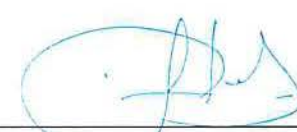


 FUNCIÓN PÚBLICA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Cédula de Resultados Definitivos	Número de Auditoría: 9/2022 Número de Resultado: 1 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Fecha de elaboración: 14/09/2022
---	---	--

Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Área Auditada: Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia		Clave de programa y descripción de la auditoría: 800 "Al Desempeño"

Con Hallazgos Sí (X) No ()	
Procedimientos: Revisar el Programa Anual de Trabajo. Comprobar que las estrategias de mercadotecnia estén formalizadas y autorizadas. Revisar que las estrategias tengan metas y objetivos.	
Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Vertiente revisada: Eficiencia. FALTA DE FORMALIZACIÓN DE LOS PROGRAMAS ANUALES DE TRABAJO DE LA DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA COMERCIAL Y DE LAS ÁREAS A SU CARGO Del análisis al Programa Anual de Trabajo (PAT) correspondiente al ejercicio 2021 proporcionado por la Dirección General Adjunta Comercial (DGAC) y respecto de la formalización y autorización de las estrategias de mercadotecnia, se identificó lo siguiente: Los Elementos de Control. Documentación y Formalización del Control Interno 3.08, 3.09 y 3.10, del Principio 3. Establecer la estructura, responsabilidad y autoridad, de la Norma General Primera. Ambiente de Control, de la Disposición General 9. Normas Generales, Principios y Elementos de Control, del ACUERDO por el que se emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno establecen lo siguiente: <i>"3.08 La Administración debe desarrollar y actualizar la documentación y formalización de su control interno.</i>	RECOMENDACIÓN PREVENTIVA: La Dirección General Adjunta Comercial, en conjunto con la Subdirección General de Productos Digitales y la Subdirección de Gestión Comercial, deberá realizar las acciones siguientes: 1. Gestionar que en lo subsecuente los Programas Anuales de Trabajo estén alineados a los aspectos estratégicos de la DGAC, considerando la definición de objetivos y metas para el cumplimiento de la visión, misión y objetivos del Instituto FONACOT, a fin de mejorar la eficiencia y el control interno establecido, con los puntos siguientes: a. Fecha de elaboración. b. Nombres y firmas de quien elabora, supervisa y autoriza. c. Responsables y desglose de las actividades que realizarán alineadas a sus funciones. d. Periodicidad de cada función. e. Estrategias, objetivos y metas.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
3.09 La documentación y formalización efectiva del control interno apoya a la Administración en el diseño, implementación, operación y actualización de este, al establecer y comunicar al personal el cómo, qué, cuándo, dónde y por qué del control interno. 3.10 La Administración debe documentar y formalizar el control interno para satisfacer las necesidades operativas de la institución. La documentación de controles, incluidos los cambios realizados a estos, es evidencia de que las actividades de control son identificadas, comunicadas a los responsables de su funcionamiento y que pueden ser supervisadas y evaluadas por la institución." Aunado a lo anterior, el artículo 57, fracción I del Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT, establece lo siguiente: <i>"ARTÍCULO 57.- Los Directores Generales Adjuntos, los Subdirectores Generales y el Abogado General del Instituto, tendrán las siguientes atribuciones y facultades en el ámbito de su competencia:</i> <i>I. Acordar con el Director General los objetivos, estrategias y líneas de acción institucionales a corto, mediano y largo plazo, así como aquellas que le competan para su ejecución, y dar seguimiento a su cumplimiento;"</i> Mediante la Minuta de Trabajo de la Visita realizada por este Órgano Interno de Control (OIC) a la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT el 16 de agosto de 2022 y con base en el Cuestionario de Control Interno aplicado el 11 de agosto de 2022 a la Subdirección General de Productos Digitales (SGPD) antes la Subdirección General de Desarrollo de Negocio, Productos e Investigación de Mercados, se proporcionaron los Planes de Trabajo 2021 de la DGAC, de la Subdirección General Comercial	f. Fechas de supervisión que permitan dar seguimiento puntual a cada actividad y función. g. En su caso, los parámetros o indicadores que permitan evaluar el desempeño y eficiencia, respecto del cumplimiento de sus actividades y funciones. Por lo anterior, las unidades administrativas referidas deberán proporcionar a este OIC la evidencia documental de las gestiones realizadas para la formalización del Programa Anual de Trabajo 2023 de la DGAC y de las Subdirecciones a su cargo, así como de las estrategias de mercadotecnia para la colocación y promoción del crédito FONACOT, con el fin de fortalecer el control interno.  Mtro. Salvador Gazca Herrera Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT  Mtro. Eduardo Enríquez Monroy Subdirector General Comercial del Instituto FONACOT  Ing. Florencio Rodil Posada Subdirector General de Productos Digitales del Instituto FONACOT

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
(SGCOM) y de la SGPD, los cuales no tienen las firmas de autorización. Al respecto, este OIC identificó una falta de control interno al no estar formalizados ni autorizados los Planes de Trabajo, en los cuales se encuentra la alineación de los aspectos estratégicos de la DGAC, con la definición de objetivos y metas; donde se incluyen las metas de colocación, las estrategias de afiliación de Centros de Trabajo, los estudios de investigación de mercado, el diseño de nuevos productos, las Campañas de Mercadotecnia, canales y atención a los trabajadores formales. En este contexto y como consecuencia de no contar con los Programas Anuales de Trabajo formalizados, tampoco se tienen formalizadas las estrategias de mercadotecnia, las cuales consideran las Campañas de Promoción, Eventos, Convenios y las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial. Respuesta del Área Auditada La Subdirección General Comercial (SGCOM) del Instituto FONACOT mediante el Oficio No. SGCOM/234/2022 del 09 de septiembre de 2022, informó al OIC, lo siguiente: <i>"En lo que corresponde a las gestiones para la formalización del Plan Anual de Trabajo, se solicita se especifique por escrito que las gestiones serán para el Plan Anual de Trabajo 2023, conforme a lo establecido en la Reunión de fecha 02 de septiembre de 2022, mediante la plataforma Microsoft Teams."</i> La SGCOM no proporcionó evidencia documental de la reunión realizada del 02 de septiembre de 2022, en la plataforma Microsoft Teams.	Fecha de firma: 14 de septiembre 2022. Fecha compromiso: 18 de noviembre de 2022.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Pruebas aplicadas Las pruebas aplicadas para la revisión fueron: estudio general, análisis e investigación, para constatar el cumplimiento del Programa Anual de Trabajo de la DGAC del Instituto FONACOT. Conclusiones La DGAC, la SGCOM y la SGPD no cuentan con los Programas Anuales de Trabajo del ejercicio 2021 ni con las estrategias de mercadotecnia formalizados ni autorizados. Disposiciones jurídicas ➤ Elementos de Control. Documentación y Formalización del Control Interno 3.08, 3.09 y 3.10, del Principio 3. Establecer la estructura, responsabilidad y autoridad, de la Norma General Primera. Ambiente de Control, de la Disposición General 9. Normas Generales, Principios y Elementos de Control, del ACUERDO por el que se emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno. ➤ Artículo 57, fracción I, del Estatuto Orgánico del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.	



