



**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO

COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS

SEPTIEMBRE 2025



Defensa
Secretaría de la Defensa Nacional

Control de cambios del documento

Número	Descripción del cambio al documento	Fecha
I.	Creación del documento.	23 SEP 2025



Handwritten signature and the number 9 in blue ink.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	2 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

MTRO. ARGEL MENDOZA CORTÉS, TITULAR DE LA UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS DE LA EMPRESA TREN MAYA, S.A. de C.V., con fundamento en lo dispuesto en el numeral 30, fracción XXI del Manual de Organización General de Tren Maya, S.A. de C.V., ha tenido a bien expedir el siguiente:

MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	4
II. MARCO JURÍDICO	5
III. ATRIBUCIONES	8
IV. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y/U OCUPACIONAL	9
V. ORGANIGRAMA	10
VI. FUNCIONES	11
VII. GLOSARIO	37
VIII. FIRMAS	41

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	3 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

Introducción

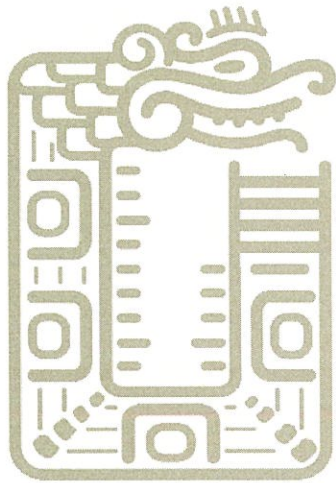
Con fundamento a lo establecido en el artículo 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; y a la fracción VIII, numeral 14, Sección Segunda “De las Coordinaciones Generales”, Capítulo III, del Manual de Organización General de Tren Maya, S.A. de C.V., se presenta el Manual de Organización Específico de la Coordinación General de Comercialización de Servicios Ferroviarios (CGCSF).

Este Manual constituye un instrumento de consulta, para garantizar el correcto funcionamiento de la CGCSF, definiendo su estructura orgánica vigente hasta el nivel de subgerencia, así como las responsabilidades, funciones de cada puesto, sus atribuciones y el marco jurídico-administrativo aplicable.

La CGCSF es responsable de diseñar y ejecutar estrategias comerciales para los servicios ferroviarios de Tren Maya, con el objetivo de garantizar su rentabilidad y posicionamiento en el mercado ferroviario. Entre sus funciones se encuentran el desarrollo de planes de negocio, la identificación de oportunidades de mercado, la definición de estrategias de ventas, promoción y marketing, así como la gestión de alianzas comerciales y fijación de tarifas y precios en los servicios ferroviarios de carga y de pasajeros.

La misión de la CGCSF es desarrollar e implementar estrategias comerciales orientadas a la innovación, eficiencia y sostenibilidad en la comercialización de los servicios de Tren Maya, con el propósito de optimizar los ingresos y garantizar una experiencia satisfactoria para los usuarios y clientes.

En línea con esta misión, la CGCSF tiene como visión posicionar al Tren Maya como una opción de transporte ferroviario de referencia a nivel nacional e internacional, fortaleciendo sus esquemas de comercialización y fidelización de clientes, mediante estrategias de mercadotecnia, alianzas estratégicas y modelos tarifarios competitivos, dentro de un marco normativo y de gestión eficiente.



**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Handwritten signature in blue ink.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	4 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

I. Antecedentes Históricos

El 13 de abril de 2022, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la “RESOLUCIÓN por la que se autoriza la constitución de una Empresa de Participación Estatal Mayoritaria denominada Tren Maya, S.A. de C.V., misma que estará agrupada en el sector coordinado por la Secretaría de la Defensa Nacional”, convirtiendo al mencionado proyecto, en uno prioritario para el estado. Ya que se pretende establecer al Tren Maya como un referente nacional e internacional en cuanto a servicios ferroviarios de pasajeros como de carga, creando oportunidades de crecimiento económico e impulsando el turismo para la región sureste de nuestro país.

El 3 de junio de 2022, mediante escritura pública número 20, volumen número uno especial, ante la fe de la licenciada Claudia Gabriela Francóz Gárate, Notario Público Ciento Cincuenta y Tres del Estado de México, se hizo constar la Constitución de Tren Maya, S.A. de C.V.

Su creación respondió a la necesidad de contar con una instancia técnica y estratégica encargada de diseñar e implementar mecanismos eficientes de comercialización de servicios ferroviarios, para garantizar la rentabilidad del proyecto a largo plazo, fomentar la atracción de usuarios turísticos y locales, así como asegurar la viabilidad del componente logístico de carga, para conectar zonas industriales, agrícolas y portuarias del sureste con el resto del país. El Consejo de Administración de la Empresa, aprobó el Manual de Organización General en la Primera Sesión Extraordinaria del 31 de enero de 2024, mismo que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 27 de septiembre de 2024.

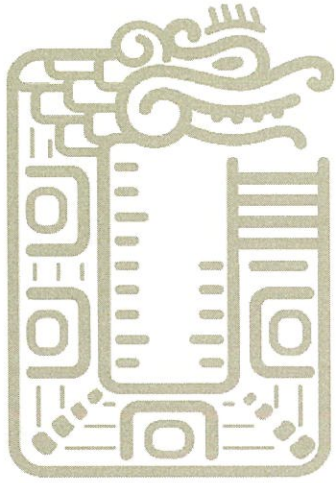
Posteriormente, en la Novena Sesión Ordinaria celebrada el 25 de marzo de 2025, el Consejo de Administración de la Empresa aprobó la actualización del Manual de Organización General de Tren Maya, S.A. de C.V., mismo que fue publicado el 9 de abril de 2025 en el Diario Oficial de la Federación, como un documento cuyo objetivo es establecer las unidades administrativas dotadas de competencia que le permitan ejercer sus facultades legales y ejecutar los procedimientos a su cargo, propiciando un profundo entendimiento de la estructura asignada dentro del marco jurídico y regulatorio establecido, enunciando las atribuciones y funciones de la CGCSF.

El 1 de junio de 2024, la Coordinación General de Comercialización de Servicios Ferroviarios, concluyó la creación de las plazas de mando, entre las cuales se encuentran dos direcciones claves para cumplir con los objetivos establecidos:

La Dirección de Mercadotecnia, quien se encarga del desarrollo y posicionamiento de la marca, campañas de promoción, comunicación y relación con los medios.

La Dirección de Ventas, es responsable del desarrollo de productos y servicios comerciales, canales de distribución, tarifas, relaciones con clientes clave y comercialización de espacios y servicios en estaciones, terminales y trenes.

El 1 de agosto de 2024, la entonces Secretaría de la Función Pública realizó la aprobación y registro de la estructura orgánica de la CGCSF, quedando conformada por 1 Coordinación General, 2 Direcciones, 8 Gerencias y 14 Subgerencias.



**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

II. MARCO JURÍDICO

Handwritten signature in blue ink.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	5 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

II. Marco Jurídico

Constitución.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

D.O.F. 5 de febrero de 1917 y sus reformas.

Leyes.

Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del Apartado B) del Artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

D.O.F. 28 de diciembre de 1963 y sus reformas.

Ley Federal del Trabajo.

D.O.F. 1 de abril de 1970 y sus reformas.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

D.O.F. 29 de diciembre de 1976 y sus reformas.

Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos.

D.O.F. 31 de diciembre 1982 y sus reformas.

Ley Federal de Entidades Paraestatales.

D.O.F. 14 de mayo de 1986 y sus reformas.

Ley Reglamentaria del Servicio Ferroviario.

D.O.F. 12 de mayo de 1995 y sus reformas.

Ley General de Bienes Nacionales.

D.O.F. 20 de mayo de 2004 y sus reformas.

Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

D.O.F. 30 de marzo de 2006 y sus reformas.

Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción.

D.O.F. 18 de julio de 2016 y sus reformas.

Ley General de Responsabilidades Administrativas.

D.O.F. 18 de julio de 2016 y sus reformas.

Ley General de Archivos.



[Handwritten signature and initials in blue ink]

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	6 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

D.O.F. 15 de junio de 2018 y sus reformas.

Ley Federal de Austeridad Republicana.

D.O.F. 19 de noviembre de 2019 y sus reformas.

Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados.

D.O.F. 20 de marzo de 2025.

Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

D.O.F. 20 de marzo de 2025.

Códigos.

Código de Comercio.

D.O.F. 7 de octubre de 1889 y sus reformas.

Código Civil Federal.

D.O.F. en cuatro partes los días 26 de mayo, 14 de julio, 3 y 31 de agosto de 1928 y sus reformas.

Código de Ética de la Administración Pública Federal.

D.O.F. 08 de febrero de 2022.

Reglamentos.

Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales.

D.O.F. 26 de enero de 1990 y sus reformas.

Reglamento del Servicio Ferroviario.

