



07 FEB. 2025

RECIBIDO
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL

Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación

Oficio No. UNMC/DGNC/0176/2025
Ciudad de México, a 7 de febrero de 2025

Asunto: Autorización de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2025 del FONACOT.

DIEGO CAMACHO AQUIAHUATL
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

EMILIO VÁZQUEZ PÉREZ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES

Me refiero al oficio No. **100/DGCS/31-01-2025/060** de fecha 31 de enero de 2025, recibido el 5 de febrero del mismo año, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, mediante el cual envía la solicitud de solventación a la observación realizada a la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del **Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT)**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2025.

Asimismo, recibimos el oficio No. **SGA/0105/2025** del 24 de enero de 2025, emitido por la Subdirección General de Administración del FONACOT, en donde se precisa el techo presupuestal asignado a la partida **36201**, y que dicha cantidad es la misma que aparece como monto asignado en el Programa Anual.

Sobre el particular y con fundamento en lo dispuesto por los artículo 27, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 20 de la Ley General de Comunicación Social; 39 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 10 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2025; así como por el artículo 6 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social, de Promoción y Publicidad a cargo de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, para el ejercicio fiscal 2025, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 2024, (en lo sucesivo el Acuerdo), **esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2025 del FONACOT.**





**Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación
Dirección General de Normatividad de Comunicación**

Oficio No. UNMC/DGNC/0176/2025
Ciudad de México, a 7 de febrero de 2025

La aplicación de los estudios de pertinencia y efectividad de las campañas deberá realizarse en los términos del artículo 2 fr. V y Capítulo VII del Acuerdo y demás disposiciones en la materia, así como atender a los Criterios Metodológicos de Evaluación de Campañas.

Se precisa lo referido en los oficios No. **UNMC/DGNC/0003/2025** y **UNMC/DGNC/0006/2025** de fecha 6 y 7 de enero de 2025 respectivamente, mediante los cuales se comunicó que deberán abstenerse de difundir propaganda gubernamental en las demarcaciones territoriales durante las fechas que ahí se especifican, a través de cualquier medio, motivo de los procesos electorales 2025.

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

ATENTAMENTE

J. RAFAEL MÁRQUEZ MEZA
DIRECTOR GENERAL

C.c.p. Mtra. Nadia Paulina Silva Rodríguez, Coordinadora General de Comunicación Social y Vocera del Gobierno de la República. - Presente.
Lic. Manuel Durán Aguirre, Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación, SEGOB. - Presente.

JZM/PSA/EPGR

Archivo de DGNC, SEGOB





ESTRATEGIA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025



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:

27 de enero de 2025

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, apoyando 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.

Objetivo Institucional:

El Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT) tiene como finalidad otorgar financiamientos y garantizar el acceso a créditos rápidos, económicos y seguros para la adquisición de bienes y pago de servicios. Asimismo, el Instituto tiene que acuar bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias. Además, 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:

Que el público objetivo reconozca las bondades de obtener un Crédito FONACOT. Dar a conocer que el Instituto apoya a los trabajadores formales del país, otorgándoles acceso a crédito de nómina en mejores condiciones comparativamente con las empresas financieras privadas. Hacer patente las facilidades y las mejores condiciones del mercado para obtener un crédito Fonacot. Que el cliente potencial, al momento de evaluar el crédito de nómina, compare y elija el crédito FONACOT. Que las y los trabajadores mexicanos, conozcan que el Gobierno de México y el Instituto FONACOT, hoy más que nunca, están siempre a su lado.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
Como organismo del Gobierno de México que acerca a las y los trabajadores formales la solución de sus problemas, mediante un crédito fácil de obtener, seguro y con las tasas más bajas del mercado.	Colocar al Instituto Fonacot como la institución financiera que más beneficia a las y los trabajadores mexicanos y como parte de las instituciones pilares de la política del gobierno.	El Instituto FONACOT como la institución de servicios financieros en favor de las y los trabajadores de México

MEDIOS ELECTRÓNICOS	88,645.30	ESTUDIOS	600.00
MEDIOS IMPRESOS	49,149.87	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	2,200.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	37,740.08	TOTAL	178,335.25

Lic. Diego Camacho Aquihualti

Ernilio Márquez Pérez

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

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia o Entidad:

Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores

Fecha de elaboración:

27 de enero de 2025

miles de pesos /
I.V.A. incluido

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

178,335.25
ACUMULADO EN CAMPAÑAS: 178,335.25

CAMPAÑA 1		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Datos generales		Tiempo comerciales		
Nombre de la campaña:	CREDITO FONACOT 2025	TV	X	
Version(es):	Con Fonacot, es seguro, Fonacot, el mejor aliado de tu economía, Crédito Fonacot, el impulso de tu bienestar	Radio	X	
Tema específico y/o ventaja competitiva:	El Instituto FONACOT como la institución de servicios financieros en favor de las y los trabajadores de México			
Meta a alcanzar:	20% de Recordación			
Objetivo de comunicación:	Posicionar la marca FONACOT entre las y los trabajadores formales del país, frente a las diversas opciones de financiamiento existentes en el mercado crediticio en el descuento vía nómina.			
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+, D, E			

Etapas	Fechas
1	03 de marzo de 2025 al 31 de marzo de 2025
2	01 de julio de 2025 al 31 de julio de 2025
3	01 de octubre de 2025 al 31 de octubre de 2025

Población objetivo:

1 03 de marzo de 2025 al 31 de marzo de 2025

2 01 de julio de 2025 al 31 de julio de 2025

3 01 de octubre de 2025 al 31 de octubre de 2025

Vigencia de la campaña:

Televisoras	25,452.61
Radiodifusoras	43,883.81
Cine	0.00
Diarios Editados en CDMX	19,308.88
Diarios Editados en los Estados	28,085.64
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	1,755.35
Medios Complementarios	37,740.08
Medios Digitales	19,308.88
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	600.00
Diseño	0.00
Producción	2,200.00
Preproducción	0.00
Post-producción	0.00
Copiado	0.00
Presupuesto asignado a la campaña:	178,335.25
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	100.00%

Lic. Diego Carmacho Aquihuatli

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

Emilio Vazquez Pérez

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad