



Unidad de Administración y Finanzas
DGRH

Manual de Organización

Oficina Comunicación Social

Revisó

Magda Karimell Reyes León

Subdirector de Análisis y Monitoreo de Medios

Aprobó

El manual de organización se **autoriza**
y **se emite** el ____ de ____ de 2021

María del Carmen Luna Trinidad

Titular de la Oficina de Comunicación Social



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN.....	3
2. ANTECEDENTES	4
3. CULTURA ORGANIZACIONAL.....	6
4. ATRIBUCIONES Y FACULTADES	10
5. RESPONSABILIDADES	11
6. DESGLOSE DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA AUTORIZADA	12
7. ORGANIGRAMA.....	13
8. OBJETIVO Y FUNCIONES DE LOS ÓRGANOS CON PLAZAS PERMANENTES.....	14
9. MARCO JURÍDICO	21



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

1. Presentación

El artículo 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal señala que los manuales y demás instrumentos de apoyo administrativo necesarios para el funcionamiento interno de las Secretarías de Estado, deberán mantenerse permanentemente actualizados y estar disponibles para consulta de los usuarios y de los propios servidores públicos, a través del registro electrónico que opera la Secretaría de la Función Pública.

Los manuales de organización son normas internas que reflejan y conducen las actividades cotidianas de las unidades administrativas de la Secretaría, por lo cual la Oficina Comunicación Social elaboró el presente manual de organización, con los siguientes objetivos:

- Presentar una visión de conjunto de la Oficina.
- Precisar el objetivo y las funciones que deben realizar los órganos que la integran.
- Delimitar la responsabilidad y competencia de los órganos.
- Servir como apoyo en el proceso de capacitación e inducción de los servidores públicos de la unidad administrativa.

En el manual de organización se establecen los antecedentes que describen la evolución histórico-administrativa, la estructura orgánica en donde se aprecian la línea de mando y el nivel jerárquico, las atribuciones que les confiere el Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, las responsabilidades de quienes elaboran, revisan y autorizan este manual el marco jurídico que sustenta el desarrollo de las actividades, el objetivo que persigue cada uno de los órganos, y las funciones que se realizan para cumplir dichos objetivos.

La Oficina de Comunicación Social mantendrá actualizado este manual de organización a fin de que constituya un vigente instrumento de consulta y apoyo para los servidores públicos que la integran.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

2. Antecedentes

Antecedentes históricos

La política de comunicación social gubernamental debe estar encaminada a informar oportuna y verazmente a la sociedad sobre los planes, programas y actividades del gobierno, así como del cumplimiento de los mismos. En ese sentido, es necesario que en toda dependencia exista un área encargada de formular y coordinar las acciones de comunicación social de la misma, asegurando el cumplimiento de los criterios y lineamientos que, de conformidad con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, emita la dependencia competente.

La Dirección General de Comunicación Social tiene como objetivo conducir, coordinar, evaluar y orientar las acciones de comunicación social de la Secretaría para dar una imagen congruente y oportuna de sus políticas públicas y programas institucionales. Para ello, auxilia al titular del ramo en la formulación de políticas de comunicación social, con el objeto de crear productos informativos veraces y oportunos dirigidos a los líderes de opinión con una visión de transparencia y apertura.

Como parte del reordenamiento interno de la Secretaría de Economía realiza en el 2002, el "Centro de Primer Contacto" deja de pertenecer a la Dirección General de Promoción "D", para integrarse a la Dirección General de Comunicación Social. El Centro Primer Contacto se constituyó en 1998 como el punto de encuentro entre la ciudadanía y la Secretaría de Economía en materia de servicios de información, orientación y asesoría integral, los que se facilitan de manera gratuita y personalizada, operando bajo estándares de calidad y con un enfoque de "servicio al cliente", lo que permite garantizar que los requerimientos de la sociedad en general y de las micro, pequeña y mediana empresas, sean atendidos bajo una óptica de satisfacción total al usuario.

Asimismo, a partir de enero del 2002 se nombra a Centro de Primer Contacto como la oficina responsable de dar atención a las solicitudes que ingresan a la Coordinación Presidencial para la Atención Ciudadana y de atender y dar seguimiento a los compromisos presidenciales que le competen a esta Secretaría.

