del Procedimiento MPR-010-TIN Gestión de Incidentes y de Peticiones de Servicios Registrados en el SAR Relacionadas al Ámbito de Tecnología de la Información, versión 25, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1701-2022 de 29 de setiembre de 2022, vigente desde el 3 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023; "*SAR*"

queda acreditado que los archivos conformados por cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos para redes sociales vía WeTranswer que la empresa Building Brands SAC indica haber remitido, no ingresaron a la Entidad y no cumplieron ninguna finalidad ni brindaron soporte a ninguna campaña.

Asimismo, aun cuando los enlaces remitidos vía WeTransfer eran de acceso público, se corroboró la inexistencia de los entregables en los repositorios institucionales, ya que de la diligencia de inspección con presencia de auditores sobre la copia de respaldo del disco duro del equipo que estaba asignado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano no se hallaron registros relacionados a los cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes, ni cincuenta (50) videos para redes sociales que la empresa Building Brands SAC indica haber entregado a la Entidad.

De igual manera, mediante correo electrónico de 16 de julio de 2026 (**Apéndice n.° 60**), el jefe del departamento de Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing), señaló a la Comisión de Control que luego de realizada la revisión de documentación física y digital, así como de las consultas realizadas a los medios de comunicación con los cuales la Entidad mantenía contratación durante diciembre de 2022, enero y febrero de 2023, no encontró evidencia de gestiones realizadas, ni registros de remisión o entrega de spots publicitarios objeto de la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**.

Por otro lado, la campaña compartir (fin de año), tenía vigencia hasta el 28 de febrero de 2023; asimismo, según Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**, cada uno de los tres (3) ítems del servicio contratado *(Producción de videos y sesión de fotos, publicidad en redes y generación de contenidos)* tenían plazos definidos para su ejecución y entrega; tal es así que, la producción de videos y sesión de fotos con actores en la costa, sierra y selva debían realizarse y entregarse en un plazo de catorce (14) días calendarios, contados a partir de aprobado los trabajos de preproducción en un periodo de tres (3) meses; de igual manera, los cincuenta (50) videos para redes sociales tenían un plazo para su entrega de cuarenta (40) días después de recibida la información por parte del área usuaria, así como la publicidad en redes debía tener un tiempo de servicio de dos (2) meses contando a partir de recibida la orden de servicio.

Sin embargo, se evidenció que la empresa Building Brands SAC, el 15 de diciembre de 2022; es decir, a solo diecisiete (17) días calendarios y catorce (14) días hábiles de emitida y notificada la citada Orden de Servicio, envió correos electrónicos con tres (3) enlaces para sustentar la culminación del total del servicio; puesto que, la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, recibida por la Entidad el 14 de diciembre de 2022, consignaba el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), es decir, por el importe total de la Orden de Servicio, habiéndose facturado e iniciado el cobro de forma anticipada, situación que no fue advertida por el señor Miguel Ray Diaz Bejarano en calidad de jefe de la oficina de Marketing, por el contrario, otorgó su conformidad e inició el trámite para el pago.

Sobre este extremo, mediante correo electrónico de 16 de julio de 2026 **(Apéndice n.° 61)**, el asistente Branding y Medios Digitales, confirmó que desde la emisión de la Orden de Servicio hasta el 15 de diciembre de 2022 de envío de los tres (3) correos de la empresa Building Brands SAC (17 días calendarios y 12 días hábiles), sería muy difícil la elaboración de cuatro (4) spots para TV y radio, ochenta (80) sesiones fotográficas y

corresponde a la denominación "*Sistema de Administración de Requerimientos*" asimismo, de la revisión del referido procedimiento, se *advierte que* dicho sistema es utilizado por la Entidad para gestionar y registrar solicitudes vinculadas a accesos informáticos, de descarga de archivos y otros requerimientos relacionados al ámbito de tecnología de la información.

cincuenta (50) videos para redes sociales por los días estimados que tomaría cada actividad detallada en la Orden del Servicio N02-001-000011 **(Apéndice n.° 26)**.

Cabe precisar que, la ejecución de la Orden del Servicio N02-001-000011 **(Apéndice n.° 26)** estaba proyectada a realizarse por un periodo de hasta tres (3) meses, debido a que el proveedor debía elaborar y entregar un (1) video para redes, un (1) video para TV, un (1) spot para radio y seis (6) fotografías; asimismo, la generación de los cincuenta (50) contenidos para redes sociales que estaba proyectada para realizarse en cuarenta (40) días después de recibida la información por parte del área usuaria; de igual manera, el tiempo de servicio de la publicidad en redes estaba proyectada para ser ejecutada en un periodo de dos (2) meses, contados a partir de recibida la orden de servicio; no obstante, pese a los plazos establecidos, la empresa Building Brands SAC presentó una sola factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)** por el importe total del servicio, la cual fue recibida por la oficina de Marketing el 14 de diciembre de 2022.

Es necesario precisar que, los correos electrónicos remitiendo enlaces de WeTransfer al señor Miguel Ray Diaz Bejarano como jefe de la oficina de Marketing, fueron enviados el 15 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)** (un día después a la presentación de la factura); es decir, a tan solo diecisiete (17) días calendarios de emitido la Orden de Servicio N02-001-000011.

En ese contexto, considerando que se ha corroborado la ausencia de spots publicitarios, sesiones de fotos y videos para redes sociales en los archivos físicos y en los equipos informáticos de la Entidad, así como la imposibilidad de validar los archivos que se indica haber remitido mediante WeTransfer por parte de la empresa Building Brands SAC, esto en cumplimiento de su obligación contractual con la Entidad; aunado a ello, que las unidades de Negocios no coordinaron ni solicitaron productos o servicios relacionados a la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, con el señor Miguel Ray Díaz Bejarano, encargado de la jefatura de la oficina de Marketing estos hechos evidencian el incumplimiento de las obligaciones contractuales de la empresa Building Brands SAC y que los entregables no fueron recibidos ni puestos a disposición de la Entidad y que a pesar de ello el señor Miguel Ray Diaz Bejarano como jefe de Marketing otorgó conformidad al servicio como si se hubiera realizado.

b) De la publicidad en redes (pauta digital pagada) valorizada en Ochenta Mil con 00/100 Soles (S/80 000,00)

De acuerdo a las condiciones establecidas en la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**, la empresa Building Brands SAC, se encontraba obligada a:

"(...)
2. DE LA PUBLICIDAD EN REDES:
-La segmentación de la publicidad en las redes sociales de Caja Huancayo se realizará según requerimiento del área usuaria.
-La publicidad pagada está valorizada en S/ 80, 000.
-Las redes sociales incluidas para la pauta son:
Facebook
Twitter
Instagram
Linkedin

Consideraciones de la publicidad en redes
La propuesta económica no incluye la creación de nuevas redes sociales
El presupuesto de la pauta digital está incluido dentro de la presente propuesta económica
El tiempo de servicio de la pauta digital es de 02 meses, contando a partir de recibida la orden de

servicio o suscrito el contrato
El presupuesto para la pauta digital debe de consumirse al término del servicio
Entregables
Informe al término del servicio sobre resultados, estadísticas y distribución del presupuesto para la pauta digital
(...)"

Al respecto, el tiempo de servicio de la publicidad pagada en redes (pauta digital) estaba establecido para dos (2) meses y las redes incluidas para dicho fin eran Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn; no obstante, la empresa Building Bands SAC presentó su "*Informe de Cumplimiento de Servicio*" n.° 00043-AC de 15 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, suscrito por el señor Fernando Ytalo Gamboa López, Gerente General de la citada empresa al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, cuando se desempeñaba como jefe encargado de la oficina de Marketing, mediante el cual adjuntó un "*Informe de redes sociales*" **(Apéndice n.° 28)** para sustentar la ejecución de pauta publicitaria.

Sobre el particular, se debe indicar que el informe presentado por la empresa Building Brands SAC, no constituye un entregable de su autoría, ni el resultado del consumo ni distribución del presupuesto de pauta digital; toda vez que, el informe es copia fiel al "*Reporte de Seguidores – Quincena Diciembre 2022*"[46] **(Apéndice n.° 29)**, elaborado por el asistente de Branding y Medios Digitales para fines internos propios de la Entidad; quien, envió dicho reporte por correo electrónico únicamente al señor Miguel Ray Diaz Bejarano el 15 de diciembre de 2022 (01:04 pm) a su solicitud cuando se desempeñaba como jefe encargado de la oficina de Marketing, como se visualiza en la siguiente imagen:

Imagen n.° 6
Correo electrónico de envío de reporte de seguidores al señor Miguel Ray Diaz Bejarano



Fuente: Correo electrónico de 15 de diciembre de 2022 (01:04 pm) **(Apéndice n.° 29)**, proporcionado por el asistente de Branding y Medios Digitales en la entrevista realizada con su persona el 9 de marzo de 2026, documento en el cual adjuntó también el reporte de seguidores de la quincena de diciembre 2022 bajo el nombre del archivo adjunto "*reporte mensual de indicadores DICIEMBRE 2022*".

Es decir, el "*Informe de redes sociales*" **(Apéndice n.° 28)** que contenía los reportes de

[46] De la entrevista realizada al Asistente de Branding y Medios Digitales (e), la cual consta en acta del 9 de marzo de 2026 (**Apéndice n.° 45**), la comisión de control a cargo, le mostró el "*Informe de redes sociales*" suscrito y presentado por el señor Fernando Ytalo Gamboa López, como gerente general de la empresa Building Brands SAC, este reconoció que dicho informe de indicadores mensuales fue elaborado por su persona (Asistente de Branding y Medios Digitales (e)) y trasladado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano para ser presentado en el informe de resultados mensuales POI 2022 y que no tenía conocimiento en ese entonces que dicho informe iba a ser consignado como prueba para el pago de la factura n.° E001-46. Como prueba de lo vertido, adjuntó el correo electrónico de 15 de diciembre de 2022 (01:04 pm), por el cual envió al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, el reporte mensual de indicadores diciembre 2022; asimismo, adjuntó el propio informe que contiene la misma información que el señor Fernando Ytalo Gamboa López, como gerente general de la empresa Building Brands SAC había utilizado y presentando a la Entidad como sustento del cumplimiento del servicio de publicidad en redes.

seguidores no fue elaborado por la empresa Building Brands SAC; no obstante, sin conocimiento ni consentimiento del Asistente de Branding y Medios Digitales, la misma utilizó[47] dicha información como suyo y lo presentó a la Entidad como parte de su entregable; además, dicho documento contenía únicamente el reporte de seguidores y no detalla el consumo del presupuesto publicitario valorizado en ochenta mil con 00/100 soles (S/80 000,00), tampoco el resultado, estadísticas, ni distribución del presupuesto de pauta digital exigidos en la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**.

Sobre este extremo, corresponde señalar que a la fecha de presentación (14 de diciembre de 2022) de la factura electrónica E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)** por el 100% del monto de la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)** incluyendo pauta digital, se realizó a pesar que el plazo de ejecución era de dos (2) meses, contados a partir de recibida la citada Orden de Servicio y según requerimiento de área usuaria.

En ese sentido, el *"Informe de redes sociales"* **(Apéndice n.° 28)** presentado por la empresa Building Brands SAC, no cumplió con las condiciones establecidas en la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**, ni con el entregable que exigía: *"**2. DE LA PUBLICIDAD EN REDES:** (...) Entregables. Informe al término del servicio sobre resultados, estadísticas y distribución del presupuesto para la pauta digital"*.

Aunado a ello, mediante informe n.° 00034-2026-DMK-CMACHYO de 4 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 38)**, el jefe encargado de Marketing e Imagen Empresarial[48], adjuntó el correo electrónico de 2 de febrero de 2026 **(Apéndice n.° 37)** del asistente de Branding y Medios Digitales, quien es el responsable de la administración[49] de la cuenta publicitaria asociadas a las redes sociales de la Entidad; en dicho correo señaló, que los pagos realizados por publicidad pagada en Facebook, Instagram y Twitter no corresponden a la Orden de Servicio N02-001-00011[50] **(Apéndice n.° 26)**, asimismo, precisó que en el año 2022, la Entidad no tuvo inversión en la red social de LinkedIn, sustentando lo señalado con la captura de imagen de un reporte de dicha plataforma digital del 1 de noviembre al 31 de diciembre de 2022, con el estado de facturación "*sin historial de pagos*".