D.O.F. 25 de enero de 2000 y sus reformas 30 de septiembre de 1996.

Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

D.O.F. 28 de junio de 2006 y sus reformas.

Decretos.

Decreto por el que el Fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y Fonatur Tren Maya, S.A. de C.V., realizarán la entrega del Proyecto Tren Maya a Tren Maya, S.A. de C.V.

D.O.F. 31 de agosto de 2023.

Decreto para la entrega del Proyecto Tren Maya Fonatur a Tren Maya S.A. de C.V. y demás acciones que se indican.



 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	7 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

D.O.F. 1 de marzo de 2024.

Acuerdos.

Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones generales en materia de recursos humanos de la Administración Pública Federal.

D.O.F. 22 de febrero de 2024.

Acuerdo por el que se expide el Manual de Organización General del Tren Maya, S.A. de C.V.

D.O.F. 27 de septiembre de 2024.

ACUERDO por el que se actualiza el Manual de Organización General del Tren Maya, S.A. de C.V.

D.O.F. 09 de abril de 2025.

Documentos normativos – administrativos.

RESOLUCIÓN por la que se autoriza la constitución de una Empresa de Participación Estatal Mayoritaria denominada Tren Maya, S.A. de C.V., misma que estará agrupada en el sector coordinado por la Secretaría de la Defensa Nacional.

D.O.F. 13 de abril de 2022.

TÍTULO de asignación que otorga el Gobierno Federal en favor de la empresa de participación estatal mayoritaria denominada Tren Maya, S.A. de C.V., para construir, operar y explotar la vía general de comunicación ferroviaria denominada Tren Maya, la prestación del servicio público de transporte ferroviario de carga y de pasajeros, la cual incluye los permisos para prestar los servicios auxiliares requeridos.

D.O.F. 30 de mayo de 2023.

Programa Institucional de la Empresa de Participación Estatal Mayoritaria, Tren Maya, S.A. de C.V. 2022-2024.

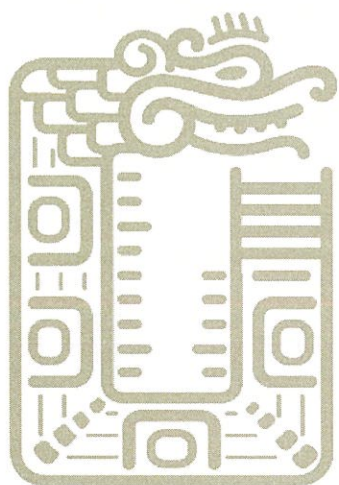
D.O.F. 19 de octubre de 2023 y sus reformas.

Guía Técnica para la Elaboración y Actualización de los Manuales de Organización Específicos de Tren Maya, S.A. de C.V.

17 de abril de 2025.

Estatutos sociales de Tren Maya S.A. de C.V., vigentes.





**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

III. ATRIBUCIONES

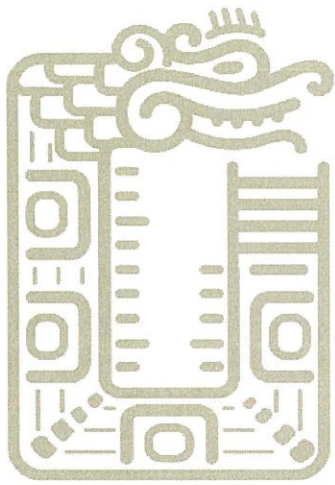
g

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	8 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

III. Atribuciones

En el Manual de Organización General, Capítulo V, Numeral 29, Coordinación General de Comercialización de Servicios Ferroviarios, publicado en el D.O.F. el 9 Abril de 2025, adicional a las facultades comunes conferidas en el Capítulo III, tiene asignadas las siguientes atribuciones:

- I. Implementar políticas, directrices, lineamientos y mecanismos en materia de comercialización que determinen la viabilidad y la rentabilidad a corto, mediano y largo plazo del sistema de transporte ferroviario de pasajeros y carga;
- II. Formular planes y proyectos de desarrollo de servicios, diseño de productos y publicidad en congruencia con los objetivos institucionales y comerciales de la Empresa;
- III. Emitir acciones generales y directrices en la definición políticas de operación, protocolos, reglas y manuales que regulen los servicios al cliente, y someter a consideración de la instancia superior para su aprobación correspondiente;
- IV. Fijar y someter ante la instancia competente los precios y tarifas de los servicios ferroviarios, complementarios y comerciales que brinde el transporte público ferroviario de pasajeros y carga, en término de las disposiciones jurídicas aplicables;
- V. Presentar informes en materia de ventas e ingresos de la Empresa, que permita evaluar las metas y los resultados alcanzados por la entidad, contribuyendo en la toma de decisiones de las instancias superiores;
- VI. Someter a consideración de la instancia superior los acuerdos, convenios y contratos comerciales que realice la Empresa con instituciones públicas y privadas, que generen o incrementen los ingresos por los servicios públicos de transporte de pasajeros, carga, complementarios y comerciales prestados;
- VII. Validar el contenido de las campañas de los servicios ferroviarios que integran la Estrategia y Programa Anual en materia de mercadotecnia en medios de comunicación, conforme a las disposiciones normativas aplicables;
- VIII. Evaluar los resultados sobre la implementación de estrategias de negocios, comercial, ventas y atención al cliente en el corto, mediano y largo plazo;
- IX. Someter a consideración y aprobación de las instancias competentes los servicios especializados y tercerizados en las áreas de mercadotecnia y ventas de los diversos servicios ferroviarios, y
- X. Las demás atribuciones y responsabilidades que le confieran las disposiciones legales aplicables; así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.



**TREN
MAYA**
TSÍMIN K'ÁAK

IV. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y/U OCUPACIONAL

✓
g

✓
g

IV. Estructura Orgánica y/u Ocupacional

1.3.2. Coordinación General de Comercialización de Servicios Ferroviarios.

1.3.2.1. Dirección de Mercadotecnia.

1.3.2.1.1. Gerencia de Inteligencia de Mercados.

1.3.2.1.1.1. Subgerencia de Inteligencia de Negocios.

1.3.2.1.1.2. Subgerencia de Desarrollo de Modelo de Datos.

1.3.2.1.2. Gerencia Precios y Tarifas.

1.3.2.1.2.1. Subgerencia de Tarifas de Pasajeros y Precios de Servicios.

1.3.2.1.2.2. Subgerencia de Tarifas de Carga.

1.3.2.1.3. Gerencia de Desarrollo Comercial.

1.3.2.1.3.1. Subgerencia de Diseño de Productos y Servicios.

1.3.2.1.3.2. Subgerencia de Estrategia Comercial.

1.3.2.1.4. Gerencia de Promoción y Publicidad.

1.3.2.1.4.1. Subgerencia de Publicidad Comercial.

1.3.2.2. Dirección de Ventas.

1.3.2.2.1. Gerencia de Ventas a Pasajeros.

1.3.2.2.1.1. Subgerencia de Venta.

1.3.2.2.1.2. Subgerencia de Servicios Comercial.

1.3.2.2.2. Gerencia de Ventas a Servicios de Transporte de Carga.

1.3.2.2.2.1. Subgerencia de Comercialización de Servicios.

1.3.2.2.2.2. Subgerencia de Contratos Comerciales de Carga.

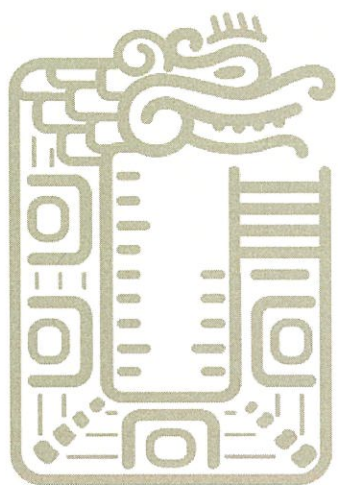
1.3.2.2.3. Gerencia de Atención al Cliente.

