



**SEGOB**

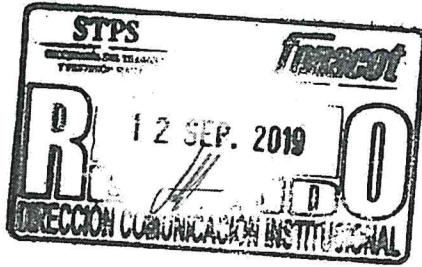
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN



**2019**

AÑO DEL CAUDILLO DEL SUR  
EMILIANO ZAPATA

Unidad de Normatividad de Medios  
Dirección General de Normatividad  
de Comunicación



Oficio No. UNM/DGNC/1096/19

Ciudad de México, a 10 de septiembre de 2019

ASUNTO:	Se autoriza la modificación al Programa Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2019 del INFONACOT.
---------	--

**CRISTINA JUÁREZ ZEPEDA**  
DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

**DR. ALBERTO ORTIZ BOLAÑOS**  
DIRECTOR GENERAL  
INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES

Me refiero al oficio 111/06-09-2019-2019/156 de fecha 6 de septiembre de 2019, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, mediante el cual se solicita la modificación al Programa Anual de Promoción y Publicidad del **Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT)**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2019.

Es importante precisar que mediante **oficio DCI/174/19** del 30 de agosto de 2019, la Dirección de Comunicación Institucional del INFONACOT manifestó que la rectificación presupuestal que solicita deriva de haber omitido inicialmente el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.) en el presupuesto que registró en el Sistema de Información de Normatividad (SINC), cifra que le validó la **Dirección de Integración y Control Presupuestal del Instituto** mediante el oficio **DICP.025.2019** del 8 de febrero de 2019.

Asimismo, la Dirección de Comunicación Institucional del Instituto motiva —**mediante el similar DCI/174/2019 del 30 de agosto**— el decremento presupuestal en la aplicación de las medidas de austeridad a que hace referencia el Memorandum del Ejecutivo Federal de fecha 3 de mayo del presente año, en el que se refiere una reducción del 30%. Lo anterior lo sustenta a través del oficio **DICP.101.2019 de la Dirección de Integración y Control Presupuestal** del Instituto de fecha 15 de julio de 2019.

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 14 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2019, así como por los artículos 14 y 16 del *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para el registro y autorización de los programas de comunicación social y de promoción y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2019, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de enero de 2019 (en lo sucesivo el "Acuerdo")*, esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la **modificación al Programa Anual de Promoción y Publicidad del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores correspondiente al Ejercicio Fiscal 2019, consistente en:**



Oficio No. UNM/DGNC/1096/19

DECREMENTO AL TECHO PRESUPUESTAL			
CONCEPTO DE MODIFICACIÓN	CAMPAÑA	TIPO DE MODIFICACIÓN	
Cambio de versiones, reasignación de recursos por tipo de medio y cambio de vigencia	<i>Beneficio del Crédito FONACOT 2019</i>	<b>Cancelación de versiones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Trabajadores Formales</i></li> <li>• <i>Incentivando a Jóvenes</i></li> </ul> <b>Cambio de vigencia:</b> 10 de septiembre al 10 de noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Incremento</b> de recursos asignados en televisoras, radiodifusoras, diarios editados en la Ciudad de México y revistas.</li> <li>• <b>Decremento</b> de recursos asignados en diarios editados en los estados, medios complementarios, medios digitales, estudios post-campaña y producción.</li> <li>• <b>Cancelación</b> de recursos asignados en cine y diseño.</li> </ul>
	<b>Versiones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Educación Financiera</i></li> <li>• <i>Productos FONACOT</i></li> <li>• <i>Afiliación de Empresas</i></li> </ul>		

Cabe señalar que la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2019 del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, fueron autorizados mediante oficio UNM/DGNC/0372/19 de fecha 25 de febrero de 2019.

De conformidad con el artículo 3º. Fracción VIII del Acuerdo..."Las erogaciones de los recursos deberán sujetarse con base a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2019, y las contrataciones respectivas; así como a lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento, y demás disposiciones de aplicación supletoria. Las contrataciones se llevarán a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante".