Además, el citado colaborador, adjuntó un informe de facturación "*Pago de Anuncios de Meta*" **(Apéndice n.° 37)** de la plataforma META (que abarca las redes sociales Facebook e Instagram) de la Entidad correspondiente al periodo del 1 de noviembre de 2022 al 1 de enero de 2023, en este se muestra, que el pago correspondiente al mes de diciembre de 2022, fue realizado mediante tarjeta bancaria perteneciente al señor Jairo Dewar Nuñez Curisinche cuyos dígitos terminan en "4232" **(Apéndice n.° 37)**, precisando que, posterior al 15 de diciembre de 2022, no se registró ningún pago o consumo publicitario de la empresa Building Brands SAC ni de su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa López, y que las facturas de publicidad pagadas del mes de diciembre son: 600000008420625 de 13 de diciembre de 2022, 600000008431708 de 18 de diciembre de 2022, 600000008444458 de 27 de diciembre de 2022 y corresponden al mencionado señor Jairo Dewar Nuñez Curisinche **(Apéndice n.° 37)**.

En esa misma línea, con la finalidad de corroborar el destino de los ochenta mil con

[47] Llegó a poder de la empresa Buiding Brands SAC.

[48] Al señor Juan Roy Diaz Herrera **(Apéndice n.° 38)**.

[49] Mediante correo electrónico de 16 de julio de 2026 **(Apéndice n.° 61)**, el asistente de Branding y Medios Digitales, confirmó que la cuenta publicitaria con la que se ha ejecutado la pauta publicitaria ha contado con un solo administrador que el citado colaborador; además, que el señor Miguel Ray Diaz Bejarano no pudo haber tenido acceso a dicha cuenta debido a que la cuenta publicitaria de Meta Business (Facebook e Instagram) está asociada al mismo Asistente de Branding y Medios Digitales. Cabe acotar que desde el periodo en que ocurrieron los hechos, hasta la fecha, se mantiene como responsable del manejo de la cuenta publicitaria vinculadas a las redes sociales de la Entidad.

[50] En el periodo materia del Servicio de Control Específico.

00/100 soles (S/80 000,00) para el pago de publicidad en redes, el 9 de marzo de 2026, la Comisión de Control entrevistó **(Apéndice n.° 45)** al asistente de Branding y Medios Digitales, quien a la fecha se mantiene como responsable de la administración de la cuenta publicitaria asociadas a las redes sociales de la Entidad, y se le solicitó que verifique los reportes de la cuenta publicitaria para constatar si existió algún consumo de presupuesto vinculado a la empresa Building Brands SAC o a su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa López en mérito a la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)**, sin embargo, se ratificó que no existe evidencia alguna del consumo publicitario durante el período comprendido de noviembre de 2022 a febrero de 2023.

Adicionalmente, mediante documento denominado "*Respuesta ampliatoria a acta de entrevista sobre el registro de pago de pauta digital en redes sociales ...*" de 9 de marzo de 2026 **(Apéndice n.° 45)**, el asistente de Branding y Medios Digitales, remitió un reporte de pauta publicitaria (Meta Business) correspondiente al período del 28 de noviembre de 2022 al 28 de febrero de 2023, acompañado de facturas de publicidad pagadas durante el periodo de 28 de noviembre de 2022 al 23 de febrero de 2023, ratificando así que las publicidad pagada en redes fueron mediante tarjeta bancaria perteneciente al señor Jairo Dewar Nuñez Curisinche y cuyo número de tarjeta termina en "4232", lo que permite determinar que, la empresa Building Brands SAC ni su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa López no realizaron pagos por pauta publicitaria en redes sociales a favor de la Entidad en el período contratado.

Con lo expuesto, queda evidenciado que, la pauta digital valorizada en Ochenta Mil con 00/100 Soles (S/80 000,00) no fue ejecutada; puesto que, no se encuentra reportada en la cuenta publicitaria de la Entidad; no obstante, la empresa Building Brands SAC presentó su factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)** por el importe total del servicio que incluía el presupuesto de pauta digital, sin cumplir el servicio ni sustentar el consumo correspondiente, en perjuicio de los intereses de la Entidad.

Asimismo, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, conocía el origen y naturaleza del "Reporte de seguidores - quincena de diciembre"[51] elaborado por el asistente por el Asistente de Branding y Medios Digitales, así como tenía conocimiento que el documento "*Informe de redes sociales*" **(Apéndice n.° 28)** presentado por la empresa Building Brands SAC era una copia de dicho reporte[52] (el cual había sido obtenido únicamente por el señor Miguel Ray Diaz Bejarano); además, cuando dicho informe no justificaba el consumo del presupuesto de pauta digital; y, evidenciaba el incumplimiento del servicio, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, otorgó su conformidad y gestionó el pago del servicio que incluía pauta digital durante el periodo que se desempeñó como jefe encargado de la oficina de Marketing (del 12 al 20 de diciembre de 2022).

5) De la conformidad y pago del servicio

De la revisión efectuada a los documentos que sustentan el pago del servicio, se verificó que la empresa Building Brands SAC, emitió la factura electrónica n.° E001-46 el 12 de diciembre

[51] En el informe n.° 00486-2022-OMK-CMACHYO de 31 de diciembre de 2022, se evidencia que el reporte de seguidores en redes sociales fue de uso interno, el cual sirvió para informar el cumplimiento del Plan Operativo Institucional 2022 de la oficina de Marketing del mes de diciembre de 2022.

[52] Reporte con información interna elaborado por un colaborador de la Entidad, que había llegado a posesión de la empresa Building Brands SAC.

de 2022[53] **(Apéndice n.° 28)** por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00); correspondiente al 100% del servicio, la misma que cuenta con sello de recepción de la oficina de Marketing de 14 de diciembre de 2022; es decir, a solo dieciséis (16) días calendarios de notificada la Orden de Servicio, N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**, la citada empresa solicitó el pago total del servicio.

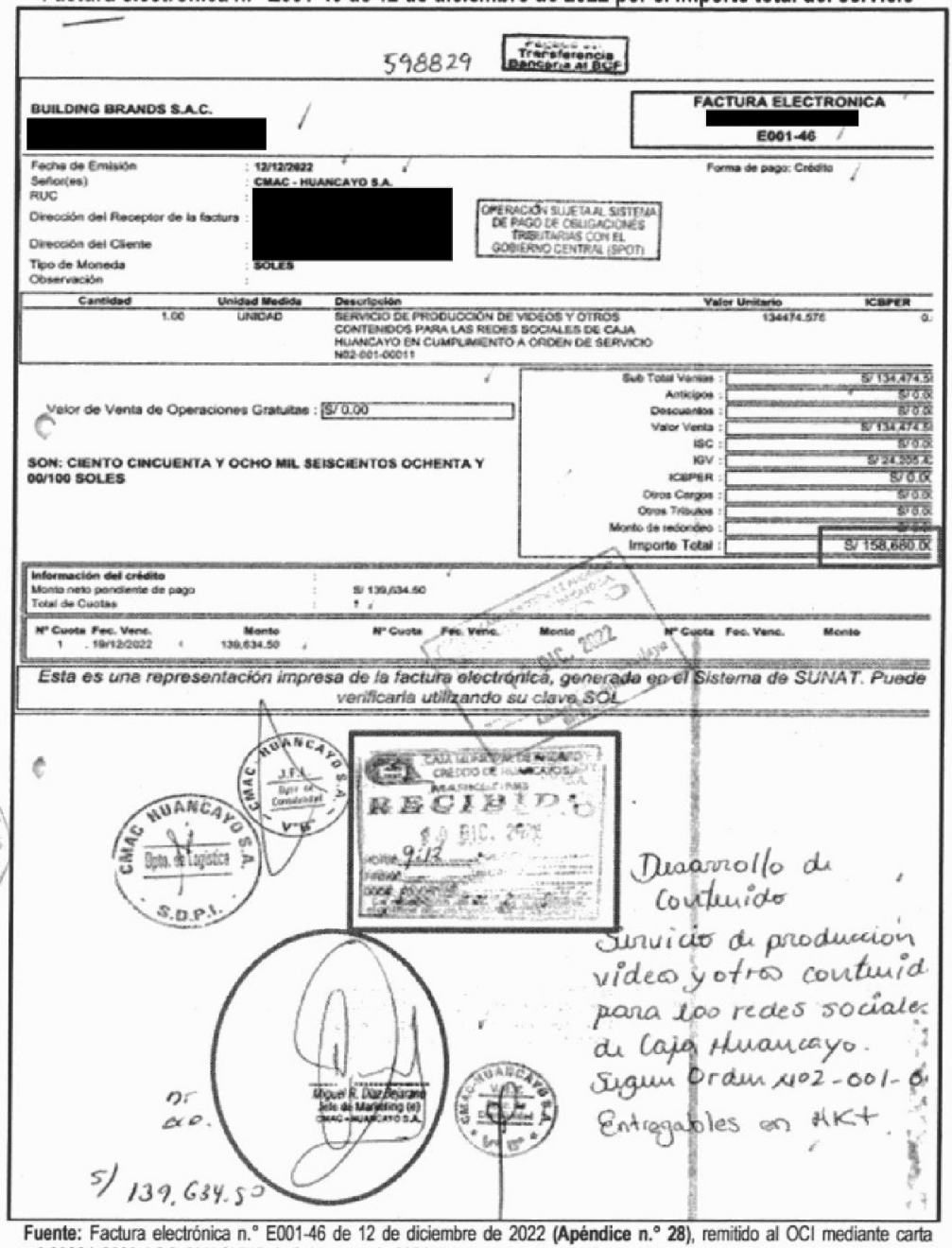
Al respecto, la empresa Building Brands SAC incluyó en su factura electrónica montos de pago por actividades cuyos plazos de ejecución estaban previstos a desarrollarse por un periodo mayor a los dieciséis (16) días; tal es el caso de la ejecución de un (1) video para redes, un (1) video para TV, un (1) spot para radio y seis (6) fotografías (primer ítem de la orden de servicio) previa aprobación de los trabajos de pre producción, con la participación de actores elegidos mediante casting, en ciudades de la costa, sierra y selva, y el servicio debió tener una duración de tres (3) meses; del cual además, el jefe del departamento de Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing) señaló que, luego de la revisión de la documentación física y digital existentes en su despacho, así como de las consultas a los medios de comunicación con los que la Entidad mantenía contratos para la difusión de publicidad durante el periodo auditado, no encontró evidencia de remisión o entrega de sopts publicitarios objeto de la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**.

Asimismo, la publicidad en redes (pauta digital), cuyo desarrollo debió realizarse durante dos (2) meses y siendo exigible la presentación de un informe sobre resultados, estadísticas y distribución de pauta digital como entregable; de igual modo, la generación de cincuenta (50) contenidos para redes sociales, contaba con un plazo de ejecución de cuarenta (40) días[54] después de recibida la información por parte del área usuaria.

Sin considerar lo mencionado y valiéndose del correo electrónico de 12 de diciembre de 2022 (11:56 am) **(Apéndice n.° 27)**, mediante el cual el jefe de la oficina de Marketing[55], le había encargado la jefatura de la oficina de Marketing al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, precisando lo siguiente: *"Mediante el presente se te deja la ENCARGATURA de la oficina de Marketing desde el 12 al 20 de diciembre"*, este último otorgó la conformidad del servicio consignando su sello y firma en la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, emitida por ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), importe total del servicio, tal como se muestra a continuación:

[53] La referida factura electrónica n.° E001-46 fue alcanzada a la comisión mediante carta n.° 00001-2026-ACO-CMACHYO de 2 de enero de 2026 por el departamento de Contabilidad.
[54] La Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, no especifica si los 40 días de plazo para el entregable de los 50 videos para redes sociales serían en días hábiles o días calendarios.
[55] Señor Roy Juan Diaz Herrera.

Imagen n.° 7
Factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 por el importe total del servicio



598829

Transferencia Bancaria al BCP

BUILDING BRANDS S.A.C.
[redacted]

FACTURA ELECTRONICA
[redacted]
E001-46

Fecha de Emisión : 12/12/2022
Señor(es) : CMAC - HUANCAYO S.A.
RUC :
Dirección del Receptor de la factura : [redacted]
Dirección del Cliente :
Tipo de Moneda : SOLES
Observación :

Forma de pago: Crédito

OPERACIÓN SUJETA AL SISTEMA DE PAGO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS CON EL GOBIERNO CENTRAL (SPOT)

Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario	ICBPER
1.00	UNIDAD	SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA LAS REDES SOCIALES DE CAJA HUANCAYO EN CUMPLIMIENTO A ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011	134474.576	0.

