

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

DIRECCIÓN COMERCIAL

ÁREA DE MERCADOTECNIA

**Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual
de Promoción y Publicidad del FONART**

VZG-PR-DC-003

SEPTIEMBRE 2015

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 2 de 49

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCIÓN COMERCIAL ÁREA DE MERCADOTECNIA

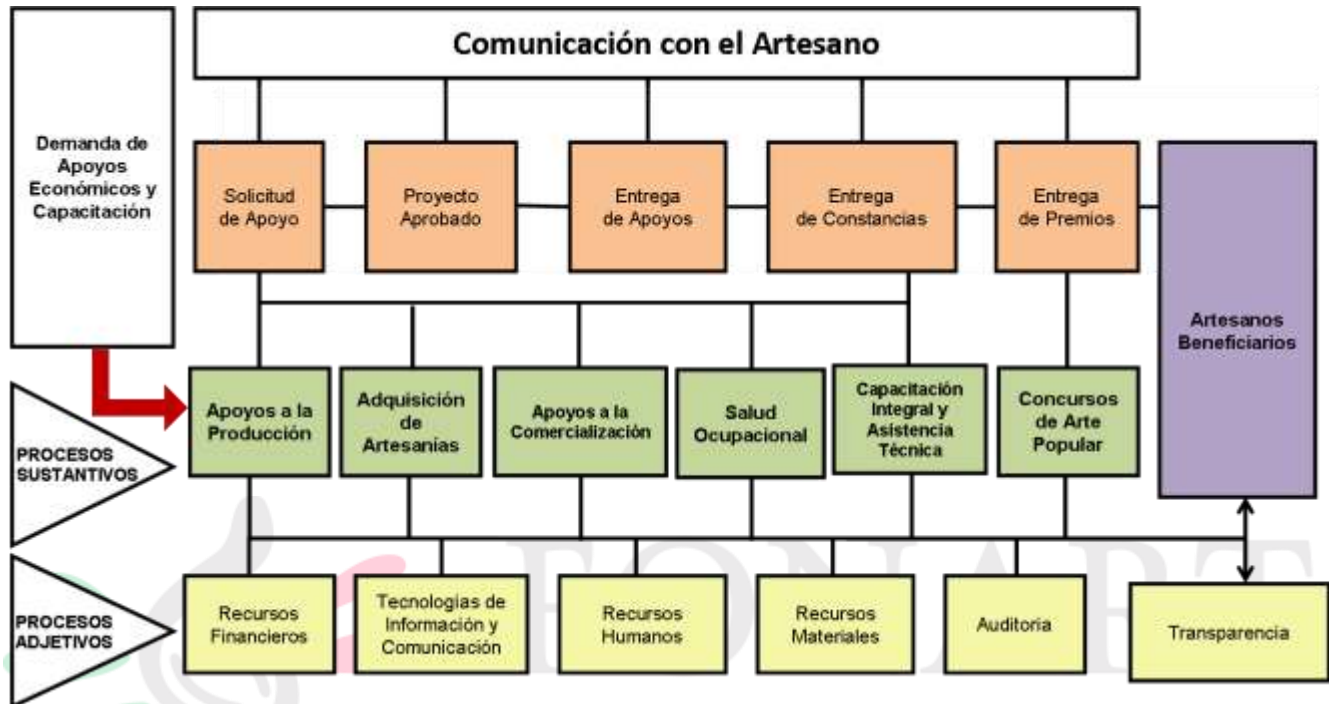
**ELABORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGÍA Y PROGRAMA
ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL FONART**

VZG-PR-DC-003

SEPTIEMBRE 2015

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 3 de 49

MAPA DE PROCESOS DE ALTO NIVEL



RELACIÓN DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

Proceso:

Comercialización de Artesanías.

Procedimiento:

Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 4 de 49

NOMBRE

Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART.

OBJETIVO

Elaborar las Estrategias y el Programa Anual de Promoción y Publicidad, encontrando los mecanismos necesarios, para incentivar la comercialización de productos artesanales a nivel nacional e internacional.

ALCANCE

Personas que afecta:

Personal adscrito a la Dirección Comercial, y Área de Mercadotecnia, así como al personal de las Tiendas FONART, de Exportaciones y Franquicias, y del Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales.

Áreas que afecta:

Dirección General, Dirección Comercial, Subdirección de Adquisición y Distribución de Artesanías, Centro de Venta Local, Tiendas FONART, Exportaciones y Franquicias, Dirección de Administración y Finanzas, Área de Presupuestos y Finanzas, y Departamento de Recursos Materiales.

Actividades que afecta:

Elaborar las Estrategias; Planeación del presupuesto; Contratación de servicios de Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios; Elaboración de materiales gráficos y contenidos para la promoción; Exhibición y comercialización en las tiendas FONART.

Exclusión:

La exhibición de artesanías en los diversos eventos en el FONART; el mejoramiento y el mantenimiento de la imagen en las Tiendas FONART.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 5 de 49

REFERENCIAS

- Manual de Organización General del 2011 FONART, vigente.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 4.
- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Objetivo 6 y Estrategia 6.2.
- Programa Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018. Estrategia 6.2.
- 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. Artículo 4.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. Artículo 26, 40, 41 y 42.
- Estrategia Nacional Digital del Gobierno de la República 2013-2018.
- CLASIFICADOR por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal. (DOF. 27/12/2011).
- Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas emitido por la SEGOB.

RESPONSABILIDADES

De la Dirección General

- Aprobar la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART y enviarla a la Oficina de Comunicación de la SEDESOL, para su validación;
- Aprobar el material gráfico y los medios propuestos por la Dirección Comercial para dar difusión a la Campaña conforme al Programa Anual de Promoción y Publicidad; y
- Turnar a la Dirección Comercial el documento remitido por la Oficina de Comunicación de la SEDESOL con la aprobación del Programa Anual de Promoción y Publicidad o, en su caso, con la solicitud de modificaciones a dicho Programa.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 6 de 49

De la Dirección Comercial

- Revisar el documento denominado la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART, la cual será presentado a la Directora General para su aprobación;
- Solicitar y supervisar al Área de Mercadotecnia la realización de un anteproyecto de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad incluyendo el material gráfico y la selección de medios que darán difusión a las Campañas;
- Revisar y validar el PAAAS (Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios);
- Recibir y turnar al Área de Mercadotecnia los oficios emitidos por Oficina de la Secretaría y Comunicación Social de la SEDESOL;
- Emitir oficios dirigidos a la Dirección de Administración y Finanzas solicitando la contratación de los medios aprobados por la SEDESOL y la SEGOB, así como la suficiencia presupuestal; y
- Emitir la solicitud de servicio a cada medio de comunicación que posteriormente será contratado por la Dirección de Administración y Finanzas.

Del Área de Mercadotecnia de la Dirección Comercial

- Elaborar el documento denominado la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART, antes del término del año fiscal vigente;
- Realizar el anteproyecto de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, incluyendo el material gráfico y la selección de medios que darán difusión a las Campañas, de conformidad al Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social;
- Planear y elaborar el PAAAS (Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios), considerando la Partida 36201 “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios”;
- Recibir los oficios emitidos por Oficina de la Secretaría y Comunicación Social de la SEDESOL y archivarlos;

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 7 de 49

- Elaborar los oficios dirigidos a la Dirección de Administración y Finanzas solicitando la contratación de los medios aprobados por la SEDESOL y la SEGOB, adjuntando los siguientes documentos: a) Requisición, b) Cuadro de precios, c) Justificación, d) Copia del oficio de Autorización de la campaña donde se asigna clave de campaña, e) Órdenes de inserción especificando tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, destinatarios, cobertura, pautas de difusión en medios electrónicos y circulación certificada en medios impresos, así como la elaboración del oficio para que la Dirección de Administración y Finanzas haga lo propio y programe el recurso para pago a los medios por contratar conforme a la solicitud realizada por la Dirección Comercial. El Área de Mercadotecnia se encargará de dar trámite a estos documentos;
- Elaborar la solicitud de servicio a cada medio de comunicación que posteriormente será contratado por la Dirección de Administración y Finanzas;
- Realizar la investigación en fuentes confiables sobre la situación del FONART y el entorno externo, con respecto a las necesidades de los compradores y consumidores de artesanías o, en su caso, elaborar o solicitar la contratación del estudio de mercado, conforme al presupuesto solicitado y asignado para el año fiscal vigente;
- Elaborar solicitud y tramitar el pago a los medios de comunicación contratados;
- Solicitar a la Jefa del Departamento del Centro de Venta Local, gire instrucciones a los responsables de Tiendas FONART, para que apoyen a las acciones que se implementaran en la promoción, colocación de material gráfico e informativo, así como exhibición de productos en zonas asignadas en cada tienda; y
- Solicitar a la Jefa del Departamento del Centro de Venta Local, gire instrucciones a los responsables de Tiendas FONART y del Departamento de Exportaciones y Franquicias, para que brinden el apoyo necesario en la elaboración de encuestas para valorar el impacto obtenido por las acciones implementadas.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 8 de 49

De la Subdirección de Adquisición y Distribución de Artesanías

- Proporcionar la información sobre las nuevas adquisiciones de artesanías programadas, para que el Área de Mercadotecnia pueda contar con datos útiles para difundir o promocionar, así como la diferenciación del segmento al cual dirigirse.

Del Departamento de Centro de Venta Local

- Proporcionar los reportes de la información sobre el comportamiento de ventas mensual y anual de la artesanía ordinaria o por temporada;
- Recibir la solicitud de apoyo de parte del Área de Mercadotecnia y girar instrucciones a los responsables de Tiendas FONART, para que apoyen las acciones que se implementarán en la promoción, colocación de material gráfico e informativo, exhibición y colocación de productos en zonas asignadas en cada tienda; y
- Recibir la solicitud de apoyo de parte del Área de Mercadotecnia y girar instrucciones a quien corresponda, para que brinden el apoyo necesario en la elaboración de encuestas para valorar el impacto obtenido por las acciones implementadas.

Del Departamento de Exportaciones y Franquicias

- Proporcionar los reportes de la información sobre el comportamiento de ventas mensual y anual de la artesanía ordinaria o por temporada; y
- Recibir la solicitud de apoyo de parte del Área de Mercadotecnia y girar instrucciones a quien corresponda, para que brinden el apoyo necesario en la elaboración de encuestas para valorar el impacto obtenido por las acciones implementadas.