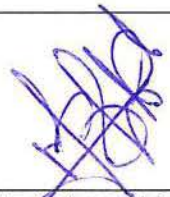
L.C.P. Carmen Sofía Rivera Villanueva
Coordinador Administrativo de Alta Responsabilidad
Elaboró



L.C.P. Marina Fabiola Méndez López
Coordinador Técnico Administrativo de Alta Responsabilidad
Elaboró



Mtra. Ana Karen Mendiola Quiroz
Coordinador Administrativo de Alta Responsabilidad
Revisó



Mtra. Margarita Rodríguez Ruiz
Gerente de Auditoría Interna
Supervisó



Mtra. Iris Minerva Campero Domínguez
Titular del Área de Auditoría Interna, de Desarrollo y Mejora de la Gestión Pública
Autorizó



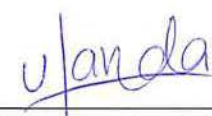
 FUNCIÓN PÚBLICA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Cédula de Resultados Definitivos	Número de Auditoría: 9/2022 Número de Resultado: 2 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Fecha de elaboración: 14/09/2022
---	---	--

Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Área Auditada: Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia		Clave de programa y descripción de la auditoría: 800 "Al Desempeño"

Con Hallazgos Sí (X) No ()
Procedimientos: Verificar la autorización, supervisión y resultados obtenidos en el Plan Anual de Promoción Comercial y la Estructura de organización funcional y autorizada.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Vertientes revisadas: Eficacia y Eficiencia. FALTA DE "PLAN ANUAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL" E INCONSISTENCIAS EN LA ESTRUCTURA ORGÁNICA DE ADSCRIPCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA Del análisis al Plan de Trabajo 2021 de la Subdirección General Comercial del Instituto FONACOT y al Organigrama de adscripción de la Dirección de Mercadotecnia, se identificó lo siguiente: 1. Plan Anual de Promoción Comercial En el Manual de Organización Específico (MOE) de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT se establece en el Apartado X. Objetivo y Funciones, numeral 1.2.1.2.0.0, función 3: <i>"Diseñar, coordinar y supervisar el Plan Anual de Promoción Comercial con el fin de dar a conocer el Instituto, el crédito FONACOT y la afiliación de Centros de Trabajo, para contribuir a la meta de colocación de créditos y la afiliación de Centros de Trabajo"</i>. Al respecto, la Dirección General Adjunta Comercial (DGAC), informó lo siguiente:	RECOMENDACIÓN AL DESEMPEÑO: La Dirección General Adjunta Comercial, en conjunto con la Dirección de Mercadotecnia, deberán atender la recomendación siguiente: 1. Gestionar la actualización del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia, para alinear su Organigrama y Estructura Orgánica con el Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT. A fin de atender en tiempo y forma la acción anterior, se deberá proporcionar a este OIC un programa de trabajo firmado, que contenga fecha de elaboración, actividades a realizar con fechas compromiso, entregables, así como nombre, cargo y firma de quien lo elabora, supervisa y autoriza.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
En el Oficio No. DGA/0265/07/2022 del 18 de julio de 2022, la Dirección de Mercadotecnia indicó las actividades del <i>"Plan Anual de Promoción Comercial"</i>, entre las que se encuentran, las Campañas promocionales del crédito FONACOT, las Campañas de afiliación de Centros de Trabajo, los talleres de <i>¿Cómo afiliarse mediante el Micrositio?</i> para facilitar a que más Centros de Trabajo se afilien al Instituto e impulsar por medio de la firma de Convenios de Difusión la colaboración con Cámaras Empresariales para fomentar la afiliación de sus agremiados. Mediante el Oficio No. DGAC/0273/07/2022 del 29 de julio de 2022, la DGAC proporcionó el Plan de Trabajo 2021 de la Subdirección General Comercial del Instituto FONACOT, señalando que este documento contenía las actividades sustantivas de la Promoción Comercial y, en específico, de la Dirección de Mercadotecnia. Sin embargo, en el citado Plan de Trabajo 2021, este Órgano Interno de Control (OIC) no identificó el documento denominado <i>"Plan Anual de Promoción Comercial"</i> con las estrategias para <i>dar a conocer el Instituto, el crédito FONACOT y la afiliación de Centros de Trabajo, para contribuir a la meta de colocación de créditos y la afiliación de Centros de Trabajo.</i> 2. Estructura Orgánica de adscripción de la Dirección de Mercadotecnia En el MOE de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT en el Apartado IX. Organigrama se establece que esta Dirección se encuentra adscrita a la Subdirección General de Desarrollo de Negocio, Productos e Investigación de Mercados (actualmente la Subdirección General de Productos Digitales). Al respecto, se detectó que en el Plan de Trabajo 2021 de la Subdirección General Comercial del Instituto FONACOT, en el numeral 2. Introducción, se establece que actualmente la Estructura Orgánica de la Subdirección General Comercial se	RECOMENDACIÓN PREVENTIVA: La Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia deberán atender las acciones siguientes: 1. Proporcionar el Plan Anual de Promoción Comercial del ejercicio 2021 o, en su caso, realizar las gestiones para actualizar la función 3, del numeral 1.2.1.2.0.0 del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia, con el fin de determinar si es aplicable la elaboración del Plan Anual de Promoción Comercial; o bien, precisar si en el Plan Anual de Trabajo de la DGAC se integrarán las actividades de Promoción Comercial. 2. Establecer e implementar un mecanismo de control para dar seguimiento a las estrategias de promoción comercial que forma parte de las funciones de la Dirección de Mercadotecnia establecidas en su MOE (Clave: MO11.01). 3. Establecer e implementar un mecanismo de control para que sus áreas adscritas se coordinen y gestionen la actualización del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, dentro de los 60 días siguientes a partir de que suceda alguno de los supuestos siguientes: • Cambio de denominación de las unidades-puesto que integran la estructura. • Distinta distribución de funciones entre las áreas que integran la oficina o la unidad administrativa de que se trate. • Modificación del Estatuto Orgánico o de disposiciones jurídicas o administrativas que afecten la organización del Instituto FONACOT.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
encuentra conformada por las Direcciones Comerciales Regionales, Estatales y de Plaza, por la Dirección de Supervisión de Operaciones y por la Dirección de Mercadotecnia; Unidades Administrativas a partir de las cuales se ejecutó el cumplimiento del Plan de Trabajo 2021 derivado del Programa de Trabajo Institucional 2020-2024. No obstante, de acuerdo con la Estructura Orgánica autorizada y entregada por la DGAC, la Dirección de Mercadotecnia está adscrita a la Subdirección General de Productos Digitales (antes la Subdirección General de Desarrollo de Negocio, Productos e Investigación de Mercados). De lo anterior, se identificó que la Dirección de Mercadotecnia cambió de Subdirección General de adscripción funcionalmente. Es importante mencionar que la DGAC mediante los Oficios Nos. DGA/0265/07/2022 y DGAC/0273/07/2022, proporcionó su Estructura Operativa y Funcional de 2021, en la cual, la Dirección de Mercadotecnia se encuentra adscrita a la Subdirección General de Desarrollo de Negocio, Productos e Investigación de Mercados (actualmente Subdirección General de Productos Digitales). Respuesta del Área Auditada La Subdirección General Comercial del Instituto FONACOT, mediante el Oficio No. SGCOM/234/2022 del 09 de septiembre de 2022, informó al OIC, lo siguiente: Recomendación al Desempeño <i>"El pasado 02 de septiembre se entregó a la Dirección de Recursos Humanos, la propuesta de restructuración integral de la SGCOM y de la Dirección de Mercadotecnia, derivado de la actualización y publicación del Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de julio de 2022.</i>	Reducción, creación o adición de unidades-puesto dentro de la organización. Lo anterior, de conformidad con el segundo párrafo del Apartado XIII. Disposiciones transitorias del MOE de la Dirección de Mercadotecnia (Clave: MO11.01). Se debe proporcionar al OIC el soporte documental correspondiente para la atención de estas recomendaciones al desempeño y preventiva.  Mtro. Salvador Gazca Herrera Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT  Mtro. Eduardo Enríquez Monroy Subdirector General Comercial del Instituto FONACOT  Mtra. Verónica Landa Gallegos Directora de Mercadotecnia del Instituto FONACOT



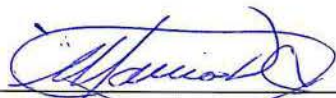



Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
<i>...una vez autorizada la restructuración integral, por parte de la DRH, se dará inicio la actualización del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia, para la alineación de su Organigrama y Estructura Orgánica, conforme al Estatuto Orgánico del Instituto."</i> Al respecto, la Subdirección General Comercial no proporcionó evidencia documental de las acciones realizadas. Recomendación Preventiva <i>"Se ha llevado a cabo como mecanismo de control para el seguimiento a las estrategias, las presentaciones bimestrales de la Dirección de Mercadotecnia a la DGACOM y a la SGCOR, las cuales se compartieron como evidencia en la respuesta de fecha 10 de agosto del año en curso, denominada Reportes bimestrales Mercadotecnia 2021, mismas que se adjuntan nuevamente.</i> <i>Cabe informarle a este OIC, que este mismo mecanismo de control se estará llevando conforme al Plan de Trabajo 2023." [sic]</i> Sobre este particular, cabe señalar que el mecanismo de control para el seguimiento a las Estrategias de Promoción Comercial no está formalizado ni hay un responsable de su seguimiento. Pruebas aplicadas Las pruebas aplicadas para la revisión fueron: estudio general, análisis e investigación, para constatar el cumplimiento del Plan Anual de Promoción Comercial de la Dirección de Mercadotecnia y la estructura operativa y funcional de la DGAC, para el ejercicio 2021.	Fecha de firma: 14 de septiembre 2022. Fecha compromiso: 18 de noviembre de 2022.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Conclusiones 1. La Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT no cuenta con el Plan Anual de Promoción Comercial que contenga las estrategias para dar a conocer el Instituto, el crédito FONACOT y la afiliación de Centros de Trabajo. 2. Falta de control interno en el seguimiento de las estrategias de promoción comercial, al no contar con el Plan Anual de Promoción Comercial, mismo que forma parte de las funciones de la Dirección de Mercadotecnia establecidas en su MOE (Clave: MO11.01). 3. La Estructura Operativa y Funcional de 2021 proporcionada mediante el Oficio No. DGA/0265/07/2022 del 18 de julio de 2022 por la DGAC a este OIC, difiere de la presentada en el Plan de Trabajo de 2021 de la Subdirección General Comercial. 4. La Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT no tiene su MOE actualizado, toda vez que se identificaron fallas de control interno en su operación, tales como: • Cambio de denominación de las unidades-puesto que integran la estructura. • Distinta distribución de funciones entre las áreas que integran la oficina o la unidad administrativa de que se trate. • Modificación del Estatuto Orgánico o de disposiciones jurídicas o administrativas que afectan la organización del Instituto FONACOT. • Reducción, creación o adición de unidades-puesto dentro de la organización.	

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Disposiciones jurídicas ➤ Artículo 31 Bis del Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en las materias de Recursos Humanos y del Servicio Profesional de Carrera, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en materia de Recursos Humanos y Organización y el Manual del Servicio Profesional de Carrera. ➤ Elementos de Control. Documentación y Formalización del Control Interno 3.03, 3.04 y 3.05, del Principio 3. Establecer la estructura, responsabilidad y autoridad, de la Norma General Primera. Ambiente de Control, de la Disposición General 9. Normas Generales, Principios y Elementos de Control, del ACUERDO por el que se emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno. ➤ Penúltimo párrafo del Apartado I. Introducción, Apartado IX. Organigrama, Apartado X. Objetivo y Funciones, numeral 1.2.1.2.0.0, función 3 y Apartado XIII. Disposiciones Transitorias del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia (Clave: MO11.01).	