Hasta enero 2009, la Dirección General de Comunicación Social estuvo adscrita al Secretariado Técnico de Planeación, Comunicación y Enlace, mismo que con la reforma al Reglamento Interior publicado en el Diario Oficial de la Federación del 27 de enero de 2009, cambió tanto de nombre (convirtiéndose en el Secretariado Técnico de la Competitividad), como de funciones.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

2. Antecedentes

Posteriormente, con la publicación en el DOF del 31 de marzo de 2009 del Acuerdo por el que se establecen las funciones de las áreas de apoyo al Secretario de Economía para el cumplimiento de diversas atribuciones, se establecen las atribuciones de la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) como área de apoyo a la Oficina del Secretario. Con fecha 22 de noviembre de 2012, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, modificado el 14 de enero de 2013, en el cual se reconoce e incluye como Unidad Administrativa de la Secretaría de Economía a la Dirección General de Comunicación Social, con adscripción a la Oficina del Secretario.

El 9 de septiembre de 2016, se publicó en el Diario Oficial de la Federación Reglamento Interior de la Secretaría de Economía en el cual se establecen las atribuciones para esta unidad administrativa en su artículo 48.

El 30 de noviembre de 2018 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y en su artículo 8, incluye “El Ejecutivo Federal contará con las unidades de apoyo técnico y estructura que el Presidente determine, de acuerdo con el presupuesto asignado a dicha Oficina” y desarrollarán entre otras funciones: “Formular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación conforme a la presente ley. Para tal efecto establecerá, mediante disposiciones de carácter general, el modelo organizacional y de operación de las unidades administrativas que realicen actividades en esta materia”.

El 17 de octubre de 2019, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, modificado posteriormente el 12 de abril de 2021, en dicho Reglamento la Dirección General de Comunicación Social cambia su denominación por Oficina de Comunicación Social, dando con ello, relevancia a las acciones de difusión, comunicación y prensa de la Secretaría estableciendo sus atribuciones en el artículo 62.

La estructura orgánica autorizada de la oficina a la fecha de emisión del presente manual se integra de la siguiente manera:

Nivel	Número de plazas
Titular de Oficina	1
Dirección de Área	1
Subdirección	2
Jefaturas de Departamento	3
Total	7



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

3. Cultura Organizacional

La OCS ha definido una filosofía organizacional alineada a la misión y visión de la Secretaría de Economía, así como al Código de Ética de los Servidores Públicos de la Administración Pública Federal y al Código de Conducta de la propia Secretaría. Esta filosofía proporciona un marco de referencia para dirigir las políticas de comunicación social con base en los lineamientos establecidos por Presidencia de la República, en redes sociales y portales institucionales, a fin de difundir los principales programas, servicios, eventos y actividades implementadas.

Misión

Misión de la Secretaría de Economía

Desarrollar e implementar políticas integrales de innovación, diversificación e inclusión productiva y comercial, así como de estímulo a la inversión nacional y extranjera, propiciando el aprovechamiento de los recursos minerales e impulsando la productividad y competitividad de los sectores industriales, que permitan su integración a cadenas regionales y globales de valor, con el fin de contribuir a generar bienestar para las y los mexicanos.

Misión de la OCS

Establecer las políticas de comunicación social que permitan a la Secretaría de Economía dar a conocer al sector empresarial y público en general los diversos programas y servicios que proporciona, difundir las acciones y resultados alcanzados, captar en los medios la opinión pública y difundirla a los funcionarios respecto de los temas de su competencia.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

3. Cultura Organizacional

Visión

Visión de la Secretaría de Economía

Ser una dependencia que contribuya de manera decisiva a transformar la vida pública del país, propiciando un crecimiento económico alto y sostenido a través de la innovación de los sectores económicos públicos y privados; de la diversificación de mercados y productos; así como de la inclusión de regiones y sectores económicos, contribuyendo a una distribución equitativa de la capacidad productiva generada entre todos los sectores sociales y regiones del país.