De la Dirección de Administración y Finanzas

- Recibir del Director Comercial el PAAAS (Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios), para su aprobación y trámites ante la SHCP;

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 9 de 49

- Recibir oficio y turnar al Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales y al Área de Presupuestos y Finanzas para que realicen la contratación de los medios y la suficiencia presupuestal, respectivamente; y
- Informar al Director Comercial la asignación de recursos para la partida 36201.

Del Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales

- Recibir instrucción del Director de Administración y Finanzas para que atienda la solicitud de contratación de los medios;
- Coordinarse con el Área de Mercadotecnia, con el fin de completar la documentación requerida de los medios por contratar;
- Revisar en coordinación con el Área de Mercadotecnia que la documentación entregada cumpla con la normatividad vigente, para proceder a la realización de la contratación; en su caso, asesorarla para que lo hagan en apego a lo establecido; y
- Generar la carpeta de contratación por cada medio, con el fin de llevar un control de este servicio requerido.

Del Área de Presupuestos y Finanzas

- Recibir instrucción del Director de Administración y Finanzas para que emita su dictamen con lo relacionado a la partida presupuestal asignada para el año fiscal siguiente;
- Preparar los pagos a los medios de comunicación y que hayan cumplido con las especificaciones establecidos en los contratos; y
- Registrar cada mes en el Sistema de Comunicación Social, la información debidamente validada por el Órgano Fiscalizador correspondiente, desglosando la partida presupuestal de las erogaciones.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 10 de 49

DEFINICIONES

Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la APF

Lineamientos que tienen por objeto establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y campañas de comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal que corresponda.

Estrategia



Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. Es una parte del marketing que contribuye en planear, determinar y coordinar las actividades operativas. En este caso, se trata de una Estrategia Anual de Promoción y Publicidad que sirve como un instrumento de planeación que expresa los principales temas de promoción de los productos o servicios de las entidades, tendientes a incrementar sus ventas.

PAAAS

Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.

Programa Anual de Promoción y Publicidad

Conjunto de campañas derivadas de la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad, encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional, con recursos asignados en la partida de gasto 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal;

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 11 de 49

Segmento

Es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor. Cuentan con ciertas características que los asemejan (nivel socioeconómico, ubicación, cultura, preferencias de compra, estilo de vida, personalidad, capacidad de compra) y permiten a las empresas o marcas diseñar e implementar acciones para ese grupo, para obtener resultados satisfactorios, y enfocar acertadamente su comunicación. La segmentación funciona como una herramienta estratégica de la mercadotecnia para dirigir con mayor precisión los esfuerzos, sumado a que se pueden optimizar los recursos y lograr mejores resultados, además de facilitar a la empresa, marca o institución, el conocimiento de dicho segmento.



Tablero de Control

Herramienta para controlar las acciones establecidas en la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, de tal manera que muestre un panorama de todo lo que se realizará a lo largo del año. Asimismo, nos sirve para medir los resultados obtenidos conforme a la meta y objetivos planteados.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 12 de 49

INSUMOS

- Planeación y solicitud de Presupuesto mediante el PAAAS (Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios) para el Ejercicio Fiscal próximo a la Dirección de Administración y Finanzas; y
- Acuerdo por el que se establece los Lineamientos de las campañas de Comunicación Social del ejercicio fiscal correspondiente.

RESULTADOS

- Ejecución y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad.

INTERACCIÓN CON OTROS PROCEDIMIENTOS:

No Aplica

POLÍTICAS:

- La Dirección Comercial deberá considerar dentro de su presupuesto anual los gastos inherentes para llevar a cabo la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad;
- A partir del segundo trimestre la Dirección de Administración y Finanzas solicitará a la Dirección Comercial la elaboración del proyecto del PAAAS;
- A partir del tercer trimestre, la Dirección Comercial recibirá el oficio mediante el cual se instruye la elaboración de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad que serán aprobadas para el próximo año;
- Se elaborará la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad a más tardar en el mes de diciembre de cada año, y presentado las primeras dos semanas del mes de enero del siguiente año para que proceda su aprobación y envío a la SEDESOL y a su vez a la SEGOB;
- Solo se llevará a cabo la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad con la previa autorización de la Dirección General y de la Dirección de Comunicación Social de la SEDESOL;

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 13 de 49

- El Área de Mercadotecnia deberá elaborar una carpeta que contenga el proceso realizado, de principio a fin, para la obtención de la aprobación de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, así como de los avances y resultados finales, quedando a su resguardo durante dos años, posteriormente será remitida al Área del Archivo de Concentración;
- El Área de Mercadotecnia se guiará por el 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 próximo, para llevar a cabo la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, cuidando cumplir con lo ahí señalado;
- La selección de medios deberá realizarse, considerando que los Medios Impresos se encuentren en el Padrón Nacional de Medios Impresos, en el caso de los Medios Digitales, cumplan los criterios formulados por la Coordinación de Estrategia Digital Nacional de la Jefatura de la Oficina de la Presidencia de la República (CEDN) <http://www.mexicodigital.gob.mx>;
- La Dirección Comercial y el Área de Mercadotecnia vigilarán que la contratación que se realice esté justificada sujetándose a criterios de calidad que aseguren congruencia con el contenido del mensaje, la población objetivo y la oferta programática. Asimismo, deberán verificar que los recursos se administren con eficiencia, legalidad, eficacia, economía, transparencia, honestidad e imparcialidad;
- No se podrán realizar erogaciones por concepto de notas, entrevistas o imágenes con fines periodísticos. Las publicaciones que realicen con cargo a recursos públicos deberán estar directamente vinculadas con las funciones de las mismas y de sus Campañas de comunicación social o de promoción y publicidad;
- Dar seguimiento al proceso de aprobación de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, así como a la campaña derivada, conforme al Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social, y solicitar asesoría del Departamento de Difusión de la SEDESOL vía correo electrónico o presencial, para llevarlo a cabo;

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 14 de 49

- Solicitar al Departamento de Presupuestos y Finanzas registrar en el Sistema de Comunicación Social, dentro de los 10 días naturales siguientes a la terminación de cada mes, la información debidamente validada por el Órgano Fiscalizador correspondiente, desglosada por partida presupuestal de las erogaciones que se refieran a gasto en Servicios de Comunicación Social y Publicidad (36101 y 36201);
- Realizar el proceso de contratación del servicio de “Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios” con Partida de Gasto 36201, conforme a la solicitud por oficio de la Dirección Comercial, con apego a la normatividad vigente. Deberá elaborar 4 tantos originales, para que uno quede en su poder, otro en el Área de Mercadotecnia, uno más para Presupuestos y Finanzas al solicitar el pago de cada Medio, y finalmente uno para el medio contratado;
- Dar trámite a la solicitud de pago entregada por el Área de Mercadotecnia, con firma del área solicitante y previamente sellada con suficiencia presupuestal, misma que deberá estar acompañada de un tanto original del Contrato así como del testigo del medio contratado (revista, reporte, fotografías, y cd); y
- Registrar en el Sistema de Comunicación Social, dentro de los 10 días naturales siguientes a la terminación de cada mes, la información debidamente validada por el Órgano Fiscalizador correspondiente, desglosando la partida presupuestal de las erogaciones.

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL		VERSIÓN: PRIMERA
	Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
			HOMOCLAVE:
			PÁGINA: 15 de 49

DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

Unidad Administrativa:	Procedimiento		VZG-PR-DC-003	
	Elaboración y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART			
	Dirección Comercial	Área Responsable:	Dirección Comercial	
Descripción de Actividades				
Paso	Unidad Administrativa/Puesto	Actividad	Documento de Trabajo (Clave)	Duración
1	Dirección Comercial	Solicita al Área de Mercadotecnia realice la planeación del PAAAS y solicita a la Dirección de Administración y Finanzas el presupuesto que le será asignado para el año siguiente a través del propio PAAAS.	Correo Electrónico	1 día
2	Área de Mercadotecnia	Recibe instrucción, prepara solicitud, requisita formato PAAAS y se lo envía al Director Comercial para su aprobación. Realiza ajustes al PAAAS de conformidad a la respuesta de la Dirección de Administración y Finanzas.	Solicitud y formato PAAAS y PAAAS Fiscales	10 días
3	Dirección Comercial	Aprueba PAAAS y envía junto con el oficio de solicitud de presupuesto al Director de Administración y Finanzas.	Solicitud y formato PAAAS y PAAAS Fiscales	5 días
4	Dirección de Administración y Finanzas	Recibe solicitud y canaliza al Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales y al Área de Presupuestos y Finanzas, para que den respuesta a la petición según corresponda.	Solicitud y formato PAAAS y PAAAS Fiscales	1 día
5	Depto. de Recursos Materiales y Servicios Generales / Área de Presupuestos y Finanzas	Recibe petición y procede a dar respuesta de conformidad al apartado que le corresponda a cada Área. Si es satisfactoria pasar a la actividad 6 No es satisfactoria, regresa a la actividad 2 para realizar los ajustes.	Oficio	30 días
6	Dirección de Administración y Finanzas	Envía respuesta a la Dirección Comercial, para que continúe con el procedimiento	Oficio	1 día
7	Dirección Comercial	Recibe oficio de respuesta favorable y gira instrucción al Área de Mercadotecnia para que continúe con el procedimiento.	Oficio y/o Correo Electrónico	1 día
8	Área de Mercadotecnia	Recibe oficio de presupuesto y PAAAS asignado.	Oficio y/o Correo Electrónico	1 día
9	Área de Mercadotecnia	Elabora un estudio de mercado, respecto a las necesidades de los compradores y consumidores de artesanías, que sustente y apoye la Estrategia y Programa Anual de Promoción.	Estudio de Mercado	30 días
10	Dirección General	Recibe oficio y/o correo por parte de la SEDESOL para que inicien la elaboración del Proyecto de Propuesta de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad y se turna a la Dirección Comercial.	Oficio y/o Correo Electrónico	2 día

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 16 de 49

Unidad Administrativa:	Procedimiento		VZG-PR-DC-003
	Elaboración y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		
	Dirección Comercial	Área Responsable:	Dirección Comercial
Descripción de Actividades			