C.P. Mario Villalobos Rosas
Coordinador Administrativo de Alta
Responsabilidad
Elaboró





Mtra. Ana Karen Mendiola Quiroz
Coordinador Administrativo de Alta
Responsabilidad
Revisó



Mtra. Margarita Rodríguez Ruiz
Gerente de Auditoría Interna
Supervisó



Mtra. Iris Minerva Campero Domínguez
Titular del Área de Auditoría Interna,
de Desarrollo y Mejora de la Gestión Pública
Autorizó



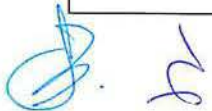

 FUNCIÓN PÚBLICA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Cédula de Resultados Definitivos	Número de Auditoría: 9/2022 Número de Resultado: 3 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Fecha de elaboración: 14/09/2022
---	--	--

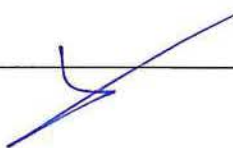
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Área Auditada: Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia		Clave de programa y descripción de la auditoría: 800 "Al Desempeño"

Con Hallazgos Sí (X) No ()
Procedimientos: Cotejar que las estrategias de mercadotecnia estén formalizadas y autorizadas y, revisar los Convenios de Difusión, de Afiliación o algún otro, suscritos durante el ejercicio 2021.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Vertiente revisada: Eficiencia. DEFICIENCIAS DE CONTROL INTERNO EN EL PROCEDIMIENTO ESPECÍFICO DE FIRMA DE CONVENIOS DE DIFUSIÓN De la revisión a las estrategias de mercadotecnia para suscribir Convenios de Difusión en el Instituto FONACOT del ejercicio 2021, se identificó lo siguiente: 1. El Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión (Clave PR28.01) vigente, contiene un error en la "Tabla de Control de Cambios" al indicar que la versión con Clave: PR28.01 fue modificada en diciembre de 2021. Al respecto, este Órgano Interno de Control (OIC) determinó que esa versión no fue autorizada, ya que a petición del Área solicitante se dio de baja el asunto relacionado con el Proyecto del Manual de Crédito y sus Procedimientos Específicos que se incluyeron en la Carpeta de la Sesión Ordinaria LVIII del 24 de noviembre de 2021 del Comité de Crédito del Instituto FONACOT, por lo que no fue presentado ante dicho Comité en esa sesión. Lo anterior, debido a que los proyectos normativos se encontraban en revisión del Comité de Mejora Regulatoria Interna (COMERI), instancia que los recibió el 22 de	RECOMENDACIÓN AL DESEMPEÑO: La Dirección General Adjunta Comercial, en conjunto con la Dirección de Mercadotecnia, deberán atender las recomendaciones siguientes: 1. Gestionar la corrección del No. de Versión en la Tabla de Control de Cambios de los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT y dar a conocer al personal la versión vigente de los Procedimientos publicados en la Normateca del Instituto, haciendo la precisión de la corrección del No. de Versión, de conformidad con el Apartado 1.5 Observancia, Publicación e Interpretación del Manual de Crédito vigente. 2. Establecer en la actualización del Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión, en la actividad 7, un mecanismo de supervisión para que la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT revise que los nombres y cargos de las personas que firman sean los correctos.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
noviembre de 2021, dos días antes de la LVIII Sesión Ordinaria del Comité de Crédito del Instituto FONACOT. Asimismo, la Subdirectora General de Crédito del Instituto FONACOT, mediante el Oficio No. SGC/06/07/2022 del 8 de julio del año en curso, le informó al personal que se encontraba disponible en la Normateca del Instituto FONACOT el Manual de Crédito y sus Procedimientos, entre otros, los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito con Clave: PR28.01, que incluyen el Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión. De lo antes expuesto, la vigencia de los Procedimientos con Clave: PR28.01 inició en julio de 2022. En el transcurso de la auditoría se detectó que en la Normateca Institucional éstos se publicaron erróneamente con Clave: PR28.02; posteriormente se cambió la Clave: PR28.01, con fecha de vigencia de junio de 2022 y, finalmente, se corrigió con la Clave: PR28.01 con vigencia de julio de 2022. Ninguno de esos cambios realizados en los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito que se publicaron en la Normateca fueron notificados al personal del Instituto FONACOT. Cabe hacer mención que otros cambios a los procedimientos del Manual de Crédito del Instituto FONACOT se han informado al personal por la Subdirección General de Crédito y Recuperación y por la Subdirección General Comercial, con fundamento en el Apartado 1.5 Observancia, Publicación e Interpretación del Manual de Crédito vigente. 2. De los ocho Convenios de Difusión suscritos durante 2021 por el Instituto FONACOT, se observó que en el caso del Convenio suscrito con la CANACO SERVITUR Oaxaca, el Lic. Enrique Gutiérrez Vázquez firmó con el cargo de Director Estatal de Oaxaca cuando la Sucursal de Oaxaca no tiene esa plaza adscrita y la persona que firmó ostentaba el cargo de Director Estatal en Tuxtla Gutiérrez.	3. Establecer en el proyecto de actualización del Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión, una actividad para instruir a las DEPyR a suscribir al menos un Convenio de Difusión por año. 4. Evaluar y gestionar la actualización de la función 9 del numeral 1.2.1.2.0.0 de la Dirección de Mercadotecnia y la función 3 del numeral 1.2.1.2.1.0 de la Subdirección de Gestión de Mercadotecnia del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia, con el fin de determinar si es aplicable que dichas áreas suscriban y den seguimiento a los Convenios de Afiliación. Asimismo, modificar el nombre de la Subdirección de Gestión de Mercadotecnia por el que esa plaza tiene a la fecha, Jefatura de Oficina de Gestión de Mercadotecnia. A fin de atender en tiempo y forma las recomendaciones al desempeño anteriores, deberán proporcionar a este OIC un Programa de Trabajo para actualizar el Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión que contenga fecha de elaboración, actividades a realizar con fechas compromiso, entregables, nombre, cargo y firma de quien lo elabora, supervisa y autoriza; así como el soporte documental correspondiente.  Mtro. Salvador Gazca Herrera Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT




Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
3. Ante el reducido número de Convenios suscritos durante 2021, la entonces Subdirectora General Comercial del Instituto FONACOT envió en los meses de septiembre y noviembre de ese año correos electrónicos a las Direcciones Estatales, de Plaza y Regionales (DEPyR), para indicarles que deberían firmar un Convenio de Difusión con la Organización Sindical y Empresarial, por el beneficio que representa para el Instituto FONACOT el contar con promoción externa con sus Agremiados y Empresas Asociadas. Al verificar los Convenios de Difusión suscritos de enero a julio de 2022, se observa que se han efectuado 33 Convenios; sin embargo, hay DEPyR que siguen sin negociar alguno, tales como las Direcciones Estatales de Veracruz; Mérida; Cancún; Guadalajara Abastos; Aguascalientes; Tampico; Saltillo; La Paz; Culiacán; Toluca y Cuernavaca; así como las cinco Direcciones de Plaza de la Zona Metropolitana (Mixcoac, San Antonio Abad, Tlalnepantla, Vallejo e Iztacalco). 4. La Dirección General Adjunta Comercial (DGAC) del Instituto FONACOT no se pronunció respecto de los Convenios de Afiliación en los Oficios Nos. DGA/0265/07/2022 y DGAC/0273/07/2022 del 18 y 29 de julio de 2022, respectivamente, mediante los cuales dio respuesta a los requerimientos de información de esta instancia de fiscalización y al Cuestionario de Control Interno de la Dirección de Mercadotecnia. Por su parte, la Jefatura de Oficina de Gestión de Mercadotecnia contestó en el Cuestionario de Control Interno que sus anteriores superiores jerárquicos le instruyeron de forma verbal no realizar el seguimiento de los Convenios de Afiliación por ser facultad de las DEPyR. Al respecto, este OIC identificó lo siguiente: En el Manual de Organización Específico (MOE) de la Dirección de Mercadotecnia, Apartado X. Objetivo y Funciones, numeral	 Mtro. Eduardo Enríquez Monroy Subdirector General Comercial del Instituto FONACOT  Mtra. Verónica Landa Gallegos Directora de Mercadotecnia del Instituto FONACOT Fecha de firma: 14 de septiembre 2022. Fecha compromiso: 18 de noviembre de 2022. 

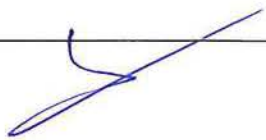







Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
1.2.1.2.0.0, función 9, se indica que debe definir y diseñar estrategias para suscribir Convenios de Difusión, Afiliación y algún otro tipo de su competencia; en tanto, la Subdirección ahora Jefatura de Oficina de Gestión de Mercadotecnia en el numeral 1.2.1.2.1.0, función No. 3, establece que debe dar seguimiento a la firma de Convenios de Afiliación a nivel nacional. • Con base en el Procedimiento Específico de Afiliación de Centros de Trabajo y Sucursales del Sector Público, las DEPyR son las áreas que suscriben los Convenios de Afiliación y le dan seguimiento, hecho que se asentó en la Minuta de la visita realizada a la Dirección de Mercadotecnia el 16 de agosto de 2022. Respuesta del Área Auditada La Subdirección General Comercial del Instituto FONACOT, mediante el Oficio No. SGCOM/234/2022 del 09 de septiembre de 2022, informó al OIC lo siguiente: <i>"Respecto a los puntos 1, 3, y 4 se realizarán las modificaciones a la normatividad mencionada una vez que se realicen las modificaciones al Manual de Organización Específico de Mercadotecnia y sea solicitada la modificación a los procedimientos específicos de promoción de crédito por la Dirección General Adjunta de Crédito y Finanzas..."</i> Respecto de la recomendación al desempeño No. 2 se indica que: <i>"...el convenio referido fue firmado por el director Enrique Gutiérrez Vázquez con el cargo de Director Estatal de Oaxaca, toda vez que funge como Director Estatal de Chiapas y Oaxaca. Por lo que en el procedimiento sí existe el mecanismo de supervisión sugerido, a través de la</i>	



Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
<i>Jefatura de Gestión de Mercadotecnia y de la Dirección de Normatividad. Se adjunta la evidencia de la validación."</i> Sobre este particular, el área auditada no proporcionó evidencia documental alguna, ni a la que hace referencia en su respuesta para la recomendación al desempeño No. 2. Pruebas aplicadas Las pruebas aplicadas para la revisión fueron: estudio general, análisis e investigación, para constatar la debida aplicación del Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión. Conclusiones 1. En la Dirección de Mercadotecnia existen deficiencias de control interno en relación con las actividades establecidas en los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT, toda vez que se observó que el No. de Versión era incorrecto en la Tabla de Control de Cambios. 2. Se identificaron fallas de control interno en la revisión de los nombres y cargos de las personas que firman los Convenios de Difusión; así como 11 DEPyR y 5 Direcciones de Plaza de la Zona Metropolitana que no los suscribieron en 2021. 3. La Dirección de Mercadotecnia y la Subdirección de Gestión de Mercadotecnia actualmente no suscriben ni dan seguimiento a los Convenios de Afiliación considerados en la función 9 del Apartado X. Objetivos y Funciones, numeral 1.2.1.2.0.0 del MOE de la Dirección de Mercadotecnia. 4. La Subdirección de Gestión de Mercadotecnia actualmente tiene la denominación de Jefatura de Oficina de Gestión de Mercadotecnia de acuerdo con la plantilla del personal proporcionada por la DGAC, mediante el Oficio No. DGA/0265/07/2022 del 18 de julio de 2022.	     

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Disposiciones jurídicas ➤ Apartado 1.5 del Manual de Crédito del Instituto FONACOT (Clave: MA09.31). ➤ Actividades 7 y 8 del Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión, de los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT (Claves: PR28.00 y PR28.01). ➤ Apartado X. Objetivo y Funciones, numeral 1.2.1.2.0.0, función 9 de la Dirección de Mercadotecnia y numeral 1.2.1.2.1.0, función 3 de la Subdirección de Gestión de Mercadotecnia del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia (Clave: MO11.01).	