Visión de la OCS

Consolidar nuestros sistemas y procesos de información para facilitar y promover la difusión a la sociedad de los planes, programas y resultados de la gestión de la Secretaría a través de los medios de comunicación masiva y las redes sociales.

PRINCIPIOS

- Legalidad
- Honradez
- Lealtad
- Imparcialidad
- Eficiencia
- Economía
- Disciplina
- Profesionalismo
- Objetividad
- Transparencia
- Rendición de Cuentas
- Competencia por mérito
- Eficacia
- Integridad
- Equidad



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

3. Cultura Organizacional

VALORES

- Interés Público
- Respeto
- Respeto a los Derechos Humanos
- Igualdad y no discriminación
- Equidad de género
- Entorno cultural y ecológico
- Cooperación
- Liderazgo
- Austeridad Republicana
- Transparencia e integridad

EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

Los servidores públicos de la Secretaría de Economía en el ámbito de su competencia y atribuciones tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los siguientes principios:

- Universalidad: Los derechos humanos corresponden a toda persona por el simple hecho de serlo.
- Interdependencia: Los derechos humanos se encuentran vinculados íntimamente entre sí,
- Indivisibilidad: Los derechos humanos conforman una totalidad de tal forma que son complementarios e inseparables y de
- Progresividad: Prevee que los derechos humanos están en constante evolución y bajo ninguna circunstancia se justifica un retroceso en su protección.

En consecuencia, deberán prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos en los términos que establezca la ley y de conformidad con el Título Primero, capítulo primero “De los derechos humanos y sus garantías” establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Los servidores públicos de la Oficina de Comunicación Social tienen el compromiso de proporcionar un trato digno, respetuoso, igualitario y no discriminatorio a los usuarios de los diferentes servicios que proporciona y en estricto apego a los derechos humanos establecidos en el Artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

3. Cultura Organizacional

EN MATERIA DE IGUALDAD DE GÉNERO Y NO DISCRIMINACIÓN

El lenguaje empleado en el presente Manual no pretende generar ninguna clase de discriminación, ni marcar diferencias entre hombres y mujeres, por lo que las referencias o alusiones hechas al género masculino representan siempre a todos/as, hombres y mujeres, abarcando claramente ambos sexos.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

4. Atribuciones y Facultades

Artículo 62.- La Oficina de Comunicación Social tiene las atribuciones siguientes:

- I. Ejecutar la política de comunicación social de la Secretaría, con base en las disposiciones jurídicas aplicables que rijan para la Administración Pública Federal;
- II. Coordinar las acciones de difusión, comunicación y prensa de la Secretaría, así como apoyar y orientar a las unidades administrativas y órganos administrativos desconcentrados de esta en materia de comunicación;
- III. Coordinar la planeación, programación, control y evaluación del gasto en materia de comunicación social de la Secretaría y de sus organismos sectorizados, así como proponer a las autoridades competentes el Programa Anual de Comunicación Social de la Secretaría, en cumplimiento de los lineamientos que emitan la Secretaría de Gobernación y la Presidencia de la República y demás normatividad aplicable en la materia;
- IV. Diseñar la estrategia noticiosa que permita la información objetiva y permanente de los planes, programas y actividades de la Secretaría a través de medios de difusión internos y externos, y
- VI. Coordinar la captura, el análisis y el procesamiento de la información nacional e internacional referente a los acontecimientos de interés para las actividades de la Secretaría.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

5. RESPONSABILIDADES

- Del (la) titular de la Oficina de Comunicación Social, autorizar este manual y asegurar su difusión.
- Del (la) titular de la Subdirección de Análisis y Monitoreo de Medios, revisar este manual conocer sus funciones y asegurar su cumplimiento.
- Titulares de las Direcciones de área, Subdirecciones de área y las Jefaturas de departamento adscritos a la Oficina, participar en la actualización de este manual, conocer sus funciones y asegurar su cumplimiento.