1.3.2.2.3.1. Subgerencia Telefónico y Virtual.

1.3.2.2.3.2. Subgerencia de Postventa, Fidelización y Monitoreo.

1.3.2.2.3.3. Subgerencia de Planeación y Evaluación de Servicios al Cliente.

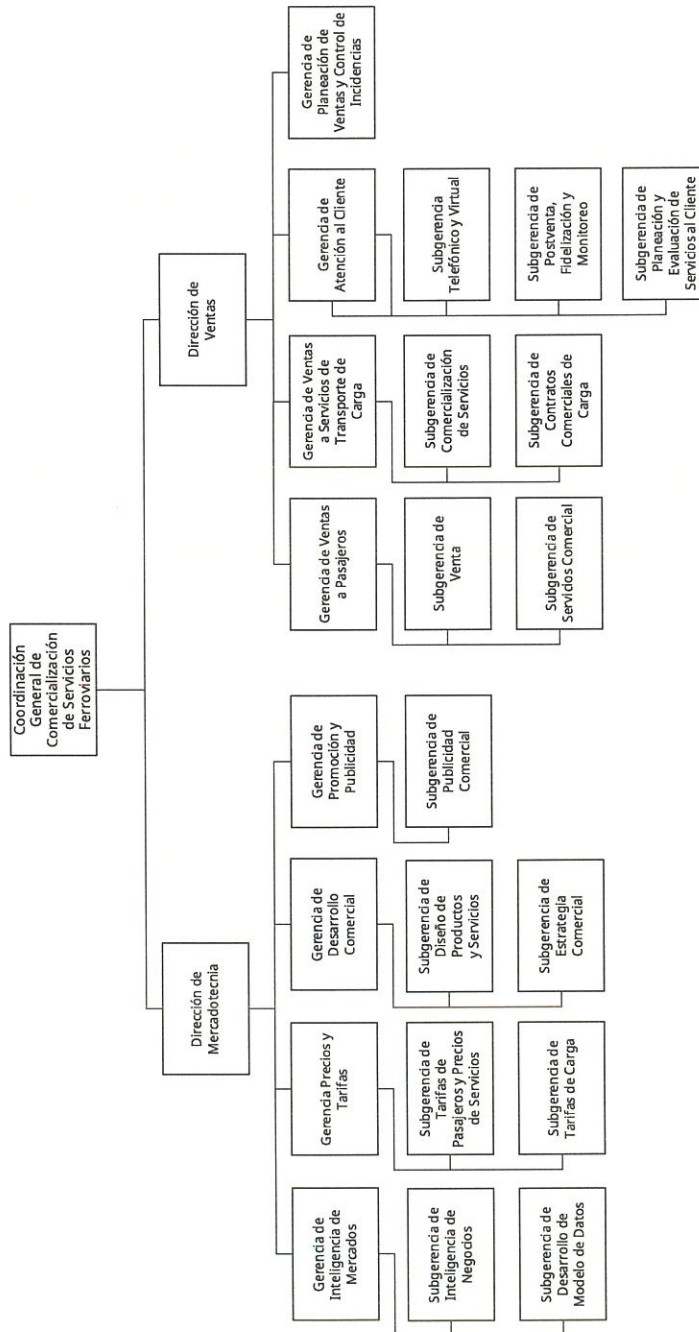
1.3.2.2.4. Gerencia de Planeación de Ventas y Control de Incidencias.



**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

V. ORGANIGRAMA

V. Organigrama

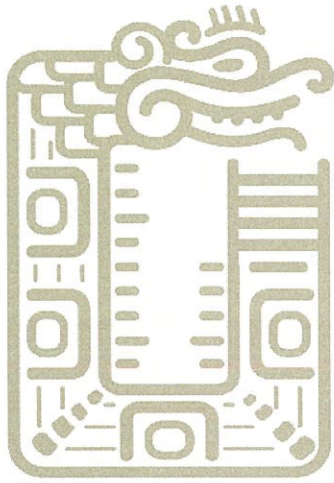


III

IV

V

VI



**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

I. FUNCIONES

✓

✓

9 ✓

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	11 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

VI. Funciones

1.3.2. Coordinación General de Comercialización de Servicios Ferroviarios

Objetivo.

Coordinar los planes de negocio y comerciales, que permitan identificar las estrategias de mercadotecnia y ventas, las oportunidades de crecimiento y el desarrollo de nuevos productos, servicios o modelos de negocio, con la finalidad de generar ingresos para la Empresa a través de la venta de servicios de transporte ferroviarios de carga, pasajeros, complementarios y comerciales, garantizando rentabilidad a la Empresa, presencia en el mercado ferroviario y aumentar la satisfacción de los usuarios.

Funciones.

1. Coordinar la implementación de lineamientos y acciones generales con las áreas administrativas y operativas de la Empresa en la formulación y ejecución del plan de negocios, que defina las estrategias institucionales y de negocio, el análisis del entorno de la Empresa y del mercado, el plan de operaciones y la estructura financiera, con el fin de garantizar el funcionamiento, rentabilidad y el objeto social de la entidad.
2. Definir las líneas de acción en la integración y aplicación de los planes en materia de mercadotecnia que permita precisar las estrategias comerciales a corto, mediano y largo plazo alineadas con los objetivos prioritarios, identificando oportunidades de mercado, diseño de productos, evaluación de canales de venta, segmentación de clientes, determinación de tarifas, entre otros, para que se cumplan los objetivos de venta y mejorar la rentabilidad de la Empresa.
3. Conducir las estrategias de mercadotecnia y ventas integradas en el plan comercial del servicio de transporte ferroviario de pasajeros, carga, complementarios y comerciales, para contar con modelos de explotación y acciones comerciales que permitan optimizar los costos, generar expansión de la red ferroviaria e identificar oportunidades con diferentes sectores que garanticen el incremento de las ventas y oportunidades de crecimiento a nivel nacional.
4. Determinar los métodos y mecanismos en la elaboración de los estudios de mercado e investigaciones comerciales que justifiquen los cambios o mejoras en los servicios que se ofrecen en Tren Maya, para presentar los resultados a la Unidad de Estrategia Corporativa y Comercial e identifiquen oportunidades de crecimiento.
5. Someter a consideración y aprobación de la Unidad de Estrategia Corporativa y Comercial las propuestas referentes a segmentación de clientes, penetración en nuevos nichos de mercado, las oportunidades de mejora en servicios ferroviarios y comerciales, con la finalidad de obtener una visión de comportamiento y lanzar estratégicamente los modelos comerciales en el momento y al precio adecuado permitiendo realizar toma de decisiones asertivas.
6. Establecer lineamientos generales en la formulación de políticas de operación, protocolos de actuación, así como reglas de aplicación y manuales de servicios, para asegurar el cumplimiento de las disposiciones de carácter normativo vigentes en la materia de atención al cliente.

 TREN MAYA TSIMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	12 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

7. Presentar a la Unidad de Estrategia Corporativa y Comercial las políticas, lineamientos y metodológicas que determinen las tarifas del servicio de carga que indiquen los montos de autorización, descuentos o ajustes de precios que se pacten con los clientes, con el fin de garantizar el cierre de un contrato o convenio que maximice los ingresos de la Empresa.
8. Proporcionar líneas generales de acción que definan la estrategia de fijación de la contraprestación de los servicios comerciales considerando factores, como la ubicación, superficie, características específicas, vigencia del contrato y las políticas de la Empresa, entre otros, con el fin de asegurar que se cumpla conforme a las disposiciones jurídicas, administrativas y de transparencia aplicables, maximizando los ingresos y el valor de los activos inmobiliarios comerciales.
9. Implementar las estrategias tarifarias en el servicio ferroviario de pasajeros y complementarios considerando la flexibilidad de los cambios en el mercado, con la finalidad de garantizar precios competitivos que impacten en un incremento en las ventas y por ende en la rentabilidad de la Empresa.
10. Formular los índices de rentabilidad y los indicadores comerciales de los servicios de transporte ferroviario de carga, pasajeros, complementarios y comerciales que justifiquen el rendimiento de acciones y procesos en materia comercial, con el propósito de cumplir con los objetivos de negocio y evaluar los diferentes modelos de negocio a corto, mediano y largo plazo.
11. Definir los lineamientos generales con relación a la selección y definición de alianzas y convenios de colaboración comercial entre Empresas, para lograr un mayor reconocimiento de marca, incrementar la oferta de servicios, generar relaciones sólidas con clientes e incrementar los ingresos de la Empresa.
12. Establecer lineamientos y métodos generales de certificación de contenidos de las campañas de difusión de mensajes comerciales, servicios de creatividad, preproducción y producción de publicidad, para promover las estrategias de mercadotecnia de los servicios ferroviarios que permita mayor visibilidad en diferentes medios de comunicación.
13. Coordinar directrices y métodos relativos a la formulación y presentación de informes de resultados de la instrumentación de planes y estrategias de negocio, comercialización, mercadotecnia y servicios al cliente, para generar elementos técnicos que contribuyan en la toma de decisiones de las instancias superiores.
14. Presentar las propuestas técnicas de contratación de servicios especializados y tercerizados en materia de comercialización y atención a clientes, para proveer los servicios a bordo y en tierra bajo estándares de calidad y eficiencia, optimizando costos y minimizando riesgos.
15. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.



 TREN MAYA TSIIMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	13 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1. Dirección de Mercadotecnia

Objetivo

Implementar estrategias de marketing que incrementen la visibilidad de la marca, atraigan y retengan clientes, aumentando las ventas y la cuota del mercado, conforme a la normativa aplicable, con la finalidad de designar el presupuesto de marketing y campañas de mercadeo integradas que se alineen con los objetivos de la Empresa.

Funciones.

