

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL  
CONSUMO DE LOS TRABAJADORES

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA  
DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y  
MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT**

### HOJA DE AUTORIZACIÓN

ELABORÓ

Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia

REVISÓ

Subdirección General Comercial

### APROBACIÓN:

El presente documento cuenta con la opinión favorable del Comité de Mejora Regulatoria Interna bajo el Acuerdo No. COM-287-060225 en su primera sesión celebrada el 06 de febrero de 2025, por el Comité de Recursos Humanos en su primera sesión ordinaria de fecha 26 de febrero bajo el Acuerdo No. CRH01SO.26.02.2025-V.4 y por el H. Consejo Directivo en su centésima primera sesión ordinaria de fecha 20 de marzo de 2025 bajo el Acuerdo No. CD ME 25-200325.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>I. PROPÓSITO DEL MANUAL .....</b>	<b>5</b>
<b>II. TABLA DE CONTROL DE CAMBIOS .....</b>	<b>5</b>
<b>III. ÁMBITO DE APLICACIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>IV. ANTECEDENTES .....</b>	<b>6</b>
<b>V. MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>8</b>
<b>VI. ATRIBUCIONES .....</b>	<b>13</b>
<b>VII. MISIÓN Y VISION DEL INSTITUTO FONACOT .....</b>	<b>16</b>
<b>VIII. ESTRUCTURA ORGÁNICA .....</b>	<b>17</b>
<b>IX. ORGANIGRAMA .....</b>	<b>17</b>
<b>XI. OBJETIVO Y FUNCIONES .....</b>	<b>17</b>
<b>X. IDENTIFICACIÓN .....</b>	<b>22</b>
<b>XI. RELACIONES DE COMUNICACIÓN Y COORDINACIÓN .....</b>	<b>22</b>
<b>XII. GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>	<b>24</b>
<b>XIII. DISPOSICIONES TRANSITORIAS .....</b>	<b>26</b>

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

## INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y 5, 58, 60, 64 y 74 del Estatuto Orgánico, se elabora el Manual de Organización Específico de la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia, con base en los objetivos definidos por las Unidades Administrativas que integran la estructura, así como con las funciones que cada una de éstas realiza para dar cumplimiento con las atribuciones conferidas en la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, buscando con ello armonizar estos elementos con la estructura orgánica vigente autorizada y registrada, el Instituto FONACOT en su calidad de organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, con autonomía de gestión y presupuestaria, personalidad jurídica y patrimonio propios, procurando en todo momento la congruencia de los objetivos Institucionales con las estrategias y/o metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.

La eficiencia institucional, así como la adecuada gestión del Control Interno Institucional, ameritan ordenar y coordinar todos los recursos que integran al Instituto FONACOT, y para lograrlo se requiere tener claridad respecto de las funciones a desarrollar por cada una de sus Unidades Administrativas, en el entendido de que los funcionarios titulares de las mismas son directamente responsables de su debido y oportuno cumplimiento. En ese contexto, los Manuales de Organización Específicos del Instituto FONACOT tienen como propósito ser herramientas administrativas que contengan información ordenada sobre la organización y funcionamiento de cada una las Unidades Administrativas que conforman a la Institución, precisando el objetivo y las funciones asignadas a las mismas y estableciendo su ámbito de operación, lo que permite delimitar su responsabilidad y evitar duplicidad de funciones.

Asimismo, los Manuales de Organización Específicos permiten identificar las relaciones de coordinación interna, las relaciones formales y funcionales de comunicación y autoridad y los criterios que subyacen a la división del trabajo de cada una de las Unidades Administrativas.

Los Manuales de Organización Específicos son los documentos en los que se da a conocer información sobre los antecedentes del Instituto FONACOT, la misión y la visión de la Institución, sus valores, el Marco Jurídico-Administrativo que regula su actuar; delimitan el ámbito de responsabilidad y competencia de las Unidades Administrativas del organismo. En este sentido, el Manual de Organización Específico que se presenta servirá como fuente de información y consulta a toda persona interesada en su contenido, constituyéndose en una herramienta de transparencia, para facilitar a todas las personas servidoras públicas del Instituto FONACOT la identificación de las responsabilidades encomendadas a cada uno de los puestos de la estructura del área y de esa manera apoyar el desempeño de sus funciones y, con su esfuerzo, contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales.

Cabe señalar que la actualización de las funciones del presente Manual de Organización Específico de la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia obedece a la adecuación de actividades y funciones a esta Dirección, así como, a la modificación, actualización y aprobación, del propio Estatuto Orgánico.

Por último, es importante mencionar que los Manuales de Organización Específicos son documentos susceptibles de permanente actualización por la evolución y adecuación de la estructura orgánica del Instituto FONACOT, por lo que la Unidad Administrativa responsable deberá realizar revisiones periódicas procurando mantenerlo actualizado.

## I. PROPÓSITO DEL MANUAL

El presente documento contribuye a que el ejercicio de las funciones conferidas a la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia se realice de manera ágil, eficiente y transparente, mediante la delimitación de responsabilidades, su competencia y relaciones de coordinación entre los puestos que integran el área. De manera adicional a lo ya mencionado, este documento facilitará la inducción del personal de nuevo ingreso al Instituto FONACOT y su puesto, y así contribuir al acercamiento de la ciudadanía al quehacer institucional, dando a conocer las funciones que realiza cada uno de los puestos que conforman la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia.

## II. TABLA DE CONTROL DE CAMBIOS

No. de Versión	Fecha de Modificación	Descripción de los Cambios
MO11.00	Jul, 2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nueva creación.</li> </ul>
MO11.01	Oct, 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualizar los apartados siguientes: Marco Jurídico Administrativo, Organigrama y Objetivo y Funciones de cada uno de los puestos de la Dirección.</li> </ul>
MO11.02	Mar, 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualizar los apartados siguientes:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marco Jurídico Administrativo, Atribuciones, derivado a la aprobación de la reforma al Estatuto Orgánico, vigente y Disposiciones Transitorias.</li> </ul> </li> <li>Modificar el nombre de la Dirección.</li> <li>Dividir Glosario de Términos en definiciones y acrónimos.</li> <li>Incluir Artículos Transitorios (baja versión 01, vigencia versión 02)</li> <li>Incluir lenguaje de género.</li> </ul>

## III. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación de éste Manual es de manera obligatoria para todo el personal adscrito a la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia, y de seguimiento general para el personal de todas las demás Unidades Administrativas que intervienen en materia de estrategia comercial y mercadotecnia.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

#### IV. ANTECEDENTES

El 2 de mayo de 1974, se creó por decreto presidencial el contrato fiduciario que dio principio a las labores del Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores, ello como respuesta del Gobierno Federal a las demandas de las personas trabajadoras a través del Congreso del Trabajo, en el sentido de apoyar a la clase trabajadora con financiamiento para la adquisición de bienes y servicios.