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

**ATENTAMENTE**

**J. RAFAEL MARQUEZ MEZA**  
DIRECTOR GENERAL

C.c.p. - Prof. Roberto Duque Roquero, Enlace de Comunicación Social, SEGOB.- Presente.  
Archivo de DGNC, SEGOB.

UJM / EPGR

1127



**TRABAJO**  
SECRETARÍA DEL TRABAJO  
Y PREVISIÓN SOCIAL



**2019**  
BICENTENARIO DEL SUR  
EMILIANO ZAPATA

Dirección General de Comunicación Social  
"2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata"

Oficio No. 111/06-09-2019/156

**Asunto:** Modificación del Programa Anual de Promoción y Publicidad 2019 del FONACOT

Ciudad de México, 06 de septiembre de 2019

**MTRO. JUAN RAFAEL MÁRQUEZ MEZA**  
**DIRECTOR GENERAL DE NORMATIVIDAD**  
**DE COMUNICACIÓN**  
**SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN**  
**Presente.**

De conformidad con los artículos 14, 15 y 16 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2019, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 29 de enero de 2019, le envío la modificación del Programa Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2019 del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, debidamente validado por la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno de la República.

Asimismo, le informo que el formato debidamente requisitado, ya que se envió al Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC).

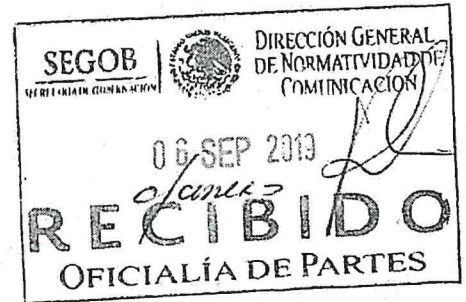
Cabe destacar que el presupuesto asignada inicialmente fue de \$372,360,000.00 pesos el cual fue disminuido a \$260,652,000.00

Sin otro particular, envío un cordial saludo.

**ATENTAMENTE**

**CRISTINA JUÁREZ ZEPEDA**  
**DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

En ausencia de la Directora General de Comunicación Social y con fundamento en el artículo 38, tercer párrafo del Reglamento Interior de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, firma el  
**C. JULIÁN GALICIA GABINO**  
DIRECTOR DE INFORMACIÓN



Elaboró: María de la Luz Caro Varela, Directora de Área



14120-



C. Miguel Ángel Romero Ramírez  
Director de Comunicación Institucional  
Presente

Con base en el presupuesto autorizado al Instituto Fonacot para el ejercicio fiscal 2019, le comunico los recursos asignados para actividades de difusión y publicidad en la partida presupuestal 36201 Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios.

El ejercicio de los recursos estará sujeto a la aprobación del Consejo Directivo del Instituto Fonacot, y a la aprobación de la Secretaría de Gobernación, respectivamente.

Partida Pres. 36201 Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios

Área Responsable	Servicio	Monto Anual (pesos más IVA)
10200 Dirección de Comunicación Institucional	Campañas de publicidad y difusión de mensajes comerciales para promoción del crédito.	\$224,700,000.00

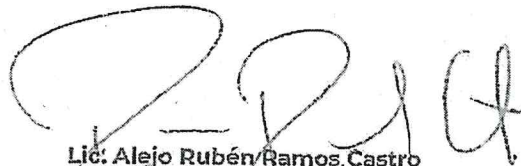
Fuente de recursos: Recursos propios del programa E009 Créditos a trabajadores.

En la contratación de los bienes y servicios deberán dar cumplimiento a los ordenamientos de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público y su Reglamento.

Los titulares de las áreas responsables aplicarán los recursos a la consecución de metas, programas y objetivos del Instituto Fonacot conforme lo establece el Art. 11 de la Ley del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, y deberán observar los lineamientos del Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria del ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal, así mismo las disposiciones del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2019, Artículo 14.

Sin otro particular reciba un cordial saludo.