1. Definir el plan de marketing de la Empresa por medio de investigación de mercado, de esta forma conocer al público objetivo y crear las pautas necesarias, para que los productos y servicios satisfagan las necesidades del mercado y los objetivos de la Coordinación.
2. Crear estrategias de publicidad de acuerdo con la situación de la Empresa y los estudios realizados por el área, para coadyuvar en el cumplimiento de las metas de la Entidad.
3. Delegar actividades orientadas a la creación de una identidad de marca que se mantenga fiel a los valores y objetivos de la Empresa, a fin de que se logre notoriedad en la mente de los consumidores.
4. Evaluar los resultados de las campañas y proyectos que maneje la Dirección, para determinar si los objetivos fijados por la Coordinación fueron alcanzados o en su caso mejorar el plan estratégico.
5. Impulsar las nuevas tendencias y herramientas tecnológicas que surgen en materia de mercadotecnia, para agilizar los procesos, publicidad de productos y servicios del área.
6. Asignar precios de los productos a fin de que sean competitivos, creando relaciones de consumo duraderas con los clientes. (segunda opción)
7. Vigilar que las actividades de marketing cumplan con las leyes y regulaciones aplicables, para promover prácticas de mercadeo éticas y responsables dentro de la Empresa, evitando incurrir en sanciones.
8. Representar a la Empresa en las relaciones con los clientes clave y socios comerciales, ya sea por medio de la participación en eventos o ferias comerciales, a fin de promover la marca y establecer conexiones estratégicas.
9. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	14 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1.1. Gerencia de Inteligencia de Mercados

Objetivo.

Aplicar los modelos de datos y las estrategias de análisis sistemáticos de información correspondiente a la operación de los mercados, de conformidad a los procedimientos establecidos, con la finalidad de fomentar su seguimiento y determinar los ajustes de mejora pertinentes.

Funciones.

1. Desarrollar estudios de mercado analizando los datos demográficos, económicos y sociales, para prever cambios, identificar tendencias y comportamientos del consumidor definiendo su impacto en la Empresa.
2. Reportar el análisis de las actividades de los competidores, incluyendo sus estrategias de marketing, productos, precios e impacto de campañas publicitarias, para coadyuvar en la toma de decisiones de acuerdo con las oportunidades y amenazas.
3. Delimitar los segmentos de mercado enfocados en orientar las estrategias de las áreas de la dirección, para comprender las necesidades y comportamientos de los clientes.
4. Sintetizar informes detallados y presentaciones que resuman los hallazgos de las investigaciones de mercado, para apoyar en la toma de decisiones de la Coordinación conforme a las recomendaciones estratégicas.
5. Manejar la base de datos de mercados, para analizar información relevante y precisa en la toma de decisiones.
6. Coadyuvar con los demás departamentos el intercambio de la información con respecto a inteligencia comercial, para asegurar que se integre a las estrategias y decisiones comerciales.
7. Pronosticar nuevas oportunidades de mercado proponiendo estrategias de mercadeo, para capitalizarlas en nuevos productos y servicios.
8. Determinar la metodología de marketing, para el análisis del rendimiento de las estrategias comerciales implementadas.
9. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TSIIMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	15 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1.1. Subgerencia de Inteligencia de Negocios

Objetivo.

Recopilar la información comercial generada de los análisis de mercados, conforme a los objetivos y parámetros establecidos, para desarrollar bases que contengan información crítica de las estrategias comerciales, operativas y de marketing.

Funciones.

1. Examinar los informes detallados y dashboards interactivos que presenten información clave, con la finalidad de que sean relevantes y fáciles de interpretar por los usuarios finales.
2. Procesar datos e identificar tendencias de mercado, comportamiento del consumidor y oportunidades de negocio, para proporcionar una visión interna con base a las recomendaciones, apoyando la toma de decisiones estratégicas.
3. Estimar el impacto de las estrategias comerciales y de marketing implementadas, utilizando análisis de datos y métricas clave, para tener retroalimentación y realizar ajustes necesarios mejorando la efectividad de las estrategias.
4. Efectuar búsquedas de nuevas metodologías, tecnologías y herramientas en materia de inteligencia de negocios, para mejorar la relevancia y eficiencia de los análisis de datos.
5. Recabar información relacionada al comportamiento del mercado, para optimizar las estrategias y operaciones de la Empresa mediante el uso de datos e información estratégica.
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

1.3.2.1.1.2. Subgerencia de Desarrollo de Modelo de Datos

Objetivo.

Integrar modelos de datos, de conformidad a los procedimientos establecidos en la materia que soporten las necesidades de análisis y procesamiento de información de la Empresa, para asegurar la integridad, consistencia y accesibilidad de la información, al momento de la toma de decisiones estratégicas.

Funciones.

1. Utilizar modelos de datos conceptuales, lógicos y físicos que cumplan con los requisitos de negocios y técnicos, para mantener las bases de datos optimas y eficientes.
2. Reportar problemas de rendimiento de base de datos, a fin de asegurar la calidad, integridad y seguridad de la información mejorando su gestión y precisión.
3. Implementar procesos de integración de datos desde diversas fuentes internas y externas, garantizando la consistencia y precisión de la información, para automatizar la transferencia y transformación de datos, convirtiéndolos en información útil y accesible.
4. Analizar el rendimiento de las bases de datos, para mejorar la eficiencia y velocidad de las consultas, asegurando la disponibilidad continua de los sistemas de información.
5. Implementar cambios en los modelos de datos, realizando actualizaciones y mejoras según sea necesario, para adaptarse a nuevos requisitos de la Empresa.
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	17 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1.2. Gerencia de Precios y Tarifas

Objetivo.

Consolidar las estrategias de precios y tarifas tanto de pasajeros como del servicio de carga por medio del análisis de datos de mercado, comportamiento del cliente, costos operativos y disposiciones legales aplicables, con el propósito de establecer precios y tarifas que impulsen la rentabilidad de la Empresa.

Funciones.

1. Coadyuvar en el diseño de estrategias de precios y tarifas basadas en el análisis de la demanda del mercado, la competencia y los costos operativos, para establecer precios dinámicos que maximicen los ingresos y la ocupación.
2. Coordinar investigaciones de mercado identificando tendencias, patrones de comportamiento y oportunidades de precios, a fin de mejorar las estrategias de precios ante la competencia y ajustar las tarifas competitivamente.
3. Reportar los informes periódicos sobre el desempeño de las estrategias de precios, tarifas, analizando su impacto en los ingresos y la ocupación, para evaluar las estrategias implementadas o el ajuste necesario en su aplicación.
4. Conciliar las consultas de los directivos relacionadas con precios y tarifas, con la finalidad de asegurar a los clientes una resolución eficiente y satisfactoria.
5. Proponer innovaciones en las estrategias de precios y tarifas, así como actualizaciones en las últimas tendencias, tecnologías y metodologías en el ámbito de la gestión de precios y tarifas, con la finalidad de mejorar la competitividad y rentabilidad.
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	18 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1.2.1. Subgerencia de Tarifas de Pasajeros y Precios de Servicios

Objetivo.

Desarrollar estrategias de tarifas y precios de servicios, conforme a los lineamientos aplicables, para maximizar los ingresos, potenciar la ocupación y asegurar la competitividad en el mercado de transporte de pasajeros.

Funciones.

1. Ajustar estructuras tarifarias y de precios de los servicios de pasajeros, considerando factores como la demanda, la competencia y los costos operativos, para maximizar los ingresos y la ocupación.
2. Analizar los estudios de mercado identificando las tendencias y comportamientos del consumidor con respecto a los precios de la competencia, a fin de adaptar las tarifas y precios manteniendo una posición competitiva.
3. Implementar técnicas de gestión de ingresos, con el propósito de mejorar los precios y tarifas en función de la demanda y capacidad disponible.
4. Sistematizar las herramientas tarifarias que permitan la automatización y eficiencia en el cálculo de tarifas y precios, para mantener la precisión y actualización de los datos correspondientes.
5. Implementar regulaciones locales e internacionales en materia de tarifas y precios de servicios a pasajeros, para que las políticas y procedimientos de la Empresa no incurran en sanciones o multas.
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	19 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

1.3.2.1.2.2. Subgerencia de Tarifas de Carga

Objetivo.

Desarrollar estrategias de tarifas de servicios de carga, conforme a los lineamientos establecidos, para asegurar su competitividad y rentabilidad en el mercado.

Funciones.