El Instituto FONACOT, inició desde entonces su importante labor de otorgar créditos para adquisición de bienes y servicios que contribuyan a elevar el nivel de vida de las personas trabajadoras, incrementando su bienestar y el de sus familias.

El 24 de abril de 2006 se publicó en el D.O.F. el Decreto por el que se crea la Ley del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.

De conformidad con el Artículo 1 de dicha Ley, el Instituto FONACOT es un organismo público descentralizado de interés social sectorizado en la STPS, con personalidad jurídica y patrimonio propio y autosuficiencia presupuestal.

El 30 de noviembre de 2006 se publicó en el D.O.F. el Reglamento de la Ley del Instituto FONACOT, mismo que entró en vigor el 1º de diciembre del mismo año teniendo por objeto reglamentar la operación, organización, funcionamiento y control del Instituto FONACOT.

En atención al artículo quinto transitorio de la Ley del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, el 16 de Julio de 2012 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la actualización del Estatuto Orgánico del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores mismo que entró en vigor al día siguiente de su publicación y tuvo por objeto establecer las bases de la organización administrativa, funciones, facultades, atribuciones y obligaciones del Instituto FONACOT, de sus órganos colegiados y de sus servidores públicos.

Posteriormente, con fecha 27 de abril de 2012 se aprobó en la vigésima sexta sesión ordinaria del Consejo Directivo tanto la actualización del Estatuto Orgánico del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 16 de julio del mismo año, como el Manual General de Organización, vigente a partir del 30 de abril de 2012.

Con fecha 30 de noviembre de 2012, se publicó en el DOF la reforma a la Ley Federal del Trabajo, destacando las modificaciones realizadas al Artículo 132, Fracción XXVI Bis "Afiliar el centro de trabajo al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, a efecto de que los trabajadores puedan ser sujetos del crédito que proporciona dicha entidad. La afiliación será gratuita para el patrón".

El Manual General de Organización aprobado por el Consejo Directivo del Instituto FONACOT el 27 de abril de 2012 contempla las funciones y responsabilidades de la Subdirección General de Operación reportando al Director General Adjunto de Operación y Planeación, así como las funciones y responsabilidades de sus áreas a cargo.

En el marco del proceso de revisión y adecuación funcional que llevó a cabo el Instituto FONACOT a partir de 2013, y en alineación al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se identificó la necesidad de generar un modelo de organización que respondiera a la operación de las Unidades Administrativas de la Institución. Esta nueva estructura organizacional fue aprobada en la Trigésima Cuarta Sesión Ordinaria del Consejo Directivo del Instituto FONACOT, con fecha 27 de febrero de 2014.

En particular, se determinó fortalecer la promoción y desarrollo de nuevos productos, por lo que la Subdirección General de Operación transforma su estructura con nuevos nombres y definición de funciones, quedando como la Dirección General Adjunta Comercial. La Subdirección General de Planeación Estratégica se convierte en la Subdirección General de Desarrollo de Negocio y Productos e Operación de Productos Digitales y traslada las funciones de planeación estratégica a la nueva Coordinación de Gestión y Planeación Institucional, quedando bajo su línea de

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

mando tres Direcciones: la Dirección de Investigación de Mercados, Dirección de Desarrollo de Negocios y Productos y la Dirección de Mercadotecnia.

Derivado de las Disposiciones en el D.O.F. con fecha 1º de diciembre de 2014, modificada mediante resoluciones publicadas en el D.O.F., respectivamente se destaca que conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley del Instituto FONACOT, la CNBV tiene la facultad de supervisar las operaciones a fin de ajustarse al ordenamiento legal y sus disposiciones, lo que conlleva a realizar los trabajos para la actualización del Estatuto Orgánico.

Con la aprobación del Estatuto Orgánico por el Consejo Directivo del Instituto FONACOT, en su sesión extraordinaria celebrada el 28 de junio de 2022, se consideraron los cambios correspondientes a las atribuciones establecidas en el Estatuto Orgánico, llevándose a cabo la actualización de las funciones de las Unidades Administrativas que integran la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia, que nos ocupa.

En el marco del proceso de revisión y adecuación funcional que lleva a cabo el Instituto FONACOT a partir de 2019, y en alineación al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, se identificó la necesidad de generar un modelo de organización que responda a la operación de las Unidades Administrativas de la Institución, así como a la transformación tecnológica que está llevando a cabo el Instituto FONACOT. Esta nueva estructura organizacional fue aprobada en la trigésima sesión ordinaria del Consejo Directivo del Instituto FONACOT, con fecha 15 de julio del 2022. Por ende, a partir de la nueva estructura organizacional, se realizó la actualización correspondiente al Manual de Organización General del Instituto FONACOT.

La Subdirección General Comercial, queda a cargo de dos Direcciones: la Dirección de Continuidad y Supervisión de Operaciones y la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia.

Asimismo, el 13 de diciembre de 2023, el Consejo Directivo del Instituto FONACOT, en su nonagésima tercera sesión ordinaria, aprobó la reforma del Estatuto Orgánico, e instruye la publicación del mismo en el D.O.F., lo cual ocurre el 16 de enero de 2024.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

## V. MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO

A continuación, se integra una relación de los ordenamientos legales y normativas que aplican al Instituto FONACOT en materia de estrategia comercial y mercadotecnia, de forma enunciativa más no limitativa:

### CONSTITUCIÓN

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; publicada en el D.O.F. el 05 de febrero de 1917, y sus reformas.