De conformidad con lo señalado en el Artículo 7 de la Ley General de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, será responsabilidad de todos los servidores públicos desempeñar los empleos, cargos o comisiones que tienen asignados y realizar las funciones descritas en este manual con los principios de disciplina, legalidad, objetividad, profesionalismo, honradez, integridad, rendición de cuentas, eficacia y eficiencia para el mejor manejo de los recursos y cumplimiento de los objetivos de la Oficina de Comunicación Social.



Manual de Organización Oficina de Comunicación Social

6. Desglose de la Estructura Orgánica Autorizada

111. Oficina de Comunicación Social

111.1 Dirección de Información

111.0.0.1 Departamento de Difusión

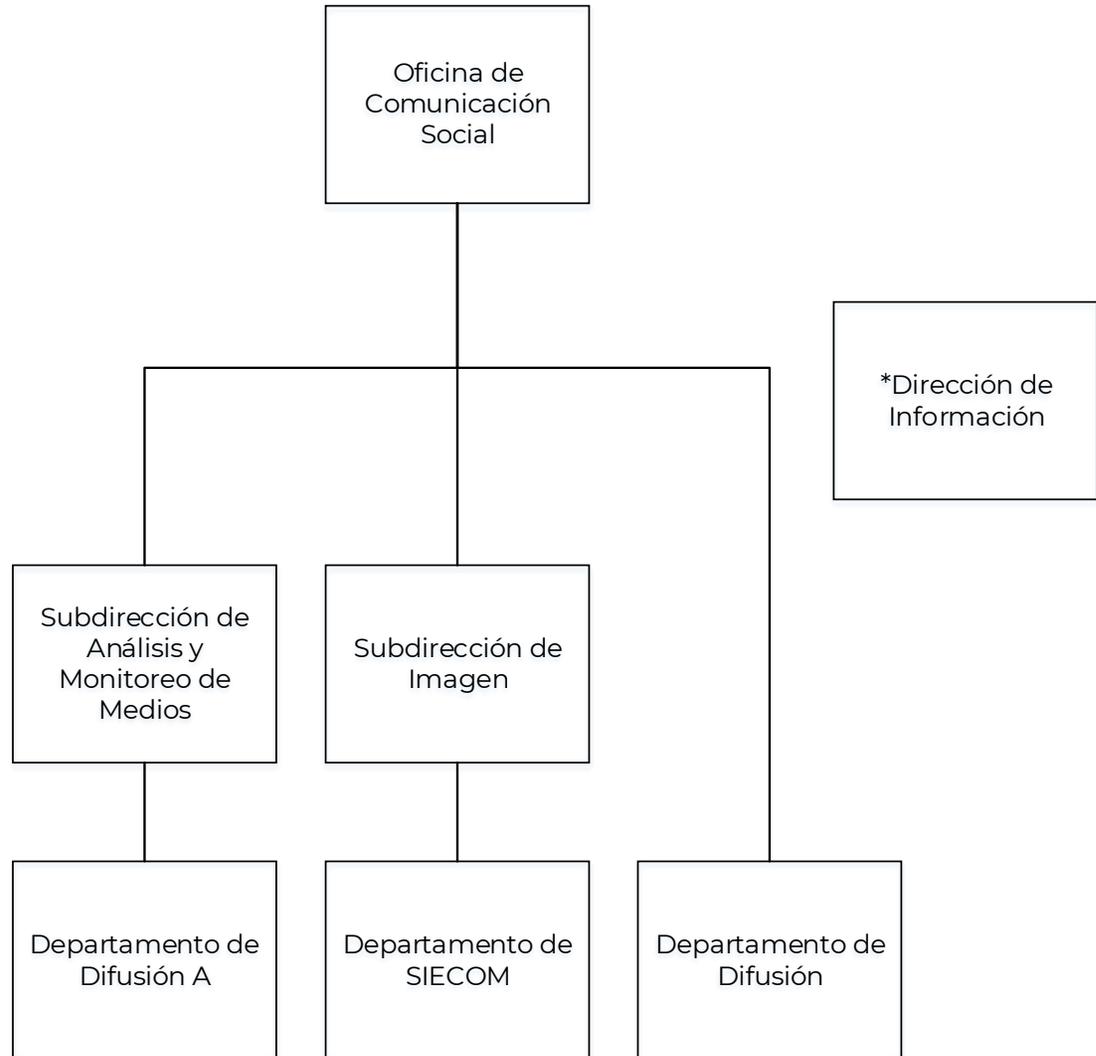
111.0.1 Subdirección de Análisis y Monitoreo de Medios