C.P. Mario Villalobos Rosas
Coordinador Administrativo de Alta
Responsabilidad
Elaboró



Mtra. Ana Karen Mendiola Quiroz
Coordinador Administrativo de Alta
Responsabilidad
Revisó

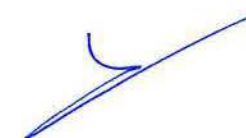


Mtra. Margarita Rodríguez Ruiz
Gerente de Auditoría Interna
Supervisó



Mtra. Iris Minerva Campero Domínguez
Titular del Área de Auditoría Interna,
de Desarrollo y Mejora
de la Gestión Pública
Autorizó





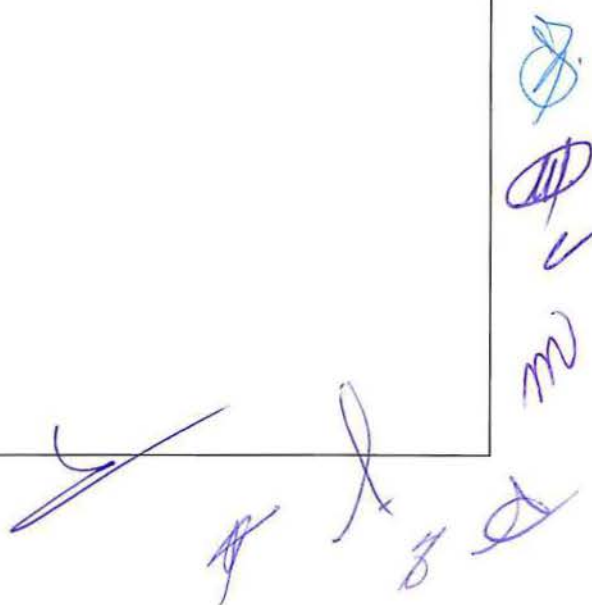

 FUNCIÓN PÚBLICA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Cédula de Resultados Definitivos	Número de Auditoría: 9/2022 Número de Resultado: 4 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Fecha de elaboración: 14/09/2022
---	--	--

Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Área Auditada: Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia		Clave de programa y descripción de la auditoría: 800 "Al Desempeño"

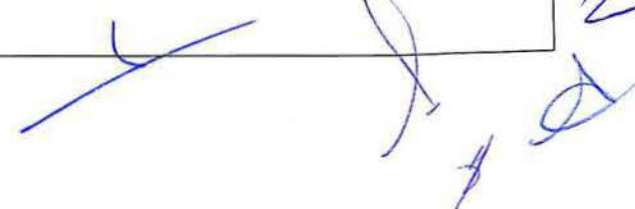
Con Hallazgos Sí (X) No ()
Procedimientos: Identificar y analizar las promociones de venta dirigidas a los trabajadores, que se implementaron en el ejercicio 2021. Producción y Entrega de Material: Informativos, Impresos, e Inventarios de medios de disposición del Crédito FONACOT. Verificar el seguimiento al avance de las estrategias de activación de Centros de Trabajo.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Vertientes revisadas: Eficacia, Eficiencia y Economía. MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA DESACTUALIZADO QUE AFECTA LA EFICACIA Y EFICIENCIA DE SUS FUNCIONES Del análisis a la información proporcionada para el cumplimiento de las funciones establecidas en el Manual de Organización Específico (MOE) de la Dirección de Mercadotecnia (Clave: MO11.01), el cual está vigente desde el 25 de octubre de 2018, se observó que se encuentran desactualizadas sus funciones, como se describe a continuación: 1. Proceso de la promoción de venta dirigida a los trabajadores De la revisión de la información proporcionada por la Dirección General Adjunta Comercial (DGAC) mediante el Oficio No. DGA/0265/07/2022 del 18 de julio de 2022, se identificó que desde el año 2019 no se realiza la función de Promoción de venta dirigida a los trabajadores, en cumplimiento de los LINEAMIENTOS de Racionalidad y Austeridad Presupuestaria 2019 y el Oficio circular	RECOMENDACIÓN AL DESEMPEÑO: La Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia, deberán revisar y actualizar el Manual de Organización Específico (MOE) de la Dirección de Mercadotecnia, respecto de las funciones siguientes: 1. Evaluar la conveniencia de que las funciones 10 y 5 de los numerales 1.2.1.2.0.0 y 1.2.1.2.2.0, respectivamente, continúen vigentes, o en su caso, se eliminen. 2. Evaluar la actualización de las funciones 4 y 7 del numeral 1.2.1.2.2.0, de acuerdo con la Estructura autorizada y funcional de sus áreas. 3. Valorar la utilidad de que la función 8 del numeral 1.2.1.2.0.0, así como la continuidad de las funciones 3, 4 y 6 del numeral 1.2.1.2.3.0.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
núm. SGA-032-2021 del 19 de enero de 2021, suscrito por la Subdirección General de Administración Derivado de lo anterior, este Órgano Interno de Control (OIC) observó una falta de control interno, toda vez que las funciones 10 y 5 de los numerales 1.2.1.2.0.0 y 1.2.1.2.2.0, respectivamente, del Apartado X. Objetivo y Funciones del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, relacionadas con la Promoción de venta dirigida a los trabajadores ya no se llevan a cabo, pero continúan vigentes en la normativa. 2. Proceso de producción y Entrega de Materiales Informativos Impresos Respecto de las funciones 4 y 7 del numeral 1.2.1.2.2.0, del Apartado X. Objetivo y Funciones del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, el Área auditada señaló que la plaza de la Subdirección de Diseño durante el ejercicio 2021 estuvo comisionada a la Dirección de Cobranza del Instituto FONACOT, por lo que esas funciones las realizaron la Coordinadora de Diseño y la Analista, ambas adscritas a la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT. 3. Proceso de Inventarios de medios de disposición del Crédito FONACOT La Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT, respecto de la función 8 establecida en el Apartado X. Objetivo y Funciones, numeral 1.2.1.2.0.0 del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, comentó que esta actividad no se lleva a cabo desde el 30 de noviembre de 2018, debido a que los medios de disposición del crédito FONACOT eran referentes a la entrega de las Tarjetas Transfer que se proporcionaban a los clientes al otorgarles el crédito FONACOT. Asimismo, de las funciones 3, 4 y 6 del numeral 1.2.1.2.3.0, establecidas en el Apartado X. Objetivo y Funciones del MOE de la	4. Revisar la función 5 del numeral 1.2.1.2.0.0, a fin de eliminar la participación de la Dirección de Gestión Comercial del Instituto FONACOT respecto de la coordinación en el seguimiento al avance de las estrategias de activación de los Centros de Trabajo. La Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia deberán proporcionar a este OIC un Programa de Trabajo que contenga la fecha de elaboración, actividades a realizar con fechas compromiso, entregables, así como nombre, cargo y firma de quien lo elabora, supervisa y autoriza; el análisis o justificación de su determinación; así como evidencia documental de las gestiones realizadas para la atención de las recomendaciones al desempeño Nos. 1, 2, 3 y 4.  Mtro. Salvador Gazca Herrera Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT  Mtro. Eduardo Enríquez Monroy Subdirector General Comercial del Instituto FONACOT

