



**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	
<b>CÓDIGO DEL PUESTO</b>	CFO3155245
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	JEFATURA DE DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE MERCADOTECNIA
<b>CARACTERÍSTICA OCUPACIONAL</b>	Y NO APLICA LA LEY SPC
B. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</b>	INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES
<b>RAMA DE CARGO</b>	PROMOCIÓN Y DESARROLLO
<b>TIPO DE FUNCIONES</b>	
<b>A. NOMBRAMIENTO</b>	CONFIANZA
<b>B. FUNCIONES</b>	SUSTANTIVAS
<b>PUESTO DEL SUPERIOR JERÁRQUICO</b>	DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA
<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>	DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA
II. OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:	
<p>SUPERVISAR QUE LAS ACTIVIDADES DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA SE LLEVEN A CABO, ASÍ COMO EL FORTALECIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA A TRAVÉS DE LA COOPERACIÓN ENTRE CÁMARAS EMPRESARIALES Y ASOCIACIONES INDUSTRIALES, CON EL FIN DE PROMOVER LA AFILIACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO AL LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN DE LOS DISTINTOS MATERIALES DE PROMOCIÓN DE CONFORMIDAD CON LA NORMATIVIDAD APLICABLE AL INSTITUTO, CON BASE EN LOS PRINCIPIOS ÉTICOS DE LEGALIDAD, IMPARCIALIDAD, EFICIENCIA, LEALTAD Y VALORES DE IGUALDAD, NO DISCRIMINACIÓN, LIDERAZGO, COOPERACIÓN, INTERÉS PÚBLICO, RESPETO A DERECHOS HUMANOS, TRANSPARENCIA, Y EQUITAD DE GÉNERO.</p>	
III. FUNCIONES	
1	ESTABLECER LAS ESTRATEGIAS PARA 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, CON EL FIN DE INCENTIVAR EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGATORIEDAD DE LA AFILIACIÓN DE LOS CENTROS DE TRABAJO Y DE DAR A CONOCER EL DERECHO Y LOS BENEFICIOS DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS RELATIVOS AL CRÉDITO FONACOT.
3	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 QUE SE CUMPLAN CON LOS ORDENAMIENTOS LEGALES VIGENTES CONFORME A LAS ESTRATEGIAS DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA, 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 CUMPLA EL MARCO NORMATIVO VIGENTE.
6	SUPERVISAR LOS PROCESOS DE ADQUISICIÓN, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA, CON EL FIN DE QUE SE LLEVEN A CABO CONFORME AL MARCO NORMATIVO INTERNO QUE REGULA AL INSTITUTO FONACOT Y EXTERNO VIGENTE.
7	REVISAR LA CORRECTA DOCUMENTACIÓN DE CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ENTRE LOS PROVEEDORES QUE PROPORCIONAN BIENES O SERVICIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DEL ÁREA DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA.
8	PROPORCIONAR LA INFORMACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA, SOLICITADA POR PARTE DE AUTORIDADES EXTERNAS COMO LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES, EL INSTITUTO FEDERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, ÓRGANO INTERNO DE CONTROL, ENTRE OTROS, ASÍ COMO LAS SOLICITUDES DE INFORMACIÓN POR PARTE DE DIVERSAS ÁREAS QUE INTEGRAN EL INSTITUTO PRIVILEGIANDO LA TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS, PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
9	FACILITAR A LAS AUDITORÍAS INTERNAS DE CALIDAD, COORDINADAS POR LA DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN, ASÍ COMO LAS AUDITORÍAS DE INICIO, SEGUIMIENTO Y DIAGNÓSTICOS DE MEJORA COORDINADOS POR EL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL EFECTUADAS A LA DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA COMERCIAL Y MERCADOTECNIA, PARA EL CUMPLIMIENTO A LAS ÁREA FISCALIZADORAS.
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.
IV. RELACIONES INTERNAS Y/O EXTERNAS.	
<b>TIPO DE RELACIÓN:</b>	AMBAS
<p><i>Explicar brevemente con que áreas o puestos tiene relación y ¿para qué?.</i></p>	







**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**

ESPECIFICACIONES ERGONÓMICAS: ACCIÓN, ATRIBUTO O ELEMENTO DE LA TAREA, EQUIPO O AMBIENTE DE TRABAJO, O UNA COMBINACIÓN DE LOS ANTERIORES, QUE DETERMINA UN AUMENTO EN LA PROBABILIDAD DE DESARROLLAR ALGUNA ENFERMEDAD O LESIÓN.	NO APLICA
--	-----------

**IV. COMPETENCIAS O CAPACIDADES**

	Nivel de dominio	COMPETENCIAS
1		
2		
3		
4		
5		

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

Selecciona las capacidades que corresponderán a:		
DESARROLLO ADMINISTRATIVO Y CALIDAD	Nivel de dominio	Nombre de la Capacidad Profesional
<input type="checkbox"/>	<i>Intermedio</i>	VISIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO
<input type="checkbox"/>	<i>Básico</i>	TÉCNICAS TRANSVERSALES
<input type="checkbox"/>	<i>Básico</i>	GERENCIALES
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		
<b>OBSERVACIONES:</b>	<b>SI EXISTE ALGÚN OTRO ASPECTO QUE CONSIDERE IMPORTANTE DEL PUESTO Y QUE NO ESTÉ CONSIDERADO EN EL FORMATO, ANOTARLO EN EL SIGUIENTE RECUADRO.</b>	

PARA INGRESO AL INSTITUTO SE EVALUARÁN LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS: ORIENTACIÓN AL CLIENTE, INTERÉS POR EL ORDEN Y CLARIDAD, ADAPTACIÓN AL CAMBIO, TRABAJO EN EQUIPO, PENSAMIENTO ANALÍTICO, ORIENTACIÓN A RESULTADOS, VISIÓN ESTRATÉGICA, LIDERAZGO, TOMA DE DECISIONES, NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DE COLABORADORES. CONOCIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL Y DE LAS REGLAS DE INTEGRIDAD PARA EL EJERCICIO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA Y CÓDIGO DE CONDUCTA DEL INSTITUTO FONACOT.

**NOMBRE Y FIRMA**

<b>OCUPANTE DEL PUESTO (TOMA DE CONOCIMIENTO)</b>	<b>JEFE INMEDIATO</b>
<b>ESPECIALISTA</b>	<b>TUAF o EQUIVALENTE</b>
<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
	<small>día/mes/año.</small>

**FUNCIÓN  
PÚBLICA**

SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



**DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DE LA APF  
UNIDAD DE POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL  
DIRECCIÓN GENERAL DE ORGANIZACIÓN Y REMUNERACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**