Paso	Unidad Administrativa/Puesto	Actividad	Documento de Trabajo (Clave)	Duración
11	Dirección Comercial	Instruye al Área de Mercadotecnia la elaboración del Proyecto de Propuesta de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad, conforme a los lineamientos establecidos por la SEDESOL.	Oficio y/o Correo Electrónico	1 día
12	Área de Mercadotecnia	Elabora la Propuesta de Estrategia y Programa Anual de Promoción.	Solicitud Inicial de la Estrategia y Programa Anual SEDESOL - SEGOB	30 días
13	Dirección Comercial / Área de Mercadotecnia	Revisa la Propuesta de Estrategia y Programa Anual de Promoción. ¿Sufre modificaciones?: Si: Se realizan modificaciones regresa al paso 12. No: Procede sigue a la actividad 14.	Solicitud Inicial de la Estrategia y Programa Anual SEDESOL - SEGOB	5 días
14	Dirección Comercial	Realiza la gestión de aprobación a través de la Dirección General, ante la SEDESOL y la SEGOB de la Estrategia y Programa Anual de Promoción. ¿Sufre modificaciones?: Si: Se realizan modificaciones regresa al paso 12. No: Procede a la actividad 15.	Oficio de Envío de Estrategia y Programa Anual Oficio Obtención de Clave Campaña Formato Único Campanas 2015	10 días
15	Área de Mercadotecnia	Realiza las gestiones para la contratación de medios, conforme al PAAAS y a la Estrategia y Programa Anual de Promoción aprobada.	Oficio de Solicitud de Suficiencia Presupuestal en Partida 36201 y Anexos. Solicitud de Autorización de Contratación Servicio Difusión Justificación de Contratación Medios Campaña de Promoción Y Publicidad Orden de Servicio a Medio Formato Requisición Solicitud de Pago	15 días

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 17 de 49

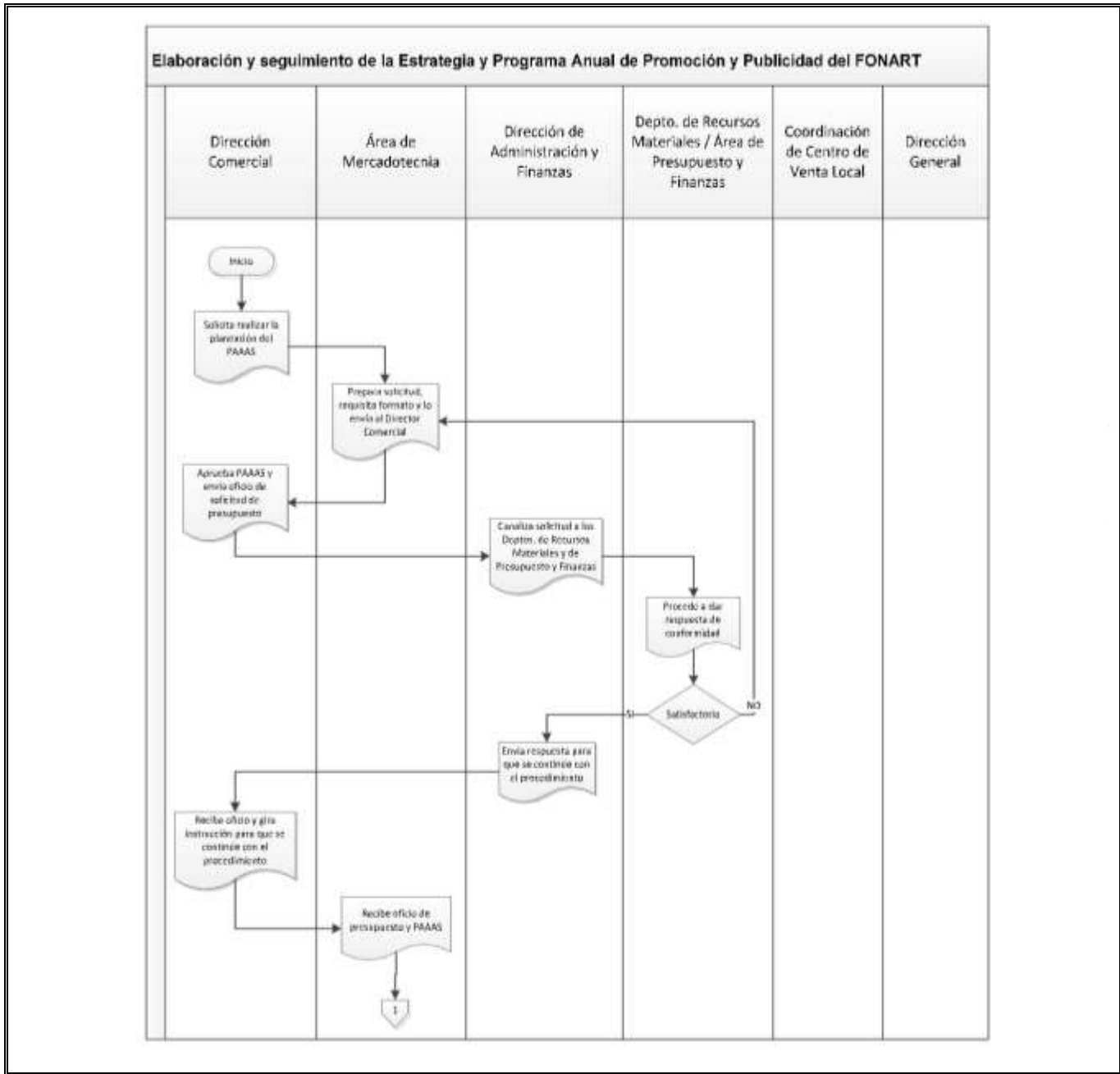
Unidad Administrativa:	Procedimiento		VZG-PR-DC-003
	Elaboración y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		
	Dirección Comercial	Área Responsable:	Dirección Comercial
Descripción de Actividades			

Paso	Unidad Administrativa/Puesto	Actividad	Documento de Trabajo (Clave)	Duración
16	Área de Mercadotecnia	Implementa y da seguimiento a las acciones y controla dichas Estrategias.	Formato Único Campanas 2015 con las Estrategias y Campañas Programadas	Tiempo definido en cada etapa de la Estrategia
17	Área de Mercadotecnia	Solicita al área de la Coordinación de Centro de Venta Local y Exportaciones y Franquicias apoyo para la implementación de la promoción, considerando las características establecidas para la misma.	Correo Electrónico	3 días
18	Coordinación de Centro de Venta Local / Exportaciones y Franquicias	Recibe solicitud e instruye a los responsables de Tiendas FONART e implementan la promoción, considerando las características establecidas para la misma.	Correo Electrónico	2 días
19	Dirección Comercial / Área de Mercadotecnia	Evalúa y analiza los resultados y los toma en cuenta para la elaboración de la Propuesta de Estrategia y Programa Anual de Promoción del próximo ejercicio fiscal. Archiva la propuesta de estrategia para su posterior consulta.	Documento de Trabajo Variable con la Evaluación de la Estrategia y Programa Anual de Promoción	10 días
FIN DE PROCEDIMIENTO				

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL		VERSIÓN: PRIMERA
	Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
			HOMOCLAVE:
			PÁGINA: 18 de 49

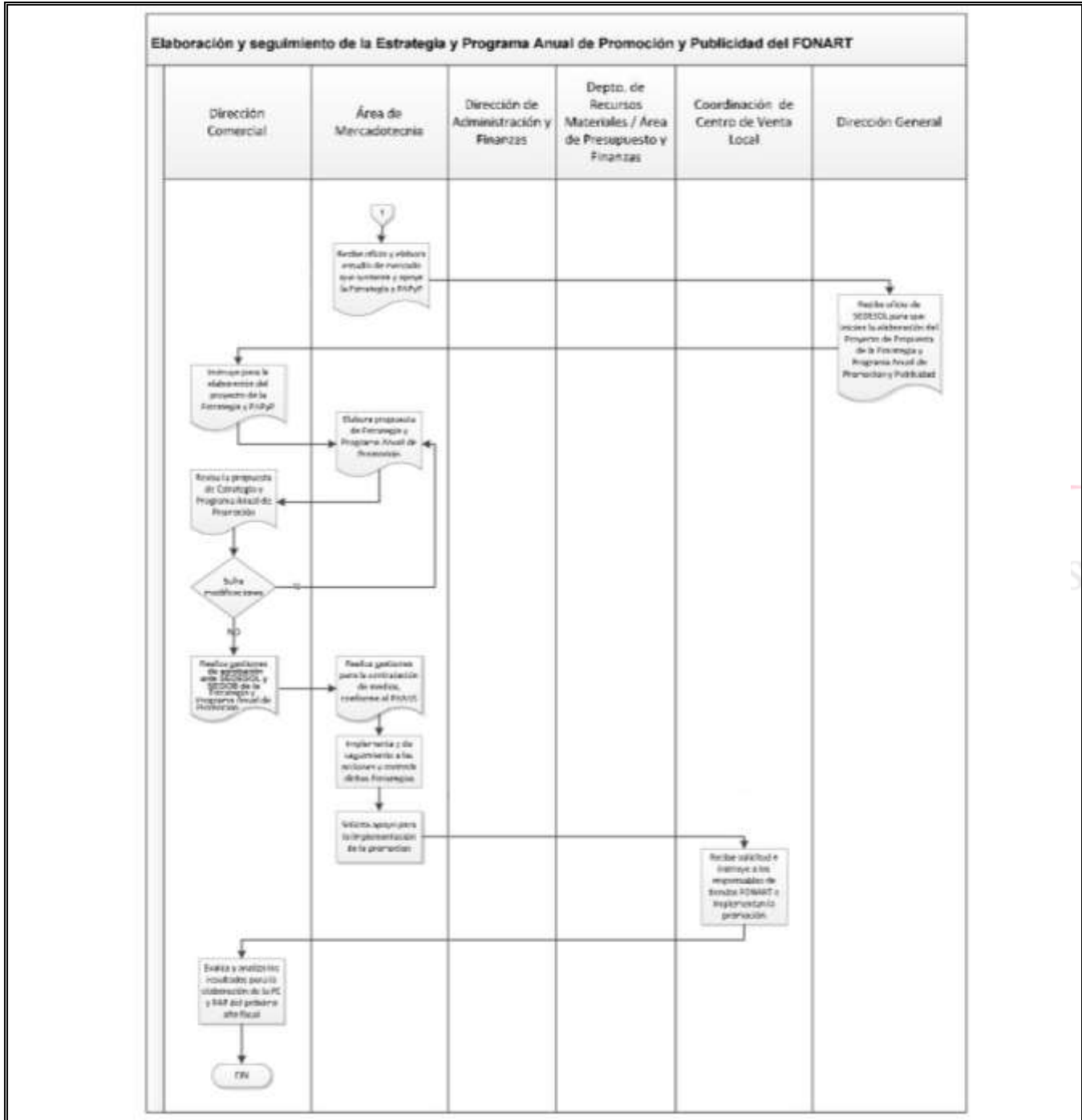
DIAGRAMA DE FLUJO

	Procedimiento		VZG-PR-DC-003
	Elaboración y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		
	Unidad Administrativa:	Dirección Comercial	Área Responsable:
Descripción de Actividades			