111.0.1.1 Departamento de Difusión A

111.0.2 Subdirección de Imagen

111.0.2.1 Departamento de SIECOM

7. Organigrama



*La adscripción de esta plaza se encuentra en Proceso de validación para su regularización.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

III Oficina de Comunicación Social

10-100-1-M1C021P-0002530-E-G-Q

Objetivo

Coordinar y dirigir la política de comunicación social, supervisar y asesorar al órgano desconcentrado de la Secretaría para facilitar y promover la difusión a la sociedad de los planes, programas y resultados de la gestión pública a través de los medios de comunicación.

Funciones

1. Elaborar y conducir la política de comunicación social de la Secretaría.
2. Coordinar las acciones de difusión, comunicación y prensa de la Secretaría.
3. Asesorar a las unidades administrativas y entidades coordinadas en materia de comunicación.
4. Elaborar el programa anual de comunicación social de la Secretaría y autorizar los programas anuales de comunicación social de las entidades coordinadas, así como supervisar su ejecución.
5. Establecer y verificar el cumplimiento de los lineamientos generales para la comunicación digital, así como la producción de materiales.
6. Determinar e instrumentar los mecanismos para la difusión objetiva y permanente de los planes, programas y actividades de la Secretaría a través de los medios de comunicación disponibles.
7. Instrumentar la difusión de la información nacional e internacional de la Secretaría en los medios de comunicación.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

111.1 Dirección de Información

10-100-1-M1C018P-0002531-E-C-Q

Objetivo

Coordinar la política de comunicación social, promover la difusión de planes, programas y resultados de la gestión pública de la Secretaría a través de comunicados de prensa, apoyar y asesorar a las unidades administrativas y órgano desconcentrado en materia de comunicación para cumplir con los criterios y lineamientos emitidos en la materia.

Funciones

1. Establecer criterios y contenidos para el manejo de la información institucional, derivada de las actividades, programas, acciones, objetivos y metas de la Secretaría, para su difusión a través de los medios de comunicación.
2. Organizar y coordinar la cobertura informativa de los eventos oficiales en que participe el Titular del Ramo y sus representantes, para su difusión a través de los medios de comunicación.
3. Coordinar las entrevistas y conferencias de prensa del titular de la Secretaría, con los medios de comunicación, para informar sobre los avances y el cumplimiento de las metas de los programas sociales.
4. Supervisar el levantamiento de imagen fotográfica y video en eventos, giras y conferencias, que sirva para la difusión en los diferentes medios de comunicación.
5. Dirigir y establecer políticas en el proceso de elaboración y distribución de la carpeta de síntesis informativa.
6. Supervisar el suministro de información periodística a las distintas unidades administrativas del Sector.
7. Asesorar a las unidades administrativas y órgano desconcentrado en materia de comunicación para cumplir con los criterios y lineamientos emitidos en la materia.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

111.0.0.1 Departamento de Difusión

10-111-1-M1C014P-0000146-E-C-Q

Objetivo

Apoyar en el desarrollo y la producción creativa de los materiales impresos y audiovisuales de la Secretaría de Economía para promover sus servicios y programas a través de campañas de publicidad, materiales promocionales, impresos y digitales.