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Dirección de Mercadotecnia, la Subdirección de Afiliación y Medios de Disposición del Instituto FONACOT informó a este OIC que no se concedieron los permisos para acceder a las bases de datos, ya que fueron asignados a la Dirección de Gestión Comercial y, para no duplicar las funciones, se dejó de llevar a cabo por la Dirección de Mercadotecnia. 4. Proceso de verificación del seguimiento al avance de las estrategias de activación de Centros de Trabajo y la coordinación de la Dirección de Mercadotecnia con la Dirección de Gestión Comercial para el seguimiento de las estrategias de activación de Centros de Trabajo En la función 5 del numeral 1.2.1.2.0.0, Apartado X. Objetivo y Funciones del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, se establece el seguimiento al avance de las estrategias de activación de Centros de Trabajo para ampliar la penetración con base en las metas diseñadas por la Dirección de Gestión Comercial. Al revisar las funciones del numeral 1.2.2.1.0.0 del MOE de la Dirección de Gestión Comercial, se determinó que no establece la función de diseñar alguna meta en esta materia. Respuesta del Área Auditada La Subdirección General Comercial (SGCOM) del Instituto FONACOT, mediante el Oficio No. SGCOM/234/2022 del 09 de septiembre de 2022, informó al OIC lo siguiente: <i>"Respecto a los puntos 1, 2, 3, y 4 se realizarán las modificaciones a la normatividad mencionada una vez que se realicen las modificaciones al Manual de Organización Específico de Mercadotecnia y sea solicitada la modificación a los procedimientos específicos de promoción de crédito por la Dirección General Adjunta de Crédito y Finanzas..."</i>	 Mtra. Verónica Landa Gallegos Directora de Mercadotecnia del Instituto FONACOT Fecha de firma: 14 de septiembre 2022. Fecha compromiso: 18 de noviembre de 2022. 

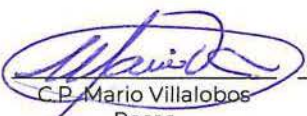
Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Al respecto, la SGCOM no proporcionó evidencia documental de las acciones realizadas para la actualización del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT. Pruebas aplicadas Las pruebas aplicadas para la revisión fueron: estudio general, análisis e investigación, para constatar las funciones de la Dirección de Mercadotecnia establecidas en el MOE con las vigentes y funcionales. Conclusiones De la revisión del Apartado X. Objetivo y Funciones del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, se identificaron deficiencias de control interno por la desactualización de las funciones siguientes: — 10 y 5 de los numerales 1.2.1.2.0.0 y 1.2.1.2.2.0, respectivamente, ya no se realizan. — 4 y 7 del numeral 1.2.1.2.2.0, las efectuaron la Coordinadora de Diseño y la Analista, ambas adscritas a la Dirección de Mercadotecnia, toda vez que la plaza de la Subdirección de Diseño durante el ejercicio 2021 estuvo comisionada a la Dirección de Cobranza del Instituto FONACOT. — 8 del numeral 1.2.1.2.0.0, no se lleva a cabo desde el 30 de noviembre de 2018. — 3, 4 y 6 del numeral 1.2.1.2.3.0, ya no las realiza la Dirección de Mercadotecnia para no duplicar funciones. — 5 del numeral 1.2.1.2.0.0, no tiene correspondencia con las funciones del numeral 1.2.2.1.0.0 del MOE de la Dirección de Gestión Comercial.	

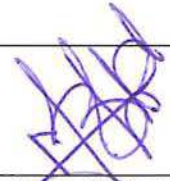
Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Disposiciones jurídicas ➤ Artículo 31 Bis del Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en las materias de Recursos Humanos y del Servicio Profesional de Carrera, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en materia de Recursos Humanos y Organización y el Manual del Servicio Profesional de Carrera. ➤ Penúltimo párrafo del Apartado I. Introducción, Apartado X. Objetivos y Funciones, numeral 1.2.1.2.0.0, funciones 5, 8 y 10 de la Dirección de Mercadotecnia, numeral 1.2.1.2.2.0, funciones 4, 5 y 7 de la Subdirección de Diseño, numeral 1.2.1.2.3.0, funciones 3, 4 y 6 de la Subdirección de Afiliación y Medios de Disposición y Apartado XIII. Disposiciones Transitorias del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT (Clave: MO11.01). ➤ Penúltimo párrafo del Apartado I. Introducción, Apartado X. Objetivos y Funciones, numeral 1.2.2.1.0.0, función 5 de la Dirección de Gestión Comercial y Apartado XIII. Disposiciones Transitorias del Manual de Organización Específico de la Dirección de Gestión Comercial del Instituto FONACOT (Clave: MO25.01).	


 L.C.P. Marina Fabiola
 Méndez López
 Coordinador Técnico
 Administrativo de Alta
 Responsabilidad
Elaboró


 L.C.P. Carmen Sofía
 Rivera Villanueva
 Coordinador
 Administrativo de Alta
 Responsabilidad
Elaboró


 C.P. Mario Villalobos
 Rosas
 Coordinador
 Administrativo de Alta
 Responsabilidad
Elaboró


 Mtra. Ana Karen
 Mendiola Quiroz
 Coordinador
 Administrativo de Alta
 Responsabilidad
Revisó


 Mtra. Margarita Rodríguez
 Ruiz
 Gerente de Auditoría
 Interna
Supervisó


 Mtra. Iris Minerva Campero
 Domínguez
 Titular del Área de Auditoría
 Interna,
 de Desarrollo y Mejora
 de la Gestión Pública
Autorizó







 FUNCIÓN PÚBLICA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Cédula de Resultados Definitivos	Número de Auditoría 9/2022 Número de Resultado: 5 Monto fiscalizable: N/A Monto fiscalizado: N/A Monto por aclarar: N/A Monto por recuperar: N/A Fecha de elaboración: 14/09/2022
---	--	---

Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Área Auditada: Dirección General Adjunta Comercial y la Dirección de Mercadotecnia	Clave de programa y descripción de la auditoría: 800 "Al Desempeño"	

Con Hallazgos Sí (X) No ()
Procedimientos: Cotejar la programación y ejecución de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial. Verificar los Eventos de Promoción realizados para atender grupos de interés.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Vertientes revisadas: Eficacia y Eficiencia. FALTA DE PROCEDIMIENTOS PARA LAS REUNIONES NACIONALES DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y PARA LOS EVENTOS DE PROMOCIÓN VIRTUALES Del análisis a la información proporcionada por la Dirección General Adjunta Comercial (DGAC) y la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT, respecto de la logística de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial, así como de las estrategias de los eventos de promoción, se identificó lo siguiente: 1. Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial En el Cuestionario de Control Interno aplicado a la Dirección de Mercadotecnia el 10 de agosto de 2022, se informó de una Reunión Nacional de Estrategia Comercial en el ejercicio 2021 mediante la plataforma Microsoft Teams, y se proporcionó la Minuta correspondiente, misma que no está firmada por los participantes, ni se tuvo evidencia de que dicha Área o alguna otra realice el seguimiento de los acuerdos establecidos en la misma.	RECOMENDACIÓN AL DESEMPEÑO: La Dirección General Adjunta Comercial, en conjunto con la Dirección de Mercadotecnia, deberán atender las acciones siguientes: 1. Establecer un Procedimiento Específico para las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial en los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT, que defina las actividades de logística y las que se deben efectuar en caso de que las Reuniones Nacionales se realicen de manera virtual. 2. Definir en el Procedimiento Específico de Participación en Eventos, las actividades a realizar para los Eventos de Promoción que se realicen de manera virtual. Proporcionar al OIC el soporte documental de las gestiones realizadas para acreditar la atención de los puntos 1 y 2 de la recomendación al desempeño.

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Aunado a lo anterior, la programación de Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial, considerada en la función 2, del numeral 1.2.1.2.0.0, del Apartado X. Objetivo y Funciones del Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia; no cuenta con un procedimiento específico que describa las actividades de logística, ni las que se deben realizar en caso de que las Reuniones Nacionales se efectúen de manera virtual. 2. Estrategias de los Eventos de Promoción De la revisión a las estrategias de los eventos de promoción durante el ejercicio 2021, se identificó que, en el Procedimiento Específico de Participación en Eventos, de los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT, no se consideran las actividades a realizar para los Eventos donde se utilizan las Tecnologías de la Información (virtualmente). Respuesta del Área Auditada Recomendaciones al Desempeño y preventiva: La Subdirección General Comercial (SGCOM) del Instituto FONACOT, mediante el Oficio No. SCCOM/234/2022 del 09 de septiembre de 2022, informó al OIC lo siguiente: <i>"La Dirección de Mercadotecnia es responsable de la planeación, supervisión y coordinación en la logística de las reuniones nacionales de estrategia comercial, como lo menciona el Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia MO.11.01, más no de los acuerdos establecidos en las mismas, una vez finalizados dichos eventos, culmina la responsabilidad de la Dirección de Mercadotecnia."</i> La SGCOM no proporcionó un Procedimiento Específico que describa las actividades de logística, ni las que se deben realizar en	RECOMENDACIÓN PREVENTIVA: La Dirección General Adjunta Comercial, en conjunto con la Dirección de Mercadotecnia, deberán atender la acción siguiente: 1. Implementar un mecanismo de control para que se formalice con la firma de los participantes las Minutas de Trabajo de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial del Instituto FONACOT y establecer el área que efectuará el seguimiento a cada uno de los acuerdos establecidos en las mismas. Proporcionar al OIC el soporte documental de las gestiones realizadas para acreditar la atención de la recomendación preventiva.  Mtro. Salvador Gazca Herrera Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT  Mtro. Eduardo Enríquez Monroy Subdirector General Comercial del Instituto FONACOT

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
caso de que las Reuniones Nacionales se efectúen de manera virtual; así como evidencia documental respecto de los mecanismos de control para que se formalice con la firma de los participantes las Minutas de Trabajo de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial del Instituto FONACOT. Pruebas aplicadas Las pruebas aplicadas para la revisión fueron: estudio general, análisis e investigación, para constatar la logística realizada para las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial, así como las estrategias de los eventos de promoción. Conclusiones 1. No se identificó un mecanismo de control para que se formalicen con la firma de los participantes las Minutas de Trabajo de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial del Instituto FONACOT, ni para el seguimiento de los acuerdos establecidos. 2. Se carece de un Procedimiento Específico para las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial en los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT, que definan las actividades de logística y las que se deben efectuar en caso de que las Reuniones Nacionales se realicen de manera virtual. 3. En el Procedimiento Específico de Participación en Eventos, no se establecen las actividades para llevar a cabo los Eventos de Promoción que se realicen de manera virtual.	 Mtra. Verónica Landa Gallegos Directora de Mercadotecnia del Instituto FONACOT Fecha de firma: 14 de septiembre 2022. Fecha compromiso: 18 de noviembre de 2022. 

Resultados	Acciones para contribuir a la solución de los hechos observados
Disposiciones jurídicas ➤ Los Elementos de Control. Documentación y Formalización del Control Interno 3.08, 3.09 y 3.10, 10.01 y 10.02, del Principio 3. Establecer la estructura, responsabilidad y autoridad, de la Norma General Primera. Ambiente de Control, de la Disposición General 9. Normas Generales, Principios y Elementos de Control, del ACUERDO por el que se emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno. ➤ Procedimiento Específico de Participación en Eventos, de los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito del Instituto FONACOT (Clave: PR:28.00).	



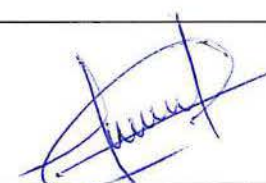
L.C.P. Carmen Sofia Rivera
Villanueva
Coordinador Administrativo de Alta
Responsabilidad
Elaboró



Mtra. Ana Karen Mendiola Quiroz
Coordinador Administrativo de Alta
Responsabilidad
Revisó



Mtra. Margarita Rodríguez Ruiz
Gerente de Auditoría Interna
Supervisó



Mtra. Iris Minerva Campero Domínguez
Titular del Área de Auditoría Interna,
de Desarrollo y Mejora
de la Gestión Pública
Autorizó

