



**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	CFM2301118
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA
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	PROMOCIÓN Y DESARROLLO
TIPO DE FUNCIONES	
A. NOMBRAMIENTO	CONFIANZA
B. FUNCIONES	SUSTANTIVAS
PUESTO DEL SUPERIOR JERÁRQUICO	SUBDIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL
UNIDAD ADMINISTRATIVA	DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA
II. OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:	
DESARROLLAR ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN A LA PLANEACIÓN Y SUPERVISIÓN DE PROYECTOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA MARCA INSTITUCIONAL, Y A SU VEZ COADYUVEN AL INCREMENTO DE LA COLOCACIÓN DE CRÉDITOS Y LA AFILIACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO 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.	
III. FUNCIONES	
1	ELABORAR ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA CONTRIBUIR A LA COLOCACIÓN DE CRÉDITOS, AFILIACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA FONACOT A NIVEL NACIONAL.
2	PROPONER ACCIONES DE MEJORA PARA EL ÁREA COMERCIAL, DERIVADO DE LA INFORMACIÓN QUE PROVEA LA DIRECCIÓN DE ANALÍTICA DE DATOS, PARA LA TOMA DE DECISIONES DE LAS INSTANCIAS DIRECTIVAS DEL INSTITUTO.
3	ANALIZAR LAS NECESIDADES PARA LA GENERACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE CONTRIBUYAN AL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS DE COLOCACIÓN Y AFILIACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO, POR PARTE DE LAS DIRECCIONES ESTATALES Y DE PLAZA.
4	COORDINAR LAS CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, ASÍ COMO LA ELABORACIÓN DE LOS DISEÑOS DE LOS MATERIALES INFORMATIVOS Y DIGITALES DE PROMOCIÓN, CON EL FIN DE POSICIONAR LA MARCA DEL INSTITUTO, Y SUS PRODUCTOS PARA CONTRIBUIR A LA META DE COLOCACIÓN DE CRÉDITOS Y LA AFILIACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO.
5	COORDINAR LA COLABORACIÓN Y/O DIFUSIÓN CON INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS, ASÍ COMO COORDINAR LA FIRMA DE CONVENIOS DE DIFUSIÓN CON DIFERENTES CÁMARAS EMPRESARIALES Y ASOCIACIONES INDUSTRIALES Y/O ALCÚN OTRO TIPO DE COMPETENCIA DE LA DIRECCIÓN, CON EL FIN DE AUMENTAR LOS CANALES DE PROMOCIÓN, INCENTIVAR EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGATORIEDAD DE LA AFILIACIÓN DE LOS CENTROS DE TRABAJO, Y DAR A CONOCER EL DERECHO Y LOS BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES RELATIVOS AL CRÉDITO.
6	ESTABLECER LA ESTRATEGIA DE EVENTOS DE PROMOCIÓN Y EL DISEÑO DE LA IMAGEN DE STANDS EN ESPOSICIONES O EVENTOS EXTERNOS, A FIN DE GENERAR CONOCIMIENTO DE MARCA, REFORZAR EL POSICIONAMIENTO Y DIFUNDIR LOS PRODUCTOS DEL INSTITUTO FONACOT, INCENTIVANDO ASÍ LA AFILIACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO, A TRAVÉS DE UN CONTACTO PERSONAL CON GRUPOS DE INTERÉS.
7	DETERMINAR LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN INCLUYENDO ARTES Y MENSAJES CLAVE QUE SE UTILIZARÁN EN LOS MATERIALES INFORMATIVOS IMPRESOS, MATERIALES DIGITALES ALUSIVOS A LAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA, EN COORDINACIÓN CON LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, RESPETANDO LAS DIRECTRICES DE PUBLICIDAD E IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA NORMATIVIDAD VIGENTE, CON EL FIN DE CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS A LA ESTRATEGIA COMERCIAL DEL INSTITUTO FONACOT.
8	SUPERVISAR EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y ENTREGA DE MATERIALES INFORMATIVOS IMPRESOS Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES A LAS DIRECCIONES COMERCIALES, REGIONALES, ESTATALES Y DE PLAZA, CON EL FIN DE SISTEMATIZAR Y OPTIMIZAR LA DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES.
9	RECOMENDAR A LA DIRECCIÓN DE OPERACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES, LOS MENSAJES CLAVE Y MATERIALES DE MERCADOTECNIA, A FIN DE LLEVAR A CABO LA PROMOCIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS QUE OFRECE EL INSTITUTO, A TRAVÉS DEL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA O CUALQUIER OTRO MEDIO QUE DESIGNE EL INSTITUTO.
10	PROPORCIONAR EL DISEÑO QUE REQUIERA LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES PARA ACTUALIZAR LA IMAGEN DE LAS SUCURSALES, MÓDULOS Y OTROS PUNTOS DE ATENCIÓN A LOS TRABAJADORES A FIN DE MANTENER UNA IDENTIDAD VISUAL CONSISTENTE QUE REFUERCE EL POSICIONAMIENTO DEL INSTITUTO.
11	PLANEAR LA LOGÍSTICA DE LAS REUNIONES NACIONALES DE ESTRATEGIA COMERCIAL, CON EL FIN DE TENER UN CONTROL EN LA AGENDA Y ORGANIZACIÓN DE LAS PRESENTACIONES DONDE PARTICIPAN LAS DISTINTAS DIRECCIONES ESTATALES, DE PLAZA Y REPRESENTACIONES DEL INSTITUTO FONACOT.
12	DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN DE EDUCACIÓN FINANCIERA, EN MEDIOS DIGITALES COORDINANDO SU DEBIDA EJECUCIÓN, PARA DAR CUMPLIMIENTO A LA MISIÓN DEL INSTITUTO AL PROMOVER LA IMPORTANCIA DE UNA CULTURA DEL AHORRO EN LOS TRABAJADORES FORMALES.
13	SUPERVISAR EL DESARROLLO DEL PERSONAL DEL ÁREA, DE CONFORMIDAD CON LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DEL INSTITUTO, PARA GARANTIZAR LA CONSECUCCIÓN DE LOS RESULTADOS Y LA CONTINUIDAD DE LAS OPERACIONES DEL ÁREA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO, EN APEGO AL VALOR DE RESPETO A DERECHOS HUMANOS, IGUALDAD, NO DISCRIMINACIÓN Y EQUIDAD DE GÉNERO.