Funciones

1. Elaborar el *brief* creativo (documento que describe de manera breve la necesidad de comunicación, el público meta, el mensaje a comunicar, la reacción deseada en el público y el llamado a la acción, entre otros) para argumentar las campañas de publicidad difundidas.
2. Revisar la producción creativa de materiales gráficos, audiovisuales y digitales para las campañas de publicidad de la Secretaría de Economía y su Sector Coordinado.
3. Verificar los contenidos de la Secretaría que se ubican en el portal institucional del gobierno, www.economia.gob.mx de conformidad con los lineamientos establecidos.
4. Apoyar en la logística de producción de materiales audiovisuales y revisión de contenidos gráficos (Cápsulas, Videos) durante los eventos de la dependencia dirigidos a emprendedores y micro, pequeños y medianos empresarios y que son expuestos en el portal y el canal de Internet de la Secretaría de Economía para información y consulta.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

111.0.1 Subdirección de Análisis y Monitoreo de Medios

10-100-1-M1C015P-0002535-E-C-Q

Objetivo

Diseñar estrategias de comunicación a partir de la evaluación de las acciones de comunicación de la Oficina, difundidas en los medios de comunicación impresos y electrónicos nacionales e internacionales, para mantener el posicionamiento de la Secretaría de Economía.

Funciones

1. Elaborar el programa anual de comunicación social de la Secretaría y autorizar los programas anuales de comunicación social de las entidades coordinadas, así como supervisar su ejecución.
2. Coordinar la operación de síntesis, seguimiento y archivo de la información de los acontecimientos de interés de la Secretaría de Economía.
3. Sugerir estrategias de comunicación para dar una imagen congruente y oportuna de las políticas públicas y programas institucionales de la Secretaría en los medios de comunicación nacionales e internacionales.
4. Realizar el análisis cualitativo de la imagen de la Secretaría de Economía en medios electrónicos e impresos.
5. Determinar los medios escritos a dar seguimiento de acuerdo a su nivel de circulación y a su impacto social y político.
6. Coordinar el funcionamiento del servicio de envío de información de prensa escrita, radio, televisión e internet vía correo electrónico.
7. Verificar la entrega de artículos, síntesis y anexos sobre temas de interés, presentaciones y ponencias en los medios de circulación nacional y extranjera.
8. Verificar la atención de las solicitudes de los servidores públicos de la Secretaría sobre noticias, asesorías y grabación de noticiarios a los que se da seguimiento.
9. Revisar la generación de información que apoye a la elaboración de una estrategia de comunicación social.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

111.0.1.1 Departamento de Difusión A

10-111-1-M1C014P-0000145-E-C-Q

Objetivo

Realizar el monitoreo de información en medios de comunicación que coadyuve a la elaboración de una estrategia de comunicación social y que permita establecer un sistema de enlace y comunicación, eficiente y eficaz.

Funciones

1. Gestionar los trámites para la autorización de las campañas ante la Secretaría de Gobernación.
2. Obtener la aprobación de la Presidencia de la República en el Programa Anual de Comunicación Social de la Secretaría de Economía.
3. Gestionar la aprobación de tiempos oficiales en Radio Televisión y Comunicaciones, con el fin de cumplir con las actividades del Programa Anual de Comunicación Social de la Secretaría de Economía (SE) y su Sector Coordinado.
4. Supervisar la elaboración de las órdenes de inserción de la SE para el Diario Oficial de la Federación.
5. Participar en los procedimientos de compra de espacios publicitarios en medios de comunicación, así como de contratación de proveedores de servicios publicitarios.
6. Participar, en el establecimiento de las estrategias de comunicación.
7. Elaborar las pautas de medios para la difusión de las campañas.
8. Supervisar y aprobar los materiales para las campañas de difusión de la Secretaría y su Sector Coordinado.
9. Coordinar la entrega de los materiales de campaña a los medios de comunicación.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

111.0.2 Subdirección de Imagen

10-100-1-M1C015P-0002537-E-C-Q

Objetivo

Participar en la elaboración de estrategias de comunicación, proponer productos informativos, supervisar materiales fotográficos, audio y video para su difusión y cobertura de eventos y giras.

Funciones

1. Proponer estrategias para la cobertura de eventos y giras con presencia de medios (Plan de medios).
2. Presentar tarjetas informativas para la cobertura de eventos y giras.
3. Mantener contacto con las Oficinas de Representación en las Entidades Federativas y con los medios de comunicación de la entidad.
4. Evaluar los impactos de la presencia de funcionarios después de la gira o evento.
5. Participar y proponer materiales informativos de acuerdo a cada, evento o gira.
6. Integrar la información para captura y procesamiento de discursos de los funcionarios de la dependencia.
7. Solicitar los materiales de apoyo de los funcionarios en sus ponencias (presentaciones).
8. Informar y seleccionar el material de video de cada estrategia.
9. Atender y orientar a los reporteros que solicitan entrevistas con funcionarios de la dependencia.
10. Tramitar solicitudes de entrevistas a través del área competente de la Oficina.
11. Concertar cita entre el periodista y el funcionario.
12. Revisar la actualización permanente de los archivos hemerográficos y electrónicos.



