



Ente: Instituto FONACOT

Sector: Trabajo y Previsión Social

Clave: 14120

Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial
(Dirección de Mercadotecnia)

Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

Índice

I.	Antecedentes del Acto de Fiscalización	2
II.	Objetivo	2
III.	Alcance	3
IV.	Áreas Fiscalizadas	3
V.	Antecedentes de las Áreas Fiscalizadas.....	4
VI.	Resultados	4
VII.	Monto por justificar, aclarar o recuperar	10
VIII.	Resumen (número de Recomendaciones y acciones)	10
IX.	Opinión y conclusión	11
X.	Cédulas de Resultados Definitivos	12

A
A
L
M

<p style="text-align: center;">FUNCIÓN PÚBLICA</p>	<p style="text-align: center;">Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores</p> <p style="text-align: center;">Informe de Resultados Finales</p>	<p style="text-align: right;">Hoja No.: 2 de 12</p> <p style="text-align: right;">Acto de Fiscalización: 09/2022</p>
<p>Ente: Instituto FONACOT</p>	<p>Sector: Trabajo y Previsión Social</p>	<p>Clave: 14120</p>
<p>Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)</p>		<p>Clave de programa: 800 "Al Desempeño"</p>

I. Antecedentes del Acto de Fiscalización

En cumplimiento del Plan Anual de Fiscalización 2022 del Órgano Interno de Control (OIC) en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (Instituto FONACOT), se llevó a cabo la Auditoría No. **09/2022** a la Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia), al amparo de la Orden del Acto de Fiscalización emitida mediante el Oficio No. OIC/14/120/2022/202 el 4 de julio de 2022, signada por la Lic. Maribel García Hernández, Titular del OIC en el Instituto FONACOT y notificada al Mtro. Salvador Gazca Herrera, Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT.

Para la realización del Acto de Fiscalización, se comisionó a la Mtra. Iris Minerva Campero Domínguez, Titular del Área de Auditoría Interna, de Desarrollo y Mejora de la Gestión Pública, como Coordinadora del Acto de Fiscalización; la Mtra. Margarita Rodríguez Ruiz, Gerente de Auditoría Interna y a los auditores públicos CC. Ana Karen Mendiola Quiroz, Carmen Sofía Rivera Villanueva y Mario Villalobos Rosas, Coordinadores Administrativos de Alta Responsabilidad y a la C. Marina Fabiola Méndez López, Coordinadora Técnica Administrativa de Alta Responsabilidad, todos adscritos al OIC en el Instituto FONACOT.

Con fundamento en el numeral 24 del Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización del Proceso de Fiscalización, el 5 de septiembre de 2022 se formalizó con el Director General Adjunto Comercial del Instituto FONACOT el Acta de Presentación de Resultados Preliminares, mediante la cual se comunicaron los cinco hallazgos preliminares determinados y se le otorgó un plazo de cinco días hábiles contados a partir de esa fecha para que aportara información y documentación para aclarar los hallazgos.

Al respecto, mediante el Oficio No. SGC/234/2022 del 9 de septiembre de 2022, la Subdirección General Comercial (SGCOM) del Instituto FONACOT remitió a este OIC la información y evidencia documental adicional sobre los cinco hallazgos preliminares. No obstante, una vez analizada la documentación, esta Instancia Fiscalizadora determinó la permanencia de los hallazgos y emitió las Cédulas de Resultados Definitivos con las respectivas Recomendaciones, mismas que se suscribieron por los servidores públicos encargados de su atención.

II. Objetivo

Evaluar el Desempeño de la Dirección General Adjunta Comercial, al verificar su eficiencia, eficacia, economía y efectividad en el cumplimiento de metas y objetivos.

A
J
C
M

	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Informe de Resultados Finales	Hoja No.: 3 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

III. Alcance

El Acto de Fiscalización No. **09/2022** comprendió el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021.