### LEYES

1. Ley Federal del Trabajo; publicada en el D.O.F. el 01 de abril de 1970, y sus reformas.
2. Ley del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores; publicada en el D.O.F. el 24 de abril de 2006, y sus reformas.
3. Ley Federal de las Entidades Paraestatales; publicada en el D.O.F. el 14 de mayo de 1986, y sus reformas.
4. Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; publicada en el D.O.F. el 04 de enero del 2000, y sus reformas.
5. Ley de Firma Electrónica Avanzada; publicada en el D.O.F. el 11 de enero del 2012, y sus reformas.
6. Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación; publicada en el D.O.F. el 18 de julio de 2016, y sus reformas.
7. Ley de Infraestructura de la Calidad; publicada en el D.O.F. el 01 de julio de 2020.
8. Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2024, publicada en el D.O.F. el 13 de noviembre de 2023, y su reforma.
9. Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas; publicada en el D.O.F. el 04 de abril de 2013, y sus reformas.
10. Ley de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores; publicada en el D.O.F. el 28 de abril de 1995, y sus reformas.
11. Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas; publicada en el D.O.F. el 04 de enero del 2000, y sus reformas.
12. Ley de Planeación; publicada en el D.O.F. el 05 de enero del 1983, y sus reformas.
13. Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros; publicada en el D.O.F. el 18 de enero de 1999, y sus reformas.
14. Ley del Diario Oficial de la Federación y Gacetas Gubernamentales; publicada en el D.O.F. el 24 de diciembre de 1986, y sus reformas.
15. Ley del Impuesto al Valor Agregado; publicada en el D.O.F. el 29 de diciembre de 1978, y sus reformas.
16. Ley del Impuesto Sobre la Renta; publicada en el D.O.F. el 11 de diciembre de 2013, y sus reformas.
17. Ley del Mercado de Valores; publicada en el D.O.F. el 30 diciembre de 2005, y sus reformas.
18. Ley del Seguro Social; publicada en el D.O.F. el 21 de diciembre de 1995, y sus reformas.
19. Ley Federal de Austeridad Republicana; publicada en el D.O.F. el 19 de noviembre de 2019.
20. Ley Federal de Derechos; publicada en el D.O.F. el 31 de diciembre de 1981, y sus reformas.
21. Ley Federal de Deuda Pública; publicada en el D.O.F. el 31 diciembre de 1976, y sus reformas.
22. Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; publicada en el D.O.F. el 30 de marzo de 2006, y sus reformas.
23. Ley Federal de Procedimiento Administrativo; publicada en el D.O.F. el 04 de agosto de 1994, y sus reformas.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MOT1.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

24. Ley Federal de Remuneraciones de los Servidores Públicos; publicada en el D.O.F. el 19 de mayo de 2021.
25. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; publicada en el D.O.F. el 09 de mayo de 2016, y sus reformas.
26. Ley Federal del Derecho de Autor; publicada en el D.O.F. el 24 de diciembre de 1996, y sus reformas.
27. Ley General de Archivos; publicada en el D.O.F. el 15 de junio de 2018, y sus reformas.
28. Ley General de Bienes Nacionales; publicada en el D.O.F. el de 20 mayo de 2004, y sus reformas.
29. Ley General de Comunicación Social; publicada en el D.O.F. el 11 de mayo de 2018, y sus reformas.
30. Ley General de Contabilidad Gubernamental; publicada en el D.O.F. el 31 de diciembre de 2008, y sus reformas.
31. Ley General de Mejora Regulatoria; publicada en el D.O.F. el 18 de mayo de 2018, y sus reformas.
32. Ley General de Protección Civil; publicada en el D.O.F. el 06 de junio de 2012, y sus reformas.
33. Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados; publicada en el D.O.F. el 26 de enero de 2017.
34. Ley General de Responsabilidades Administrativas; publicada en el D.O.F. el 18 de julio de 2016, y sus reformas.
35. Ley General de Sociedades Mercantiles; publicada en el D.O.F. el 04 de agosto de 1934, y sus reformas.
36. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito; publicada en el D.O.F. el 27 de agosto de 1932, y sus reformas.
37. Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; publicada en el D.O.F. el 04 de mayo de 2015, y sus reformas.
38. Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción; publicada en el D.O.F. el 18 de julio de 2016, y sus reformas.
39. Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres; publicada en el D.O.F. el 02 de agosto de 2006 y sus reformas.
40. Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad; publicado en el D.O.F. el 30 de mayo de 2011, y sus reformas.
41. Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia; publicada en el D.O.F. el 15 de enero de 2002, y sus reformas.

#### **DISPOSICIONES**

1. Disposiciones de Carácter General Aplicables a los Organismos de Fomento y Entidades de Fomento; publicadas en El D.O.F. el 01 de diciembre de 2014, y sus reformas.
2. Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores y a Otros Participantes del Mercado de Valores (Circular Única de Emisoras); publicadas en el D.O.F. el 19 de marzo de 2003, y sus reformas.
3. Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Entidades y Emisoras Supervisadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores que Contraten Servicios de Auditoría Externa de Estados Financieros Básicos; publicadas en el D.O.F. el 26 de abril de 2018, y sus reformas.
4. Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Operaciones con Valores que Realicen los Consejeros, Directivos y Empleados de Entidades Financieras y demás Personas Obligadas, publicadas en el D.O.F. el 04 de noviembre de 2014.

#### **CÓDIGOS**

1. Código Civil Federal, publicado en el D.O.F. en cuatro partes los días 26 de mayo, 14 de julio, 3 y 31 de agosto de 1928, y sus reformas.
2. Código de Comercio; publicado en el D.O.F. del 7 de octubre al 13 de diciembre de 1889, y sus reformas.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

3. Código Federal de Procedimientos Civiles; publicado en el D.O.F. 24 de febrero de 1943, y sus reformas.
4. Código Fiscal de la Federación; publicado en el D.O.F. el 31 de diciembre de 1981, y sus reformas.
5. Código Nacional de Procedimientos Civiles y Familiares; publicado en el D.O.F. el 07 de junio de 2023.
6. Código Nacional de Procedimientos Penales, publicado en el D.O.F. el 05 de marzo de 2014, y sus reformas.
7. Código Penal Federal; publicado en el D.O.F. el 14 de agosto de 1931, y sus reformas.
8. Código de Ética de la Administración Pública Federal; publicado en el D.O.F. el 08 de febrero de 2022.

## REGLAMENTOS

1. Reglamento de la Ley del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores; publicado en el D.O.F. el 30 de noviembre de 2006.
2. Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; publicado en el D.O.F. el 26 de enero de 1990, y sus reformas.
3. Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas; publicado en el D.O.F. el 28 de julio de 2010, y sus reformas.
4. Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas; publicado en el D.O.F. el 28 de julio de 2010, y sus reformas.
5. Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado; publicado en el D.O.F. el 04 de diciembre de 2006, y sus reformas.
6. Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la Renta; publicado en el D.O.F. el 08 de octubre de 2015, y sus reformas.
7. Reglamento de la Ley Federal de Archivos, publicado en el D.O.F. el 13 de mayo de 2014.
8. Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; publicado en el D.O.F. el 28 de junio de 2006, y sus reformas.
9. Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor; publicado en el D.O.F. el 22 de mayo de 1998, y sus reformas.
10. Reglamento de la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad; publicado en el D.O.F. el 30 de noviembre de 2012.
11. Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo; publicado en el D.O.F. el 13 de noviembre de 2014.
12. Reglamento del Código Fiscal de la Federación; publicado en el D.O.F. el 02 de abril de 2014.
13. Reglamento del Registro Público de la Propiedad Federal; publicado en el D.O.F. el 04 de octubre de 1999.