Valor de Venta de Operaciones Gratuitas : S/ 0.00

SON: CIENTO CINCUENTA Y OCHO MIL SEISCIENTOS OCHENTA Y 00/100 SOLES

Sub Total Ventas :	S/ 134,474.5
Anticipos :	S/ 0.0
Descuentos :	S/ 0.0
Valor Venta :	S/ 134,474.5
ISC :	S/ 0.0
IGV :	S/ 24,205.4
ICBPER :	S/ 0.0
Otros Cargos :	S/ 0.0
Otros Tributos :	S/ 0.0
Monto de redondeo :	
Importe Total :	S/ 158,680.0

Información del crédito
Monto neto pendiente de pago : S/ 139,634.50
Total de Cuotas : 1

N° Cuota	Fec. Venc.	Monto	N° Cuota	Fec. Venc.	Monto	N° Cuota	Fec. Venc.	Monto
1	19/12/2022	139,634.50						

Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL

CMAC HUANCAYO S.A. Dpto. de Logística S.D.P.I.

CMAC HUANCAYO S.A. J.F.I. Dpto. de Contabilidad V°B°

CAJA HUANCAYO CRÉDITO DE HUANCAYO RECIBIDO DIC. 2022 Folios 9/13

Miguel R. Diaz Bejarano Jefe de Marketing (e) CMAC HUANCAYO S.A.

CMAC HUANCAYO S.A. Dpto. de Contabilidad V°B°

Desarrollo de Contenido
Servicio de producción video y otros contenid para las redes sociales de Caja Huancayo.
Segun Orden N02-001-0
Entregables en KT

S/ 139,634.50

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Fuente: Factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, remitido al OCI mediante carta n.° 00001-2026-ACO-CMACHYO de 2 de enero de 2026 del departamento de Contabilidad.

Asimismo, luego de recibida la factura electrónica n.° E001-46 **(Apéndice n.° 28)**, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano en calidad de jefe de la oficina de Marketing, gestionó el trámite de pago a través del sistema informático de la Entidad (Sistema KHIPU - módulo Caja de la Entidad)[56], donde se evidencia el registro realizado de la factura electrónica el 14 de diciembre de 2022 con el usuario [redacted] que correspondía al citado colaborador. Esta fecha de registro digital, coincide con el sello de recepción de la referida factura electrónica de la oficina de Marketing el 14 de diciembre de 2022, que se muestra en el comprobante de pago. Estos hechos, acreditan que la conformidad y trámite de pago se realizaron antes que la empresa Building Brands SAC presentara su "*Informe de cumplimiento de servicio*"; toda vez que, el

[56] Captura de pantalla de Sistema KHIPU del módulo Caja de la CMAC Huancayo S.A.

referido informe presentado por su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa López consigna fecha de emisión de 15 de diciembre de 2022.

El registro en el sistema (módulo caja) de la factura electrónica n.° E001-46 **(Apéndice n.° 28)** para proseguir con el trámite de pago, se muestra a continuación:

Imagen n.° 8
Captura de registro y envío a trámite documentario el 14 de diciembre de 2022 de la factura electrónica n.° E001-46, realizado por el usuario [redacted] para el pago correspondiente



Fuente: Captura de pantalla de Sistema KHIPU del módulo Caja de la Entidad.

El señor Miguel Ray Diaz Bejarano, con su proceder ocasionó perjuicio económico a la Entidad por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), inobservando lo dispuesto el artículo 22° del Reglamento de Gastos, versión 43 , aprobado por Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1754-2022 de 7 de octubre de 2022, vigente desde el 20 de octubre de 2022 hasta el 14 de mayo de 2023 **(Apéndice n.° 67)**, el artículos 5° del Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto, versión 15, aprobado mediante Acuerdo de Directorio 399-2022 de 14 de julio de 2022, vigente desde el 20 de julio de 2022 hasta el 2 de octubre de 2024 **(Apéndice n.° 68)**, los artículos 40° y 47° del Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones, versión 9, aprobado mediante acuerdo de Directorio n.° 217-2022 de 8 de abril de 2022 vigente desde el 16 de mayo de 2022, hasta el 18 de junio de 2024 **(Apéndice n.° 69)**, la actividad 2 del numeral IV del MPR-002-LOG-A Actos Distintos del Proceso de Contratación y Gestión de Proveedores, versión 33, aprobado con acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 12 de febrero de 2023 **(Apéndice n.° 72)**, la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 26)** propiamente, que exigía como entregables previas a dar conformidad al servicio.

Conforme a lo detallado en el desarrollo del presente informe, a la solicitud de información realizados al señor Miguel Ray Diaz Bejarano y a la empresa Building Brands SAC, a la fecha de emisión del presente ninguno acreditó la ejecución y cumplimiento del servicio pese a los reiterativos; aunado a ello, el jefe de Marketing e Imagen Empresarial (oficina de Marketing), informó que los entregables de la empresa Building Brands SAC correspondiente a la Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)** no se encuentran ni física ni digitalmente, lo informado fue validado por el departamento de Seguridad Informática, al constatar que no existe solicitud de descarga de los enlaces [redacted] y

[redacted] siendo corroborado además con la verificación de la copia de respaldo del equipo asignado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano.

Si bien, dichos enlaces contaban con acceso público, por lo que en su momento era posible que estos sean descargados en cualquier dispositivo con conexión a internet, lo informado por los colaboradores de Marketing, quienes contaban con acceso a las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn de la Entidad) y a la cuenta publicitaria asociada a las mismas y conforme a lo informado por el jefe de Marketing e Imagen Empresarial[57] respecto a los medios de comunicación de TV y radio, nos permite concluir que los videos, sesiones de fotos y publicidad en redes no fueron ejecutados por la empresa Building Brands SAC, ya que en los dispositivos de la Entidad no se descargaron los enlaces consignados en el "*Informe de Cumplimiento del Servicio*" **(Apéndice n.° 28)**, no se almacenaron en los repositorios o medios de verificación institucional, por lo mismo, no fueron utilizados por la Entidad; además, el "*Informe de redes sociales*" **(Apéndice n.° 28)**, había sido generado con fines internos a la Entidad y enviado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, no obstante, fue utilizado por la citada empresa, el mismo que tampoco sustentaba el consumo de presupuesto de publicidad pagada.

En tal sentido, la empresa Building Brands SAC no cumplió con las obligaciones establecidas mediante Orden de Servicio N02-001-00011 **(Apéndice n.° 26)**, evidenciándose la inexistencia de la ejecución de los servicios y los entregables.

Aunado a ello, las unidades de Negocios de la Entidad confirmaron que no realizaron solicitudes de producción de videos, spots para TV y radio, ni contenidos para redes sociales relacionados con las campañas compartir 2022 (fin de año), haciendo precisión que dicha campaña se encontraba proyectada hasta el 28 de febrero de 2023, así como cada actividad exigida en la orden de servicio establecía una duración de hasta tres (3) meses; sin embargo, a los dieciséis (16) días calendarios de notificada la orden de servicio; es decir, el 14 de diciembre de 2022, la empresa Building Brands SA presentó a la Entidad, su factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)** y el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, en calidad de jefe de la oficina de Marketing, pese a tener conocimiento de los hechos descritos precedentemente otorgó su conformidad y gestionó el pago del servicio

Por lo expuesto, los hechos revelados ocasionaron perjuicio económico a la Entidad por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), monto que, luego del depósito de detracciones, fue transferido de la cuenta de la Entidad a la cuenta del Banco de Crédito del Perú (BCP) de la empresa Building Brands SAC el 19 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**.

Los hechos expuestos contravinieron la normativa siguiente:

- ✓ **Reglamento de Gastos versión 43, aprobado por Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1754-2022 de 7 de octubre de 2022, vigente desde el 20 de octubre de 2022 hasta el 14 de mayo de 2023, que estableció:**

  *"**Artículo 22°.** - La CONFORMIDAD y AUTORIZACIÓN se otorgará a través de la firma y sello en el comprobante de pago o a través de correo electrónico, la cual implica asumir la responsabilidad del pago realizado, así como la verificación del cumplimiento de las condiciones pactadas o establecidas en los contratos, órdenes de compra u órdenes servicio".*

[57] Señor Gonzalo Andre Palomino Gamarra.

- ✓ **Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto, versión 15, aprobado mediante Acuerdo de Directorio n.° 399-2022 de 14 de julio de 2022, vigente desde el 20 de julio de 2022 hasta el 2 de octubre de 2024, que establece:**

  *"**Artículo 5°.** - Los colaboradores y directivos deben realizar el uso eficiente y eficaz de los recursos, racionalizando el gasto y asegurando el cumplimiento de los objetivos y metas de la Caja".*

  ...

  ***Artículo 20°.** - Los requerimientos en publicidad deberán ajustarse a las necesidades del mercado, (...)".*

- ✓ **Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones, versión 9, aprobado mediante acuerdo de Directorio n.° 217-2022 de 8 de abril de 2022 vigente desde el 16 de mayo de 2022, hasta el 18 de junio de 2024, que establece:**

  "ANEXO
  DEFINICIONES
  ***b. Área Usuaria:** Es la unidad orgánica de la Caja que requiere la contratación y adquisición de bienes o servicios, o la ejecución de obra para satisfacer una necesidad funcional debidamente justificada y autorizada".*

  ...

  ***Artículo 40°.** - Recepción y conformidad. La recepción y conformidad es responsabilidad del área usuaria. (...). **Artículo 47°.** Las principales actividades que deben contemplarse en la recepción de bienes y servicios que adquiera o contrate la Caja, son las siguientes: -Se verificará que lo recibido sea de acuerdo a lo solicitado por el área usuaria, y a la propuesta del postor ganador de la buena pro. -En el caso de servicios, el área usuaria validará la conformidad del servicio (...) - Si el bien o servicio es conforme, se dará por atendida la orden o contrato, suscribiendo el comprobante de pago de servicio o recepción de bienes dando conformidad".*

- ✓ **Reglamento de Marketing, versión 11, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1976-2022 de 18 de noviembre de 2022, vigente desde el 23 de noviembre de 2022 hasta el 26 de enero de 2024, establecía:**

  *"**Artículo 6°.** - Una vez aprobada la campaña el jefe de marketing en coordinación con los jefes de las Unidades de negocios se encargarán de realizar lo siguiente: Planificación logística y ejecución de la campaña.*

  - *Supervisión, coordinación y contratación de la producción y servicios auxiliares*
  - *Creación y planificación de la publicidad promocional.*
  - *Seguimiento, control y análisis de la campaña en todas sus fases".*

- ✓ **Procedimiento MPR-001-LOG-A Adquisiciones de Bienes y Servicios, versión 48, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023, que establece:**

  "(...)
  4. ABREVIATURAS Y DEFINICIONES
  Área usuaria: Es la unidad orgánica de la Caja que requiere la contratación y adquisición de bienes o servicio para satisfacer una necesidad funcional debidamente justificada".
  (...)
  9. ANEXOS

ANEXO N.° 01
CONTENIDO Y REQUISITOS DE LAS NOTAS DE PEDIDO

(...)
El área usuaria deberá entregar al Dpto. de Logística la descripción detallada de la contratación o adquisición a realizar, con especificaciones claras, completas y precisas, definiendo las características técnicas de estos y los niveles de satisfacción en calidad, cantidad y oportunidad".

✓ **Procedimiento MPR-002-LOG-A Actos Distintos del Proceso de Contratación y Gestión de Proveedores, versión 33, aprobado con acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 12 de febrero de 2023, que establece:**

"(...)
5. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

RESPONSABLE	*ACTIVIDAD (C: Requiere un control establecido – S: Actividad con intervención del sistema)*	*CONSIDERACIONES IMPORTANTES*
IV. DE LA EJECUCIÓN CONTRACTUAL		
Colaborador del área usuaria	*2. Realizar las acciones eficientes y oportunas de seguimiento y supervisión sobre la ejecución del servicio o la entrega de bienes.*	✓ *El seguimiento y supervisión se realizará tomando en cuenta lo establecido en el contrato u orden de compra o servicio según corresponda.* ✓ *El seguimiento deberá ser oportuno y previamente al otorgamiento de la conformidad de servicios, bienes u obras, a fin de asegurar el cumplimiento integral y oportuno de los términos contractuales, contenidas en las propuestas técnicas, en las órdenes de compra, servicios y en los contratos suscritos.*

(...)"

✓ **Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, que exigía:**

"PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE CAJA HUANCAYO

1. PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y SESIÓN DE FOTOS
- Cantidad: 04
- Descripción: Cada producción consta de la elaboración de 01 video + una sesión de fotos para Caja Huancayo

De los trabajos de desarrollar:

Pre producción
- Elaboración de story board
- Elaboración de guion para video
- Elaboración de guion para spot de radio
- Selección de locaciones para video según story board aprobado (las locaciones deberán de ser situadas en escenarios de la selva, costa y sierra)
- Styling de los personajes

Producción
- Contratación de modelos elegidos según casting, incluye vestuario y maquillaje, por cada producción participarán como mínimo 08 actores
- Contratación de locaciones según story board aprobado,
- Elaboración de jingle para los video y spot radial
- Realización de las sesiones fotográficas, según el concepto de cada producción (video)
- Grabación de videos según story board aprobado, en este proceso del servicio deberá de participar un encargado por parte de Caja Huancayo, y de no ser posible ello, el monitoreo de la grabación de

las tomas se realizará de manera virtual, para ello, la productora irá remitiendo en línea los avances de las grabaciones según sea necesario o requerido por el área usuaria. Dentro de este proceso de grabación quedará bajo potestad
de la productora con la conformidad de Caja Huancayo realizar reajustes al guion u otros, con la finalidad de perfeccionar el trabajo, estos
cambios no deberán de significar algún gasto para la productora.
- Grabación de audios, locución en off y otros para el spot radial y de TV según sea el caso.

Post producción
- Edición de video, la edición debe considerar estilo de color, corrección de iluminación, colorización, inserción de logo de Caja Huancayo,
correcciones en los audios, entre otros.
- Retoque de todas las fotografías descritas en los entregables (tanto para su uso en medios digitales como en impresos). El retoque debe
considerar estilo de color a las fotos, corrección de iluminación, colorización, etc. considerando que son fotos con fines publicitarios.

Consideraciones para la producción y post producción:
- Queda a consideración de Caja Huancayo realizar ajustes al guion y propuesta creativa, el mismo que deberá de realizarse antes de iniciar las
grabaciones, ello con la finalidad de no realizar modificaciones que puedan alterar el presupuesto de la propuesta remitida.
- Para la grabación del video, queda a consideración de Caja Huancayo enviar a un personal para el monitoreo los trabajos.
- El video deberá de tener grabaciones en exteriores (no se harán grabaciones en estudios).
- Cada producción se realizará en 03 ciudades (01 selva, 01 costa y 01 sierra), quedando bajo la consideración de la productora elegir las
ciudades.
- Para el casting de actores, se remitirá hasta tres candidatos para cada papel en el video.
- La producción musical no deberá de ser de banco de músicas como shuterstock, epidemic sound, etc.

Entregables finales por cada producción y sesión de fotos:
- 01 video para redes de 60"
- 01 video para TV de 30"
- 01 spot para radio de 30"
- 06 fotografías (03 horizontales y 03 verticales), editadas y retocadas, entregadas en alta resolución en formato JPG, el registro completo de las
fotografías debe de estar en formato RAW original.
- Contratos de autorizaciones de uso de imagen de los personajes de mínimo dos años, incluyendo copia de DNI.

Consideraciones sobre los entregables:
- Los spots de TV y radio serán transmitidos en medios de comunicación a nivel nacional
- Todos los entregables se deberán de remitir vía correo electrónico.
- Los videos de TV y radio se presentarán hasta por más de 04 formatos, estos formatos serán proporcionados por Caja Huancayo.
- La vigencia de los videos de TV y radio serán por 12 meses
Plazos de entrega
- Los trabajos de pre producción deberán de ser presentados 04 días calendarios recibido el requerimiento.
- Los entregables finales deberán de ser entregados 14 días calendarios aprobado los trabajos de pre producción
- El tiempo de duración del servicio es de 03 meses, por lo que todos los requerimientos deberán de efectuarse considerando ese plazo

2. DE LA PUBLICIDAD EN REDES:
- La segmentación de la publicidad en las redes sociales de Caja Huancayo se realizará según requerimiento del área usuaria.

00054

- La distribución de la publicidad pagada se realizará de manera inmediata, ello según requerimiento del área usuaria
- La publicidad pagada está valorizada en S/ 80,000
- Las redes sociales incluidas para la pauta son:
Facebook
Twitter
Instagram
LinkedIn

Consideraciones de la publicidad en redes
- La propuesta económica no incluye la creación de nuevas redes sociales
- El presupuesto de la pauta digital está incluido dentro de la presente propuesta económica
- El tiempo de servicio de la pauta digital es de 02 meses, contando a partir de recibida la orden de servicio o suscrito el contrato
- El presupuesto para la pauta digital debe de consumirse al término del servicio

Entregables
- Informe al término del servicio sobre resultados, estadísticas y distribución del presupuesto de la pauta digital

3. DE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS
Realizar 50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos c/u para contenidos de redes sociales
- Mensaje: Que se conceptualicen en temas de créditos y ahorros
- Los tipos de spots estarán determinados por el área usuaria
- Las animaciones deben ser trabajadas con un mínimo de 30 fps
- Los artes visuales deben incluir (animaciones de clientes, negocios, oficinas, interior de agencias, etc.) según sea el caso.
- Deben incluir guion técnico, Storyteling y narrativa creativa
- Cada spot debe ser creativo, dinámico y debe incluir animación 2D y 3D para su desarrollo.
- Los spots deben ser diferentes, en forma, narrativa y creatividad
- Los spots deben incluir diferentes locuciones comerciales y musicalización que no contengan derechos de autor.
- Se deben incluir infografía y tituladores animados además de FX motion para los detalles del video.
- Los videos deben incluir Fx sonoros.
- Incluye Edición y pos producción (inserción de logo, colorizados y masterizados)

Consideraciones
- El área usuaria deberá proporcionar la información para la elaboración de los videos
- El plazo máximo para la presentación de los videos será de 40 días después de recibida la información por parte del área usuaria

Entregables
- 50 videos en formato vertical de 10 a 15 segundos, el formato entregado es en mp4 HD (1080p) Alta Calidad (Master) códec H.265

CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO
- Tiempo del servicio: según lo indica el detalle
- Forma de pago: Al término del servicio, previa presentación de factura, entregables y conformidad del área usuaria
- Precio incluye IGV
- Los precios están expresados en soles (S/)
*- Todos los entregables serán remitidos vía correo electrónico" **[La negrita es nuestra]***

- ✓ **Memorándum n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022, la Gerencia Mancomunada dispuso:**

"(...) Considerando el Informe N° 00004-2022-OMK-CMACHYO (03.01.2022), el mismo que fue elevado al Directorio mediante Informe N° 0044-2022-G-CMACHYO y que tomado conocimiento por el Colegiado

mediante Acuerdo N° 0104-2022 (21.02.2022), por el presente se comunica que, en comité de Gerencia mediante ***Acuerdo N° 0193-2022 (03.02.2022)*** *se acordó aprobar la propuesta del Plan de Marketing 2022, encargándose al jefe de marketing el cumplimiento de las actividades en coordinación estricta con las unidades de negocio así como el uso eficiente del presupuesto detallado en el referido plan".*

- ✓ **Memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022, la Gerencia Mancomunada dispuso:**

"Considerando lo indicado en el Informe N° 00381-2022-OMK-CMACHYO (28.09.22), por el presente se comunica que, en comité de gerencia mediante Acuerdo N° 1799-2022 (11.10.22) se acordó aprobar el presupuesto y del Brieff (sic) comercial de la Campaña Corporativa Caja Huancayo, La Caja del Perú, correspondiente a la campaña de fin de año. (...).

Por lo que se encarga a la oficina de marketing realizar la campaña en coordinación directa y constante con las áreas de negocios a fin de lograr los objetivos propuestos y hacer un adecuado uso del presupuesto".

Los hechos expuestos, fueron causados por el actuar del señor Miguel Ray Díaz Bejarano[58], quien durante el período que se encontró encargado de la jefatura de la oficina de Marketing, tuvo una intervención directa en los ciclos de la contratación del servicio concernientes al área usuaria; es decir, en la elaboración de la nota de pedido que contenía los términos de referencia del servicio, su confirmación en el sistema y gestión para la aprobación de la nota de pedido ante el departamento de Presupuesto adjuntando una cotización de la empresa Building Brands SAC y sin realizar coordinaciones con las unidades de Negocios pese a hacer uso de saldos presupuestales aprobados para brindar soporte a campañas de dichas Unidades; así también, luego que la citada empresa obtuvo la buena pro y sin realizar las coordinaciones con la misma sobre el contenido de los videos, spots, sesiones fotográficas, publicidad pagada y demás actividades para el cumplimiento del servicio; y, a pesar de tener conocimiento del incumplimiento, validó y otorgó conformidad a la Factura Electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 28)**, luego, gestionó el trámite de pago, ocasionando con dicho accionar perjuicio económico por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00).

Comentarios de las personas comprendidas en los hechos específicos presuntamente irregulares:

El señor Miguel Ray Diaz Bejarano, no presentó sus comentarios o aclaraciones, al no haberse apersonado a recabar el Pliego de Hechos, no obstante haber sido notificado en su domicilio el 4 de agosto de 2026 **(Apéndice n.° 64)**, por las razones fundamentadas en la Hoja Informativa n.° 012-2026-OCI-CMACHYO-SCE-001 de 4 de agosto de 2026 **(Apéndice n.° 62)**, la cual precisa las limitaciones en la notificación por casilla electrónica atribuibles al auditado y al procedimiento establecido en la Directiva de Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad; por lo que, no se cuenta con nuevos elementos que permitan desvirtuar su participación en los hechos comunicados.

[58] Mediante correo electrónico de 21 de noviembre de 2022 **(Apéndice n.° 14)**, el señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe de la oficina de Marketing, comunico al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, coordinador de Marketing lo siguiente:
"Buenos días Miguel.
Se te deja la encargatura de la Of. De MKT según detalles:
***Fecha de inicio**: 2022.11.21*
***Fecha Fin:** 2022.11.27*
Asimismo, mediante correo electrónico de 12 de diciembre de 2022 **(Apéndice n.° 27)**, el señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe de la oficina de Marketing comunicó al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, coordinador de Marketing lo siguiente:
"Mediante el presente se te deja la encargatura de la oficina de Marketing desde el 12 al 20 de diciembre".

Evaluación de los comentarios o aclaraciones de las personas comprendidas en los hechos:

La Comisión de Control ha efectuado la evaluación de los comentarios o aclaraciones, concluyendo que los mismos no desvirtúan los hechos notificados en el Pliego de Hechos. La referida evaluación forma parte del **Apéndice n.° 65** del Informe de Control Específico. La participación de la persona comprendida en los hechos se detalla a continuación:

1. Miguel Ray Diaz Bejarano, con DNI N° 46336048, en su condición de jefe encargado de la oficina de Marketing, durante el período del 21 al 27 de noviembre de 2022 y del 12 al 20 de diciembre de 2022, al no encontrarlo en su domicilio, se le dejó el Aviso de Notificación **(Apéndice n.° 64)** adherido en la puerta el 4 de agosto de 2026; para que, en el plazo de dos (2) días hábiles pueda recabar el Pliego de Hechos en la oficina del OCI; esto debido a que, el referido funcionario debía "verificar" en el sistema de casillas electrónicas y no lo hizo; por lo que, no se logró notificar mediante casilla electrónica la Cédula de Comunicación n.° 001-2026-CG/OCI-SCE-CMACHYO de 4 de agosto de 2026 **(Apéndice n.° 63)** que adjuntaba el Pliego de Hechos, Motivación y documentos de sustento del referido Pliego. Sin embargo, pese al plazo otorgado, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, no se apersonó a recabar el Pliego de Hechos ni presentó comentarios o aclaraciones al cierre de la etapa de ejecución del presente informe.

   El señor Miguel Ray Diaz Bejarano, en su condición de jefe encargado[59] de la oficina de Marketing, inició el trámite del requerimiento, elaborando la Nota de Pedido n.° 202202134 para la contratación del servicio de "*Producción de videos y otros contenidos para redes sociales de Caja Huancayo*" y confirmó[60] la misma en el sistema de Logística de la Entidad el 23 de noviembre de 2022, por el importe de ciento setenta y seis con 00/100 soles (S/176 000,00) y adjuntando la cotización de la empresa Building Brands SAC, solicitó al departamento de Presupuesto la aprobación de dicha nota de pedido, sustentando la disponibilidad de presupuesto con los memorándums n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022, n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022 y n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022, mediante los cuales, la Gerencia Mancomunada comunicó a la oficina de Marketing, la aprobación del Plan de Marketing 2022, la aprobación de presupuesto y "brief" para la campaña Corporativa (que incluía la campaña de fin de año) y aprobación de la Propuesta de Tarifario Campaña Compartir (fin de año), respectivamente.

   No obstante, gestionó la contratación del citado servicio sin coordinar previamente con las Unidades de Negocios, pese a que la Gerencia Mancomunada mediante los memorándums n.° 19975-2022-G-CMACHYO y n.° 21522-2022-G-CMACHYO, había dispuesto que la ejecución del presupuesto debían realizarse en coordinación con las unidades de Negocios haciendo uso eficiente del presupuesto asignado; asimismo, pese a que el Reglamento de Marketing exigía también la coordinación con los jefes de las unidades de Negocios para la logística y ejecución de la campaña; en ese sentido, la necesidad de la contratación del servicio no se encontraba justificada como exigía el Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones.

   Además, la Nota de Pedido n.° 202202134 estableció en sus términos de referencia, la

[59] Mediante correo electrónico de 21 de noviembre de 2022, el señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe de la oficina de Marketing, dejó como jefe encargado de dicha oficina al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, durante los días del 21 al 27 de noviembre de 2022.

[60] El MPR-001-LOG-A Adquisiciones y Contrataciones de Bienes y Servicios, versión 48, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022, en las consideraciones importantes de su actividad 9 señala que: "*...La nota de pedido deberá ser generada según las consideraciones previstas en el Anexo N° 01 y deberá ser emitida a nombre del responsable del área usuaria quien asumirá la responsabilidad por su contenido y por la documentación adjunta a esta, debiendo* ***confirmar*** *la nota de pedido en el sistema.*"

producción de cuatro (4) videos, precisando que cada producción constaría de la "*elaboración de 01 video + una sesión de fotos para Caja Huancayo*"; sin embargo, en la sección de entregables estableció: "*01 video para redes de 60"*", "*01 video para TV de 30"*", "*01 spot para radio de 30"*" y "*06 fotografías (03 horizontales y 03 verticales)…*", esta situación evidenció incongruencias cuantitativas entre el objetivo inicial (número de videos y fotos solicitados) y los productos finales (entregables), así como incorporar la entrega de un spot radial; de esta manera, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano no tuvo en cuenta las consideraciones exigidas para la generación de notas de pedido del procedimiento MPR-001-LOG-A Adquisiciones y Contrataciones de Bienes y Servicios, que exigía que la descripción de la contratación en las notas de pedido consignen especificaciones claras, completas y precisas, así como los niveles de satisfacción en cantidad.

Seguidamente, durante el proceso de la contratación a cargo del departamento de Logística, la empresa Building Brands SAC, fue la última empresa en presentar su cotización y con el menor monto; por lo que, la Entidad procedió a contratar sus servicios mediante Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, por un importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), la misma que estaba dividida en tres (3) ítems para la realización del servicio: ***(1) "Producción de videos y sesión de fotos", (2) "De la publicidad en redes"*** con un presupuesto de ochenta mil soles con 00/100 soles (S/80 000,00) ***y (3) "De la generación de contenidos",*** como se detalla a continuación.

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

- **Producción de videos, sesión de fotos y generación de contenidos:**

  Respecto a la producción de videos y sesión de fotos, la referida Orden de Servicio estableció que la elaboración de los "story board" (pre producción) debían presentarse a la Entidad en un plazo de cuatro (4) días calendarios de recibido el requerimiento y los entregables finales en un plazo de catorce (14) días calendarios luego de aprobado los trabajos de pre producción; es decir, la empresa Building Brands SAC en catorce (14) días debía producir videos con la participación de un mínimo de ocho (8) actores elegidos según casting y en tres (3) ciudades de la costa, sierra y selva (1 video en cada una) con la participación de un encargado de la Entidad (de no ser posible de manera virtual), así como la "*Elaboración de jngle [SIC] para los videos y spot radial*".

  Asimismo, respecto a la generación de contenidos, la referida Orden de Servicio exigía que la empresa Building Brands SAC debía realizar cincuenta (50) videos para redes sociales en un plazo máximo de cuarenta (40) días después de recibida la información por parte del área usuaria[61] para la presentación de los entregables.

  Al respecto, revisado el "*Informe de Cumplimiento de Servicio*" n.° 00043-AC de 15 de diciembre de 2022 (un (1) día después de presentar su factura electrónica a la Entidad), suscrito por el señor Fernando Ytalo Gamboa López, Gerente General de la empresa Building Brands SAC, documento adjunto a la factura electrónica n.° E001-46 del 12 de diciembre de 2022[62], se visualizó capturas de imágenes de tres (3) correos electrónicos, siendo los siguientes: correo electrónico de las (12:46 horas) de "WeTransfer", que tiene como asunto "*04 Spots – Caja Huancayo enviado correctamente a* [redacted]*pe*"[63] adjuntando el enlace https://we.tl/t-36zQoDjplJ e iconos

[61] El MPR-001-LOG-A Adquisiciones y Contrataciones de Bienes y Servicios, versión 48, aprobada mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022, estableció: ***"Área usuaria:*** *Es la unidad orgánica de la Caja que requiere la contratación y adquisición de bienes o servicios para satisfacer una necesidad funcional debidamente justificada y autorizada."*

[62] La referida factura electrónica n.° E001-46 fue alcanzada al OCI mediante carta n.° 00001-2026-ACO-CMACHYO de 2 de enero de 2026 por el departamento de Contabilidad.

[63] Correo electrónico de la Entidad asignado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano.

de cuatro (4) elementos de extensión ".MOV"; correo electrónico de las (13:09 horas), que tiene como asunto "*Banco de imágenes – Sesión de fotos para Caja Huancayo enviado correctamente a* [redacted]*pe*" adjuntando el enlace https://we.tl/t-jstoggwzcP e íconos de ochenta (80) elementos en extensión "*.png*" y "*.jpeg*"; y, el correo electrónico de las (15:00 horas), que tiene como asunto "*50 videos para redes sociales de Caja Huancayo enviado correctamente a r*[redacted] adjuntando el enlace https://we.tl/t-cOllbqIAnp e íconos de cincuenta (50) elementos en extensión "*.MOV*".

Como se describe, los correos precitados remitidos por la plataforma WeTransfer del correo electrónico r[redacted] enviados al correo electrónico [redacted]pe perteneciente al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, durante el periodo en que se encontró encargado de la jefatura de la oficina de Marketing; sin embargo, no fue posible la verificación del contenido de los archivos; ya que, según el "*Informe de Cumplimiento de Servicio*" n.° 00043-AC de 15 de diciembre de 2022 de la empresa Building Brands SAC, la descarga de los enlaces caducaron el 22 de diciembre de 2022.

Por lo que, al no evidenciarse el desarrollo de las actividades antes señaladas por la empresa Building Brands SAC ni los entregables, el OCI solicitó al señor Miguel Ray Diaz Bejarano y a la empresa Building Brands SAC, la documentación de sustento del desarrollo y entregables del servicio; sin embargo, ambos no atendieron los requerimientos pese a los reiterativos. De igual modo, el OCI solicitó al jefe y colaboradores del departamento de Marketing e Imagen Empresarial (antes oficina de Marketing), remitir la información que sustente la ejecución de las actividades del servicio, en respuesta a ello, indicaron que no cuentan con ninguna información física ni digital referida a la Orden de Servicio N02-001-00011, precisando que realizaron indagaciones e ingresaron al equipo que había asignado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano.

Asimismo, el departamento de Seguridad Informática, señaló que, a "*nivel de la solución de seguridad antispam*", los correos electrónicos de 15 de diciembre de 2022, fueron enviados al buzón del correo electrónico rdiazb@cajahuancayo.com.pe; además, de conformidad al Procedimiento MPR-020-TIN vigente al 15 de diciembre de 2022, toda solicitud de descarga debía ser gestionada mediante la plataforma SAR[64], para lo cual remitió el reporte de solicitudes generados por diferentes colaboradores de la oficina de Marketing posteriores al 15 de diciembre de 2022, verificándose que ninguna solicitud fue generada por el señor Miguel Ray Diaz Bejarano y que ninguno de los enlaces consignados por los demás colaboradores de su oficina, corresponden a los enlaces consignados por la empresa Building Brands SAC en su "*Informe de cumplimiento de servicio*". De la misma manera, conjuntamente con el subjefe de Soporte Técnico se accedió a la copia de respaldo del disco duro del equipo HYOMKT05, que estaba asignado al citado funcionario, sin encontrarse archivos relacionados a cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes ni cincuenta (50) videos para redes sociales relacionados la Orden de Servicio N02-001-00011.

En ese sentido, se determina que los enlaces remitidos por la empresa Building Brands SAC, con atención al señor Miguel Ray Diaz Bejarano, durante el periodo que se encontró como jefe encargado de la oficina de Marketing, no fueron descargados en los equipos

[64] Según el Numeral 4. Abreviaturas y Definiciones del Procedimiento MPR-010-TIN Gestión de Incidentes y de Peticiones de Servicios Registrados en el SAR Relacionadas al Ámbito de Tecnología de la Información, versión 25, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1701-2022 de 29 de setiembre de 2022, vigente desde el 3 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023; "*SAR*" corresponde a la denominación "*Sistema de Administración de Requerimientos*" asimismo, de la revisión del referido procedimiento, se advierte que dicho sistema es utilizado por la Entidad para gestionar y registrar solicitudes vinculadas a accesos informáticos, descarga de archivos y otros requerimientos relacionados al ámbito de tecnología de la información.

de la Entidad conforme al MPR-020-TIN Administración de la Solución Firewall, ni existe solicitud alguna de gestión o almacenamiento a través del sistema SAR; por lo que, queda acreditado que el material conformado por cuatro (4) spots, ochenta (80) imágenes y cincuenta (50) videos para redes sociales vía WeTranswer que la empresa Building Brands SAC indica haber remitido, no ingresaron a la Entidad.

Aunado a ello, las unidades de Negocios confirmaron que no solicitaron productos o servicios relacionados a la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 ni tienen conocimiento de ello, estos hechos evidencian el incumplimiento de las obligaciones contractuales de la empresa Building Brands SAC y que los entregables no fueron recibidos ni puestos a disposición de la Entidad, aun cuando los entregables pudieron haber sido descargados en cualquier equipo con acceso a internet. Por ende; ningún spot, videos y fotos relacionados a la citada orden de servicio fueron distribuidos en las redes sociales de la Entidad ni en los medios de comunicación de TV y radio.

- **De la publicidad de redes (pauta digital pagada) valorizada en S/80 000,00:**

El "*Informe de redes sociales*" adjunto a la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022, presentado por la empresa Building Brands SAC, no constituye un entregable de su autoría, ni el resultado del consumo del presupuesto de pauta publicitaria; toda vez que, el informe es copia fiel al "*Reporte de Seguidores – Quincena Diciembre 2022*", elaborado por el asistente de Branding y Medios Digitales; quien, envió únicamente al señor Miguel Ray Diaz Bejarano mediante por correo electrónico el 15 de diciembre de 2022 (01:04 pm) a solicitud suya; además, dicho documento contiene reportes de seguidores y no detalla el consumo de pago publicitario ni distribución del presupuesto por el importe pagado de ochenta mil con 00/100 soles (S/80 000,00); por lo tanto, el "*Informe de redes sociales*", no cumplió con las condiciones establecidas en la Orden de Servicio N02-001-00011.

Asimismo, mediante correo electrónico de 2 de febrero de 2026, el asistente de Branding y Medios Digitales, responsable de la administración[65] de la cuenta publicitaria asociadas a las redes sociales de la Entidad; señaló que, los pagos realizados por publicidad pagada en Facebook, Instagram y Twitter no corresponden a la Orden de Servicio N02-001-00011, asimismo, precisó que el año 2022, la Entidad no tuvo inversión en la red social de LinkedIn; además, adjuntó un informe de facturación "*Pago de Anuncios de Meta*" de la plataforma META (que abarca las redes sociales facebook e instagram) correspondiente al periodo del 1 de noviembre de 2022 al 1 de enero de; adjuntando además comprobantes de pago emitidos en el mes de diciembre de 2022, corroborando que los pagos de pauta digital se realizaron mediante tarjeta bancaria perteneciente al señor Jairo Dewar Nuñez Curisinche, cuyos dígitos terminan en "*4232*"; y, posterior al 15 de diciembre de 2022, no se verifica ningún registro de pago o consumo publicitario de la empresa Building Brands SAC ni de su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa López.

Así también, se realizó una entrevista al asistente de Branding y Medios Digitales; quien, a la fecha se mantiene como responsable de la administración de la cuenta publicitaria asociadas a las redes sociales de la Entidad, quien verificó la cuenta publicitaria sin encontrar registro alguno del consumo del presupuesto por pauta publicitaria vinculado a la empresa Building Brands SAC o a su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa

[65] Mediante correo electrónico de 16 de julio de 2026, el señor Jesús Ángel Pariona Valencia, asistente de Branding y Medios Digitales, confirmó que la cuenta publicitaria con la que se ha ejecutado la pauta publicitaria, ha contado con un solo administrador que es su persona; además, que el señor Miguel Ray Diaz Bejarano no pudo haber tenido acceso a dicha cuenta debido a que la cuenta publicitaria de Meta Business (Facebook e Instagram) está asociada a su persona.

López en mérito a la Orden de Servicio N02-001-00011 en el período de comprendido de noviembre de 2022 a febrero de 2023. Adicionalmente, mediante documento denominado "*Respuesta ampliatoria a acta de entrevista sobre el registro de pago de pauta digital en redes sociales ...*" de 9 de marzo de 2026, remitió un reporte de pauta publicitaria de Meta Business del 28 de noviembre de 2022 al 28 de febrero de 2023, acompañando de facturas de publicidad pagadas, corroborando que en dicho período los pagos de publicidad se realizaron mediante tarjeta bancaria del señor Jairo Dewar Nuñez Curisinche; lo que permite evidenciar que, la empresa Building Brands SAC y su representante Legal, Fernando Ytalo Gamboa López no realizaron pagos por pauta publicitaria en redes sociales a favor de la Entidad; por lo tanto, su pago no se encontraba justificado al no haberse cumplido con el servicio.

Pese a los incumplimiento de la empresa Building Brands SAC en la ejecución y presentación de entregables del servicio, este presentó a la Entidad su factura electrónica n.° E001-46 el 12 de diciembre de 2022[66] por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00); correspondiente al 100% del servicio, la misma que cuenta con sello de recepción de la oficina de Marketing el 14 de diciembre de 2022, es decir, a solo dieciséis (16) días calendarios de notificada la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, la empresa en mención solicitó el pago total del servicio.

Al respecto, la empresa Building Brands SAC incluyó en su factura electrónica montos de pago por actividades cuyos plazos de ejecución estaban previstos a desarrollarse por un periodo mayor a los dieciséis (16) días; tal es el caso, la ejecución de un (1) video para redes, un (1) video para TV, un (1) spot para radio y seis (6) fotografías (primer ítem de la orden de servicio) previa aprobación de los trabajos de pre producción, con la participación de actores elegidos mediante casting, en ciudades de la costa, sierra y selva, y el servicio debió tener una duración de tres (3) meses. Asimismo, la publicidad en redes (pauta digital), cuyo desarrollo debió darse durante dos (2) meses y siendo exigible la presentación de un informe sobre resultados, estadísticas y distribución de pauta digital como entregable; de igual modo, la generación de cincuenta (50) contenidos para redes sociales, contaba con un plazo de ejecución de cuarenta (40) días[67] después de recibida la información por parte del área usuaria.

Sin considerar lo mencionado, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano cuando se encontraba encargado de la jefatura de la oficina de Marketing, de forma anticipada otorgó la conformidad del servicio consignando su sello y firma en la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 y gestionó el pago de la misma a favor del proveedor a través del sistema informático de la Entidad (Sistema KHIPU - módulo Caja de la Entidad)[68], donde se evidencia el registro realizado de la factura electrónica el 14 de diciembre de 2022 con el usuario RDIAZB, que correspondía al señor Miguel Ray Diaz Bejarano.

En contexto, los hechos expuestos se originaron por el accionar del señor Miguel Ray Diaz Bejarano, quien durante el período que ejerció el cargo de jefe encargado de la oficina de Marketing, elaboró la Nota de Pedido n.° 202202134 y confirmó en el sistema de Logística, así como gestionó su aprobación ante el departamento de Presupuesto haciendo uso de memorándums de la Gerencia Mancomunada que aprobaban presupuesto para brindar soporte a las unidades de Negocios y el Plan de Marketing, sin realizar coordinaciones con dichas unidades; asimismo, pese a tener conocimiento de los incumplimientos de la empresa Building Brands SAC en relación a la Orden de Servicio N02-001-00011, otorgó su

[66] La referida factura electrónica n.° E001-46 fue alcanzada mediante carta n.° 00001-2026-ACO-CMACHYO de 2 de enero de 2026 por el departamento de Contabilidad.
[67] La Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, no especifica si los 40 días de plazo para el entregable de los 50 videos para redes sociales serían en días hábiles o días calendarios.
[68] Captura de pantalla de Sistema KHIPU del módulo Caja de la Entidad.

conformidad a la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022 suscribiéndola y gestionó el trámite del pago a través del sistema de Logística el 14 de diciembre de 2022; por lo cual, la Entidad pagó el importe total del servicio a la citada empresa, ocasionando perjuicio económico a la Entidad por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00).

De esta manera, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano en su condición de jefe encargado de la Oficina de Marketing, inobservó el artículo 22° del Reglamento de Gastos versión 43, aprobado por Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1754-2022 de 7 de octubre de 2022, vigente desde el 20 de octubre de 2022 hasta el 14 de mayo de 2023 **(Apéndice n.° 67).** Los artículos 5° y 20° del Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto, versión 15, aprobado mediante Acuerdo de Directorio 399-2022 de 14 de julio de 2022, vigente desde el 20 de julio de 2022 hasta el 2 de octubre de 2024 (**Apéndice n.° 68**). Los artículos 40° y 47° del Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones, versión 9, aprobado mediante acuerdo de Directorio n.° 217-2022 de 8 de abril de 2022 vigente desde el 16 de mayo de 2022, hasta el 18 de junio de 2024 (**Apéndice n.° 69**). El artículo 6° del Reglamento de Marketing, versión 11, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1976-2022 de 18 de noviembre de 2022, vigente desde el 23 de noviembre de 2022 hasta el 26 de enero de 2024 (**Apéndice n.° 70**). La actividad 2 del numeral IV y el anexo n.° 1 del procedimiento MPR-002-LOG-A Actos Distintos del Proceso de Contratación y Gestión de Proveedores, versión 33, aprobado con acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 12 de febrero de 2023 (**Apéndice n.° 72).**

De igual manera, inobservó el memorándum n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022 (**Apéndice n.° 5)** y memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022 (**Apéndice n.° 9)** de la Gerencia Mancomunada. Las condiciones contractuales de la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, que exigía como entregables previas a la conformidad al servicio.

Adicionalmente, el señor Miguel Ray Diaz Bejarano, en su condición de jefe encargado de la Oficina de Marketing, incumplió las funciones establecidas en los literales a), ff) e ii) del artículo 50° del Reglamento de Organización y Funciones, versión 84, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1392-2022 de 10 de agosto de 2022, vigente desde el 15 de agosto de 2022 hasta el 9 de enero de 2023 (**Apéndice n.° 73).** De la misma manera, incumplió los literales a, v, nn, qq, iii, mmm, zzz de su Hoja de Especificación de Funciones del jefe de Marketing, versión 24, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1655-2022 de 26 de setiembre de 2022, vigente desde el 17 de octubre de 2022 hasta el 1 de mayo de 2023 (**Apéndice n.° 74).**

Como resultado de la evaluación realizada a la participación en los hechos del señor Miguel Ray Diaz Bejarano, cuyo desarrollo consta en el **Apéndice n.° 65**, no han sido desvirtuados y configuran presunta responsabilidad administrativa funcional no sujeta a la potestad sancionadora de la Contraloría y penal, ello conforme a los argumentos jurídicos desarrollados en el presente informe (**Apéndice n.° 2** y **Apéndice n.° 3**).

III. ARGUMENTOS JURÍDICOS

- Los argumentos jurídicos por presunta responsabilidad administrativa funcional no sujeta a la potestad sancionadora de la Contraloría, de la Irregularidad "*Funcionario de la entidad, durante los periodos que se encontró encargado de la jefatura de la oficina de Marketing y sin justificar la necesidad, elaboró y gestionó la aprobación de la nota de pedido para la contratación del servicio de producción de videos y otros contenidos para redes sociales; asimismo, pese a tener conocimiento del incumplimiento de la ejecución del servicio y presentación de los entregables, otorgó su conformidad y gestionó el pago a favor de la empresa Building Brands SAC, ocasionando perjuicio económico a la Entidad por S/158 680,00*", están detallados en el **Apéndice n.° 2** del Informe de Control Específico.

- Los argumentos jurídicos por presunta responsabilidad penal de la Irregularidad "*Funcionario de la entidad, durante los periodos que se encontró encargado de la jefatura de la oficina de Marketing y sin justificar la necesidad, elaboró y gestionó la aprobación de la nota de pedido para la contratación del servicio de producción de videos y otros contenidos para redes sociales; asimismo, pese a tener conocimiento del incumplimiento de la ejecución del servicio y presentación de los entregables, otorgó su conformidad y gestionó el pago a favor de la empresa Building Brands SAC, ocasionando perjuicio económico a la Entidad por S/158 680,00*", están desarrollados en el **Apéndice n.° 3**, del Informe de Control Específico."

IV. IDENTIFICACIÓN DE PERSONAS INVOLUCRADAS EN LOS HECHOS ESPECÍFICOS PRESUNTAMENTE IRREGUALRES

En virtud de la documentación sustentante, la cual se encuentra detallada en los anexos del presente Informe de Control Específico, los responsables por los hechos irregulares están identificados en el **Apéndice n.° 1.**

Terceros participes

La empresa **Building Brands SAC,** representado por el señor Fernando Ytalo Gamboa López (en las fechas que ocurrieron los hechos[69]), presentó a la Entidad el 14 de diciembre de 2022, su factura electrónica n.° E001-46 el 12 de diciembre de 2022 por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00), correspondiente al 100% del servicio, a tan solo dieciséis (16) días calendarios (11 días hábiles) de emitida la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022, durante el periodo en que el señor Miguel Ray Diaz Bejarano se desempeñaba como jefe encargado[70] de la oficina de Marketing, quien otorgó su conformidad y gestionó del pago; asimismo, el documento adjunto a la citada factura denominado "*Informe de cumplimiento de servicio*" tiene fecha de: 15 de diciembre de 2022 (un día posterior a la presentación de la factura electrónica).

Sin embargo, se ha evidenciado el incumplimiento del servicio a cargo de la empresa Building Brands SAC en los plazos para la ejecución de cada ítem del servicio (elaboración de spots para TV y radio y sesiones de fotos con participación de actores elegidos mediante casting y en ciudades de la costa, sierra y selva, y videos para redes sociales), así como el consumo del presupuesto destinado para publicidad pagada en redes (pauta digital); puesto que, el documento denominado "*Informe de redes sociales*" presentado que se encuentra como parte "*Informe de cumplimiento de servicio*" adjunto a la factura electrónica n.° E001-46 el 12 de

[69] De acuerdo a la consulta RUC en SUNAT, la empresa Building Brands SAC, actualmente se encuentra "No habido" y dada de "Baja de oficio" el 30 de setiembre de 2025, habiendo cambiado a su gerente general a la señora Norma Sabina López Valdez desde el 6 de noviembre de 2024.

[70] Mediante correo electrónico de 12 de diciembre de 2022, el señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe de la oficina de Marketing, le había dejado como jefe encargado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano desde 12 hasta el 20 de diciembre de 2022.

diciembre de 2022, no sustenta el resultado, estadísticas ni distribución del presupuesto de pauta digital exigida en la orden de servicio, tampoco corresponde a un documento de su autoría; puesto que, fue elaborado por un colaborador de la Entidad para fines internos y fue enviado únicamente al señor Miguel Ray Diaz Bejarano cuando se encontraba como jefe encargado de la oficina de Marketing; no obstante, lo presentó haciéndolo suyo.

Y, pese a tener conocimiento de estos hechos, el 19 de diciembre de 2022 realizó el cobro por el importe total del servicio, a través de su cuenta del Banco de Crédito del Perú (BCP), durante el período en que el señor Miguel Ray Diaz Bejarano se desempeñaba como jefe encargado[71] de la oficina de Marketing.

Cabe precisar que, se le solicitó información para que sustente el cumplimiento del servicio; sin embargo, no atendió ningún requerimiento de la comisión de control pese al reiterativo.

V. CONCLUSIONES

Como resultado del Servicio de Control Específico a Hechos con Evidencia de Irregularidad practicado a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA, se formula la conclusión siguiente:

1. Se determinó que durante los periodos de encargo de la jefatura de la oficina de Marketing (del 21 al 27 de noviembre de 2022 y del 12 al 20 de diciembre de 2022), el jefe encargado de dicha área elaboró y confirmó en el sistema de Logística, el 23 de noviembre de 2022, la Nota de Pedido n.° 202202134 para la *"Producción de videos y otros contenidos para redes sociales de Caja Huancayo"*, registrando incongruencias entre los requerimientos iniciales y los entregables finales.

   Asimismo, el mismo día gestionó su aprobación ante el departamento de Presupuesto adjuntando la cotización de la empresa Building Brands SAC y amparándose en tres memorándums de la Gerencia Mancomunada, sin coordinar previamente con las unidades de Negocios ni justificar la necesidad del gasto.