 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL		VERSIÓN: PRIMERA
	Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
			HOMOCLAVE:
			PÁGINA: 19 de 49

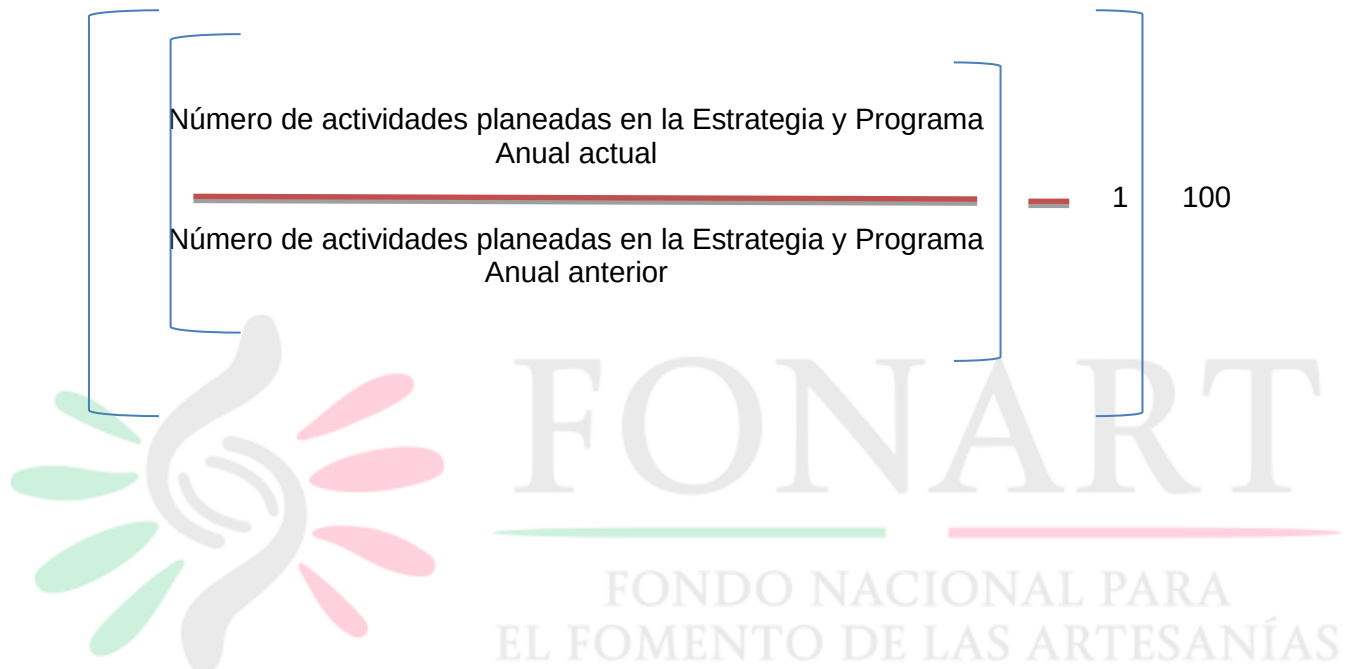
	Procedimiento		VZG-PR-DC-003
	Elaboración y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		
	Unidad Administrativa:	Dirección Comercial	Área Responsable:
Descripción de Actividades			



	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 20 de 49

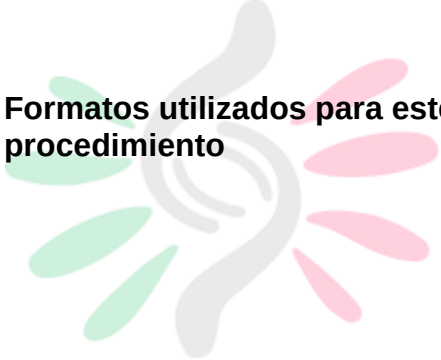
MEDICIÓN

(EFICACIA). VARIACIÓN DEL INCREMENTO DE ACTIVIDADES PLANEADAS EN LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL ACTUAL, EN COMPARACIÓN CON EL AÑO PASADO.



 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 21 de 49

FORMATOS E INSTRUCTIVOS

FORMATO	NOMBRE DEL FORMATO
 Formatos utilizados para este procedimiento	Solicitud de PAAAS.
	Formato PAAAS.
	Formato PAAAS Fiscales.
	Solicitud Inicial de la Estrategia y Programa Anual SEDESOL – SEGOB.
	Oficio de Envío de Estrategia y Programa Anual.
	Oficio Obtención de Clave Campaña.
	Formato Único Campanas 2015.
	Oficio de Solicitud de Suficiencia Presupuestal en Partida 36201 y Anexos.
	Solicitud de Autorización de Contratación Servicio Difusión.
	Justificación de Contratación Medios Campaña de Promoción Y Publicidad.
	Orden de Servicio a Medio.
	Formato Requisición.
	Solicitud de Pago.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 22 de 49

Solicitud del PAAAS



"2015. Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón".

México DF, a 11 de junio de 2015
Oficio Circular Núm.DAF/021/2015

C.C. Directores de área, Subdirectores y Jefes de Departamento.
P r e s e n t e.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos, 18, 20 y 21 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, 16 y 17 de su Reglamento y al Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 09 de agosto del 2010, el cual es de **observancia obligatoria**; en relación a que las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, integren su programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios. Asimismo, el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, publicado para su consulta en la Normateca del Fonart, establece que las áreas requirientes, contratantes y financieras, se coordinen para una mejor integración del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios 2016 (PAAAS), en el cual se reflejen las necesidades, las fechas de abastecimiento y los periodos en que habrán de efectuarse los pagos.

Por lo antes expuesto, se les solicita tengan a bien de enviar y/o entregar al Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales, el Programa Anual de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios (PAAAS), para la adquisición de insumos, arrendamientos y contratación de servicios, que tengan programado para llevar a cabo en el próximo ejercicio fiscal 2016, a más tardar el próximo viernes 14 de agosto de 2015.

Por otra parte, es pertinente señalar que el Programa Anual de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios, (PAAAS), únicamente deberá considerar las partidas presupuestales de los **capítulos 2000 y 3000**, del clasificador por objeto del Gasto, publicado en el Diario Oficial de la Federación el miércoles 24 de julio del 2013.

Asimismo, el artículo 114 fracción II, de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, establece que se sancionaran a los Servidores Públicos que no cumplan con las disposiciones generales en materia de programación, presupuestación, ejercicio, control y evaluación del gasto público federal. **Por lo que les reitero** mi petición a fin de dar cumplimiento al ordenamiento citado

1

Av. Paseo de la Reforma No. 333, piso 1, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, México D.F. C.P. 06500
Tel: 55 43 60 00 - 01 800 603 90 00
www.fonart.gob.mx

"2015, Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón"

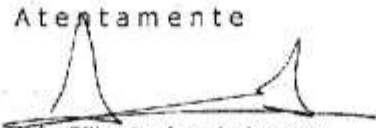
El que suscribe, conoce el esfuerzo que ello implica; sin embargo, la necesidad de planear y programar oportunamente el gasto Público de esta Entidad, obedece a una Eficiente operación de la Institución, en el caso específico de esta Dirección de Administración y Finanzas, como Unidad Administrativa encargada de su aplicación.

Por último, de requerir asesoría para la elaboración del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (PAAAS) y con la finalidad realizarlo adecuadamente en tiempo y forma, podrán solicitar asesoría al Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales.

Para la Elaboración e Integración del Programa Anual de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios (PAAAS), en adjunto y en electrónico, se envía el formato que la Secretaría de la Fundación Pública emitió para tal fin. **No omito mencionar que se tiene una fecha perentoria para su integración.**

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

Atentamente


Lic. Andrés Gilberto Araujo Lozano
Director de Administración y Finanzas

C.c.p. M. en A.P. Liliana Romero Medina.- Directora General del Fonart.- para su Superior Conocimiento
C.p. Félix Germán M. Hernández Bustos.- Titular del Órgano Interno de Control.- Presente
C. Adrian Mejía González.- Subdirector de Administración y Finanzas.- Presente
C. Roberto Carlos Rivera Araiza.- Jefe de Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales.- Presente

