



**DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DE LA APF  
UNIDAD DE POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL  
DIRECCIÓN GENERAL DE ORGANIZACIÓN Y REMUNERACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**

A. DATOS GENERALES	
CÓDIGO DEL PUESTO	CFN1155242
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	SUBDIRECCIÓN DE DIFUSIÓN
CARACTERÍSTICA OCUPACIONAL	Y NO APLICA LA LEY SPC
B. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES
RAMA DE CARGO	COORDINACIÓN Y ENLACE INTRA E INTERINSTITUCIONAL
TIPO DE FUNCIONES	
A. NOMBRAMIENTO	CONFIANZA
B. FUNCIONES	ADMINISTRATIVAS
PUESTO DEL SUPERIOR JERÁRQUICO	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
UNIDAD ADMINISTRATIVA	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
II. OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:	
DESARROLLAR EL CONTENIDO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE EL INSTITUTO, CONSOLIDANDO ASÍ LAS RELACIONES Y LOS VÍNCULOS CON ENTIDADES GUBERNAMENTALES COMPETENTES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y PROVEEDORES EXTERNOS, CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS CREDITICIOS, LAS ACTIVIDADES RELEVANTES DEL INSTITUTO FONACOT, Y DE GENERAR CONOCIMIENTO Y CONFIANZA PÚBLICA RESPECTO DEL QUEHACER INSTITUCIONAL, DE CONFORMIDAD CON LA NORMATIVIDAD APLICABLE Y CON BASE EN LOS PRINCIPIOS ÉTICOS DE LEGALIDAD, IMPARCIALIDAD, EFICIENCIA, HONRADEZ, LEALTAD Y VALORES DE IGUALDAD, NO DISCRIMINACIÓN, LIDERAZGO, COOPERACIÓN, RESPETO A DERECHOS HUMANOS, TRANSPARENCIA, RENDICIÓN DE CUENTAS Y EQUIDAD DE GÉNERO.	
III. FUNCIONES	
1	VERIFICAR QUE LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN, COMUNICACIÓN Y PRENSA RELACIONADAS CON LAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO FONACOT SE REALICEN DE CONFORMIDAD CON LOS PROGRAMAS ANUALES DE COMUNICACIÓN PARA MEDIR SU IMPACTO DE DIFUSIÓN.
2	PRESUPUESTAR EL MONTO A EJERCER A LA DIRECCIÓN DE INTEGRACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTAL PARA EL EJERCICIO FISCAL VIGENTE, ESTO CON LA FINALIDAD DE PLANEAR LOS RECURSOS A EJERCER EN LOS DIFERENTES TIPOS DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA CAMPAÑA.
3	ELABORAR LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL INSTITUTO FONACOT PARA SU REGISTRO EN EL SINC DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN DE LA SEGOB.
4	PLANEAR ESTRATEGIAS CON EL FIN DE DEFINIR LA DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO ESTABLECIDO POR LA DIRECCIÓN INTEGRACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTAL PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS QUE INTERVIENEN EN LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL INSTITUTO FONACOT.
5	COORDINAR LAS REUNIONES CON PROVEEDORES DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE PARTICIPEN O PRETENDAN PARTICIPAR EN LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS Y COSTOS DE SUS SERVICIOS.
6	SUPERVISAR LOS TRÁMITES REALIZADOS ANTE LA STPS Y LA DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE MEDIOS DE LA SEGOB PARA LA AUTORIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.
7	ADMINISTRAR LA CONTRATACIÓN Y LOS PAGOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PROVEEDORES DE SERVICIOS PUBLICITARIOS, ANTE LAS INSTANCIAS INTERNAS CORRESPONDIENTES PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DE DIFUSIÓN DEL INSTITUTO.
8	COORDINAR LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO FONACOT, MEDIANTE VÍNCULOS Y CANALES DE COORDINACIÓN CON LOS PRESTADORES DE SERVICIOS Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARTICIPANTES, SUPERVISANDO LA EMISIÓN EN TIEMPO Y FORMA DE LAS PAUTAS COMERCIALES DEL INSTITUTO PARA CUMPLIR EN TIEMPO Y FORMA CON LAS CAMPAÑAS.
9	ELABORAR REPORTES Y ACTUALIZACIONES MENSUALES EN EL SISTEMA COMSOC PARA REPORTAR LOS GASTOS EJERCIDOS CORRESPONDIENTES A LA PARTIDA 36201.
10	ELABORAR LOS MATERIALES Y LAS TAREAS DE EDICIÓN Y DIFUSIÓN DE DICHOS MATERIALES IMPRESOS, SONOROS, ELECTRÓNICOS Y AUDIOVISUALES UTILIZADOS EN LAS CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y REPRODUCIDOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EVALUAR QUE HAGAN UN USO ADECUADO Y RESPONSABLE DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL.
11	SUPERVISAR EL ALMACENAMIENTO DE LA MEMORIA VISUAL Y FOTOGRÁFICA DEL INSTITUTO, GENERADA DURANTE LOS EVENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS, CONFERENCIAS DE PRENSA Y ENTREVISTAS PARA GENERAR MATERIAL DE DIFUSIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LOS CANALES DE COMUNICACIÓN.
12	COORDINAR LA BÚSQUEDA E IDENTIFICACIÓN CONSTANTE DE NORMATIVIDAD ESPECÍFICA EN MATERIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, A FIN DE QUE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS SE REALICEN DE CONFORMIDAD CON EL MARCO LEGAL VIGENTE.
13	ELABORAR LA PLANEACIÓN NECESARIA PARA ATENDER LAS NECESIDADES DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO, ASÍ COMO, EL PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS CON EL FIN DE CUMPLIR CON LA NORMATIVA VIGENTE DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO APLICABLE AL INSTITUTO FONACOT, PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y METAS ESTABLECIDAS.



**DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DE LA APF  
UNIDAD DE POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL  
DIRECCIÓN GENERAL DE ORGANIZACIÓN Y REMUNERACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**

14	SUPERVISAR LA ELABORACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS FORMATOS, ASÍ COMO LA CARGA MASIVA DE ÉSTOS EN LA PLATAFORMA DE TRANSPARENCIA, CONFORME A LA LGTAIP Y AL MARCO LEGAL VICENTE PARA REPORTAR LOS GATOS EJERCIDOS.
15	EXPEDIR LAS RESPUESTAS DE LAS CONSULTAS CIUDADANAS Y SOLICITUDES DE INFORMACIÓN REMITIDAS POR LA DIRECCIÓN DE TRANSPARENCIA Y A SU VEZ AL INAI PARA DAR RESPUESTA A LOS CUESTIONAMIENTOS DE CUALQUIER CIUDADANO.
16	COORDINAR EL ENVÍO DE INFORMACIÓN RELEVANTE A TODO EL PERSONAL DEL INSTITUTO POR MEDIO DEL CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL PARA MANTENER CONSTANTE FLUJO DE COMUNICACIÓN INTERNA.
17	LAS DEMÁS QUE LE SEÑALEN OTRAS DISPOSICIONES LEGALES, REGLAMENTARIAS O ADMINISTRATIVAS Y SUS SUPERIORES JERÁRQUICOS, DENTRO DE LA ESFERA DE SUS FACULTADES.

**IV. RELACIONES INTERNAS Y/O EXTERNAS.**

TIPO DE RELACIÓN:

*Explicar brevemente con que áreas o puestos tiene relación y ¿para qué?.*

**RELACIONES INTERNAS:** - DIRECCIÓN GENERAL: OBTENER DIRECTRICES GENERALES SOBRE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL QUE VAYA A MANEJARSE EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y BOLETINES DE PRENSA.  
-DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES: GESTIONAR LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES PARA LAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL.  
-SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN: ACORDAR LINEAMIENTOS PARA LA DIFUSIÓN DE PROGRAMAS Y PRODUCTOS DEL INSTITUTO.  
-ÓRGANO INTERNO DE CONTROL: DAR SEGUIMIENTO A LOS REPORTES DE CAMPAÑA PRESENTADOS A LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.  
-TODAS LAS ÁREAS DEL INSTITUTO: DIFUSIÓN INTERNA DE OFICIOS Y CIRCULARES A TRAVÉS DE INTRANET E INTERNET.  
**RELACIONES EXTERNAS:** - SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL: PRESENTAR Y VALIDAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.  
-SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN: GESTIONAR LA AUTORIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.  
-PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA: HOMOLOGAR LOS CRITERIOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL CON LOS QUE SE ESTABLEZCAN PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
-MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL INSTITUTO FONACOT.  
-PROVEEDORES: CONTRATAR LOS SERVICIOS NECESARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DEL INSTITUTO FONACOT.