   Posteriormente, tras la emisión de la Orden de Servicio N02-001-00011 del 28 de noviembre de 2022 a favor de Building Brands SAC el referido funcionario suscribió la conformidad en la Factura Electrónica n.° E001-46 el 12 de diciembre de 2022 y tramitó su pago el 14 de diciembre de 2022 a tan solo dieciséis (16) días calendarios de notificada la orden, cuyo plazo de ejecución abarcaba hasta tres (3) meses, pese a tener conocimiento del incumplimiento de la contratista, cuyos entregables (spots de TV y radio, videos para redes sociales y sesiones fotográficas) no ingresaron a los archivos físicos ni digitales ni fueron difundidos por la Entidad.

   Además, validó la prestación mediante un "*Informe de redes sociales*" que no acreditaba difusión pagada ni era de autoría de la empresa, sino que fue redactado internamente por un colaborador de la Entidad a su solicitud.

   Este accionar viabilizó el desembolso total a favor de la citada empresa sin haberse ejecutado el servicio, generando un perjuicio económico a la Entidad por el importe de ciento cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta con 00/100 soles (S/158 680,00).

   Los hechos descritos inobservaron el artículo 22 del Reglamento de Gastos versión 43; los artículos 40 y 47 del Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones versión 9; los artículos

[71] Mediante correo electrónico de 12 de diciembre de 2022, el señor Roy Juan Diaz Herrera, jefe de la oficina de Marketing, le había dejado como jefe encargado al señor Miguel Ray Diaz Bejarano desde 12 hasta el 20 de diciembre de 2022.

5 y 20 del Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto versión 15; el artículo 6 del Reglamento de Marketing versión 11; la actividad 2 del numeral IV del procedimiento MPR-002-LOG-A Actos Distintos del Proceso de Contratación y Gestión de Proveedores versión 33; el numeral 4 y el Anexo n.° 1 del MPR-001-LOG-A Adquisiciones de Bienes y Servicios versión 48; las condiciones contractuales de la Orden de Servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022 exigidas para su cumplimiento previa a la conformidad otorgada; así como, las disposiciones establecidas por la Gerencia Mancomunada a través de los memorándums n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022 y n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022.
(**Irregularidad n.° 1**)

VI. RECOMENDACIONES

Al Titular de la Entidad

1. Realizar las acciones tendentes a fin que el órgano competente efectúe el deslinde de las responsabilidades que correspondan, del funcionario y servidor de la Entidad comprendido en el hecho observado del presente Informe de Control Específico, de acuerdo a las normas que regulan la materia.
(**Conclusión n.° 1**)

A la Procuraduría Pública Especializada en Delitos de Corrupción

2. Iniciar las acciones penales contra el funcionario y servidor comprendido en el hecho irregular del presente Informe de Control Específico, con la finalidad que se determinen las responsabilidades que correspondan.
(**Conclusión n.° 1**)

VII. APÉNDICES

Apéndice n.° 1: Relación de personas comprendidas en la irregularidad.

Apéndice n.° 2: Argumentos jurídicos por presunta responsabilidad administrativa funcional no sujeta a la potestad sancionadora de la Contraloría.

Apéndice n.° 3: Argumentos jurídicos por presunta responsabilidad penal.

Apéndice n.° 4: Copia fedateada del informe n.° 00004-2022-OMK-CMACHYO de 3 de enero de 2022.

Apéndice n.° 5: Copia fedateada del memorándum n.° 04991-2022-G-CMACHYO de 10 de marzo de 2022.

Apéndice n.° 6: Copia fedateada del informe n.° 00370-2022-OMK-CMACHYO de 12 de setiembre de 2022.

Apéndice n.° 7: Copia fedateada del memorándum n.° 18442-2022-G-CMACHYO de 21 de setiembre de 2022.

Apéndice n.° 8:	Copia fedateada del informe n.° 00381-2022-OMK-CMACHYO de 28 de setiembre de 2022.
Apéndice n.° 9:	Copia fedateada del memorándum n.° 19975-2022-G-CMACHYO de 12 de octubre de 2022.
Apéndice n.° 10:	Copia fedateada del informe n.° 00259-2022-DCE-CMACHYO de 29 de octubre de 2022, que adjunta el informe n.° 00426-2022-OMK-CMACHYO de 2 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 11:	Copia fedateada del acta n.° 023-CFT-2022 de 3 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 12:	Copia fedateada del informe n.° 00269-2022-DPF-CMACHYO de 4 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 13:	Copia fedateada del memorándum n.° 21522-2022-G-CMACHYO de 5 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 14:	Copia fedateada del correo electrónico de 21 de noviembre de 2022 (09:11 horas).
Apéndice n.° 15:	Copia fedateada del correo electrónico de 23 de noviembre de 2022 (12:08 horas) que adjunta la cotización: "*Cot. N° 00074-AC*" de 23 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 16:	Copia fedateada de la nota de pedido n.° 202202134 de 23 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 17:	Copia fedateada del correo electrónico de 23 de noviembre de 2022 (12:39 horas) del señor Miguel Ray Diaz Bejarano.
Apéndice n.° 18:	Copia fedateada del correo electrónico de 23 de noviembre de 2022 (13:05 horas).
Apéndice n.° 19:	Copia fedateada del memorándum n.° 00763-2022-ALO-CMAHYO de 23 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 20:	Copia fedateada del cronograma del proceso de segundo nivel "*Contratación del Servicio de Producción de Videos y Otros Contenidos para Redes Sociales de la CMAC Huancayo SA*", de 23 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 21:	Copia fedateada de los correos electrónicos de 23 de noviembre de 2023 (19:30 horas).
Apéndice n.° 22:	Copia fedateada del correo electrónico de 25 de noviembre de 2022 (18:12 horas).
Apéndice n.° 23:	Copia fedateada del informe n.° 00160-2022-LMOB-CMACHYO de 28 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 24:	Copia fedateada de la notificación SISTRA de 28 de noviembre de 2022.
Apéndice n.° 25:	Copia fedateada del correo electrónico de 28 de noviembre de 2022.

Apéndice n.° 26: Copia fedateada de la orden de servicio N01-002-00011 de 28 de noviembre de 2022.

Apéndice n.° 27: Copia fedateada del correo electrónico de 12 de diciembre de 2022.

Apéndice n.° 28: Copia fedateada de la factura electrónica n.° E001-46 de 12 de diciembre de 2022, que contiene los siguientes documentos adjuntos:

- Factura electrónica n.° FC01-00010662 de 19 de diciembre de 2022 de comisión de detracción.
- Consulta RUC.
- Consulta de validez del comprobante de pago electrónico.
- Distribución de presupuesto.
- Copia de la orden de servicio N02-001-00011 de 28 de noviembre de 2022.
- ***"Informe de Cumplimiento de Servicio" "Inf. N° 00043-AC"* de 15 de diciembre de 2022**, el mismo que contiene capturas de tres (3) correos electrónicos de la misma fecha; asimismo, el ***"Informe de redes sociales"*** *como parte integrante del "Informe de Cumplimiento de Servicio",*
- Correo electrónico de 15 de diciembre de 2022 (03:09) de la empresa Building Brands SAC.
- Correo electrónico de 12 de diciembre de 2022 (11:56 am), por el cual el jefe titular de la oficina de Marketing deja encargado de dicho puesto al señor Miguel Ray Diaz Bejarano.
- Reporte de registro de pago a proveedores.
- Constancia de Depósito.
- Transferencia a cuenta de terceros BCP (de la empresa Building Brands SAC)

Apéndice n.° 29: Copia fedateada del correo electrónico de 15 de diciembre de 2022 (13:04 horas), que adjunta el documento denominado "*Indicadores mensuales*" (Reporte de Seguidores – Quincena Diciembre 2022). Asimismo, el informe n.° 00486-2022-OMK-CMACHYO de 31 de diciembre de 2022.

Apéndice n.° 30: Copia fedateada del correo electrónico de 29 de diciembre de 2025.

Apéndice n.° 31: Copia fedateada del oficio n.° 001-2026-OCI-CMACHYO de 6 de enero de 2026, que adjunta el correo electrónico de 7 de enero de 2026 (10:27) de envío.

Apéndice n.° 32: Copia fedateada del oficio n.° 004-2026-OCI-CMACHYO de 12 de enero de 2026, que adjunta el correo electrónico de 12 de enero de 206 (12:39) de envío.

Apéndice n.° 33: Copia fedateada de la carta n.° 00025-2026-OCI-CMACHYO de 19 de enero de 2026.

Apéndice n.° 34: Copia fedateada de la carta n.° 00001-2026-A46-CMACHYO de 28 de enero de 2026.

Apéndice n.° 35: Copia fedateada del correo electrónico de 29 de enero de 2026.

Apéndice n.° 36: Copia fedateada de la carta n.° 00048-2026-OCI-CMACHYO de 30 de enero de 2026.

Apéndice n.° 37: Copia fedateada del correo electrónico de 2 de febrero de 2026, que adjunta el informe de facturación de "*Pago de Anuncios de Meta*" de la plataforma META y las facturaciones de publicidad pagada 600000008420625 de 13 de

diciembre de 2022, 600000008431708 de 18 de diciembre de 2022, 600000008444458 de 27 de diciembre de 2022.

Apéndice n.° 38: Copia fedateada del informe n.° 00034-2026-DMK-CMACHYO de 4 de febrero de 2026.

Apéndice n.° 39: Copia fedateada del oficio n.° 007-2026-OCI-CMACHYO de 10 de febrero de 2026, enviado mediante correos electrónicos de 10 y 11 de febrero de 2026.

Apéndice n.° 40: Copia fedateada del oficio n.° 008-2026-OCI-CMACHYO de 10 de febrero de 2026, enviado mediante correos electrónicos de 10 y 11 de febrero de 2026.

Apéndice n.° 41: Copia fedateada del correo electrónico de 23 de febrero de 2026.

Apéndice n.° 42: Copia fedateada del correo electrónico de 23 de febrero de 2026.

Apéndice n.° 43: Copia fedateada del correo electrónico de 3 de marzo de 2026, que contiene su respuesta mediante correo electrónico de la misma fecha.

Apéndice n.° 44: Copia fedateada del informe n.° 00019-2026-JLMR-CMACHYO de 6 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 45: Copia fedateada del acta de entrevista sobre el registro de pago de pauta digital en redes sociales de la CMAC Huancayo SA de 9 de marzo de 2026; asimismo, el correo electrónico denominado "*Respuesta ampliatoria a acta de entrevista sobre el registro de pago de pauta digital en redes sociales ...*" de 9 de marzo de 2026 del Asistente Branding y Medios Digitales, acompañado de facturas de publicidad pagadas durante el periodo de 28 de noviembre de 2022 al 23 de febrero de 2023.

Apéndice n.° 46: Copia fedateada del informe n.° 00085-2026-DSI-CMACHYO de 10 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 47: Copia fedateada del acta de entrevista sobre la custodia de documentación e información física y digital de 11 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 48: Copia fedateada de la carta n.° 00106-2026-OCI-CMACHYO de 13 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 49: Copia fedateada de la carta n.° 00110-2026-OCI-CMACHYO de 17 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 50: Copia fedateada de la carta n.° 00114-2026-OCI-CMACHYO de 18 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 51: Copia fedateada de la carta n.° 00001-2026-UCM-CMACHYO de 23 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 52: Copia fedateada del informe n.° 00095-2026-DSI-CMACHYO de 23 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 53: Copia fedateada del acta de entrevista sobre el acceso a la copia de respaldo de disco duro del equipo asignado al colaborador de la CMAC Huancayo SA,

señor Miguel Ray Diaz Bejarano de 25 de marzo de 2026; asimismo, el correo electrónico de 20 de marzo de 2026.

Apéndice n.° 54: Copia fedateada de la carta n.° 00007-2026-A46-CMACHYO de 6 de abril de 2026.

Apéndice n.° 55: Copia fedateada de la carta n.° 00150-2026-OCI-CMACHYO de 16 de abril 2026.

Apéndice n.° 56: Copia fedateada de la carta n.° 00001-2026-JAPV-CMACHYO de 23 de abril de 2026, que adjunta el reporte de las publicaciones efectuadas entre el 15 de diciembre de 2022 al 28 de febrero de 2023.

Apéndice n.° 57: Copia fedateada de la carta n.° 00001-2026-FERC-CMACHYO de 23 de abril de 2026.

Apéndice n.° 58: Copia fedateada de la carta n.° 00002-2026-TTPS-CMACHYO de 17 de junio 2026.

Apéndice n.° 59: Copia fedateada de la carta n.° 00008-2026-A68-CMACHYO de 24 de junio de 2026.