AGAL/fora/ccv*

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 24 de 49

Formato del PAAAS

 PROGRAMA ANUAL DE ADQUISICIONES ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS (PAAAS) FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS CONCENTRADO DE TODAS LAS ÁREAS 2015										
PROPUESTA DIRECCIÓN COMERCIAL										
PARTIDAS VARIAS										
CCAOP	Producto	Concepto	UNIDAD	DIRECCION COMERCIAL	COSTO UNITARIO	IMPORTE TOTAL	T1	T2	T3	T4
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CINTA PARA IMPRESORA EPSON 890	PIEZA		\$ 108.90	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CINTA PARA IMPRESORA EPSON 980	PIEZA		\$ 436.20	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CINTA PARA IMPRESORA EPSON ERC-388 DE TICKETS	PIEZA		\$ 24.11	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CINTA PARA MAQUINA DE ESCRIBIR OLMPIYA	PIEZA		\$ 57.96	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CINTA PARA SUMADORA BICOLOR	PIEZA		\$ 20.09	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	UTROS DE GLICO (BENCINA)	PIEZA		\$ 74.88	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	TONER P/IMPRESORA HP LASERJET 4700 AMARILLO Q5952A	PIEZA		\$ 4,988.64	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ARILLO PARA ENGARGOLAR 1/2	PAQ		\$ 90.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ARILLO PARA ENGARGOLAR 3/8	PAQ		\$ 90.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ARILLO PARA ENGARGOLAR 7/16	PAQ		\$ 90.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ARILLO PARA ENGARGOLAR 9/16	PAQ		\$ 90.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ARILLO PARA ENGARGOLAR DE PLÁSTICO DE 1/2	PAQ		\$ 30.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ARILLO PARA ENGARGOLAR DE PLÁSTICO DE 7/16	PAQ		\$ 30.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	ACETATOS PARA IMPRESIÓN T/CARTA	PAQ		\$ 30.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	LAPIZ BICOLOR	PIEZA		\$ 3.06	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BANDERITA SEPARADOR DE HOJAS COLORES ADHERIBLES	PAQ	2	\$ 90.00	\$280.00	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BLOCK DE HOJAS PARA ROTAFOLO	BLOCK		\$ 100.60	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BOLIGRAFO DE GEL COLOR NEGRO DEL No. 0.7	PIEZA	10	\$ 11.37	\$113.70	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BOLIGRAFO PUNTO FINO TINTA NEGRA	PIEZA	12	\$ 2.37	\$28.44	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BOLIGRAFO PUNTO MEDIANO TINTA AZUL	PIEZA		\$ 1.76	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BOLIGRAFO PUNTO MEDIANO TINTA NEGRA	PIEZA		\$ 1.76	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BOLIGRAFO PUNTO MEDIANO TINTA ROJA	PIEZA		\$ 1.76	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	MARCADOR PARA PIZARRON BLANCO	CAJA	1	\$ 25.00	\$25.00	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BORRADOR PARA PIZARRÓN	PIEZA	1	\$ 15.00	\$15.00	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	BROCHES PARA ARCHIVO DE 8 CM.	CAJA		\$ 20.51	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CAJAS PARA ARCHIVO MUERTO TAMAÑO CARTA	PIEZA		\$ 14.45	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CAJAS PARA ARCHIVO MUERTO TAMAÑO OFICIO	PIEZA		\$ 15.67	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CAJA PARA ARCHIVO MUERTO DE PLÁSTICO TAMAÑO CARTA	PIEZA		\$ 106.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CALCULADORA 12 DÍGITOS	PIEZA		\$ 107.71	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARGADOR PARA PILAS	PIEZA		\$ 300.00	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA PANORAMICA 1" TAMAÑO CARTA BLANCA	PIEZA	2	\$ 26.00	\$52.00	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA PANORAMICA 1.5" TAMAÑO CARTA BLANCA	PIEZA	1	\$ 29.90	\$29.90	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA PANORAMICA 2" TAMAÑO CARTA BLANCA	PIEZA	1	\$ 35.25	\$35.25	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA PANORAMICA 3" TAMAÑO CARTA BLANCA	PIEZA		\$ 48.22	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA PANORAMICA 3" TAMAÑO CARTA NEGRA	PIEZA	3	\$ 56.09	\$168.27	100%			
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA REGISTRADORA LEFORT TAMAÑO CARTA	PIEZA		\$ 27.04	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARPETA REGISTRADORA LEFORT TAMAÑO OFICIO	PIEZA		\$ 27.31	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CARTULINAS	PIEZA		\$ 38.72	\$0.00				
21101	MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	CERA PARA CONTAR ANTIDERRAPANTE	PIEZA		\$ 4.92	\$0.00				

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL		VERSIÓN: PRIMERA
	Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
			HOMOCLAVE:
			PÁGINA: 25 de 49

Formato PAAAS Fiscales

FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS

APEF-FONART-3

PRESUPUESTO RECURSOS FISCALES 2016

AREA: DIRECCION COMERCIAL

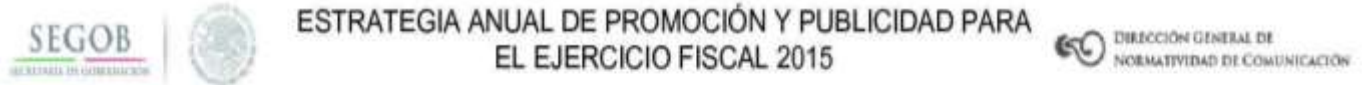
FECHA:

Partida	le	ter	Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
			arrendamiento de vehículos													
32503	1	1	terr., aereos y ploviales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
			Otros asesores plog de													
33104	1	1	prog.	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
33602	1	1	Otros servicios comerciales	\$0												
			Impresión y elab.mat.													
			Informativo derivado de op. Y	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
33604	1	1	admón.													
			Almacenaje, embalaje y													
34601	1	1	envase	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
34801	1	1	Comisiones por ventas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
37101	1	1	Pasajes aereos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
			Pasajes terrestres													
37201	1	1	nacionales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
37501	1	1	Viajeros nacionales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
43107	1	1	adquisición de artesanías	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
43108	1	1	Apoyos a la comercialización	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

NOTA: Las cifras no deben contener fórmulas ni decimales en las columnas de enero a diciembre.

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 26 de 49

Solicitud Inicial de la Estrategia y Programa Anual SEDESOL – SEGOB.



Dependencia o Entidad:	Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías
Naturaleza Jurídica:	Fideicomiso Público
Cabeza de sector:	Secretaría de Desarrollo Social
Fecha de elaboración:	19 de enero de 2015

Misión:

El FONART es una institución gubernamental que diseña y ejecuta políticas de desarrollo, promoción y comercialización de la actividad artesanal; impulsa su investigación así como la normatividad relativa, coadyuvando a incrementar la calidad de vida de los artesanos y a difundir el patrimonio cultural de México. Nuestra filosofía se basa en compromiso social, honestidad, imparcialidad, transparencia, equidad, calidad, profesionalismo, respeto y sensibilidad.

Visión:

Buenos y eficientes actores de la actividad artesanal que, con liderazgo, confiabilidad y competitividad, acompañen a los artesanos desde la producción hasta la comercialización efectiva de sus productos en el mercado global.

Objetivo Institucional:

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) es un Fideicomiso Público del Gobierno Federal, sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social, que surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de los y las artesanos, mediante su desarrollo humano, social y económico. Fue constituido el 28 de mayo de 1974 por mandato del Ejecutivo Federal con el objeto social de fomentar la actividad artesanal en el país.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Impulsar el crecimiento de mercado de la marca FONART para colocar los productos artesanales en los segmentos meta.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
1. Entorno: Tendrán FONART están en una etapa de madurez, posicionados en el segmento adultos mayores, por lo que existe una dependencia hacia el mismo, falta una diversificación del mercado y lograr fidelizar a los clientes. Hay una renovación de imagen de sus puntos de venta. Ajustar sus precios para que sean más accesibles. Se posiciona líder en calidad artesanal, como oferta artesanos e híbridos. Entorno: Existe un enfoque social y de conciencia ambiental, una apertura de mercados y fortalecimiento de la exportación de productos de decoración y joyería, así como acciones por parte de instituciones gubernamentales del sector turístico y cultural para posicionar la marca México.	Impulsar el crecimiento de mercado de la marca FONART para colocar los productos artesanales en los segmentos meta. Objetivos particulares: 1. Fidelizar al segmento adultos mayores en el caso de segmentos de consumidor individual y a los segmentos Turismo y Agencia de Publicidad y otros en cuanto al de mayores y exportaciones. 2. Estimular la demanda en los segmentos potenciales: Ideales, Tradicional Familiar y Divulgación a nivel consumidor individual así como a los segmentos Banca y Finanzas, Arquitectura y Decoración para ventas al mayor y exportaciones. 3. Aumentar el volumen de ventas en un 8%.	1. Calidad: Piezas 100% artesanales, hechas a mano, por artesanos mexicanos, con técnicas transmitidas generación tras generación, que conserven su valor cultural. 2. Precio: Un mejor precio, para que más personas puedan adquirir artesanías mexicanas. 3. Único: Cada pieza es especial, tanto como cada artesano y persona que desea adquirirla, quien les dará los usos de acuerdo a sus necesidades, gustos y modo de vida.

Lic. Ramón Sosamontes Herrramoro

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

M. en A. P. Liliana Romero Medina.- Directora General

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

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 27 de 49

MEDIOS ELECTRÓNICOS	280.001,00	ESTUDIOS	0,00
MEDIOS IMPRESOS	338.619,00	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0,00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	279.999,00	TOTAL	878.619,00

Lic. Ramón Sosamontes Herreramoro

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

M. en A. P. Liliana Romero Medina.- Directora General

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



FONDO NACIONAL PARA
EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 28 de 49

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2015

Dependencia o Entidad: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías

Fecha de elaboración: 19 de enero de 2015

miles de pesos /
I.V.A. incluido

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

678.619,00

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

678.619,00

CAMPAÑA 1		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Datos generales		Tiempo estimado		
		TV	Radio	
Nombre de la campaña:	Creaciones auténticas, La diversidad de México lo hace único	Televisoras		0,00
Versión(es):	Amor y amistad y primavera	Radiodifusoras		0,00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	1. Calidad: Piezas 100% artesanales, hechas a mano, por artesanos mexicanos, con técnicas transmitidas generación tras generación, que conservan su valor cultural. 2. Precio: Un mejor precio, para que más personas puedan adquirir artesanías mexicanas. 3. Único: Cada pieza es especial, tanto como cada artesano y persona que desea adquirirla, quien les dará los usos de acuerdo a sus necesidades, gustos y estilo de vida.	Cine		0,00
		Diarios Editados en el D.F.		0,00
		Diarios Editados en los Estados		0,00
		Diarios Editados en el Extranjero		0,00
Meta a alcanzar:	Fidelizar al mercado actual e impulsar el crecimiento de mercado de FONART para colocar los productos artesanales en los segmentos meta.	Revistas		112.873,00
		Medios Complementarios		93.333,00
Objetivo de comunicación:	En esta etapa se busca se enfatice a la artesanía, así como al ingenio de quien la crea. Es como llevar en la piel una marca, el lado humano de los artesanos y lo auténtico de ellos mismos.	Medios Digitales		86.667,00
		Pre-Estudios		0,00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Post-Estudios		0,00
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 65 O MÁS AÑOS	Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0,00
	NSE: AB, C+, C	Presupuesto asignado a la campaña		292.873,00
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:		33,33%