*Elija en dónde tiene impacto la información que maneja el puesto*

Característica de la información:

**V. ASPECTOS RELEVANTES DEL PUESTO**

RETOS Y COMPLEJIDAD EN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO.	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Explicar brevemente la elección de los aspectos.*

RETOS Y COMPLEJIDAD EN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO: ENCONTRAR UNA MANERA CREATIVA TANTO EN EL MENSAJE COMO DE MANERA VISUAL, QUE LOGRE PROYECTAR UNA IMAGEN COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y PROGRAMAS QUE OFRECE EL INSTITUTO CUMPLIENDO CON LOS PARÁMETROS DE IMÁGENES INSTITUCIONALES Y GUBERNAMENTALES.

Debe declarar situación patrimonial.

**C. PERFIL DEL PUESTO**

**I. ESCOLARIDAD Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO**

NIVEL ACADÉMICO

GRADO DE AVANCE:

Capturar el área general y carrera genérica requeridas para la ocupación del puesto.

Catálogos

ÁREA GENERAL	CARRERA GENÉRICA
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS	COMUNICACIÓN
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS	CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS	COMUNICACION Y PERIODISMO





**DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DE LA APF**  
**UNIDAD DE POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**  
**DIRECCIÓN GENERAL DE ORGANIZACIÓN Y REMUNERACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**

<b>III. REQUERIMIENTOS O CONDICIONES ESPECÍFICAS</b>	
En caso de que el puesto requiera condiciones especiales de trabajo llene el siguiente apartado.	
DISPONIBILIDAD PARA VIAJAR: <input type="text" value="SI"/>	FRECUENCIA: <input type="text" value="SIEMPRE"/>
	CAMBIO DE RESIDENCIA: <input type="text" value="NO"/>
HORARIO DE TRABAJO: <input type="text" value="HORARIO DIURNO"/>	PERIODOS ESPECIALES DE TRABAJO: <input type="text" value="NO"/>
CONDICIONES ESPECÍFICAS DE TRABAJO: AMBIENTALES, TEMPERATURA, RUIDO, ESPACIO	NO APLICA
EESPECIFICACIONES ERGONÓMICAS: ACCIÓN, ATRIBUTO O ELEMENTO DE LA TAREA, EQUIPO O AMBIENTE DE TRABAJO, O UNA COMBINACIÓN DE LOS ANTERIORES, QUE DETERMINA UN AUMENTO EN LA PROBABILIDAD DE DESARROLLAR ALGUNA ENFERMEDAD O LESIÓN.	NO APLICA
<b>IV. COMPETENCIAS O CAPACIDADES</b>	
	<b>COMPETENCIAS</b>
1	
2	
3	
4	
5	
<b>CAPACIDADES PROFESIONALES</b> (Habilidades, Conocimientos, Aptitudes y/o Actitudes)	
Selecciona las capacidades que corresponderán a:	
<b>DESARROLLO ADMINISTRATIVO Y CALIDAD</b>	<b>Nivel de dominio</b>
<input type="checkbox"/>	Avanzado
<input type="checkbox"/>	Intermedio
<input type="checkbox"/>	Intermedio
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>SI EXISTE ALGÚN OTRO ASPECTO QUE CONSIDERE IMPORTANTE DEL PUESTO Y QUE NO ESTÉ CONSIDERADO EN EL FORMATO, ANOTARLO EN EL SIGUIENTE RECUADRO.</b>
<p>PARA INGRESO AL INSTITUTO SE EVALUARÁN LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS: ORIENTACIÓN AL CLIENTE, INTERÉS POR EL ORDEN Y CLARIDAD, ADAPTACIÓN AL CAMBIO, TRABAJO EN EQUIPO, PENSAMIENTO ANALÍTICO, ORIENTACIÓN A RESULTADOS, VISIÓN ESTRATÉGICA, LIDERAZGO, TOMA DE DECISIONES, NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DE COLABORADORES. CONOCIMIENTO DEL MEDIO PERIODÍSTICO Y DE COMUNICACIÓN. NORMATIVIDAD GUBERNAMENTAL. CONOCIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL Y DE LAS REGLAS DE INTEGRIDAD PARA EL EJERCICIO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA Y CÓDIGO DE CONDUCTA DEL INSTITUTO FONACOT.</p>	
<b>NOMBRE Y FIRMA</b>	
OCUPANTE DEL PUESTO (TOMA DE CONOCIMIENTO)	JEFE INMEDIATO
ESPECIALISTA	TUAF o EQUIVALENTE



**DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DE LA APF  
UNIDAD DE POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL  
DIRECCIÓN GENERAL DE ORGANIZACIÓN Y REMUNERACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**

FECHA DE APROBACIÓN

día/mes/año.