1. Estudiar los factores como costos operativos, demanda del mercado y competencia, con el propósito de lograr tarifas competitivas y rentables para la Empresa.
2. Elaborar análisis de mercado donde se identifiquen las tendencias y comportamientos del sector de carga, para optimizar las estrategias y adaptar las tarifas en consecuencia.
3. Estudiar los costos operativos relacionados con el transporte de carga y que las tarifas cubran estos costos, para generar márgenes de beneficios adecuados a la Empresa.
4. Recomendar la negociación oportuna con los clientes y proveedores, considerando la rentabilidad de las líneas de productos y servicios de carga que se manejan, con la finalidad de asegurar acuerdos beneficiosos para la Entidad.
5. Implementar las regulaciones locales e internacionales en materia de tarifas de carga, para que las políticas y procedimientos de la Empresa no incurran en sanciones o multas.
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

X
J
/

G

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	20 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

1.3.2.1.3. Gerencia de Desarrollo Comercial

Objetivo.

Establecer relaciones estratégicas con clientes clave, conforme a los objetivos establecidos en materia de desarrollo comercial, a fin de optimizar los procesos de venta y marketing.

Funciones.

1. Determinar estrategias de desarrollo comercial alineadas con los objetivos de la Empresa a corto y largo plazo, con el propósito de fortalecer la posición competitiva de la Empresa.
2. Incluir nuevas oportunidades de negocios a nivel nacional e internacional, para promover la expansión, entrada a nuevos mercados y coordinar su implementación.
3. Orientar al equipo de desarrollo comercial fortaleciendo sus habilidades y rendimiento, para alcanzar los objetivos de ventas.
4. Exponer las propuestas comerciales a proveedores potenciales, destacando los beneficios y ventajas competitivas de los productos y servicios de la Empresa, para la negociación de contratos favorables.
5. Pronosticar resultados basados en análisis de datos en Inteligencia de Mercado, a fin de respaldar la toma de decisiones estratégicas.
6. Asegurar el cumplimiento de los objetivos de ventas y rentabilidad establecidos por la Empresa considerando los recursos y presupuesto asignados, para el desarrollo comercial eficiente.
7. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

✓

✓

✓

9

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	21 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1.3.1. Subgerencia de Diseño de Productos y Servicios

Objetivo.

Consolidar el proceso de mejora y lanzamiento de nuevos productos y servicios, con base en la innovación e investigación de mercado, en conformidad con la normativa aplicable, a fin de garantizar la competitividad de la Empresa.

Funciones.

1. Evaluar propuestas de nuevos productos y servicios mediante técnicas de innovación y creatividad, con el propósito de generar conceptos preliminares y propuestas de valor diferenciadas.
2. Supervisar el desarrollo de prototipos y versiones preliminares de productos y servicios, a fin de validar su funcionalidad, calidad y aceptación en el mercado.
3. Gestionar las etapas del ciclo de vida del producto, para realizar los ajustes necesarios y potenciar el éxito de los nuevos productos y servicios.
4. Desarrollar planes de negocio que incluyan análisis de viabilidad, estrategias de mercado, proyecciones financieras y planes de lanzamiento, con el objetivo de obtener su aprobación correspondiente para su implementación.
5. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

Handwritten signature and initials in blue ink.

1.3.2.1.3.2. Subgerencia de Estrategia Comercial

Objetivo.

Implementar estrategias comerciales, que permitan identificar oportunidades de negocio y planes estratégicos, de conformidad a los lineamientos normativos aplicables, para asegurar que las iniciativas comerciales se encuentren alineadas con los objetivos de la Empresa.

Funciones.

1. Analizar la competencia, en función de sus fortalezas, debilidades y estrategias, con el propósito de diseñar acciones que fortalezcan la posición competitiva de la Empresa.
2. Proponer estrategias comerciales alineadas con los objetivos de la Empresa a corto y largo plazo, para implementar planes de acción que incluyan objetivos específicos, tácticas, plazos y recursos necesarios.
3. Incrementar las oportunidades de negocio, en mercados existentes y potenciales, para evaluar de la viabilidad y rentabilidad de nuevas iniciativas comerciales.
4. Implementar indicadores clave de rendimiento, para analizar del desempeño comercial de la Empresa y ajustar estrategias necesarias.
5. Presentar recomendaciones fundamentadas en el análisis de los datos y conocimientos del mercado, para respaldar la toma de decisiones estratégicas de la coordinación
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

Handwritten signature and initials in blue ink.

	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	23 de 41	
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

1.3.2.1.4. Gerencia de Promoción y Publicidad

Objetivo.

Generar estrategias, campañas de promoción y publicidad en los diferentes canales de comunicación, conforme a los objetivos establecidos de marketing de la Empresa, para aumentar la visibilidad y aceptación de la marca con los clientes potenciales.

Funciones.

1. Desarrollar planes de marketing dirigidos a pasajeros, Empresas usuarias del servicio de carga y demás grupos de interés estratégico del sector ferroviario, para cumplir con los objetivos de atracción de la Empresa.
2. Proponer campañas publicitarias, con el fin de asegurar el uso eficiente de los recursos asignados.
3. Supervisar el avance de las campañas publicitarias por medio de indicadores clave de rendimiento, para realizar los ajustes que mejoren su efectividad y alcance.
4. Aplicar estrategias publicitarias y promocionales, en colaboración con más áreas de la Empresa, para lograr los objetivos operacionales y comerciales.
5. Conciliar con organismos públicos y privados del sector ferroviarios, el uso institucional de la imagen, para lograr un reconocimiento de marca que genere confianza en el mercado.
6. Argumentar el diseño de las estrategias de promoción y publicidad ante la coordinación, para maximizar la visibilidad, el atractivo de los servicios ferroviarios y contribuir al crecimiento de la Empresa.
7. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	24 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.1.4.1. Subgerencia de Publicidad Comercial

Objetivo.

Coordinar las estrategias y campañas publicitarias conforme los lineamientos establecidos, con el fin de aumentar la visibilidad de la marca, promocionar productos y servicios generando un alto retorno de inversión.

Funciones.

1. Proponer estrategias publicitarias alineadas con los objetivos de marketing y ventas de la Empresa, definiendo canales de comunicación, presupuesto y cronogramas de ejecución, con el fin de lograr los objetivos en los plazos acordados.
2. Coadyuvar con la planificación y ejecución de campañas publicitarias en diversos medios, para que el contenido publicitario sea atractivo y alineado con la identidad de la Empresa.
3. Gestionar los acuerdos establecidos (plazos, presupuesto, estándares de calidad) con agencias de publicidad, diseñadores gráficos, productores y otros proveedores externos, con el fin de asegurar el cumplimiento de los mismo.
4. Generar innovación y creatividad en el desarrollo de las campañas publicitarias, buscando nuevas ideas, últimas tendencias y herramientas tecnológicas actuales, para cumplir con los objetivos de la Empresa.
5. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	25 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2. Dirección de Ventas

Objetivo.

Asegurar la implementación y desarrollo de estrategias de ventas de las líneas de negocios, planes de desarrollo y formulación de presupuestos, en alineación con los objetivos establecidos, con el fin de alcanzar las metas comerciales a corto, mediano y largo plazo del sistema de transporte ferroviario Tren Maya, S.A. de C.V.

Funciones.

1. Dirigir los procesos relacionados con la formulación de presupuestos de ventas de las líneas de negocio de servicios de pasajeros, carga, arrendamiento de locales comerciales y espacios publicitarios, con el fin de contar con un plan financiero que garantice la rentabilidad de la Empresa.
2. Establecer estrategias y técnicas de venta de las líneas de negocio de pasajeros, carga, arrendamiento de locales comerciales y de espacios publicitarios, para cumplir con los objetivos comerciales a corto, mediano y largo plazo.
3. Aprobar los planes de desarrollo de ventas presentados por las áreas responsables, para contar con una proyección que impulse la actividad y rentabilidad comercial de la Empresa.
4. Supervisar la ejecución de los planes de venta de las diferentes líneas de negocio de la Empresa, para evaluar el cumplimiento de los objetivos, decisiones de gestión y el rendimiento durante su implementación.
5. Determinar mecanismos y estrategias en la elaboración de materiales de venta relacionados con los servicios de pasajeros y de carga, con el fin de informar al público, fortalecer la marca, aumentar las ventas y fomentar la lealtad de los clientes.
6. Organizar en coordinación de las diferentes áreas, eventos y seminarios empresariales con el fin de promover los servicios, captación de clientes y posicionar a la Empresa.
7. Coordinar con el área competente el diseño, la implementación y actualización del sistema de costos, para identificar el costo unitario y la rentabilidad de los servicios prestados por la Empresa.
8. Conducir los procesos relativos al desempeño comercial de la Empresa, para establecer acciones de mejora que permitan alcanzar los objetivos comerciales.
9. Establecer estrategias en coordinación con el área de operaciones, que impulsen el desarrollo del servicio de carga, para contar con la infraestructura ferroviaria necesaria que permita atender los requerimientos de los clientes.
10. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TSIIMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	26 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.1. Gerencia de Ventas a Pasajeros

Objetivo.

Coordinar las actividades de la fuerza de ventas, conforme a las políticas establecidas, a fin de lograr los objetivos y el posicionamiento del servicio de transporte ferroviario.