La Auditoría se practicó del 04 de julio al 14 de septiembre de 2022, para lo cual, se llevaron a cabo reuniones de trabajo con la Directora de Mercadotecnia y con la Jefa de Oficina de Gestión de Mercadotecnia del Instituto FONACOT, así como la verificación del desempeño de las funciones establecidas en el Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT; en específico, de las estrategias para la colocación y promoción del crédito FONACOT, logística de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial, el Plan Anual de Promoción Comercial, la afiliación y activación de Centros de Trabajo, eventos de promoción y el proceso de producción y entrega de artículos promocionales a las Direcciones.

El Acto de Fiscalización No. **09/2022** se desarrolló de conformidad con los procedimientos y las técnicas de auditoría que se consideraron necesarios, los cuales consistieron principalmente en el estudio general, la inspección, la investigación y el análisis para evaluar el Desempeño de la Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia) del Instituto FONACOT, al comprobar su eficiencia, eficacia y economía en el cumplimiento de metas y objetivos.

IV. Áreas Fiscalizadas

- Dirección General Adjunta Comercial
- Dirección de Mercadotecnia

Las cuales tienen como objetivo:

Dirección General Adjunta Comercial

Determinar las estrategias y mecanismos de operación vinculados a los procesos de operación y supervisión a nivel nacional, mercadotecnia, análisis del comportamiento de mercados, calidad en los procesos comerciales, promoción y desarrollo de los productos y servicios que ofrece el Instituto FONACOT fijando las directrices para la integración de metas y objetivos a cumplir en apego a los planes y programas estratégicos institucionales, con base en los principios éticos de legalidad, imparcialidad, eficiencia, honradez, lealtad y valores de igualdad, no discriminación, liderazgo, cooperación, interés público, respeto a los derechos humanos, transparencia, rendición de cuentas y equidad de género.

Dirección de Mercadotecnia

Planear, ejecutar y supervisar proyectos que permitan entregar, promover y aumentar el uso del crédito FONACOT, con el fin de generar valor, preferencia y lealtad a la marca FONACOT de conformidad con la normatividad aplicable y en apego a los principios éticos de legalidad, imparcialidad, eficiencia, lealtad y valores de igualdad, no discriminación, liderazgo, cooperación, interés público, respeto a derechos humanos, transparencia, y equidad de género.

X
X
C
MO

	<p align="center">Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores</p> <p align="center">Informe de Resultados Finales</p>	<p align="center">Hoja No.: 4 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022</p>
<p>Ente: Instituto FONACOT</p>	<p>Sector: Trabajo y Previsión Social</p>	<p>Clave: 14120</p>
<p>Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)</p>		<p>Clave de programa: 800 "Al Desempeño"</p>

V. Antecedentes de las Áreas Fiscalizadas

Se consultó el Sistema Integral de Auditorías (SIA) para identificar Actos de Fiscalización de ejercicios anteriores practicados a la Dirección General Adjunta Comercial (DGAC) del Instituto FONACOT.

Al respecto, se localizó el Acto de Fiscalización No. 7/2020, al rubro 800 "Al Desempeño", realizado a la DGAC ejercicio fiscal auditado 2019, en el cual se determinó una observación que se transcribe a continuación:

- Deficiencia en el contenido del Programa Anual de Trabajo de la Dirección General Adjunta Comercial y los Planes de Trabajo de las Subdirecciones Generales a su cargo.

Asimismo, se consultó en la página de Internet del Instituto FONACOT el Informe de Autoevaluación Institucional de los años 2019, 2020 y 2021, confirmando que la Dirección de Auditoría Interna del Instituto FONACOT no realizó auditorías a la Dirección de Mercadotecnia.

Por su parte, la Subdirección General de Contraloría, Planeación y Evaluación del Instituto FONACOT indicó a este OIC mediante el Folio Oficio SGCPE/165/2022 del 11 de agosto de 2022 que, para el caso específico de la Dirección de Mercadotecnia, no se dispone de información, toda vez que no realizó supervisiones o revisiones de los procesos y procedimientos en los ejercicios 2019, 2020 y 2021.