Población objetivo:	Etapas	Fechas
1		31 de enero de 2015 al 31 de marzo de 2015

Lic. Ramón Sosamontes Herreramoro

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

M. en A. P. Liliana Romero Medina.- Directora General

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

CAMPANA 2								
Datos generales		Medios a utilizar		Recursos asignados por tipo medio				
		Medio	Tiempo contratado					
Nombre de la campaña:	Tradición que vale. Toda una historia resumida en cada pieza.	Televisores		0,00				
Versión(es):	Verano y Fiestas Peñas	Radiodifusoras		0,00				
Tema específico y/o ventaja competitiva:	1. Calidad: Piezas 100% artesanales, hechas a mano, por artesanos mexicanos, con técnicas transmitidas generación tras generación, que conservan su valor cultural. 2. Precio: Un mejor precio, para que más personas puedan adquirir artesanías mexicanas. 3. Único: Cada pieza es especial, tanto como cada artesano y persona que desea adquirirla, quien les dará los usos de acuerdo a sus necesidades, gustos y estilo de vida.	Cine		0,00				
Meta a alcanzar:	Dar a conocer el impacto social de nuestras tiendas y la trascendencia para nuestra identidad cultural.	Diarios Editados en el D.F.		0,00				
Objetivo de comunicación:	Los clientes conocen y entienden el impacto social de nuestras tiendas, la trascendencia para nuestra identidad cultural, así como la posibilidad de pagar a un precio más accesible sabiendo el valor de las piezas.	Diarios Editados en los Estados		0,00				
Coemisor:		Diarios Editados en el Extranjero		0,00				
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA	Revistas		112.873,00				
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	Medios Complementarios		93.333,00				
	NSE: AB, C+, C	Medios Digitales		86.667,00				
		Pre-Estudios		0,00				
		Post-Estudios		0,00				
		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0,00				
		Presupuesto asignado a la campaña		292.873,00				
		Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201		33,33%				
Población objetivo:	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Edad</th> <th>Fecha</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>01 de julio de 2015 al 25 de septiembre de 2015</td> </tr> </tbody> </table>				Edad	Fecha	1	01 de julio de 2015 al 25 de septiembre de 2015
Edad	Fecha							
1	01 de julio de 2015 al 25 de septiembre de 2015							

Lic. Ramón Sosamontes Herreramoro

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

M. en A. P. Liliana Romero Medina.- Directora General

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

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 30 de 49

CAMPANA 3			
Datos generales		Medios a utilizar	
		Tiempo comercial	
		TV	
		Radio	
Nombre de la campaña:	Convive con la artesanía mexicana	Televisoras	0,00
Versión(es):	Día de muertos y Navidad y Fin de año.	Radiodifusoras	0,00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	1. Calidad: Piezas 100% artesanales, hechas a mano, por artesanos mexicanos, con técnicas transmitidas generación tras generación, que conservan su valor cultural. 2. Precio: Un mejor precio, para que más personas puedan adquirir artesanías mexicanas. 3. Único: Cada pieza es especial, tanto como cada artesano y persona que desea adquirirla, quien les dará los usos de acuerdo a sus necesidades, gustos y estilo de vida.	Cine	0,00
		Diarios Editados en el D.F.	0,00
		Diarios Editados en los Estados	0,00
		Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Meta a alcanzar:	Involucrar a la población objetivo con las artesanías, para que las deseen adquirir en cualquier momento.	Revistas	112.873,00
		Medios Complementarios	93.333,00
Objetivo de comunicación:	Las artesanías están presentes en todo momento de tu vida, y siempre habrá la oportunidad para adquirirlas. Lucen bien en tu vestir, tu hogar, para un regalo especial. Existe una artesanía especial para ti, esperando a que convivas con ella, y la hagas parte de tu vida diaria.	Medios Digitales	86.667,00
		Pre-Estudios	0,00
		Post-Estudios	0,00
Coemisor:		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0,00
	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA		
	25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 65 O MÁS AÑOS	Presupuesto asignado a la campaña	232.873,00
	NSE: AB, C+, C	Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201	33,33%

Etapas	Fechas
1	01 de octubre de 2015 al 28 de diciembre de 2015

Población objetivo:

Lic. Ramón Sosamontes Herreramoro
Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

M. en A. P. Liliana Romero Medina.- Directora General
Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 31 de 49

Oficio de Envío de Estrategia y Programa Anual



OFICIO DG/XXX/AAAA
México, DF, a DD MMM del AAAA.

XXXX XXXXX XXXXX

Jefe de la Oficina de la Secretaría y Comunicación Social
Secretaría de Desarrollo Social
 Presente

En cumplimiento a lo que señala el "Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal **XXXX**" presento la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, correspondiente al Ejercicio Fiscal **XXXX**, para la partida Presupuestal 36201.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

XXXX XXXX XXXX
DIRECTOR GENERAL

C.c.p.
 - Director Comercial,
 - Jefe del Departamento de Comunicación y Difusión,
 Para Archivo

Av. Paseo de la Reforma No. 333, piso 3, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, México D.F. C.P. 06500
 Tels. 5093 60 00 - 01800 0209 904
www.sedesol.gob.mx - www.fonart.gob.mx



	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 32 de 49

Oficio Obtención de Clave Campaña



OFICIO DG/XXX/AAAA
México, DF, a DD MMM del AAAA.

XXXX XXXX XXXX

Jefe de la Oficina de la Secretaría y Comunicación Social
Secretaría de Desarrollo Social
Presente

En cumplimiento a lo que señala el "Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal **AAAA**" solicito su apoyo para obtener la autorización y clave correspondiente de la campaña: **"Incluir nombre de la o las campañas"**, versiones: **"incluir las versiones" (Anexo formatos)**. Registrada en la Estrategia y el Programa Anual de Promoción y Publicidad del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, correspondiente al Ejercicio fiscal **AAAA**, para la partida Presupuestal 36201.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

XXXX XXXX XXXX
Director General del FONART

C.c.p.
 - Director Comercial,
 - Jefe del Departamento de Comunicación y Difusión,
 Para Archivo

Av. Paseo de la Reforma No. 333, piso 1, Col. Cuauhtémoc, Del Cuauhtémoc, México D.F. C.P. 06500
 Tels. 5093 60 00 - 01800 0209 904
www.sedesol.gob.mx - www.fonart.gob.mx



 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 33 de 49

Formato Único Campanas 2015.

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad			
	Cabeza de Sector	SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL	Naturaleza Jurídica: FIDEICOMISO PÚBLICO
	Entidad o Dependencia	FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	Fecha de elaboración: 19 de junio de 2015
INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA			
Nombre de la Campaña:			
CREACIONES AUTÉNTICAS			
Versión (es):			
VERANO			
Coemisor (es):			
Objetivo institucional:	EL FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS (FONART) ES UN FIDEICOMISO PÚBLICO DEL GOBIERNO FEDERAL, SECTORIZADO EN LA SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL, QUE SURGE COMO UNA RESPUESTA A LA NECESIDAD DE PROMOVER LA ACTIVIDAD ARTESANAL DEL PAÍS Y CONTRIBUIR ASÍ A LA GENERACIÓN DE UN MAYOR INGRESO FAMILIAR DE LAS Y LOS ARTESANOS, MEDIANTE SU DESARROLLO HUMANO, SOCIAL Y ECONÓMICO. FUE CONSTITUIDO EL 28 DE MAYO DE 1974 POR MANDATO DEL EJECUTIVO FEDERAL CON EL OBJETO SOCIAL DE FOMENTAR LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN EL PAÍS.		
Objetivo de comunicación:	IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE MERCADO DE LA MARCA FONART PARA COLOCAR LOS PRODUCTOS ARTESANALES EN LOS SEGMENTOS META.		
Meta a alcanzar:	LOGRAR QUE EL 40% DE LA POBLACIÓN OBJETIVO TENGA UNA RECORDACIÓN DE LA CAMPAÑA		
Cobertura	ESTATAL / DISTRITO FEDERAL		
Vigencia general de la campaña	FECHA DE INICIO:	01/07/2015	FECHA DE TÉRMINO: 15/08/2015
	Tipo	Sexo	Edad
	Población Objetivo:	URBANA	MUJERES Y HOMBRES
			25 A 34 / 35 A 44 /
			NSE
			AB / C+ /
Señalar características específicas:	NUEVOS SECTORES POTENCIALES COMO LOS ESTUDIANTES (A FAVOR DE LO SOCIAL, CULTURAL Y AMBIENTAL) CON LA PARTICIPACIÓN FAMILIAR (FAMILIAS MEXICANAS QUE DEDICAN GRAN PARTE DE SU GASTO AL HOGAR) Y DINEROS (PAREJAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO, SIN HIJOS, QUE INVIERTEN EN GASTOS PERSONALES, ENTRETENIMIENTO Y LUXOS) A NIVEL CONSUMIDOR INDIVIDUAL.		

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 34 de 49



Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBIERNO

Cabeza de Sector

SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

Naturaleza Jurídica:

EDUCACIÓN PÚBLICA

Entidad o Dependencia

FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS

Fecha de elaboración

19 de junio de 2015

PLAN DE MEDIOS A UTILIZAR				
Medios de difusión a utilizar	Tiempos oficiales / comerciales	Recursos a erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Vigencia por tipo de medio	Formato del mensaje
Televisoras		-		
Radiodifusoras		-		
Diarios Editados en el D. F.		-		
Diarios Editados en los Estados		-		
Revistas		44.88	DEL 1 DE JULIO DE 2015 AL 15 DE AGOSTO DE 2015	PLANA, A COLOR
Medios Complementarios		89.17	DEL 1 DE JULIO DE 2015 AL 15 DE AGOSTO DE 2015	VIDEOS
Medios Impresos y Electronicos Internacionales		-		
Medios Digitales		82.45	DEL 1 DE JULIO DE 2015 AL 15 DE AGOSTO DE 2015	DISPLAY, OTRO FORMATO, Tipo de formato especificado: GOOGLE ADWORDS
Estudios (pre-campaña, post-campaña)		-		
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado		-		
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR		215.70		

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 35 de 49



SEGOB
SECRETARÍA DE GOBIERNO

Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad

Cabeza de Sector _____

Entidad o Dependencia _____

SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL

FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS

Naturaleza Jurídica: _____

Fecha de elaboración: _____

Actividades Complementarias:

SE REALIZARÁN ACCIONES TÁCTICAS COMPLEMENTARIAS, CON EL FIN DE REFORZAR LA INFORMACIÓN PUBLICADA. SE TOMARÁ COMO BASE LA PIRÁMIDE DE LA PUBLICIDAD, PARA PROVOCAR DIFERENTES ACTITUDES FRENTE A LA MARCA POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES Y SEGMENTOS POTENCIALES. POR EJEMPLO EN UNA PRIMERA ETAPA DE SENSIBILIZACIÓN SE ENVIARÁN NEWSLETTERS, SE PUBLICARÁN CONTENIDOS EN REDES SOCIALES. EN UNA SEGUNDA ETAPA DE COMPENSIÓN, SE REALIZARÁN ALIANZAS DE APOYO A LOS PUNTOS DE VENTA ACTUALES, ACTIVACIONES EN CORPORATIVOS Y/O SITIOS AFINES CON VENTAS TEMÁTICAS. EN UNA ETAPA DE INVOLUCRAMIENTO, SE PUBLICARÁN VIDEOS DE CÓMO CONVIVEN LAS ARTESANÍAS EN DIFERENTES ESPACIOS, PUBLICACIÓN DE CASOS DE ÉXITO, CATÁLOGOS POR INDUSTRIAS, CÍRCULO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL PARA PEDIDOS ESPECIALES, ENTRE OTRAS ACCIONES.

