



**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	CFM3355122
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
CARACTERÍSTICA OCUPACIONAL	Y NO APLICA LA LEY SPC
B. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES
RAMA DE CARGO	COORDINACIÓN Y ENLACE INTRA E INTERINSTITUCIONAL
TIPO DE FUNCIONES	
A. NOMBRAMIENTO	CONFIANZA
B. FUNCIONES	ADMINISTRATIVAS
PUESTO DEL SUPERIOR JERÁRQUICO	DIRECCIÓN GENERAL
UNIDAD ADMINISTRATIVA	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
II. OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:	
DESARROLLAR LA PROYECCIÓN, DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL MEDIANTE EL ESTABLECIMIENTO DE RELACIONES Y VÍNCULOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CIUDADANÍA, VERIFICANDO QUE LA INFORMACIÓN SEA CONFIABLE Y OPORTUNA A FIN DE DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS CREDITICIOS QUE OFRECE EL INSTITUTO CONTRIBUYENDO A GENERAR CONFIANZA PÚBLICA RESPECTO DEL QUEHACER INSTITUCIONAL, CON BASE EN LOS PRINCIPIOS ÉTICOS DE LEGALIDAD, IMPARCIALIDAD, EFICIENCIA, HONRADEZ, LEALTAD Y VALORES DE IGUALDAD, NO DISCRIMINACIÓN, LIDERAZGO, COOPERACIÓN, RESPETO A DERECHOS HUMANOS, TRANSPARENCIA, RENDICIÓN DE CUENTAS Y EQUITAD DE GÉNERO.	
III. FUNCIONES	
1	RECOMENDAR AL DIRECTOR GENERAL EL DESARROLLO Y APLICACIÓN DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS INSTITUCIONALES DE COMUNICACIÓN Y GESTIÓN PARA SU APROBACIÓN ANTE LAS INSTALACIONES COMPETENTES.
2	COORDINAR QUE LA IMAGEN INSTITUCIONAL SEA USADA DE MANERA ADECUADA, PARA LOS FINES QUE FUE CREADA.
3	PROGRAMAR LA DIFUSIÓN DEL QUEHACER Y SERVICIOS QUE EL INSTITUTO PROPORCIONA POR MEDIO DE LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS ANUALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA CONOCER LAS ACTIVIDADES A REALIZAR POR CADA PERIODO DE EVALUACIÓN.
4	FACILITAR APOYO TÉCNICO A LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DEL INSTITUTO FONACOT QUE LO SOLICITEN, EN MATERIA DE COMUNICACIÓN, ASÍ COMO NORMAR LAS ACCIONES QUE LAS MISMAS REALICEN EN ESTA ACTIVIDAD CON EL FIN DE QUE ALCANCEN SUS OBJETIVOS.
5	SUPERVISAR QUE LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN, COMUNICACIÓN Y PRENSA RELACIONADAS CON LAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO FONACOT, SE ORIENTEN ESTABLECIENDO LINEAMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES IMPRESOS, SONOROS, ELECTRÓNICOS, MULTIMEDIA, COMPLEMENTARIOS Y AUDIOVISUALES, ASÍ COMO COORDINAR LAS ACTIVIDADES PARA CORRECTA LA EDICIÓN, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS MISMOS.
6	COORDINAR LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS Y EXTERNAS DEL INSTITUTO FONACOT PARA QUE EL NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN SE VINCULE CON LA IDEA DE QUE ES UNA ENTIDAD DE FOMENTO DEL GOBIERNO FEDERAL, A TRAVÉS DE LA PRESENCIA DEL INSTITUTO Y SUS FUNCIONARIOS EN EVENTOS RELACIONADOS CON EL SECTOR QUE ATIENDE, CONFERENCIAS DE PRENSA Y ENTREVISTAS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
7	DISEÑAR LOS PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y/O ACTUALIZACIÓN QUE, EN MATERIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, ELECTRÓNICA, REDES SOCIALES, LENGUAJE CIUDADANO Y TRANSPARENCIA REQUIERA EL INSTITUTO FONACOT PARA QUE SU PERSONAL CUENTE CON LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA LLEVAR A CABO SU TRABAJO DE MANERA EFICIENTE.
8	COORDINAR LAS ACCIONES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, CON EL FIN DE HACER TRANSPARENTES TODAS Y CADA UNA DE SUS ACTIVIDADES Y DEL USO DE RECURSOS QUE UTILIZA LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO ATENDER Y RESOLVER TODAS LAS AUDITORÍAS, REVISIONES DE CONTROL Y/O VISITAS DE INSPECCIÓN QUE REALICEN AL INSTITUTO FONACOT CORRESPONDIENTES A LAS ATRIBUCIONES DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, LOS ÓRGANOS REGULADORES Y FISCALIZADORAS.
9	COORDINAR LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO FONACOT PARA DAR A CONOCER LOS BENEFICIOS DE LOS CRÉDITOS QUE OFRECE EL INSTITUTO.
10	COMUNICAR LA NORMATIVIDAD ESPECÍFICA EN MATERIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, A FIN DE QUE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS SE REALICEN EN EL MARCO VIGENTE.
11	CONSOLIDAR LA FORMALIZACIÓN DE CONVENIOS DE CONTRATACIÓN Y CONCERTACIÓN CON DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA, PARA LA DIFUSIÓN, INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE ACCIONES EN MATERIA DE PROMOCIÓN DEL CRÉDITO.