VI. Resultados

Para cumplir el objetivo y el alcance del Acto de Fiscalización No. 09/2022 y de conformidad con las Normas Generales de Auditoría Pública; las Normas Profesionales de Auditoría del Sistema Nacional de Fiscalización; el ACUERDO por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización del Proceso de Fiscalización; el Acuerdo por el que se establecen las Normas Generales de Control Interno en el Ámbito de la Administración Pública Federal; así como la normativa legal y administrativa en materia de promoción comercial, se aplicaron los procedimientos y las pruebas selectivas que se consideraron necesarios, de acuerdo con las circunstancias y características de las operaciones sujetas a revisión.

Procedimientos de Auditoría Aplicados

- Revisar el cumplimiento al Programa Anual de Trabajo de la Dirección de Mercadotecnia.
- Verificar la implementación de estrategias de mercadotecnia para la colocación y promoción del FONACOT en el ámbito nacional.
- Revisar la administración de la logística de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial.
- Verificar la elaboración y supervisión del Plan Anual de Promoción Comercial del crédito FONACOT y la afiliación de Centros de Trabajo.
- Revisar la administración de estrategias de afiliación de Centros de Trabajo en el ámbito nacional, para incrementar el número de Centros de Trabajo y el número de trabajadores sujetos del crédito.

[Handwritten signature and initials in blue ink]

	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Informe de Resultados Finales	Hoja No.: 5 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

6. Seguimiento a las estrategias de activación de Centros de Trabajo para ampliar la penetración.
7. Constatar la gestión de la estrategia de eventos de promoción del FONACOT que atienden grupos de interés.
8. Asegurar la producción y entrega de materiales informativos impresos a las Direcciones Comerciales, Regionales, Estatales y de Plaza.
9. Vigilar el proceso de inventarios de medios de disposición del crédito FONACOT.
10. Verificar cómo se administran las estrategias de mercadotecnia para suscribir convenios de difusión, afiliación o algún otro.
11. Comprobar la implementación de promociones del crédito para estimular su demanda y estrategias para dar reconocimiento de lealtad de los clientes.
12. Establecer y dar cumplimiento a los lineamientos de comunicación para la promoción comercial.
13. Gestionar el proceso de producción y entrega de artículos promocionales a las Direcciones Comerciales, Regionales, Estatales y de Plaza.
14. Verificar la actualización de la imagen de las sucursales, módulos y otros puntos de atención a los trabajadores en coordinación con la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales.

De los procedimientos anteriores, se determinaron los resultados siguientes:

1. 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 DGAC y respecto de la formalización y autorización de las estrategias de mercadotecnia, se identificó lo siguiente:

La DGAC, la SGCOR y la Subdirección General de Productos Digitales (SGPD) no cuentan con los Programas Anuales de Trabajo del ejercicio 2021 ni con las estrategias de mercadotecnia formalizados ni autorizados.

Por lo anterior, a fin de contribuir a la solución de los hechos observados, **este OIC emitió la Recomendación Preventiva** siguiente:

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.

2. 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 SGCOR del Instituto FONACOT y al Organigrama de adscripción de la Dirección de Mercadotecnia, se identificó lo siguiente:



<p>FUNCIÓN PÚBLICA</p>	<p>Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores</p> <p>Informe de Resultados Finales</p>	<p>Hoja No.: 6 de 12</p> <p>Acto de Fiscalización: 09/2022</p>
<p>Ente: Instituto FONACOT</p>	<p>Sector: Trabajo y Previsión Social</p>	<p>Clave: 14120</p>
<p>Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)</p>		<p>Clave de programa: 800 "Al Desempeño"</p>

• Plan Anual de Promoción Comercial

- 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.
- 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 Manual de Organización Específico (MOE) (Clave: MO11.01).

• Estructura Orgánica de adscripción de la Dirección de Mercadotecnia

- La Estructura Operativa y Funcional de 2021 proporcionada por la DGAC mediante el Oficio No. DGA/0265/07/2022 del 18 de julio de 2022, difiere de la presentada en el Plan de Trabajo de 2021 de la SGCOT.
- 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.