## DECRETOS

1. Decreto por el que se Expide el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2024, publicado en el D.O.F. el 25 de noviembre de 2023.

## ACUERDOS

1. Acuerdo por el que se Emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno; publicado en el D.O.F. el 03 de noviembre de 2016, y sus reformas.
2. Acuerdo por el que se Expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Recursos Financieros, publicado en el D.O.F. el 15 de julio de 2010, y sus reformas.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

3. Acuerdo por el que se Establecen las Disposiciones en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales, publicado en el D.O.F. el 16 de julio de 2010, y sus reformas.
4. Acuerdo por el que se Expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; publicado en el D.O.F. el 09 de agosto de 2010 y sus reformas.
5. Acuerdo por el que se Expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas, publicado en el D.O.F. el 09 de agosto de 2010, y sus reformas.
6. Acuerdo por el que se Expide El Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal; vigente, publicado en el D.O.F. 28 de diciembre de 2010, y sus reformas.
7. Acuerdo que tiene por Objeto Emitir las Disposiciones Generales en las Materias de Archivos y Gobierno Abierto para la Administración Pública Federal y su Anexo Único publicado en el D.O.F. el 15 de mayo de 2017.
8. Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2024, publicado en el D.O.F. el 29 de diciembre de 2023.
9. Acuerdo por el que se Establecen las Bases Generales para los Procedimientos de Rendición de Cuentas, Individuales e Institucionales de la Administración Pública Federal; publicado en el D.O.F. el 05 de junio de 2023.
10. Acuerdo mediante el cual se aprueba la modificación al Título Décimo de los Lineamientos Generales de Protección de Datos Personales para el Sector Público, publicado en el D.O.F. el 14 de junio de 2024.

## LINEAMIENTOS

1. Lineamientos en Materia de Austeridad Republicana de la Administración Pública Federal; publicados en el D.O.F. el 18 de septiembre de 2020.
2. Lineamientos de Protección de Datos Personales para el Sector Público; publicados en el D.O.F. el 26 de enero de 2018.
3. Lineamientos Generales para la Regulación de los Procedimientos de Rendición de Cuentas de la Administración Pública Federal, publicados en el D.O.F. el 11 de julio de 2023.
4. Lineamientos Técnicos Generales para la Publicación, Homologación y Estandarización de la Información de las Obligaciones Establecidas en el Título Quinto y en la Fracción IV del Artículo 31 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que Deben de Difundir los Sujetos Obligados en los Portales de Internet y en la Plataforma Nacional de Transparencia; publicados en el D.O.F. el 04 de mayo de 2016, y sus reformas.
5. Lineamientos Generales para la Organización y Conservación de los Archivos del Poder Ejecutivo Federal; publicados en el D.O.F. el 03 de julio de 2015.
6. Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones públicas; publicados en el D.O.F. el 15 de abril de 2016, y sus reformas.

## MANUAL

1. Manual de Percepciones de los Servidores Públicos de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, publicado en el D.O.F. el 31 de mayo de 2023.

## PLANES

1. Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024; publicado en D.O.F. el 12 de julio de 2019.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

## PROGRAMAS

1. Programa Sectorial de Trabajo y Previsión Social 2020-2024, publicado en el D.O.F. el 24 de junio de 2020.
2. Programa Nacional de Combate a la Corrupción y a la Impunidad, y de Mejora de la Gestión Pública, 2019-2024.

## ESTATUTO

1. Estatuto Orgánico del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, publicado en el D.O.F. el 16 de enero de 2024.

## NORMATIVIDAD INTERNA APLICABLE

1. Manual de Organización General del Instituto FONACOT, vigente.
2. Lineamientos del Comité de Mejora Regulatoria Interna del Instituto FONACOT, vigente.
3. Lineamientos, Políticas y Mecanismos de Control que Establecen los Términos y Condiciones que los Sujetos Obligados Deberán Considerar al Realizar Operaciones con Valores del Instituto FONACOT, vigente.
4. Código de Conducta del Instituto FONACOT, vigente.
5. Modelo de Sistema de Control Interno del Instituto FONACOT, vigente.
6. Manuales de Organización Específicos de las Direcciones de Área del Instituto FONACOT, vigentes.
7. Manuales de Políticas y Procedimientos de las Direcciones de Área del Instituto FONACOT, vigentes.
8. Manual Financiero del Instituto FONACOT, vigente.
9. Manual de Administración Integral de Riesgos del Instituto FONACOT, vigente.
10. Manual de Calidad del Instituto FONACOT, vigente.
11. Marco de Gestión de Seguridad de la Información del Instituto FONACOT, vigente.
12. Manual de Crédito del Instituto FONACOT, vigente.
13. Procedimientos Específicos de Originación del Crédito del Instituto FONACOT, vigentes.
14. Procedimientos Específicos de Administración del Crédito del Instituto FONACOT, vigentes.
15. Procedimientos Específicos Promoción de Crédito del Instituto FONACOT, vigentes.
16. Programa de Trabajo Institucional 2022-2024 del Instituto FONACOT.
17. Políticas, Bases y Lineamientos en Materia de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios, vigentes.
18. Reglamento Interior de trabajo del Instituto FONACOT, vigente.
19. Guía Técnica para la Elaboración y Actualización de los Manuales de Organización Específicos y de Políticas y Procedimientos, vigente.
20. Plan de Continuidad de Negocios del Instituto FONACOT, vigente.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

## VI. ATRIBUCIONES

### ESTATUTO ORGÁNICO DEL INSTITUTO FONACOT

**“ARTÍCULO 58.-** Las Coordinaciones Generales, Subdirecciones Generales, la Unidad para la Administración Integral de Riesgos, el/la Abogado/a General, la Dirección de Comunicación Institucional y las Direcciones de Área, para el desempeño de sus atribuciones y facultades, contarán con las áreas y el personal que al efecto establezca el Manual de Organización General y los Manuales de Organización Específicos que regulen la estructura aprobada, respectivamente”.

**“ARTÍCULO 60.-** La persona Titular de la **COORDINACIÓN GENERAL COMERCIAL** tendrá las siguientes atribuciones y facultades:

- I. Dirigir el desarrollo del programa anual de trabajo del área, que incluye las metas de colocación, las estrategias de afiliación de centros de trabajo, el diseño de nuevos productos, herramientas digitales, campañas de mercadotecnia, canales y atención a la población trabajadora formal, así como informar periódicamente los resultados al respecto;
- II. Establecer la definición y el desarrollo de los planes y programas para las áreas Comercial y de Productos Digitales, supervisando que las estrategias, líneas de acción, políticas y procedimientos cumplan con los objetivos institucionales;
- III. Definir los objetivos de las campañas promocionales para la afiliación de centros de trabajo y otorgamiento de créditos a trabajadores/as;
- IV. Generar las sinergias necesarias, en coordinación con el personal responsable de las demás áreas, para el cumplimiento de los objetivos y, en su caso, modificar periódicamente las líneas de acción y los indicadores de gestión comercial;
- V. Proponer, para aprobación del Consejo, a través de la Dirección General, las políticas para la creación, reubicación, reasignación o cierre de Direcciones Comerciales Regionales, Estatales, de Plaza y Representaciones, atendiendo para ello a las necesidades y fines del Instituto;
- VI. Proponer, para aprobación del Consejo, a través de la Dirección General la creación y/o modificación de nuevos productos para la inclusión en nuevos mercados;
- VII. Supervisar la implementación y ejecución de los eventos o programas masivos de promoción de crédito y/o afiliación de centros de trabajo;
- VIII. Promover la firma de convenios de afiliación, colaboración y difusión, con instituciones públicas y privadas; y en su caso, suscribirlos con la finalidad de impulsar la afiliación de centros de trabajo y el otorgamiento de crédito a los /las trabajadores/as formales, y
- IX. Las demás que le señalen otras disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, así como aquellas que por instrucción expresa le encomiende la persona Titular de la Dirección General o el Consejo, en el ámbito de sus facultades”.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

**“ARTÍCULO 64.-** La persona Titular de la **SUBDIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL**, tendrá las siguientes atribuciones y facultades:

- I. Proporcionar los insumos a la Dirección de Planeación Financiera para la elaboración de la meta anual de colocación de créditos de las Direcciones Estatales, de Plaza y Representaciones, alineadas con los objetivos institucionales validándola internamente con las áreas encargadas de la planeación financiera, presupuestos, crédito, entre otras, para posteriormente proponerla a la Coordinación General Comercial una vez obtenido el visto bueno correspondiente;
- II. Proponer a la Coordinación General Comercial la meta anual de afiliación de centros de trabajo, así como su difusión a nivel nacional;
- III. Definir los criterios y niveles de atención para mejorar la calidad del servicio que ofrecen las Direcciones Comerciales Regionales, Estatales, de Plaza y Representaciones;
- IV. Coordinar la implementación de estrategias y acciones que permitan a las Direcciones Estatales, de Plaza y Representaciones cumplir con las metas establecidas en la colocación de créditos y afiliación de centros de trabajo;
- V. Coordinar la gestión de los recursos humanos, tecnológicos, muebles e inmuebles, así como el presupuesto necesario para la adecuada operación de las Direcciones Estatales, de Plaza y Representaciones;
- VI. Proponer a la Coordinación General Comercial la participación del Instituto en foros, eventos y exposiciones para promocionar el crédito y la afiliación de los centros de trabajo;
- VII. Proponer a la Coordinación General Comercial, atendiendo a las necesidades del Instituto, la apertura, reubicación, reasignación remodelación, cambio de imagen y cierre, así como cualquier medida de contingencia en las Direcciones Estatales, de Plaza y Representaciones;
- VIII. Proponer a la Coordinación General Comercial el plan de coordinación con las áreas competentes que permita eficientar los procesos operativos en las Direcciones Comerciales Regionales, Estatales, de Plaza y Representaciones;
- IX. Coordinar las acciones con la Subdirección General de Crédito y Recuperación, y demás Unidades Administrativas competentes del Instituto, motivadas, de manera enunciativa y no limitativa, por contingencias, eventualidades operativas, caso fortuito o de fuerza mayor, que se presenten en la originación del crédito en la Direcciones Estatales, de Plaza y Representaciones;
- X. Coordinar con las Direcciones Estatales o de Plaza la suscripción de convenios de afiliación de centros de trabajo de los Apartados A y B del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- XI. Coordinar las acciones con la Subdirección General de Productos Digitales en relación con las estrategias comerciales, canales digitales y productos;
- XII. Proponer a la Coordinación General Comercial el programa anual de visitas de supervisión en la operación comercial a las Direcciones Comerciales Regionales, Estatales, de Plaza y Representaciones, así como informar su seguimiento;
- XIII. Coordinar la atención oportuna de los requerimientos de información formulados por los órganos fiscalizadores en las Direcciones Comerciales Regionales, Estatales de Plaza y Representaciones;

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

- XIV. Diseñar y proponer el programa de Educación Financiera, así como la estrategia de difusión en medios digitales coordinando su debida ejecución;
- XV. Coordinar las campañas de mercadotecnia, así como el diseño y elaboración de los materiales de promoción y eventos para la difusión del crédito y la afiliación de centros de trabajo, la colaboración y/o difusión con instituciones públicas y privadas, para 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, y
- XVI. Las demás que le señalen otras disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, así como aquellas que por instrucción expresa le encomiende la persona Titular de la Dirección General o la persona Titular de la Coordinación General Comercial o el Consejo en el ámbito de sus facultades.”

 <p><b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social</p>	<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT</p>	<p>Clave: MO11.02</p> <hr/> <p>Vigencia: Abril, 2025</p>	
---	--	--	---

## VII. MISIÓN Y VISIÓN DEL INSTITUTO FONACOT

### MISIÓN

Apoyar a los trabajadores de centros de trabajo afiliados, al garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro, para su bienestar social y el de su familia, soportado en la sustentabilidad financiera del Instituto FONACOT.

### VISIÓN

Ser la entidad financiera líder de los trabajadores mexicanos, con una estructura sólida, eficiente y competitiva, que presta servicios de excelencia para el otorgamiento de créditos.

## VIII. ESTRUCTURA ORGÁNICA

1.2.0.0.0.0. COORDINACIÓN GENERAL COMERCIAL.

1.2.1.0.0.0. SUBDIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL.

1.2.1.2.0.0 DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA.

1.2.1.2.1.0 SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN.

1.2.1.2.2.0 JEFATURA DE DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE MERCADOTECNIA.

## IX. ORGANIGRAMA



 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

## X. OBJETIVO Y FUNCIONES

### 1.2.1.2.0.0 DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA

#### OBJETIVO GENERAL

Generar estrategias, planear y supervisar proyectos que permitan la difusión de la marca y que contribuyan 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.