Apéndice n.° 60: Copia fedateada del correo electrónico de 16 de julio de 2026 (19:41 horas).

Apéndice n.° 61: Copia fedateada del correo electrónico de 16 de julio de 2026 (10:31 horas).

Apéndice n.° 62: Copia fedateada de la hoja informativa n.° 012-2026-OCI-CMACHYO-SCE-001 de 4 de agosto de 2026.



Apéndice n.° 63: Original de la cédula de comunicación n.° 001-2026-CG/OCI-SCE-CMACHYO de 4 de agosto de 2026, acompañado del Pliego de Hechos y la motivación.

Apéndice n.° 64: Copia fedateada del aviso de notificación de 4 de agosto de 2026.



Apéndice n.° 65: Original de la evaluación de comentarios y aclaraciones.

Apéndice n.° 66: Copia fedateada del memorando n.° 00001-2026-OCI-CMACHYO de 4 de agosto de 2026, acompañado del oficio n.° 026-2026-OCI-CMACHYO de 5 de agosto de 2026.



Apéndice n.° 67: Copia simple con visto bueno del Reglamento de Gastos, versión 43, aprobado por Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1754-2022 de 7 de octubre de 2022, vigente desde el 20 de octubre de 2022 hasta el 14 de mayo de 2023, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 68: Copia simple con visto bueno del Reglamento de Austeridad, Racionalidad, Disciplina Presupuestaria, Eficiencia, Eficacia y Transparencia en el Gasto, versión 15, aprobado mediante Acuerdo de Directorio 399-2022 de 14 de julio de 2022, vigente desde el 20 de julio de 2022 hasta el 2 de octubre de 2024, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 69: Copia simple con visto bueno del Reglamento de Adquisiciones y Contrataciones, versión 9, aprobado mediante acuerdo de Directorio n.° 217-2022 de 8 de abril de 2022 vigente desde el 16 de mayo de 2022, hasta el 18 de junio de 2024, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 70: Copia simple con visto bueno del Reglamento de Marketing, versión 11, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1976-2022 de 18 de noviembre de 2022, vigente desde el 23 de noviembre de 2022 hasta el 26 de enero de 2024, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 71: Copia simple con visto bueno del MPR-001-LOG-A Adquisiciones y Contrataciones de Bienes y Servicios, versión 48, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 26 de marzo de 2023, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 72: Copia simple con visto bueno del MPR-002-LOG-A Actos Distintos del Proceso de Contratación y Gestión de Proveedores, versión 33, aprobado con acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1818-2022 de 19 de octubre de 2022, vigente desde el 24 de octubre de 2022 hasta el 12 de febrero de 2023, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 73: Copia simple con visto bueno del Reglamento de Organización y Funciones, versión 84, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1392-2022 de 10 de agosto de 2022, vigente desde el 15 de agosto de 2022 hasta el 9 de enero de 2023, con su documento de aprobación.

Apéndice n.° 74: Copia simple con visto bueno de la Hoja de Especificación de Funciones del jefe de Marketing, versión 24, aprobado mediante Acuerdo de Comité de Gerencia n.° 1655-2022 de 26 de setiembre de 2022, vigente desde el 17 de octubre de 2022 hasta el 1 de mayo de 2023, con su documento de aprobación.

Huancayo, 26 de agosto de 2026.

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Teófila Teodora Peceros Sauñe
Supervisor

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Yeli Escobar Muñoz
Jefe de Comisión

CMAC - HUANCAYO S.A. Órgano de Control Institucional V°B°

Tábata Liz De la Peña Aquino
Abogada

El **JEFE DEL ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL** que suscribe el presente informe, ha revisado su contenido y lo hace suyo, procediendo a su aprobación.

Huancayo, 26 de agosto de 2026.

CMAC - HUANCAYO S.A.
Órgano de Control Institucional
V°B°

Fernando Gonzales Guerra
Jefe (e) del Órgano de Control Institucional
Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

Caja Huancayo
La Caja del Perú

Huancayo, lunes 7 de setiembre de 2026

OFICIO N° 00029-2026-OCI-CMACHYO

CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE HUANCAYO S.A.
SECRETARIA DE DIRECTORIO
RECIBIDO
07 SEP. 2026
HORA: 12:02 pm FOLIOS: 71 + 1CD
FIRMA: USUARIO:
DOCS. ADJUNTOS:
La recepción de este documento no significa la conformidad o aceptación

Señor:
Felipe Jesús Atoche Castillo
Presidente del Directorio
Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA
Calle Real n.° 341 - 343
Huancayo/Huancayo/Junín

Asunto : Remite Informe de Servicio de Control Específico n.° 020-2026-2-1501-SCE.

Referencia : a) Carta n.° 00205-2026-OCI-CMACHYO de 1 de junio de 2026.
b) Directiva n.° 007-2021-CG/NORM "Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad", aprobada mediante Resolución de Contraloría n.° 134-2021-CG de 11 de junio de 2021 y modificatorias

Me dirijo a usted con relación al documento de la referencia a), mediante el cual se comunicó el inicio del Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad a la "Contratación del Servicio de Producción de Videos y Otros Contenidos para Redes Sociales de la CMAC Huancayo SA, mediante Orden de Servicio N02-001-00011", período del 21 de noviembre 2022 al 28 de febrero 2023, en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA a su cargo.

Sobre el particular, como resultado del Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad, se ha emitido el Informe de Control Específico n.° 020-2026-2-1501-SCE, el cual se remite en físico en setenta y un (71) folios, el mismo que se adjunta un CD que contiene mil ciento cincuenta y cuatro (1154) folios, y que recomienda disponer el inicio del procedimiento administrativo a los funcionarios y servidores públicos involucrados en los hechos observados, debiendo informar al Órgano de Control Institucional, las acciones adoptadas al respecto.

Finalmente, hacemos de su conocimiento que el Informe de Control Específico n.° 020-2026-2-1501-SCE, ha sido remitido al Procurador Público Especializado en Delitos de Corrupción para el inicio a las acciones legales penales por las irregularidades identificadas en el referido Informe.

Es propicia la oportunidad para expresarle las seguridades de mi consideración

Atentamente,

Fernando Gonzales Guerra
Jefe del Órgano de Control Institucional (e)
Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo SA

Firmado digitalmente por GONZALES GUERRA Fernando FAU 20131378972 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07-09-2026 11:41:48 -05:00

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

CÉDULA DE NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA N° 00000001-2026-CG/1501-02-001

DOCUMENTO	:	OFICIO N° 00029-2026-OCI-CMACHYO
EMISOR	:	FERNANDO GONZALES GUERRA - JEFE DE OCI - CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO SA, MEDIANTE ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011 - ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL
DESTINATARIO	:	FELIPE JESUS ATOCHE CASTILLO
ENTIDAD SUJETA A CONTROL	:	CMAC - HUANCAYO S.A.
DIRECCIÓN	:	CASILLA ELECTRÓNICA N° 20130200789
TIPO DE SERVICIO CONTROL GUBERNAMENTAL O PROCESO ADMINISTRATIVO	:	SERVICIO DE CONTROL POSTERIOR - SERVICIO DE CONTROL ESPECÍFICO A HECHOS CON PRESUNTA IRREGULARIDAD
N° FOLIOS	:	1155

Sumilla: Como resultado del Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad, se ha emitido el Informe de Control Específico n.° 020-2026-2-1501-SCE, el cual se remite en físico en setenta y un (71) folios, el mismo que se adjunta un CD que contiene mil ciento cincuenta y cuatro (1154) folios, y que recomienda disponer el inicio del procedimiento administrativo a los funcionarios y servidores públicos involucrados en los hechos observados, debiendo informar al Órgano de Control Institucional, las acciones adoptadas al respecto.

Se adjunta lo siguiente:

1. Oficio 029-2026-OCI-CMACHYO remite informe SCE Titular Fer[F]
2. Parte 1[F]
3. Parte 2[F]
4. Parte 3[F]
5. Parte 4[F]

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Contraloría General de la República, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: **https://verificadoc.contraloria.gob.pe/ecasilla** e ingresando el siguiente código de verificación: **AKFDEM7**

6. Parte 5[F]

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

Firmado digitalmente por GONZALES GUERRA Fernando FAU 20131378972
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07-09-2026 11:41:46 -05:00

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Contraloría General de la República, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: **https://verificadoc.contraloria.gob.pe/ecasilla** e ingresando el siguiente código de verificación: **AKFDEM7**

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ
Automatizado CGR
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07-09-2026 11:43:25 -05:00

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

CONSTANCIA DE NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA

Sistema de Notificaciones y Casillas Electrónicas - eCasilla CGR

DOCUMENTO	:	OFICIO N° 00029-2026-OCI-CMACHYO
EMISOR	:	FERNANDO GONZALES GUERRA - JEFE DE OCI - CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO SA, MEDIANTE ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011 - ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL
DESTINATARIO	:	FELIPE JESUS ATOCHE CASTILLO
ENTIDAD SUJETA A CONTROL	:	CMAC - HUANCAYO S.A.

Sumilla:

Como resultado del Servicio de Control Específico a Hechos con Presunta Irregularidad, se ha emitido el Informe de Control Específico n.° 020-2026-2-1501-SCE, el cual se remite en físico en setenta y un (71) folios, el mismo que se adjunta un CD que contiene mil ciento cincuenta y cuatro (1154) folios, y que recomienda disponer el inicio del procedimiento administrativo a los funcionarios y servidores públicos involucrados en los hechos observados, debiendo informar al Órgano de Control Institucional, las acciones adoptadas al respecto.

Se ha realizado la notificación con el depósito de los siguientes documentos en la **CASILLA ELECTRÓNICA N° 20130200789**:

1. CÉDULA DE NOTIFICACIÓN N° 00000001-2026-CG/1501-02-001
2. Oficio 029-2026-OCI-CMACHYO remite informe SCE Titular Fer[F]
3. Parte 1[F]
4. Parte 2[F]
5. Parte 3[F]
6. Parte 4[F]
7. Parte 5[F]

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Contraloría General de la República, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: **https://verificadoc.contraloria.gob.pe/ecasilla** e ingresando el siguiente código de verificación: **AR7VNHG**

NOTIFICADOR : FERNANDO GONZALES GUERRA - CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO DE HUANCAYO - HUANCAYO S.A. - CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Contraloría General de la República, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: **https://verificadoc.contraloria.gob.pe/ecasilla** e ingresando el siguiente código de verificación: **AR7VNHG**

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ
Automatizado CGR
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 07-09-2026 11:46:40 -05:00

CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

CONSTANCIA DE EMISIÓN DE ALERTA A TELÉFONO CELULAR N° 39704-2026/1501-02-001

Por medio de la presente, se deja constancia que el Sistema eCasilla-CGR envió un mensaje de alerta al teléfono celular registrado del usuario receptor , informando sobre el depósito de una notificación en su casilla electrónica. A continuación, se detallan los datos correspondientes a la emisión de alerta:

* DATOS DEL USUARIO RECEPTOR

• **Casilla electrónica**	:	20130200789
• **Usuario Receptor**	:	CMAC - HUANCAYO S.A. (FELIPE JESUS ATOCHE CASTILLO)
• **Correo electrónico 1**	:	FATOCHE6@GMAIL.COM (*)
• **Correo electrónico 2**	:	-
• **Teléfono celular**	:	958847131 (*)

* DATOS DE LA NOTIFICACIÓN

• **Documento depositado**	:	OFICIO - 00029-2026-OCI-CMACHYO
• **Fecha y hora de la notificación efectuada**	:	07/09/2026 11:43:25
• **Usuario emisor**	:	FERNANDO GONZALES GUERRA - JEFE DE OCI - CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y OTROS CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE LA CMAC HUANCAYO SA, MEDIANTE ORDEN DE SERVICIO N02-001-00011 - OCI - CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO DE HUANCAYO - HUANCAYO S.A.
• **Tipo de servicio de control/Proceso administrativo**	:	SERVICIO DE CONTROL POSTERIOR - SERVICIO DE CONTROL ESPECÍFICO A HECHOS CON PRESUNTA IRREGULARIDAD

* DATOS DE LA EMISIÓN DE LA ALERTA AL TELÉFONO CELULAR

• **Celular**	:	958847131
• **Fecha y hora entrega**	:	07/09/2026 A LAS 11:42:15
• **Flag envío**	:	CONFIRMADO

Fecha de emisión de la constancia : lunes, 07 de septiembre de 2026 a las 11:45:39

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Contraloría General de la República, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: **https://verificadoc.contraloria.gob.pe/ecasilla** e ingresando el siguiente código de verificación: **AR7V8I4**