Por lo anterior, a fin de contribuir a la solución de los hechos observados, **este OIC emitió las Recomendaciones** siguientes:

Al Desempeño

Gestionar la actualización del MOE de la Dirección de Mercadotecnia para alinear su Organigrama y Estructura Orgánica con el Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT.

Preventiva

1. Proporcionar el Plan Anual de Promoción Comercial o, en su caso, realizar las gestiones para actualizar la función 3, del numeral 1.2.1.2.0.0 del MOE de la Dirección de Mercadotecnia.
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.
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.

X
g
c
m

 FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Informe de Resultados Finales	Hoja No.: 7 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

3. 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, se identificó lo siguiente:

- 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.
- Existen fallas de control interno en la revisión de los nombres y cargos de las personas que firman los Convenios de Difusión; así como 11 Direcciones Estatales, de Plaza y Regionales (DEPyR) y 5 Direcciones de Plaza de la Zona Metropolitana que no los suscribieron en 2021.
- 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.
- 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.

Por lo anterior, a fin de contribuir a la solución de los hechos observados, **este OIC emitió las Recomendaciones al Desempeño** siguientes:

1. Gestionar la corrección del No. de Versión en la Tabla de Control de Cambios de los Procedimientos Específicos de Promoción de Crédito y dar a conocer al personal la versión vigente de los Procedimientos publicados en la Normateca del Instituto.
2. Establecer un mecanismo de supervisión en la actividad 7 del Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión.
3. Establecer en el 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 y la función 3 del numeral 1.2.1.2.1.0 del MOE de la Dirección de Mercadotecnia, 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.






 FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Informe de Resultados Finales	Hoja No.: 8 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

4. 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 MOE de la Dirección de Mercadotecnia, se observó que se encuentran desactualizadas, como se describe a continuación:

- **Proceso de la promoción de venta dirigida a los trabajadores**

Las funciones 10 y 5 de los numerales 1.2.1.2.0.0 y 1.2.1.2.2.0, respectivamente, ya no se realizan en cumplimiento de los LINEAMIENTOS de Racionalidad y Austeridad Presupuestaria 2019 y el Oficio circular núm. SGA-032-2021 del 19 de enero de 2021, suscrito por la Subdirección General de Administración.
- **Proceso de producción y Entrega de Materiales Informativos Impresos**

Las funciones 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.
- **Proceso de Inventarios de medios de disposición del Crédito FONACOT**

La función 8 del numeral 1.2.1.2.0.0 no se lleva a cabo desde el 30 de noviembre de 2018. Asimismo, las funciones 3, 4 y 6 del numeral 1.2.1.2.3.0, ya no las realiza la Dirección de Mercadotecnia para no duplicar funciones con la Dirección de Gestión Comercial.
- **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**

La función 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.

Por lo anterior, a fin de contribuir a la solución de los hechos observados, **este OIC emitió las Recomendaciones al Desempeño** siguientes:

La DGAC y la Dirección de Mercadotecnia deberán revisar y actualizar el 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.






	<p align="center">Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores</p> <p align="center">Informe de Resultados Finales</p>	<p align="right">Hoja No.: 9 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022</p>
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

3. Valorar la utilidad de que la función 8 del numeral 1.2.1.2.0.0 permanezca en el MOE, toda vez que no se lleva a cabo desde el 30 de noviembre de 2018; así como la continuidad de las funciones 3, 4 y 6 del numeral 1.2.1.2.3.0, ya que no las realiza la Dirección de Mercadotecnia para no duplicar funciones con la Dirección de Gestión Comercial.
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 respecto de la coordinación en el seguimiento al avance de las estrategias de activación de los Centros de Trabajo.

5. 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 DGAC y la Dirección de Mercadotecnia 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:

- **Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial**
 - Falta de un mecanismo de control para formalizar las Minutas de Trabajo de las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial del Instituto FONACOT y para el seguimiento de los acuerdos establecidos.
 - 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 defina las actividades de logística y las que se deben efectuar en caso de que las Reuniones Nacionales se realicen de manera virtual.
- **Estrategias de los Eventos de Promoción**
 - 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.