Funciones.

1. Desarrollar el Presupuesto Anual de Ingresos con respecto a la venta del servicio de pasajeros, arrendamiento de locales comerciales, espacios publicitarios y comercialización de servicios adicionales, para su integración al Plan Financiero de la Empresa.
2. Formular estrategias comerciales que impulsen la venta del servicio de transporte ferroviario de pasajeros, con el fin de posicionar este medio de transporte en la región sureste del país.
3. Determinar las estrategias de arrendamiento de locales comerciales, espacios publicitarios y servicios adicionales, para el cumplimiento de la proyección del ejercicio correspondiente al Presupuesto Anual de Ingresos.
4. Implementar el plan estratégico comercial, para lograr los márgenes de ventas determinados en el presupuesto anual, enfocados a la demanda de cada tramo comercial, tipo de producto y segmento de mercado.
5. Generar las políticas y procedimientos en materia de arrendamiento de los locales comerciales y espacios publicitarios, en cumplimiento con la Ley General de Bienes Nacionales, Código Civil Federal y lineamientos internos, con el fin de ofertar espacios de manera transparente, equitativa y rentable.
6. Generar las políticas y procesos comerciales que regulen la administración, operación y supervisión de los servicios de transporte de pasajeros y servicios complementarios que integren la Empresa Tren Maya, para garantizar eficiencia, calidad sostenibilidad y responsabilidad social.
7. Acordar con las áreas de operación ferroviaria los requerimientos de oferta de servicio por productos, para el cumplimiento de los indicadores definidos.
8. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

✓

✓

✓

9

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	27 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.1.1. Subgerencia de Venta

Objetivo.

Dar cumplimiento al presupuesto, mediante la planificación y establecimiento de estrategias comerciales que permitan alcanzar los objetivos de venta del servicio de transporte de pasajeros, para el posicionamiento y fortalecimiento de la prestación de los servicios ferroviarios.

Funciones.

1. Proponer el presupuesto de ventas, con base en la oferta de productos que establezca a cada tipo de pasajero, según las necesidades y capacidades, con el fin de evitar gastos innecesarios.
2. Desarrollar estrategias comerciales que impulsen la venta del servicio de transporte ferroviario de pasajeros, a fin de consolidar el posicionamiento de la Empresa en el sureste mexicano.
3. Coadyuvar con la coordinación de servicios al cliente en el análisis de desempeño de los trenes de pasajeros, para identificar áreas de mejora y estándares de calidad deseados.
4. Establecer indicadores en el seguimiento de ventas, con la finalidad de poder identificar acciones de mejora.
5. Colaborar con el área de mercadotecnia, la elaboración y desarrollo productos con el fin de ampliar la oferta servicios a los pasajeros.
6. Establecer relaciones comerciales con organismos gubernamentales y no gubernamentales, para impulsar la difusión y comercialización del servicio ferroviario de pasajeros Tren Maya.
7. Vigilar la correcta ejecución del presupuesto asignado, para garantizar su cumplimiento, conforme a las acciones implementadas.
8. Desarrollar estrategias de marketing, para promover la venta de los servicios de Tren Maya a través de operadores de tours, agencias de viajes y hoteles.
9. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	28 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.1.2. Subgerencia de Servicios Comercial

Objetivo.

Asegurar la comercialización y administración de los locales, espacios publicitarios y servicios adicionales conforme a los lineamientos establecidos, para coadyuvar en la celebración y seguimiento de los contratos y convenios que fortalezcan rentabilidad de Tren Maya.

Funciones.

1. Proponer el presupuesto de ingresos por arrendamiento de locales, espacios publicitarios y servicios comerciales adicionales, para definir las ganancias obtenidas de la actividad comercial.
2. Desarrollar estrategias comerciales, para obtener mayor rentabilidad con la ocupación de los locales, espacios publicitarios y con los servicios comerciales adicionales.
3. Promover las áreas y espacios disponibles, mediante la incorporación de nuevos prospectos de arrendamiento, para brindar mejores servicios a los usuarios de las estaciones.
4. Participar con las áreas internas en la integración de elementos administrativos y jurídicos, que permitan la validación de los proyectos, para elaborar contratos, renovaciones, convenios y cesión de derechos de los arrendatarios y prestadores de servicios comerciales.
5. Coordinar los procesos administrativos internos, mediante los procedimientos de licitación correspondientes, para adjudicar los contratos comerciales.
6. Controlar servicios y suministros en los locales, mediante el seguimiento puntual, con el fin de detectar cualquier irregularidad, y actuar en tiempo en caso de que se requiera tomar alguna acción.
7. Generar los reportes de gestión de incidencias administrativas de los arrendamientos y servicios comerciales adicionales, para tomar acciones que procedan de manera oportuna.
8. Colaborar con el Instituto de Administración y Avalúos de bienes Nacionales, para llevar a cabo la determinación de las justipreciaciones de renta requeridos en el arrendamiento de los locales comerciales.
9. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

Handwritten blue ink marks: a large 'X' or checkmark, a long horizontal line, and a large 'G' or '9' at the bottom right of the page.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	29 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.2. Gerencia de Ventas a Servicios de Transporte de Carga

Objetivo.

Establecer y desarrollar la estrategia de ventas del servicio de carga, conforme las políticas establecidas, a fin de lograr los objetivos de ventas y el posicionamiento del servicio de transporte ferroviario de carga.

Funciones.

1. Desarrollar el Presupuesto Anual de Ingresos de la venta del servicio de carga, con la finalidad de efectuar su integración al Plan Financiero y conocer la rentabilidad de la Empresa.
2. Diseñar la segmentación de los productos del mercado objetivo, para establecer estrategias de prospección de venta.
3. Participar en las mesas de negociación con otros ferrocarriles, para establecer tarifas y diseños de servicio a los clientes del servicio interlineal.
4. Coordinar con el área de operaciones ferroviarias de carga la elaboración de los diseños de servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes.
5. Coordinar con el área de mercadotecnia la elaboración de tarifas del servicio de carga de acuerdo los solicitado por los clientes, a fin de brindar un servicio de alta calidad.
6. Coordinar con el área de gestión de flota la asignación de unidades propias y de otros ferrocarriles, con el fin de optimizar el ejercicio del costo por uso de flota de manera rentable.
7. Elaborar en conjunto con el área de operaciones ferroviarias de carga la justificación de nuevas unidades de arrastre a la flota de equipo de la Empresa, para incorporar nuevos servicios de carga.
8. Acompañar a los clientes en el desarrollo de actividades de ingeniería de sus instalaciones, para integrarlas al servicio ferroviario de carga.
9. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.



 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	30 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.2.1. Subgerencia de Comercialización de Servicios

Objetivo.

Asegurar la comercialización de los servicios de carga de Tren Maya, mediante planes y estrategias de venta alineados con las condiciones del mercado, con el objetivo de contribuir a la generación de ingresos que garanticen la rentabilidad y sustentabilidad de la Empresa.

Funciones.

1. Formular planes de prospección, para integrar al servicio ferroviario de carga los segmentos de acero, granos y cemento.
2. Supervisar el seguimiento a los niveles de servicio de carga ofrecido referente a los segmentos asignados, a fin de asegurar su cumplimiento en tiempo y forma.
3. Atender los requerimientos de los clientes, con el fin de identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias.
4. Exponer los diseños de servicio elaborados por el área de operaciones ferroviarias de carga, con el fin de establecer las tarifas del servicio.
5. Participar mesas de negociación con otros concesionarios ferrocarrileros, conforme a los requerimientos de los clientes del servicio interlineal, para definir estrategias de comercialización y operación con otras Empresas.
6. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

✓

2

1

9

1.3.2.2.2. Subgerencia de Contratos Comerciales de Carga

Objetivo.

Dar seguimiento a los planes de prospección de carga y entrega del servicio, en conformidad a los procedimientos establecidos en la materia, con el propósito de coordinar el desarrollo de los contratos comerciales.

Funciones.

1. Establecer planes especiales con PEMEX y CFE, con la finalidad de atender las necesidades del segmento energético.
2. Participar en las mesas de trabajo con clientes especiales y otros ferrocarriles concesionarios, para integrar los servicios interlineales.
3. Coordinar con las áreas competentes la elaboración de los contratos de prestación de servicios, a fin de garantizar la legalidad y transparencia de la información contenida en los contratos, así como de mantener relaciones comerciales satisfactorias y obtener clientes especiales.
4. Dar seguimiento a los contratos comerciales junto al área de operaciones ferroviarias de carga, para garantizar el nivel de servicio a los clientes especiales.
5. Coordinar con el área de operaciones ferroviarias de carga la selección y ejecución de los trabajos de verificación de la carga y descarga de unidades de arrastre, con el fin de disminuir las mermas y diferencias de producto que son atribuibles al servicio de transporte de carga.
6. Participar en las mesas de negociación con las armadoras de autos y otros ferrocarriles concesionarios, con el fin de establecer tarifas competitivas y diseños de servicio acorde a los requerimientos de los clientes.
7. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

✓

2

✓

9

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	32 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.3. Gerencia de Atención al Cliente

Objetivo.