#### FUNCIONES

1. Planear estrategias de mercadotecnia para contribuir a la colocación de créditos, afiliación de CT's y posicionamiento del Instituto FONACOT a nivel nacional.
2. Diseñar, coordinar y supervisar 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 FONACOT, y sus productos para contribuir a la meta de colocación de créditos y la afiliación de CT's.
3. Desarrollar y coordinar la colaboración y/o difusión con instituciones públicas y privadas, para incentivar el cumplimiento de la obligatoriedad de la afiliación de los CT's, y dar a conocer el derecho y los beneficios relativos al crédito a las personas trabajadoras.
4. Establecer las estrategias y coordinar la firma de convenios de difusión con diferentes Cámaras Empresariales y Asociaciones Industriales y/o algún otro tipo de competencia de la Dirección, con el fin de aumentar los canales de promoción del crédito y de la afiliación al Instituto FONACOT.
5. Definir los lineamientos de comunicación incluyendo artes y mensajes clave que se utilizarán en los materiales informativos impresos y 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.
6. Diseñar y coordinar la estrategia de eventos de promoción a fin de generar conocimiento de marca, reforzar el posicionamiento y difundir los productos del Instituto FONACOT, incentivar la afiliación de CT's, a través de un contacto personal con grupos de interés.
7. Diseñar coordinar y supervisar la imagen de stands en exposiciones o eventos externos.
8. Planear, coordinar y supervisar el proceso de producción y entrega de materiales informativos impresos y artículos promocionales en las DEPyR.
9. Planear y coordinar la logística de las reuniones nacionales de estrategia comercial, con el objetivo de asegurar el cumplimiento de las metas de colocación de crédito y afiliación de CT's.
10. Diseñar y proponer la estrategia de promoción de educación financiera, en medios digitales coordinando su debida ejecución.
11. Proveer el diseño que requiera la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales para actualizar la imagen en las DEPyR a fin de mantener una identidad visual consistente que refuerce el posicionamiento del Instituto FONACOT.

 <p><b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social</p>	<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT</p>	<p>Clave: MO11.02</p> <hr/> <p>Vigencia: Abril, 2025</p>	
---	--	--	---

12. Dar seguimiento y atención a las observaciones que emite el OIC y las distintas instancias fiscalizadoras, internas y externas con el objeto de que se cumpla la normatividad vigente y atender a sus solicitudes en tiempo y forma, así como promover la cultura de la transparencia y rendición de cuentas en el Instituto FONACOT.
  
13. Dirigir el desarrollo del personal de la Unidad Administrativa, de conformidad con las estrategias y políticas del Instituto FONACOT, para garantizar la consecución 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.
  
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.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

### 1.2.1.2.1.0 SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN

#### OBJETIVO GENERAL

Implementar, coordinar y dar seguimiento a la producción y distribución de los materiales informativos de promoción, así como desarrollar alianzas y estrategias para la asistencia y/o participación de eventos, con el fin de reconocimiento del Instituto 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.

#### FUNCIONES

1. Coordinar y dar seguimiento a las estrategias de promoción comercial con el fin de dar a conocer al Instituto FONACOT, y su crédito y, por ende, contribuir a la colocación de créditos y afiliación de CT's.
2. Coordinar la participación en eventos presenciales o digitales dirigidos a personas trabajadoras y centros de trabajo que promuevan la marca y los productos del Instituto FONACOT contribuyendo a la colocación de créditos y afiliación de CT's.
3. Supervisar con transparencia la producción de los materiales informativos impresos y artículos promocionales asegurando la calidad y recepción en tiempo y forma.
4. Coordinar la entrega y control de inventarios de los materiales informativos impresos y artículos promocionales enviados a las DEPyR.
5. Supervisar la correcta colocación de materiales informativos impresos en las sucursales a nivel nacional, asegurando que éste sea vigente.
6. Desarrollar la estrategia y logística de seminarios y talleres en línea con el objetivo de promover los beneficios y características del crédito FONACOT, así como facilitar a los CT's los trámites ante el Instituto FONACOT, tales como la afiliación a través del microsítio y el uso del portal multibancos.
7. Elaborar y supervisar la logística de las reuniones nacionales, con el objetivo de definir las estrategias comerciales y asegurar el cumplimiento de las metas de colocación de crédito y afiliación de CT's por parte de las DEPyR.
8. Coordinar la estrategia de promoción de educación financiera en medios digitales y su debida ejecución.
9. 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 rendición de cuentas, la legalidad y a la lealtad institucional.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

### 1.2.1.2.2.0 JEFATURA DE DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE MERCADOTECNIA

#### OBJETIVO GENERAL

Consolidar las estrategias de mercadotecnia, a través de fusionar lazos de cooperación entre Cámaras Empresariales y Asociaciones Industriales, con el fin de promover la afiliación de CT's, llevando a cabo las actividades de difusión de los distintos materiales de promoción y digitales, que realiza la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia, supervisar que las actividades de la Dirección se lleven a cabo de conformidad con la normatividad aplicable al Instituto FONACOT, para dar seguimiento a las auditorías de instancias fiscalizadoras y a los procedimientos de contratación.

#### FUNCIONES

1. Establecer las estrategias y coordinar la firma de convenios de difusión con diferentes Cámaras Empresariales y Asociaciones Industriales y/o algún otro tipo de competencia de la Dirección, con el fin de aumentar los canales de promoción del crédito y de la afiliación al Instituto FONACOT.
2. Coordinar con las Cámaras Empresariales y/o Asociaciones Industriales, la difusión de las campañas de promoción del crédito y de afiliación de CT's.
3. Supervisar y coordinar junto con el área normativa, los Convenios de Difusión que se firman a nivel nacional, con el fin de aumentar los canales de promoción del crédito y de la afiliación al Instituto FONACOT.
4. Asegurar conforme a las estrategias de la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia se cumplan con los ordenamientos legales vigentes, para garantizar que se realicen dentro del marco normativo interno y externo que regula al Instituto FONACOT.
5. Supervisar los diseños de los materiales informativos y digitales de promoción creados por la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia, para asegurar que cumplan en el marco normativo vigente.
6. Evaluar y supervisar que los procesos de adquisición, arrendamientos y servicios, de la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia se realicen conforme al marco normativo interno que regula al Instituto FONACOT y externo vigente.
7. Proporcionar y solventar las solicitudes de información de la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia, solicitada por parte de autoridades externas como la CNBV, el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, OIC, así como por parte de las Unidades Administrativas que integran al Instituto FONACOT privilegiando la transparencia y rendición de cuentas.
8. Atender y solventar las auditorías internas de calidad coordinadas por la Dirección de Planeación y Calidad; así como las auditorías de inicio, seguimiento y diagnósticos de mejora coordinadas por el OIC, efectuadas a la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia.
9. Solventar las solicitudes de información de la Dirección de Estrategia Comercial y Mercadotecnia por parte de las Unidades Administrativas que integran al Instituto FONACOT.
10. 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.