Por lo anterior, a fin de contribuir a la solución de los hechos observados, **este OIC emitió las Recomendaciones** siguientes:

La DGAC, en conjunto con la Dirección de Mercadotecnia, deberá atender las acciones siguientes:

Al Desempeño

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.

[Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin]

	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores	Hoja No.: 10 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
	Informe de Resultados Finales	
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

Preventiva

- Implementar 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 y establecer el área que efectuará el seguimiento a cada uno de los acuerdos establecidos en las mismas.

VII. Monto por justificar, aclarar o recuperar

No se determinaron montos por justificar, aclarar o recuperar.

VIII. Resumen (número de Recomendaciones y acciones)

De la revisión y análisis de la información y documentación proporcionada por la SGCOM del Instituto FONACOT en relación con las funciones y la operación de la Dirección de Mercadotecnia, para evaluar su Desempeño en el cumplimiento de metas y objetivos, se determinaron 5 Cédulas de Resultados Finales que se describieron en el apartado VI. Resultados y se resumen a continuación:

Resultado Núm.	Denominación	Recomendaciones	
		Al Desempeño	Preventivas
1	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	0	1
2	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	1	3
3	Vertiente revisada: Eficiencia Deficiencias de control interno en el Procedimiento Específico de Firma de Convenios de Difusión	4	0
4	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	4	0
5	Vertientes revisadas: Eficacia y Eficiencia Falta de Procedimientos para las Reuniones Nacionales de Estrategia Comercial y para los Eventos de Promoción virtuales	2	1
Totales:		11	5





 FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Informe de Resultados Finales	Hoja No.: 11 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

IX. Opinión y conclusión

La presente opinión se emite el 30 de septiembre de 2022, con base en la información y documentación proporcionada por el Área Auditada, la cual es responsable de la veracidad de los datos proporcionados.

En la Auditoría No. **09/2022** que nos ocupa, se aplicaron los procedimientos y la metodología establecida en la materia para verificar la eficiencia, eficacia y economía de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT en el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Por lo que de la revisión efectuada, se determinó que la Dirección General Adjunta Comercial deberá instrumentar las acciones para atender las Recomendaciones al Desempeño y Preventivas señaladas en las cinco Cédulas de Resultados Definitivos, a fin de mejorar y fortalecer la supervisión e implementación de controles internos para que se apliquen de manera efectiva y eficiente sus funciones, operaciones y demás actividades en el Desempeño de la Dirección de Mercadotecnia del Instituto FONACOT, en cumplimiento de las disposiciones legales y administrativas aplicables y de esta manera se evite la recurrencia de las inconsistencias detectadas.

Por otra parte, es importante señalar que la Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia), en el ejercicio de sus atribuciones, en términos generales, cumplió razonablemente con sus funciones, operaciones y actividades.

En cuanto a los avances en la atención de las Recomendaciones al Desempeño y Preventivas planteadas en las Cédulas de Resultados Definitivos, se deberá informar al Órgano Interno de Control en el Instituto FONACOT y remitir la evidencia documental de las acciones realizadas dentro del plazo de 45 días hábiles contados a partir del día siguiente en que fueron suscritas, de conformidad con los artículos 311, fracción VI del Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y 30 del ACUERDO por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización del Proceso de Fiscalización.

ATENTAMENTE
LA TITULAR DEL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL
EN EL INSTITUTO FONACOT



LIC. MARIBEL GARCÍA HERNÁNDEZ

[Handwritten notes in blue ink on the right margin]

 FUNCIÓN PÚBLICA	Órgano Interno de Control en el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores Informe de Resultados Finales	Hoja No.: 12 de 12 Acto de Fiscalización: 09/2022
Ente: Instituto FONACOT	Sector: Trabajo y Previsión Social	Clave: 14120
Unidad Fiscalizada: Dirección General Adjunta Comercial (Dirección de Mercadotecnia)		Clave de programa: 800 "Al Desempeño"

X. Cédulas de Resultados Definitivos

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]