**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 LAS DEMÁS QUE LE SEÑALEN OTRAS DISPOSICIONES LEGALES, REGLAMENTARIAS O ADMINISTRATIVAS Y SUS SUPERIORES JERÁRQUICOS, DENTRO DE LA ESFERA DE SUS FACULTADES. CON APEGO A LA LEGALIDAD Y A LA LEALTAD INSTITUCIONAL.

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

TIPO DE RELACIÓN:

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

**RELACIONES INTERNAS:** - SUBDIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL: OBTENER DIRECTRICES GENERALES SOBRE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL MANEJO DE MEDIOS DE PROMOCIÓN.  
- DIRECCIONES COMERCIALES REGIONALES, ESTATALES Y DE PLAZA: SOLICITAR Y PROPORCIONAR INFORMACIÓN Y SOPORTE.  
- ÓRGANO INTERNO DE CONTROL: DAR ATENCIÓN Y SEGUIMIENTO A LAS OBSERVACIONES DE AUDITORIA O REQUERIMIENTOS INFORMATIVOS.  
- DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES: GESTIONAR LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES PARA LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL.  
- DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ACORDAR LINEAMIENTOS PARA LA DIFUSIÓN DE PROGRAMAS Y PRODUCTOS DEL INSTITUTO.  
- TODAS LAS ÁREAS DEL INSTITUTO: ATENCIÓN A LAS SOLICITUDES RELACIONADAS CON LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN.  
**RELACIONES EXTERNAS:** - PROVEEDORES DE SERVICIOS: SUPERVISIÓN DE CONTRATACIÓN COMO ÁREA SOLICITANTE.  
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA: HOMOLOGAR LOS CRITERIOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL CON LOS DEL CONJUNTO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

*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"/>
PUESTOS SUBORDINADOS.	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Explicar brevemente la elección de los aspectos.*

PUESTOS SUBORDINADOS: SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN, JEFATURA DE DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE MERCADOTECNIA. LOGRAR Y CUMPLIR LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES ESTABLECIENDO LAS BASES COMERCIALES, DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.

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
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA Y TECNOLOGÍA
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
<input type="text"/>

CARRERA GENÉRICA
ADMINISTRACIÓN
MERCADOTECNIA Y COMERCIO
CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN
DISEÑO
COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
<input type="text"/>



**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**



**II. EXPERIENCIA LABORAL**

MÍNIMO DE AÑOS DE EXPERIENCIA:

6

Capturar las áreas generales y áreas de experiencia requeridas para la ocupación del puesto.

Catálogos

ÁREA GENERAL
CIENCIAS ECONÓMICAS
CIENCIA POLÍTICA

ÁREA DE EXPERIENCIA
ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
OPINIÓN PÚBLICA

**III. REQUERIMIENTOS O CONDICIONES ESPECÍFICAS**

En caso de que el puesto requiera condiciones especiales de trabajo llene el siguiente apartado.

DISPONIBILIDAD PARA VIAJAR:

FRECUENCIA:

CAMBIO DE RESIDENCIA:

HORARIO DE TRABAJO:

PERIODOS ESPECIALES DE TRABAJO:



**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**

CONDICIONES ESPECÍFICAS DE TRABAJO: AMBIENTALES, TEMPERATURA, RUIDO, ESPACIO	NO APLICA
---------------------------------------------------------------------------------	-----------

ESPECIFICACIONES 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
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

IV. COMPETENCIAS O CAPACIDADES		
	Nivel de dominio	COMPETENCIAS
1		
2		
3		
4		
5		

CAPACIDADES PROFESIONALES (Habilidades, Conocimientos, Aptitudes y/o Actitudes)		
Selecciona las capacidades que corresponderán a:		
DESARROLLO ADMINISTRATIVO Y CALIDAD	Nivel de dominio	Nombre de la Capacidad Profesional
<input type="checkbox"/>	Avanzado	VISIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO
<input type="checkbox"/>	Avanzado	TÉCNICAS TRANSVERSALES
<input type="checkbox"/>	Avanzado	GERENCIALES
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

**OBSERVACIONES:** SI EXISTE ALGÚN OTRO ASPECTO QUE CONSIDERE IMPORTANTE DEL PUESTO Y QUE NO ESTÉ CONSIDERADO EN EL FORMATO, ANOTARLO EN EL SIGUIENTE RECUADRO.

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 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.

NOMBRE Y FIRMA	
<div style="border: 1px solid black; width: 250px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div> <p align="center"><b>OCUPANTE DEL PUESTO (TOMA DE CONOCIMIENTO)</b></p>	<div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div> <p align="center"><b>JEFE INMEDIATO</b></p>
<div style="border: 1px solid black; width: 250px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div> <p align="center"><b>ESPECIALISTA</b></p>	<div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div> <p align="center"><b>TUAF o EQUIVALENTE</b></p>
<p><b>FECHA DE APROBACIÓN</b></p> <div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div> <p align="center">día/mes/año.</p>	

**FUNCIÓN  
PÚBLICA**

SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



**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**