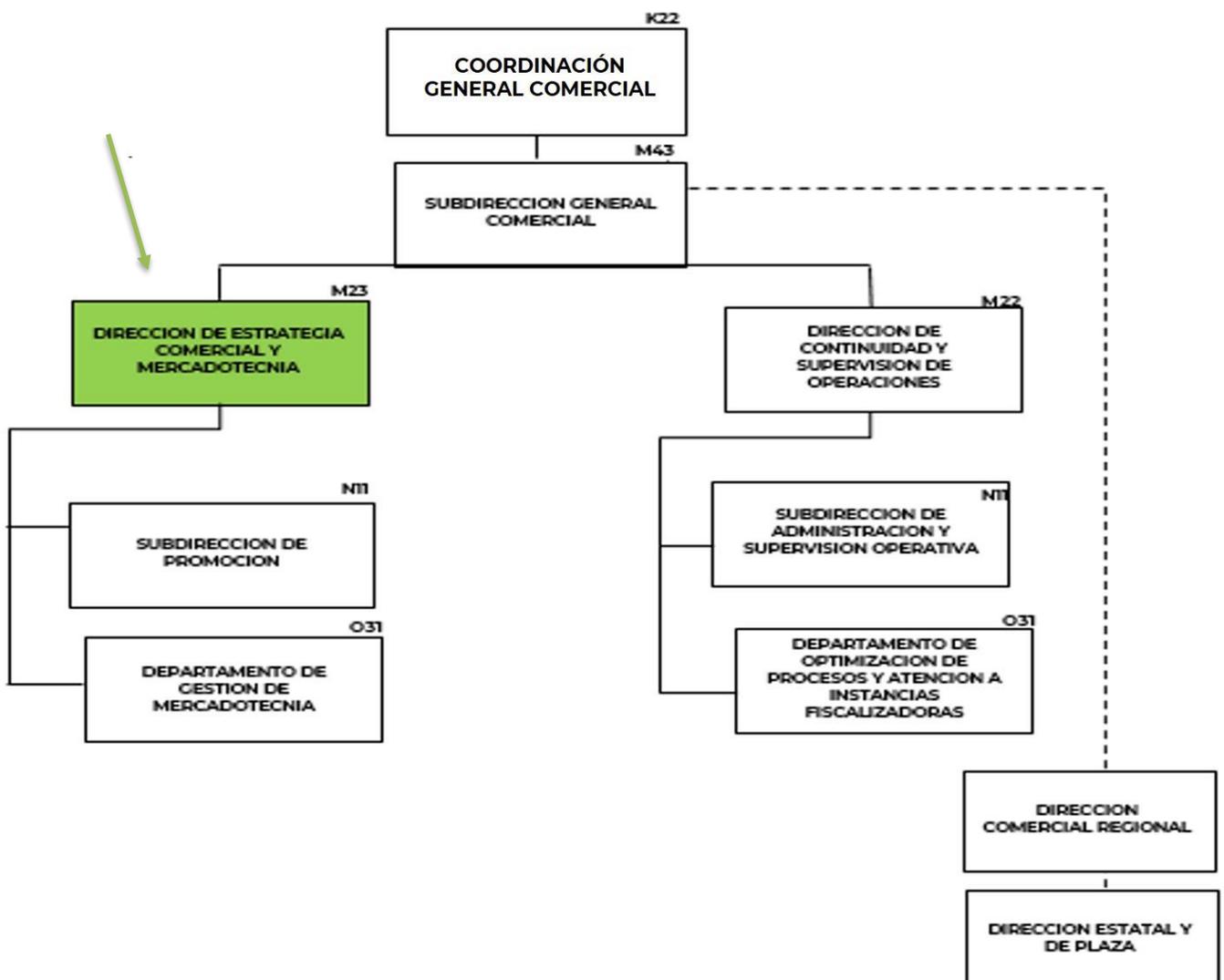
## XI. IDENTIFICACIÓN

Puesto inmediato superior al que reporta: Subdirección General Comercial.

Puestos subordinados: Subdirección de Promoción.

Jefatura de Departamento de Gestión de Mercadotecnia.

### UBICACIÓN DENTRO DE LA ESTRUCTURA



## XII. RELACIONES DE COMUNICACIÓN Y COORDINACIÓN

### Relaciones Internas:

<p><b>Con:</b> Subdirección General Comercial:</p> <p>DEPyR:</p> <p>OIC y Dirección de Auditoría Interna:</p> <p>Dirección de Contraloría Interna:</p> <p>Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales:</p> <p>Dirección de Comunicación Institucional:</p> <p>Todas las Unidades Administrativas:</p>	<p><b>Para:</b> Obtener directrices generales sobre la información institucional que vaya a manejarse en medios de promoción.</p> <p>Solicitar y proporcionar información y soporte.</p> <p>Implementar y supervisar promociones de venta que estimulen la demanda de productos.</p> <p>Dar atención y seguimiento a las observaciones de auditoría o requerimientos informativos.</p> <p>Dar atención y seguimiento a las recomendaciones emitidas derivado a Supervisiones y/o Monitoreo de Controles.</p> <p>Gestionar la contratación de proveedores para las actividades de promoción comercial.</p> <p>Acordar lineamientos para la difusión de programas y productos del Instituto FONACOT.</p> <p>Atención a las solicitudes relacionadas con promocionales.</p>
--	--

### Relaciones Externas:

<p><b>Con:</b> Proveedores de Servicios:</p> <p>Presidencia de la República:</p>	<p><b>Para:</b> Supervisión de contratación, control de pagos</p> <p>Homologar los criterios de la imagen institucional en conjunto con los de la Administración Pública.</p>
--	---

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

### XIII. GLOSARIO DE TÉRMINOS

#### A. DEFINICIONES

Para efectos del presente Manual, se entenderá por:

<b>Actividad:</b>	Conjunto de operaciones afines y coordinadas que se necesitan realizar para ejecutar los actos administrativos.
<b>Campaña de Promoción:</b>	Conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo, campaña publicitaria es la totalidad de los mensajes que resultan de una estrategia creativa; dicho de otra manera, es la suma de todos los esfuerzos publicitarios que una empresa hace en una situación determinada de la vida de un producto.
<b>Centro(s) de Trabajo:</b>	Las Personas Físicas y Morales que estén afiliadas ante el Instituto FONACOT, y que tengan a su servicio trabajadores, con el propósito de que éstos puedan ser sujetos del crédito que otorga el Instituto FONACOT.
<b>Comisión Nacional Bancaria y de Valores:</b>	Órgano desconcentrado de la SHCP, con facultades en materia de autorización, regulación, supervisión y sanción sobre los diversos sectores y entidades que integran el sistema financiero en México, así como sobre aquellas personas físicas y morales que realicen actividades previstas en las leyes relativas al sistema financiero. La Comisión se rige por la Ley de la CNBV y sus disposiciones se encuentran publicadas en el portal <a href="http://www.cnbv.gob.mx">www.cnbv.gob.mx</a> .
<b>Consejo Directivo:</b>	Órgano de gobierno del Instituto FONACOT conformado de manera tripartita, encargado de la aprobación de normas, políticas y lineamientos para su implementación inmediata, tendientes a garantizar el objeto del Instituto FONACOT, a través de la toma de decisiones estratégicas para su ejecución y evaluación.
<b>Diario Oficial de la Federación:</b>	El Diario Oficial de la Federación es el órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, que tiene la función de publicar en el territorio nacional: leyes, reglamentos, acuerdos, circulares, órdenes y demás actos expedidos por los poderes de la Federación, a fin de que éstos sean observados y aplicados debidamente en sus respectivos ámbitos de competencia.
<b>Eficacia:</b>	Uso adecuado de los medios disponibles para alcanzar un objetivo.
<b>Estructura Orgánica:</b>	Es el agrupamiento de las Unidades Administrativas que integran a una organización, y en la que se reflejan los niveles jerárquicos funcionales de conformidad con las atribuciones conferidas a cada uno de los puestos, facilitando la identificación de tramos de responsabilidad y jerarquía de los puestos que la integran.
<b>El Manual de Organización:</b>	Documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, la información y/o las instrucciones sobre su marco jurídico- administrativo, atribuciones, historia, organización, objetivo y funciones de la dependencia o entidad, constituyéndose además en un instrumento de apoyo administrativo, que describe las relaciones orgánicas que se dan entre las unidades administrativas, siendo ello, un elemento de apoyo a su funcionamiento.
<b>Facultad:</b>	Capacidad autorizada para tomar decisiones relacionadas con las funciones del puesto. En el ámbito administrativo, se entiende como la autoridad con que cuenta una persona a partir de un nombramiento, designación o comisión para realizar bajo su responsabilidad, determinados actos.
<b>Función:</b>	Conjunto de actividades afines y coordinadas de una Unidad Administrativa, necesarias para alcanzar los objetivos de un organismo, de cuyo ejercicio por lo general, es responsable un órgano o Unidad Administrativa.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

<b>Fuentes de Información:</b>	Formatos, documentos y/o instrumentos utilizados por el equipo consultor en el desarrollo de los servicios materia del presente proyecto.
<b>Herramientas:</b>	De conformidad con la metodología del PMI se integra por los formatos, documentos y/o instrumentos generados por el equipo responsable de los servicios para la integración de cada uno de los entregables.
<b>Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores:</b>	Organismo público descentralizado de interés social, con personalidad jurídica y patrimonio propio, así como con autosuficiencia presupuestal y sectorizado en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
<b>Organigrama:</b>	Representación gráfica-visual de la estructura orgánica de un área, en la que se muestra la composición de las unidades-puesto o Unidades Administrativas que la integran, sus relaciones jerárquicas, sus relaciones de coordinación y comunicación, líneas de autoridad, supervisión y staff.
<b>Órgano Interno de Control Específico:</b>	El órgano interno de control con facultades expresamente atribuidas en un ordenamiento para actuar en una dependencia o en un órgano administrativo desconcentrado de las dependencias o en una entidad determinada.
<b>Proyecto:</b>	Conjunto de actividades que conforman una unidad de propósitos para el logro de un objetivo que no pueden plantearse de forma aislada
<b>Promoción:</b>	Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas" y en su definición más corta, la define como la "acción y efecto de promover.
<b>Puesto:</b>	A la unidad impersonal de trabajo que describe tareas, implica deberes específicos, delimita jerarquías y autoridad.
<b>Responsabilidad:</b>	Asignación de una tarea a una persona o Unidad Administrativa que debe realizar.
<b>Riesgo:</b>	La palabra riesgo proviene del latín "risicare" que significa "atreverse". En finanzas, el concepto de riesgo está relacionado con la posibilidad de que ocurra un evento que se traduzca en pérdidas para los participantes en los mercados financieros, como pueden ser inversionistas, deudores o entidades financieras. El riesgo es producto de la incertidumbre que existe sobre el valor de los activos financieros, ante movimientos adversos de los factores que determinan su precio; a mayor incertidumbre mayor riesgo.
<b>Unidad(es) Administrativa(s):</b>	Área que integra la estructura orgánica del Instituto FONACOT (Dirección General, Coordinaciones Generales, Subdirecciones Generales, Unidad para la Administración Integral de Riesgos, Abogado General, Dirección de Comunicación Institucional, Direcciones Comerciales Regionales, Direcciones Estatales o de Plaza, Dirección de Auditoría Interna, Direcciones de Área, Subdirecciones y Jefaturas de Departamento, contenidas en los Manuales de Organización General y Específicos del Instituto FONACOT).

## B. ACRÓNIMOS

Para efectos del presente Manual, se entenderá por:

<b>CNBV:</b>	Comisión Nacional Bancaria y de Valores.
<b>Consejo Directivo:</b>	Consejo Directivo del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.
<b>CT'S</b>	Centros de Trabajo
<b>Disposiciones:</b>	Disposiciones de Carácter General Aplicables a los Organismos de Fomento y Entidades de Fomento.

 <b>Trabajo</b> Secretaría del Trabajo y Previsión Social	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA DEL INSTITUTO FONACOT	Clave: MO11.02	
		Vigencia: Abril, 2025	

<b>DEPyR:</b>	Direcciones Estatales de Plaza y Representaciones del Instituto FONACOT.
<b>D.O.F.:</b>	Diario Oficial de la Federación.
<b>Estatuto Orgánico:</b>	Estatuto Orgánico del Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.
<b>Instituto FONACOT:</b>	Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.
<b>OIC:</b>	Órgano Interno de Control en el Instituto FONACOT.
<b>STPS:</b>	Secretaría del Trabajo y Previsión Social

#### XIV. DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**Primero.-** Corresponde a cada una de las Unidades Administrativas del Instituto FONACOT mantener permanentemente actualizado su Manual de Organización Específico, particularmente en los casos 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.
- Reducción, creación o adición de unidades-puesto dentro de la organización.

**Segundo.** - Queda sin efecto el Manual de Organización Específico de la Dirección de Mercadotecnia, versión MO11.01 con vigencia del 25 de octubre de 2018.

**Tercero.** - El presente Manual entra en vigor a partir de su publicación en la Normateca Interna del Instituto FONACOT.

**TERMINA MANUAL.**