Coordinar los procesos de atención al cliente, de conformidad a los estándares de calidad establecidos en la materia, para posicionar la Empresa a nivel nacional e internacional como un referente del transporte ferroviario.

Funciones.

1. Dirigir la elaboración de manuales de procesos de los servicios a bordo, módulos de atención y del centro de contacto telefónico, para homologar las actividades del personal y que se ejecuten de acuerdo con las normas y políticas de la organización.
2. Coordinar con el Centro de Gestión de Operación (CGO) el apoyo de Transporte a los pasajeros en caso de incidente del Tren, con el fin de facilitar el traslado de los pasajeros.
3. Aprobar las encuestas de satisfacción del cliente según las áreas a investigar, con el fin de detectar y solventar las fallas continuas de los servicios brindados por las diferentes áreas de Tren Maya.
4. Establecer las métricas de los diferentes procesos prestados, como lo son; reembolsos, cortesías a clientes, cortesías al personal y prestación de los servicios a bordo, con el fin de obtener datos que permitan tomar decisiones de mejora.
5. Evaluar que los servicios tercerizados de catering y de centro de contacto telefónico, cumplan con los procesos, políticas y normas establecidos por Tren Maya, con el fin de definir la renovación de sus contratos.
6. Analizar los diferentes indicadores del servicio en atención al cliente, con el fin de identificar áreas de mejora en los procesos y servicios prestados por Tren Maya.
7. Establecer mecanismos sobre la aplicación de políticas, procedimientos y estándares de calidad, con el objetivo de asegurar una buena atención en el servicio al cliente.
8. Planear los protocolos de comunicación y actuación del personal que tenga contacto directo con los clientes, para homologar y dar soluciones ante cualquier eventualidad que se presente.
9. Establecer las directrices de comunicación del Centro de Contacto, para garantizar el buen funcionamiento de las solicitudes telefónicas y virtuales, implementando la reducción de tiempos de llamada, agilizando tiempos de respuesta, brindando soluciones de casos críticos, creando un vínculo con el cliente que permita contar con un mínimo índice de quejas.
10. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	33 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.3.1. Subgerencia Telefónico y Virtual

Objetivo.

Supervisar el funcionamiento de la operación, cumplimiento de lineamientos y la implementación de estrategias, conforme a los lineamientos establecidos en materia, planificando actividades, facilitando herramientas y orientando al logro de objetivos de Tren Maya, con el propósito de llevar a cabo la planeación y control del servicio prestado por el centro de contacto telefónico.

Funciones.

1. Diagnosticar el funcionamiento de las operaciones del Centro de Contacto, las políticas de área y de la conducción del equipo de trabajo, coordinando los recursos de las diferentes campañas; virtuales y telefónicas en el cumplimiento y ejecución de cada una, con el propósito de implementar campañas nuevas dependiendo de los requerimientos de compilación de datos de las áreas de Mercadotecnia y Ventas.
2. Elaborar estrategias que optimicen los recursos humanos y tecnológicos, para llevar a cabo la toma de decisiones dentro del área comercial por medio de los indicadores.
3. Documentar el cumplimiento de los objetivos definidos respecto a la línea de operación, abordando las diversas complicaciones que puedan presentarse, con la finalidad de asegurar que los niveles de atención sean óptimos, minimizando los impactos negativos de las situaciones de contingencia.
4. Seleccionar un plan operativo que permita entrar en contingencia al presentarse incidencias en el sistema del CRM (software de seguimiento de actividad comercial) y no se cuente con internet, a fin de ejecutar mecanismos de forma manual y permitir dar el servicio telefónico sin afectar la operación.
5. Supervisar procesos relacionados con la experiencia del cliente vía telefónica y virtual, para asegurar que el área de calidad está cumpliendo con las evaluaciones semanales y mensuales.
6. Implementar y desarrollar propuestas integrales enfocadas a la calidad en atención telefónica, para garantizar el cumplimiento de la operación.
7. Calificar los resultados de los monitoreos realizados a los agentes en atención telefónica, manejo de casos, clientes fantasmas e inspecciones, tomando las acciones necesarias, con el propósito de mantener y mejorar dichos resultados, en conjunto con los supervisores de los departamentos involucrados.
8. Verificar las actividades planificadas, comparándolas con lo realizado, para detectar las desviaciones o diferencias y el motivo del no cumplimiento.
9. Asegurar que el departamento de Monitoreo y de Métricas cumplan con sus funciones en tiempo y forma, para retroalimentar al Centro de Contacto sobre el nivel de calidad y el nivel de servicio.
10. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	34 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.3.2. Subgerencia de Postventa, Fidelización y Monitoreo

Objetivo.

Implementar el proceso de gestión de monitoreo y validación de los proyectos, de acuerdo a la normativa en materia de Atención al Cliente, para asegurar la calidad del servicio que se brinda.

Funciones.

1. Gestionar los procedimientos de reembolso de boletos a pasajeros por incidencias en los trenes, con el fin de lograr la satisfacción al cliente.
2. Determinar los procedimientos relativos a la satisfacción de los clientes con respecto a los productos y servicios que presta Tren Maya en sus diferentes áreas, con el fin de identificar las necesidades del cliente y las fallas en los procesos o servicios prestados.
3. Realizar la elaboración de encuestas de satisfacción al cliente y recolectar los datos específicos, según las áreas a investigar, con el fin de detectar y mejorar las fallas de las áreas o servicios brindados.
4. Elaborar las métricas de los diferentes procesos prestados como lo son reembolsos, cortesías a clientes, cortesías al personal, prestación de los servicios a bordo, con el fin de desarrollar datos que permitan tomar decisiones de mejora.
5. Ejecutar el análisis de quejas y reclamaciones, para detectar deficiencia en el servicio.
6. Elaborar programas de fidelización al cliente, con el fin de fortalecer nuestra reputación en el sector de transporte ferroviario, fomentar las recomendaciones por parte de nuestros usuarios y como, resultado, aumentar la venta de boletos.
7. Gestionar el proceso de reembolso a clientes en colaboración con el área competente, a fin de asegurar las acciones necesarias en tiempo y forma del reintegro.
8. Clasificar las peticiones realizadas por los clientes, con el fin de delegar a sus subordinados los diferentes procesos a realizar en la resolución de problemas presentados de manera oportuna.
9. Proponer estrategias de mejora en el servicio de postventa y fidelización, para asegurar una atención eficiente y satisfactorio a nuestro usuario.
10. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.



 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	35 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS				

1.3.2.2.3.3. Subgerencia de Planeación y Evaluación de Servicios al Cliente

Objetivo.

Desarrollar metodologías conforme a los procedimientos establecidos en materia de supervisión de servicios tercerizados y servicios al cliente, con el fin de diagnosticar y garantizar el servicio que presta el Tren Maya.

Funciones.

1. Realizar un plan de trabajo semanal en materia de supervisión y evaluación de servicios al cliente, con el fin de documentar los procedimientos relacionados a la supervisión de los servicios prestados a bordo del tren, en centros de abastecimiento y lugares de elaboración de alimentos.
2. Aprobar los formatos de verificación y control de calidad, para aplicar en las supervisiones de los diferentes servicios a bordo y en estaciones.
3. Coordinar la supervisión de módulos de Servicio al cliente en estaciones, con el fin de evaluar los servicios y proponer acciones correctivas de ser necesarias.
4. Asegurar que el personal de catering a bordo, este debidamente capacitado y conozca los protocolos de actuación en caso de incidencias, con el objetivo de garantizar la seguridad de los pasajeros durante su traslado.
5. Coadyuvar en la elaboración de las encuestas de satisfacción al cliente que son aplicadas en las diferentes estaciones o trenes, con el fin de obtener la información e identificar el nivel de satisfacción del cliente.
6. Documentar y gestionar las fallas del equipo de catering a bordo de los trenes, para contar con información que coadyuve a la mitigación de estos, asegurando así un servicio óptimo a los clientes.
7. Elaborar evaluaciones de calidad del servicio, con la finalidad de contar con indicadores que promuevan el incremento de las ventas a bordo del tren, garantizando que el servicio abordado cumpla con las expectativas del cliente.
8. Elaborar evaluaciones de calidad del servicio con la finalidad de contar con indicadores que promuevan el incremento de las ventas a bordo del tren, garantizando la calidad tanto en los servicios como en los productos comercializados
9. Elaborar los reembolsos de los usuarios que llegan del correo electrónico de Atención al Cliente, para tener un mejor control de los contracargos y enviar a los usuarios su caso resuelto.
10. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.