Razones para la Utilización de estos Medios:

SE ELIGIERON LOS SIGUIENTES MEDIOS POR EL PERFIL AL QUE VAN DIRIGIDO, MISMO QUE COINCIDE CON EL PÚBLICO META DE NUESTRAS CAMPAÑAS. LA TEMÁTICA DE CADA MEDIO RESPONDE A NUESTRAS NECESIDADES DE DIVERSIFICAR NUESTRO MERCADO A OTROS SEGMENTOS, CUENTAN CON LA CERTIFICACIÓN DEL PADRÓN DE MEDIOS EN EL CASO DE REVISTAS, TIENEN UN ALCANCE CONSIDERABLE PARA LOGRAR QUE NUESTRA CAMPAÑA TENGA EL IMPACTO DESEADO.

AUTORIZACIONES

Autorización de la Coordinadora Sectorial

LIC. RAMÓN SOSAMONTES HERRERAMORO

Nombre y Firma

Autorización del Titular del Área de Comunicación Social

M. EN A.P. LILIANA ROMERO MEDINA / DIRECTORA GENERAL DEL FONART

Nombre y Firma

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 36 de 49

Oficio de Solicitud de Suficiencia Presupuestal



México DF, a DD de MMM de AAAA
Oficio Núm. DC/ XXXX /AAAA

XXXX XXXX XXXX
Director de Administración y Finanzas
Presente

At´n. XXXX XXXX XXXX
Jefe de Departamento

Con el fin de contar con los recursos presupuestales para la realización de los **servicios de Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios**, en el presente ejercicio fiscal, se le solicita tenga a bien de proporcionar suficiencia presupuestal a la partida **36201** que al efecto se menciona.

N/C	Partida Presupuestal	Concepto	Monto
1	36201	Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios.	\$1,041,000.00

Sin otro particular y en espera de una respuesta pronta, quedo de usted.

Atentamente

XXXX XXXX XXXX
Director Comercial

CCP *.-.-Director General del Fonart.- Para su Superior Conocimiento.
.- Subdirector de Administración y Finanzas.- Presente
.- Jefe de Departamento.

Archivo.

Av. Paseo de la Reforma No. 323, piso 1, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, México DF. C.P. 06500
Tels. 5093 60 00 - 01800 0209 904
www.sedesol.gob.mx - www.fonart.gob.mx



 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 37 de 49

Solicitud de Contratación de Servicios



"2014, Año de Octavio Paz"

México DF, a DD de MMMM de AAAA.
Oficio Núm. DC/XXXX/AAAA.

XXXX XXXX XXXX
Director de Administración y Finanzas
Presente

En cumplimiento a lo dispuesto por el Decreto que establece las medidas para el Uso Eficiente, Transparente y Eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como la modernización de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de diciembre de 2012, y al **"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 AAAA", publicado el DD de MMMM de AAAA.**

Conforme a las facultades que al efecto establece la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público, por este medio le solicito autorice la contratación del servicio de difusión de la **"Campaña XXXX", en los medios impresos, medios complementarios y medios digitales (indicar si hay otros), con Partida de Gasto 36201 "Difusión de Mensajes Comerciales para Promover la venta de productos o servicios"** con cobertura **indicar si es Distrito Federal, Regional o Federal**, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación y 20 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 AAAA.

Por otra parte, se anexa al presente la siguiente información:

- 1) Requisición
- 2) Cuadro de precios
- 3) Justificación
- 4) Copia del Oficio SNM/DGNC/XXXX/AA de la SEGOB donde se autoriza la difusión de la **"Campaña XXXX"** donde asignan la Clave: XXX/XX-XXXX-MXXX-XXXXX.
- 5) Órdenes de Inserción.

Sin otro particular le envío un cordial saludo

XXXX XXXX XXXX
Director Comercial

CCP - Director General del FONART.- Para su superior conocimiento.
- Subdirector de Administración y Finanzas.- Presente.
- Jefe de Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales.- Presente.
- Archivo.

Av. Paseo de la Reforma No. 333, piso 1, Ckt. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, México D.F. C.P. 06500
Tel. 50 93 60 00 - 01 800 800 90 06
www.fonart.gob.mx



	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 38 de 49

Justificación de Contratación de Medios Campaña de Promoción y Publicidad



Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.

(FONART).

Dirección General
Dirección Comercial

Contratación del servicio de publicación y difusión de la “Campaña XXXX XXXX XXXX”, en los medios impresos, medios complementarios y medios digitales, con cobertura en el XXXX XXXX para el ejercicio fiscal XXXX.

Fecha

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 39 de 49



INTRODUCCIÓN

En cumplimiento a lo dispuesto por el Decreto que establece las medidas para el Uso Eficiente, Transparente y Eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como la modernización de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de diciembre de 2012, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación y 20 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 XXXX", publicado el XX de XXXX de XXXX.

Por lo antes expuesto, se presenta la justificación y las razones de acreditación de los criterios en que se fundamenta la contratación del servicio de "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios" de la Partida de Gasto 36201, para la Campaña "XXXX XXXX XXXX", en los medios impresos, medios complementarios y medios digitales, con cobertura Distrito Federal.

I. DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES OBJETO DE CONTRATACIÓN.

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías tiene como objetivo institucional contribuir a mejorar las fuentes de ingreso de los artesanos mexicanos cuyo ingreso es inferior a la línea del bienestar, mediante el desarrollo de proyectos sostenibles, que fomenten la actividad artesanal. Parte de su actividad como organismo rector de la actividad artesanal, es acompañar a los artesanos desde la producción hasta la comercialización efectiva de sus productos en el mercado global. Lo anterior implica generar estrategias de promoción en distintos medios para la difusión del trabajo artesanal desde el ámbito comercial y cultural. Por tal motivo, se presentó y fue autorizada la Difusión de la Campaña de Promoción y Publicidad "Redescubre México en FONART" del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), mediante el Oficio SNM/DGNC/XXXX/XXXX con fecha XX de XXXX del XXXX donde se asigna la Clave: ###/###-####-MI15-#####, misma campaña que está incluida en el Programa Anual de Promoción y Publicidad XXXX del FONART, autorizado por la Dirección General de Normatividad de Comunicación, mediante oficio SNM/DGNC/XXXX/XXXX del XX de XXXX del XXXX.

Dicha Campaña, busca posicionar la marca FONART en el público objetivo (*Señalar las características del segmento al que va dirigido*) a fin de incrementar (*Objetivo*). La meta a alcanzar es (*Meta*).

Las razones para la utilización de estos medios es que están dirigidos a los segmentos a los que se pretende llegar, son reconocidos en el ámbito XXXX, XXXX, XXXX y XXXX. Cuentan con una distribución apropiada para los objetivos de esta campaña como XXXX, XXXX, XXXX, XXXX.

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 40 de 49



Tomando en consideración lo antes descrito, en adjunto se relacionan los medios a contratar.

Lista y descripción de medios

Estos medios se relacionan en la tabla adjunta:

Partida Presupuestal 36201			
Tipo de Medio	Nombre Comercial	Cobertura	Vigencia 2014

MOTIVACIÓN

Con el fin de reorientar los recursos públicos hacia los programas que fomenten el desarrollo económico, la seguridad social, la educación y la atención integral de los problemas que más aquejan a nuestro país y al mismo tiempo, modernizar el funcionamiento de la Administración Pública Federal, haciendo más eficiente su operación, mejorando la prestación de servicios a la ciudadanía, así como mejorar el ingreso a través de los programas gubernamentales, como lo es la difusión de las artesanías a través de los medios masivos de comunicación, hacia la población objetivo diversificando la cultura de nuestro país, lo cual generará ingresos para mejorar sus niveles de vida.

FUNDAMENTO LEGAL

El presente servicio se contratará con fundamento en lo dispuesto por el artículo 26 fracción III, 28 fracción I y 42 párrafo segundo de la de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público, asegurando para el Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes.

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 41 de 49



OBJETIVO

Desarrollar acciones encaminadas a procurar un mayor ingreso familiar de los artesanos del país; a conservar el sentido artístico de las artesanías mexicanas; a través de capacitación y asistencia técnica; a adquirir con cargo al patrimonio del propio fideicomiso, productos artesanales; a conceder financiamiento a la producción artesanal y realizar concursos de arte popular, como apoyo al sector artesanal, así como posicionar la marca FONART en el público objetivo, a fin de incrementar las ventas, mediante la Campaña de Promoción y Publicidad "XXXX XXXX XXXX" del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART).

COSTO DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS PARA LA "CAMPAÑA REDESCUBRE MÉXICO EN FONART", EN LOS MEDIOS IMPRESOS, MEDIOS COMPLEMENTARIOS Y MEDIOS DIGITALES.

Para el ejercicio fiscal XXXX, el presupuesto para la partida 36201 para la Difusión de la Campaña de Promoción y Publicación del FONART "XXXX XXXX XXXX" es por la cantidad de \$ XXXX (XXXX pesos 00/100 M.N.) I.V.A. incluido.

Para tal efecto, se tiene autorizado para el ejercicio fiscal XXXX, a partir del mes de Octubre, realizar la Difusión de la Campaña en los medios antes citados, con vigencia del XX de XXXX al XX de XXXX, por lo que se tendría que erogar para el ejercicio fiscal XXXX, la cantidad de:

N/C	MONTO TOTAL EN EL MES DE OCTUBRE	MONTO TOTAL EN EL MES DE NOVIEMBRE

El monto total por el servicio que se tiene proyectado erogar total es la cantidad de \$ XXXX (XXXX pesos 00/100 M.N.).

MEDIO	OCTUBRE	NOVIEMBRE	TOTAL CON IVA
	\$XXXX	\$XXXX	

En relación al desglose del servicio de difusión de la Campaña de Promoción y Publicidad, es loable mencionar que fue autorizado por la Subsecretaría de Normatividad de medios, de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) conforme al Oficio No. SNM/DGNC/XXXX/XXXX fechado XX de XXXX del XXXX, donde fue asignada la Clave de Campaña XXX/XX-XXXX-XXXX-XXXXXX.