Manual de Organización Oficina de Comunicación social

8. Objetivo y Funciones de los Órganos con Plazas Permanentes

III.0.2.1 Departamento de SIECOM

10-100-1-M1C014P-0002546-E-C-K

Objetivo

Realizar el monitoreo de información en medios de comunicación que coadyuve a la elaboración de una estrategia de comunicación social y que permita establecer un sistema de enlace y comunicación, eficiente y eficaz.

Funciones

1. Elaborar la síntesis informativa de medios de comunicación de la Secretaría de Economía.
2. Recabar la información diaria en los medios de comunicación, tanto de medios impresos, internet, radio, televisión, medios estatales e internacionales.
3. Recopilar información de los temas que inciden directamente en área de la Secretaría y su Sector Coordinado.
4. Organizar y distribuir la información recabada de manera impresa y digital, según amerite.
5. Generar o recopilar las versiones estenográficas de las entrevistas de los funcionarios de la Secretaría que se consideren necesarias.
6. Integrar el archivo hemerográfico y electrónico de notas de interés para la Secretaría.
7. Apoyar en las labores logísticas o de enlace para las entrevistas de funcionarios de la Secretaría en medios de comunicación.

9. Marco Jurídico

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 05 de febrero de 1917, y sus reformas.

Leyes

2. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1976, y sus reformas.
3. Ley General de Bienes Nacionales publicada en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2004, y sus reformas.
4. Ley Federal del Derecho de Autor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996, y sus reformas.
5. Ley General de Responsabilidades Administrativas publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de julio de 2016, y sus reformas.
6. Ley de Ingresos de la Federación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014, y sus reformas.
7. Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de marzo de 2006, y sus reformas.
8. Ley de Fiscalización Superior de la Federación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2000, y sus reformas.
9. Ley Federal de Derechos publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1981, y sus reformas.
10. Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público publicada en el Diario Oficial de la Federación el 04 de enero de 2000, y sus reformas.
11. Ley Federal de Procedimiento Administrativo publicada en el Diario Oficial de la Federación el 04 de agosto de 1994, y sus reformas.
12. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de mayo de 2016, y sus reformas.
13. Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de abril de 2003, y sus reformas.
14. Ley de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 2 de abril de 2014, y sus reformas.

9. Marco Jurídico

15. Ley general para la Igualdad entre Mujeres y Hombres publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de marzo de 2016, y sus reformas
16. Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2003, y sus reformas.
17. Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo publicada en el Diario Oficial de la Federación el 01 de diciembre de 2005, y sus reformas.
18. Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1975, y sus reformas.}
19. Ley Federal de Austeridad Republicana, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de noviembre de 2019.

Reglamentos

20. Reglamento Interior de la Secretaría de Economía publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de octubre de 2019 y sus reformas.
21. Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de junio de 2006, y sus reformas.
22. Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de agosto de 2001, y sus reformas.
23. Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de agosto de 2001, y sus reformas.
24. Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2003, y sus reformas.

Decretos

25. Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación
26. Lineamientos en materia de Austeridad Republicana de la Administración Pública Federal, publicados en el Diario Oficial de la Federación el 18 de septiembre de 2020.

Acuerdos

27. Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para el registro y autorización de los programas de comunicación social y de promoción y



9. Marco Jurídico

publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2019, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de enero de 2019.

Otras Disposiciones

28. Manual de Organización General de la Secretaría de Economía.

Adicionalmente a las disposiciones enunciadas, también forman parte del Marco Jurídico de la Secretaría de Economía, diversos instrumentos derivados de las facultades consagradas en leyes y demás disposiciones conferidas a esta Secretaría.