**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**

12	SUPERVISAR LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE CARÁCTER PÚBLICO DEL DIRECTOR GENERAL Y OTROS FUNCIONARIOS, ASÍ COMO DE LA INFORMACIÓN QUE SE GENERE EN EL INSTITUTO, A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN DE BOLETINES DE PRENSA, CONFERENCIAS, ENTREVISTAS O CUALQUIER OTRO MEDIO, PARA DAR MAYOR DIFUSIÓN AL QUEHACER DEL FONACOT Y SUS FUNCIONARIOS.
13	COORDINAR LA CAPTACIÓN, PROCESAMIENTO Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN PROCEDENTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REFERENTE A LOS ACONTECIMIENTOS DE INTERÉS PARA LAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO FONACOT, A FIN DE QUE LA DIRECCIÓN GENERAL CUENTE CON HERRAMIENTAS PARA LA TOMA DE DECISIONES.
14	COMUNICAR LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN EN LAS DIFERENTES ÁREAS DEL INSTITUTO PARA APLICAR LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.
15	COORDINAR EL PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN, A FIN DE QUE LA IMAGEN INSTITUCIONAL SEA UTILIZADA DE MANERA ADECUADA DENTRO DEL INSTITUTO.
16	ESTABLECER LOS LINEAMIENTOS PARA LA REVISIÓN DEL DISEÑO, REDACCIÓN, ACTUALIZACIÓN Y PUBLICACIÓN DE LOS CONTENIDOS ELECTRÓNICOS QUE COMPRENDEN LA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN WEB DEL INSTITUTO FONACOT, A FIN DE QUE QUIENES LA VISITEN OBTENGAN DE UNA FORMA CLARA Y CONCISA LA INFORMACIÓN MÁS RELEVANTE SOBRE LA INSTITUCIÓN.
17	COORDINAR LA ELABORACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL DIRECTORIO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (ELECTRÓNICA, DIGITAL, IMPRESA Y COMPLEMENTARIA) TANTO NACIONAL COMO ESTATAL PARA EL ENVÍO DE INFORMACIÓN SOBRE LOS LOGROS Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES.
18	LAS DEMÁS QUE LE SEÑALEN OTRAS DISPOSICIONES LEGALES, REGLAMENTARIAS O ADMINISTRATIVAS Y SUS SUPERIORES JERÁRQUICOS, DENTRO DE LA ESFERA DE SUS FACULTADES.

IV. RELACIONES INTERNAS Y/O EXTERNAS.

TIPO DE RELACIÓN:

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

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

Elija en dónde tiene impacto la información que maneja el puesto

Característica de la información:

V. ASPECTOS RELEVANTES DEL PUESTO

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

Explicar brevemente la elección de los aspectos.

RETOS Y COMPLEJIDAD EN EL DESEMPEÑO: REALIZAR RELACIONES PÚBLICAS CON LOS MEDIOS. LOGRAR NEGOCIACIONES FAVORABLES CON LOS MEDIOS PARA PROMOCIONAR LA IMAGEN DEL INSTITUTO LOGRAR EL POSICIONAMIENTO DEL INSTITUTO CON LOS GOBERNADORES DE LOS ESTADOS. LOGRAR EL POSICIONAMIENTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LOS ESTADOS. HOMOLOGAR LOS MENSAJES EMITIDOS POR LA DIRECCIÓN GENERAL. IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN EN LOS DIFERENTES FOROS. ACTUAR CONFORME A LOS VALORES Y PRINCIPIOS DEL CÓDIGO DE ÉTICA Y A LAS SIGUIENTES REGLAS DE INTEGRIDAD PARA EL EJERCICIO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA, EN EL ÁMBITO DE SU COMPETENCIA.
EL PUESTO CUENTA CON DOS SUBDIRECCIONES A SU CARGO.

Debe declarar situación patrimonial.

C. PERFIL DEL PUESTO

I. ESCOLARIDAD Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO

NIVEL ACADÉMICO

GRADO DE AVANCE:



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

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:

CONDICIONES ESPECÍFICAS DE TRABAJO: AMBIENTALES, TEMPERATURA, RUIDO, ESPACIO

<p>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.</p>	NO APLICA
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

IV. COMPETENCIAS O CAPACIDADES

	Nivel de dominio	COMPETENCIAS
1		
2		
3		
4		
5		

CAPACIDADES PROFESIONALES
(Habilidades, Conocimientos, Aptitudes y/o Actitudes)

<p>Selecciona las capacidades que corresponderán a:</p>		
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.



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

NOMBRE Y FIRMA	
<input type="text"/> OCUPANTE DEL PUESTO (TOMA DE CONOCIMIENTO)	<input type="text"/> JEFE INMEDIATO
<input type="text"/> ESPECIALISTA	<input type="text"/> TUAF o EQUIVALENTE
FECHA DE APROBACIÓN	<input type="text"/> día/mes/año.