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 42 de 49



CONCLUSIÓN

Para concluir es menester señalar que existe la evidente necesidad de iniciar la difusión de la Campaña de Promoción y Publicidad para lograr los objetivos planteados, antes expuestos.

Con la promoción y publicidad en los medios solicitados, se pretende lograr fortalecer la demanda y comercialización de productos artesanales; difundir y promover la doble identidad utilitaria y representativa de las artesanías dentro de las campañas de publicidad, así como contribuir al fortalecimiento y creación de canales de distribución especializados para el sector.

Puesto que forma parte de la actividad propia del FONART acompañar a los artesanos desde la producción hasta la comercialización efectiva de sus productos en el mercado global y dar promoción y publicidad a la artesanía estas acciones ayudarán a llevarlo a cabo.

Por otra parte, es preciso mencionar que los medios expuestos cuentan con la autorización que se extiende con fundamento en el artículo 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación y 20 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 XXXX, publicado el XX de XXXX de XXXX. Esta campaña está incluida en el Programa Anual de Promoción y Publicidad XXXX del FONART, autorizado por la Dirección General de Normatividad de Comunicación, mediante oficio SNM/DGNC/XXXX/XXXX del XX de XXXX del XXXX.

Por "El FONART"

XXXX XXXX XXXX
Director Comercial

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 43 de 49

Orden de Servicio a Medios



Dirección Comercial
México D. F., a DD MM AAA.

Atención: Nombre del Director o encargado
Medio: Cargo Directivo
Razón Social: Nombre Comercial
 Razón Social

De conformidad con el documento emitido por la empresa que representa, donde somete a consideración la propuesta económica para la difusión del mensaje de la campaña "**Se incluye nombre de la campaña**", **versiones XXX**, que realizará el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), me permito informarle que fue aceptada por la cantidad de \$ **XXX** (**cantidad con letra** pesos 00/100 M.N.) I.V.A. incluido, por lo que se ordena su **publicación** de conformidad con el pautado presupuesto.

Una vez concluido el servicio, deberá entregar copia de esta orden, acompañada de la totalidad del reporte de difusión y factura, esta última con los siguientes datos: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, Av. Paseo de la Reforma núm. 333, 1er piso, Colonia Cuauhtémoc, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06500 México D.F., **R.F.C. FNF740528TQ0**; método de pago: **indicarlo**. Así mismo adjunte testigos de la publicación correspondiente, en tres tantos, al 100% de lo ofertado.

Sin más por el momento, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE

NOMBRE DEL DIRECTOR COMERCIAL
DIRECTOR COMERCIAL

C.c.p.- Jefa del Departamento de Comunicación y Difusión.

Av. Paseo de la Reforma No. 333, piso 1, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, México D.F. C.P. 06500
 Tels. 5091 60 00 - 01800 0209 904
www.sedesol.gob.mx - www.fonart.gob.mx



Formato de Requisición

  		SELLO DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES	
REQUISICIÓN			
FECHA DE ELABORACIÓN:		ANEXOS:	
FECHA REQUERIDA:		PRIORIDAD:	
VIGENCIA DEL CONTRATO:		PLAZO (DÍAS NATURALES):	
TIPO DE PROCEDIMIENTO:		NOMBRE DEL SUPERVISOR:	
		FOLIO No.: PLURIANUALIDAD: SANCIÓN QUE APLICA: TIPO DE GARANTÍA: % DE GARANTÍA: IMPORTE POLIZA DE RESPONSABILIDAD CIVIL:	
DESCRIPCIÓN:			
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS BIENES Y/O EJECUCIÓN DE (LOS) SERVICIO (S):			
NUM PARTIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN AMPLIADA
JUSTIFICACIÓN DE USO DE LO SOLICITADO:		ÁREA SOLICITANTE:	
SELLO DE NO EXISTENCIA		SELLO DE SUFICIENCIA PRESUPUESTAL	
IMP. ESTIMADO:		AUTORIZA	
MAX:			
MIN:			
MONEDA:			

Solicitud de Pago

  													
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS SUBDIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS DEPARTAMENTO DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES													
FOLIO No. 		SOLICITUD DE PAGO											
FECHA ELABORACIÓN: 													
FECHA SOLICITADA DE PAGO: 													
NÚMERO DE CONTRATO Ó PEDIDO, OFICIO Ó REQUISICIÓN: 													
NÚMERO DE FACTURA: 		PROVEEDOR: 											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS BANCARIOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CUENTA BANCARIA:</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>INSTITUCIÓN BANCARIA:</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>CLABE:</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		DATOS BANCARIOS		CUENTA BANCARIA:	 	INSTITUCIÓN BANCARIA:	 	CLABE:	 	<table border="1"> <thead> <tr> <th>MONTO A PAGAR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> </tr> <tr> <td>CANTIDAD EN LETRA: </td> </tr> </tbody> </table>	MONTO A PAGAR	 	CANTIDAD EN LETRA:
DATOS BANCARIOS													
CUENTA BANCARIA:	 												
INSTITUCIÓN BANCARIA:	 												
CLABE:	 												
MONTO A PAGAR													
 													
CANTIDAD EN LETRA: 													
JUSTIFICACIÓN DE USO DE LO SOLICITADO:													
ÁREA SOLICITANTE: FECHA, NOMBRE Y FIRMA DEL TITULAR		REVISÓ:											
SELLO SUFFICIENCIA PRESUPUESTAL		APROBADO POR LA DIRECCIÓN O SUBDIRECCIÓN DE ADMON. Y FINANZAS											
*PRESENTAR SU SOLICITUD EN TIEMPO Y FORMA *NO IMPONER SELLOS, FIRMAS O DATOS NO SOLICITADOS EN EL FORMATO *DEBERÁ ELABORARSE SIN ERRORES, BORRONES O ENMEDADURAS													

SIMBOLOGÍA

Simbología a utilizar en el diagrama de flujo

Símbolo	Representa
	Inicio o final del procedimiento: Señala el principio o terminación de un procedimiento. Cuando se utilice para indicar el principio del procedimiento se anotará la palabra INICIO y cuando se termine la palabra FIN .
	Entrada/Salida: Cualquier tipo de introducción de datos en la memoria desde los periféricos “ entrada ” o registro de la información procesada en un periférico “ salida ”.
	Proceso: Cualquier tipo de operación que pueda originar cambio de valor, formato o posición de la información almacenada en memoria, operaciones aritméticas de transferencia.
	Decisión: Indica operaciones lógicas o de comparación, dando como posible respuesta “ si ” o “ no ”, según sea el caso.
	Salida: Por impresora, se utiliza también como documento.
	Conector: Sirve para enlazar dos partes cualesquiera de un ordinograma a través de un conector en la salida y otro en la entrada.
	Línea de guiones: Es empleada para identificar una consulta, cotejar o conciliar la información; invariablemente, deberá salir de una inspección o actividad combinada; debe dirigirse a uno o varios formatos específicos y puede trazarse en el sentido que se necesite, al igual que la línea continua se termina con una pequeña línea vertical.
	Línea continua: Marca el flujo de la información y los documentos o materiales que se están realizando en el área. Su dirección se maneja a través de terminar la línea con una pequeña línea vertical y puede ser utilizada en la dirección que se requiera y para unir cualquier actividad.
	Inspección: El cuadro es utilizado como símbolo de inspección, verificación, revisión o bien, cuando se examine una acción, un formato o una actividad, así como para consultar o cotejar sin modificar las características de la acción o actividad.

	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 47 de 49

REGISTRO DE EDICIONES

- Primera edición (Julio de 2015), elaboración del **Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART**.

DISTRIBUCIÓN

El original del Manual de Procedimientos se encuentra en resguardo de la Dirección de Administración y Finanzas.

Las copias controladas están distribuidas de la siguiente manera:

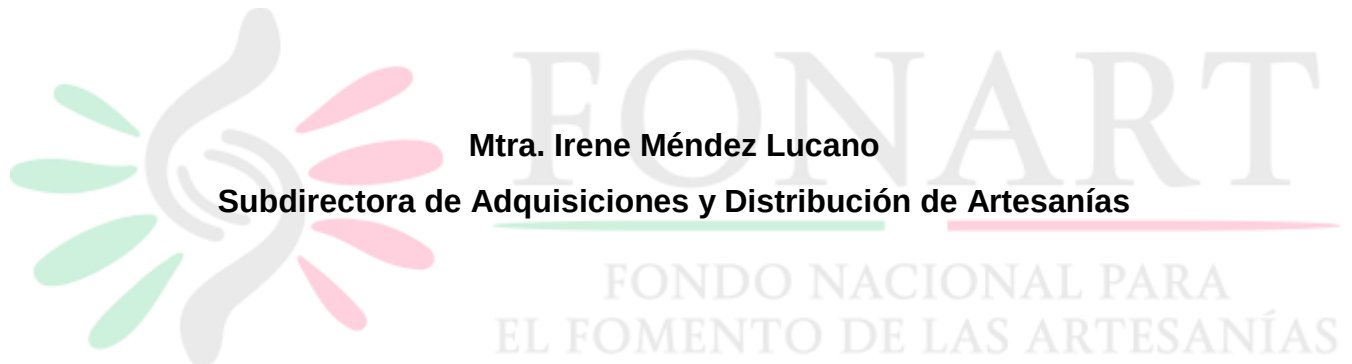
- Dirección Comercial.

APROBÓ

El Manual de Procedimientos “**Elaboración y seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART**” VZG-PR-DC-003, es aprobado y validado en la Tercera Sesión Extraordinaria del COMERI de fecha de septiembre del 2015.

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 48 de 49

ELABORÓ



Mtra. Irene Méndez Lucano
Subdirectora de Adquisiciones y Distribución de Artesanías

 FONART FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS	PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL Elaboración y Seguimiento de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad del FONART	VERSIÓN: PRIMERA
		CÓDIGO: VZG-PR-DC-003
		HOMOCLAVE:
		PÁGINA: 49 de 49

VALIDÓ

M. en A. P. Liliana Romero Medina
Directora General del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías



Lic. Víctor García de Ochoa
Director Comercial

Lic. Andrés Gilberto Araujo Lozano
Director de Administración y Finanzas
y Presidente del Comité de Mejora
Regulatoria Interna (COMERI)