Atentamente

  
Lic. Alejo Rubén Ramos Castro  
Director

C.c.p. Lic. Enrique Mendoza Morfín. - Subdirector general de Administración  
daca

**Cristina Juárez Zepeda**  
**Director General de Comunicación Social**  
**Secretaría del Trabajo y Previsión Social**  
**Presente**

**ACUSE**

Con el gusto de saludarle, me permito enviar la modificación al programa anual de Promoción y Publicidad del Instituto FONACOT, con el objetivo de que sean remitidos a la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación de conformidad con lo señalado en los artículos 14°, 15° y 16° del ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos generales para el registro y autorización de los programas de comunicación social y de promoción y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2019, hago llegar a usted las siguientes observaciones para poder llevar a cabo dicha acción:

1. Después de una consulta realizada con la Dirección de Integración y Control Presupuestal del Instituto FONACOT, se concluyó que la Dirección de Comunicación Institucional omitió incluir el I.V.A. en el monto base registrado en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación (SINC), respecto al primer presupuesto autorizado bajo oficio No. DICI/025/2019 el cual debió haber sido integrado como se indica a continuación:


MONTO REGISTRADO SIN IVA	MONTO QUE DEBIO REGISTRARSE CON IVA
\$ 321,000,000.00	\$ 372,360,000.00

Por lo que conforme al artículo 15° del ACUERDO solicito rectificar el monto.

2. A fin de poder cumplir debidamente a la reasignación de recursos para la partida presupuestal cómo es señalada en el memorándum (3 de mayo) que emitió el Ejecutivo Federal, en donde establece en su numeral 12, "una reducción del 30% respecto al monto asignado en 2019", al cual el Instituto cumple bajo el oficio (No. DICI/101/2019) emitido por la Dirección de Integración y Control Presupuestal, quedando como se indica a continuación:

MONTO REASIGNADO CON IVA
\$ 260,652,000.00

Por lo tanto, se solicita decrementar el techo presupuestal de conformidad con el artículo 16° del ACUERDO.

	<b>DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
30 AGO. 2019	
<b>RECIBIDO</b>	
HORA:	16:00 hrs
RECIBIÓ:	<i>[Firma]</i>





**TRABAJO**  
SECRETARÍA DEL TRABAJO  
FOMENTO AL EMPLEO

**FONACOT**

Se anexan los formatos correspondientes del SINC, así como los oficios DICP/025/2019 y DICP/101/2019 emitidos por la Dirección de Integración y Control Presupuestal del Instituto FONACOT.

Sin otro particular, agradezco de antemano su atención y envío un cordial saludo.

Atentamente

**Emilio Vázquez Pérez**  
**Subdirector de Difusión**

CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 81 DEL ESTATUTO ORGÁNICO DEL INSTITUTO FONACOT, COMO ENCARGADO DE DESPACHO  
FIRMA EMILIO VÁZQUEZ PÉREZ SUBDIRECTOR DE DIFUSIÓN,

RECIBIDO EN LA OFICINA DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO  
EL 12 DE ABRIL DE 2019 A LAS 10:00 HORAS

c.c.p. Dr. Alberto Ortiz Bolaños Director General Instituto FONACOT



**2019**

Dependencia o Entidad: Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado

Cabeza de sector: Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Fecha de elaboración: 30 de agosto de 2019

**Misión:**

Fomentar el desarrollo integral de los trabajadores y sus familias, promoviendo el ahorro y el consumo responsable, otorgando acceso al crédito y otros servicios financieros, con las mejores tasas del mercado para la obtención de bienes y servicios.

**Visión:**

Ubicarnos como la mejor institución financiera y de respaldo permanente para los trabajadores y sus familias.

**Objetivo Institucional:**

El Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT) tendrá como objetivo promover el ahorro de los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar el acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto deberá actuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias. Fortalecer la imagen institucional y promover al Instituto como la mejor opción financiera que respalda permanentemente a los trabajadores formales.

**Objetivo de la estrategia de comunicación:**

Fomentar la cultura financiera de los trabajadores y sus familias para incentivar el ahorro, eficientar el gasto y mejorar su calidad de vida. Posicionar al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT) como el organismo financiero con más beneficios en la promoción del crédito y fomento al ahorro. Difundir la política social y de transparencia aplicada por el Gobierno de México. Asimismo, impactar de manera positiva en la afiliación para que los centros de trabajo cumplan con esa obligación legal, en beneficio de la economía de los trabajadores.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
<p>El crecimiento crediticio desmesurado provocó una competencia desleal que afecta directamente a los trabajadores y sus familias. Ahí encontramos tasas de interés, que lejos de apoyar los requerimientos urgentes de los trabajadores y sus familias ponen en riesgo la estabilidad económica de las mismas. La promoción de estas empresas va acompañada de diversas estrategias de difusión a las que el gobierno de México, a través del Instituto FONACOT, tiene que hacer frente.</p>	<p>Alcanzar en el público objetivo mayores niveles de confianza y aumentar la recordación de campañas e imagen institucional en al menos 20% con respecto al ejercicio anterior. Incrementar el gasto publicitario en TV, radiofónicas y cualquier otro medio propiedad del Estado mexicano en al menos 30% con respecto al ejercicio anterior. Incrementar la información relativa a los productos, servicios y programas de FONACOT. Cubrir publicitariamente el 100% de la población adulta de la República Mexicana mediante la incorporación de medios de comunicación social y prensa.</p>	<p>Ser la mejor institución financiera del mercado, la cual cuenta con una cobertura nacional para trabajadores formales y las mejores tasas crediticias del mercado.</p>

04 SEP. 2019

**VALIDADO**



Cristina Juárez Zepeda




Emilio Vázquez Pérez

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

EN AUSENCIA DEL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL  
Y CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 81 DEL ESTATUTO ORGÁNICO DEL INSTITUTO  
FONACOT, FIRMA  
EMILIO VÁZQUEZ PÉREZ

MEDIOS ELECTRÓNICOS	164,205.52	ESTUDIOS	580.00
MEDIOS IMPRESOS	76,559.24	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	1,740.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	17,567.24	TOTAL	260,652.00


**GOBIERNO DE MEXICO**  
 COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERÍA DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA  
 04 SEP. 2019  
**VALIDADO**  
EN PRESENCIA DEL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL FONACOT, FIRMA

  
 Emilio Márquez Pérez

  
 Cristina Juárez Zepeda

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

EN PRESENCIA DEL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL FONACOT, FIRMA  
 EMILIO MÁRQUEZ PÉREZ



# PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2019

Dependencia o Entidad:

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Fecha de elaboración:

30 de agosto de 2019

miles de pesos /  
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:

260,652.00

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

260,652.00

## CAMPANA 1

### Datos generales

Nombre de la campaña: BENEFICIO DEL CRÉDITO FONACOT 2019

Versión(es):

EDUCACIÓN FINANCIERA, PRODUCTOS FONACOT Y AFILIACIÓN DE EMPRESAS

Tema específico y/o ventaja competitiva:

Ser la mejor institución financiera del mercado, la cual cuenta con una cobertura nacional para trabajadores formales y las mejores tasas crediticias del mercado.

Meta a alcanzar:

10% De recordación

Objetivo de comunicación:

Difusión, entre los trabajadores formales, de los beneficios y características del crédito FONACOT, con tasas de interés competitivas en el mercado, así como los productos y servicios que se pueden adquirir con el Crédito FONACOT.

Coemisor:

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

NSE: AB, C+, C, D+

Etapas

Fechas

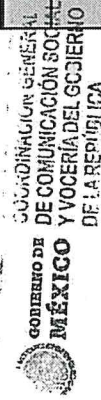
1

10 de septiembre de 2019 al 18 de noviembre de 2019

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

	Medios a utilizar		Recurso programado por tipo medio
	TV	Raño	
Televisoras			96,392.76
Radiodifusoras			46,212.76
Cine			0.00
Diarios Editados en el D.F.			41,740.00
Diarios Editados en los Estados			22,499.24
Diarios Editados en el Extranjero			0.00
Revistas			12,320.00
Medios Complementarios			17,567.24
Medios Digitales			21,600.00
Pre-Estudios			0.00
Post-Estudios			580.00
Diseño			0.00
Producción			1,740.00
Preproducción			0.00
Post-producción			0.00
Copiado			0.00
Presupuesto asignado a la campaña			260,652.00
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201			100.00 %



04 SEP. 2019

**VALIDADO**

*Cristina Juárez Zepeda*

Cristina Juárez Zepeda

*Emilio Vázquez Pérez*

Emilio Vázquez Pérez

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

ENTUSIASMO DEL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 81 DEL ESTATUTO ORGÁNICO DEL INSTITUTO FONACOT, FIRMA EMILIO VÁZQUEZ PÉREZ