1.3.2.2.4. Gerencia de Planeación de Ventas y Control de Incidencias

Objetivo.

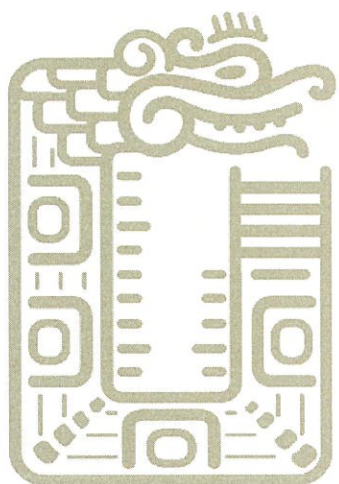
Coordinar la elaboración del presupuesto detallado de ventas de cada una de las líneas de negocio, así como colaborar con el CGO (Centro de Gestión de Operaciones) en la implementación de horarios de trenes, cambios y atención de incidentes, con el fin de alcanzar los objetivos comerciales.

Funciones.

1. Coordinar la elaboración del presupuesto de ventas, de acuerdo con los lineamientos establecidos por la Dirección de Ventas, para tomar decisiones que optimicen la gestión del área.
2. Elaborar reportes mensuales y anuales de seguimiento de ventas en cada línea de negocio, con el fin de evaluar el rendimiento comercial y mejorar las estrategias de ventas.
3. Coordinar con el CGO la elaboración de horarios del servicio de trenes, con el fin de mejorar la productividad y satisfacción tanto de los empleados como de los clientes.
4. Actualizar el sistema de boletaje con los planes de operaciones y horarios definidos, para mejorar la experiencia del usuario.
5. Coordinar con el área de operaciones ferroviarias de carga, la actualización de los diseños de servicios y tarifas autorizadas, para consolidar la sostenibilidad financiera del servicio.
6. Coordinar con el área de servicio a clientes la prestación de servicios, para atender las incidencias.
7. Coordinar la elaboración de los programas presupuestales de gasto, así como elaboración de los reportes del ejercicio del mismo, para optimizar la asignación de los recursos.
8. Atender las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan en el ámbito de su competencia, así como aquellas que le confiera el jefe inmediato.





**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

VII. GLOSARIO

Handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'X' followed by a flourish and a checkmark-like stroke, and a large '9' below it.

VII. Glosario

Administración Pública Federal: Al conjunto de órganos que auxilian al Ejecutivo Federal en la realización de la función administrativa; se compone de la administración centralizada y paraestatal que consigna la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Acuerdo: Es un pacto o convenio entre dos o más personas para llevar a cabo acciones o resolver un conflicto. Puede ser una decisión tomada en común por una junta, asamblea o tribunal.

Adscripción: Acto o hecho de asignar a una persona al servicio de un puesto, o ubicar a una unidad administrativa dentro de otra de mayor jerarquía.

Área: Divisiones en que se estructura una organización, y que poseen diferentes funciones relacionadas con su actividad.

Atribución: Apartado del Reglamento Interior, Estatuto, o base normativa donde se encuentran las facultades conferidas a las Unidades Administrativas.

Catering: se refiere al servicio de provisión de comidas y bebidas, este servicio puede incluir la preparación de la comida, el servicio de mesa y la entrega de los alimentos a un lugar específico.

CATVIS: Centros de Atención a Visitantes.

CFE: Comisión Federal de Electricidad.

CGCSF: Coordinación General de Comercialización de Servicios Ferroviarios.

CGO: Centro de Gestión de Operaciones.

Contracargos: Es un proceso en el que un cliente disputa un cargo realizado en su tarjeta de crédito o débito y solicita la devolución del dinero al banco emisor. Este proceso se inicia cuando el cliente no está de acuerdo con la transacción o cree que ha sido fraudulentamente facturada.

Consumidor: Es una persona que adquiere o utiliza bienes y servicios para satisfacer sus necesidades o deseos.

Código Civil Federal: Es un conjunto de normas jurídicas que regulan las relaciones civiles en México. Se aplica a todo el país en asuntos de naturaleza civil federal.

CRM: Customer Relationship Management, o en español, Gestión de Relaciones con el Cliente. Se trata de un sistema o software que ayuda a las Empresas a gestionar y analizar las interacciones con sus clientes, tanto actuales como potenciales, con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente y aumentar las ventas.

DASHBOARDS: Un "dashboard" (o cuadro de mando) es una interfaz visual que presenta datos clave y métricas de manera concisa y fácilmente comprensible.

D.O.F.: Diario Oficial de la Federación.

Enlace/Enlaces: Singular o plural, es la persona servidora pública designada para integrar y actualizar el Manual de Organización Específico.

	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	38 de 41	
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

Entidad Paraestatal: Forman parte de la administración pública paraestatal: organismos descentralizados, Empresas de participación estatal y fideicomisos.

Estrategias Tarifarias: Son planes o enfoques que las Empresas utilizan para determinar y ajustar los precios de sus productos o servicios.

Estructura Orgánica: Es la disposición esquemática o gráfica de la o las unidades administrativas que integran la Empresa, en la cual se establecen niveles jerárquico-funcionales de conformidad con el ámbito de competencia definido en su marco jurídico normativo. De esta forma se identifica el sistema formal de la organización a través de la división de funciones y la jerarquización de sus mandos, en las que se establece la interrelación y coordinación de estos. Las estructuras se pueden representar en distintos bloques o rangos (Dirección General, Jefatura de Unidad, Coordinación General, Dirección de Área, Gerencia, Subgerencias y/o Jefatura de Departamento).

Facultad/Facultades: Singular o en plural, es la aptitud o potestad otorgada por la ley a la persona servidora pública, para realizar actos administrativos válidos.

Fidelización: En el contexto de los negocios, se refiere a la capacidad de una Empresa para retener a sus clientes y fomentar que vuelvan a comprar sus productos o servicios en el futuro.

Función: Conjunto de actividades afines cuya responsabilidad está a cargo de un puesto o unidad administrativa, dirigidas a cumplir con los objetivos institucionales.

INDAABIN: Instituto de Administración y Avalúos de Bienes Nacionales, se encarga de administrar y valorar el patrimonio inmobiliario federal y paraestatal con el propósito de contribuir a su uso eficiente y generar valor público de los inmuebles que administra el gobierno federal

Índices de Rentabilidad: Son métricas financieras que permiten evaluar la capacidad de la Empresa para generar ganancias en relación con sus ventas, activos y patrimonio.

Infraestructura ferroviaria: Es el soporte físico que permite el movimiento de trenes y la transportación de carga y pasajeros. Está compuesta por vías, redes, terminales, puentes, túneles, viaductos, patios, cruces a nivel, entre otros.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal: Tiene por objeto establecer los principios y bases que rigen la organización y el funcionamiento de la Administración Pública; los principios y lineamientos de las organización y funcionamiento de la Administración Pública Nacional y de la administración descentralizada funcionalmente; así como regular los compromisos de gestión; crear mecanismos para promover la participación y el control sobre las políticas y resultados públicos; y establecer las normas básicas sobre los archivos y registros públicos.

Licitación: Es un proceso legal y regulado en el que un organismo público (o en ocasiones privado) publica una convocatoria para solicitar ofertas de proveedores o contratistas interesados en la adquisición de bienes o servicios, o la ejecución de obras.

Lineamiento: Directriz que establece los límites dentro de los cuales han de realizarse las actividades y tareas asignadas.

Material rodante: Es el término que se refiere a los vehículos que se desplazan sobre una vía férrea y que tienen ruedas. Este material puede ser con o sin motor.



 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	39 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

Marketing: Es el proceso de gestionar la relación entre una Empresa y sus clientes, con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos del mercado objetivo de forma rentable.

Mercado: Se refiere a un lugar, físico o virtual, donde se realiza el intercambio de bienes, servicios o información entre compradores y vendedores. En economía, el mercado es el espacio donde la oferta y la demanda interactúan para determinar precios y transacciones.

Mermas: Se refieren a la pérdida o reducción de la cantidad o calidad de un producto, especialmente en el contexto de inventarios, almacenamiento, o procesos productivos. Estas pérdidas pueden ocurrir debido a diversos factores, incluyendo desperdicio, robo, rotura, o caducidad.

MOG: Manual de Organización General

Organigrama: Es la representación gráfica de la estructura orgánica de las áreas que integran la UA u Órgano Administrativo Desconcentrado, la cual muestra, sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y operación.

PAT: Programa Anual de Trabajo, su objetivo es definir la contribución expresada en metas y acciones concretas de sus Unidades adscritas, a efecto de evaluar el desempeño de sus actividades, así como el cumplimiento de los objetivos anuales e institucionales establecidos por la Entidad para el 2024 en materia de Operación del Transporte Ferroviario de Carga y Pasajeros, Mantenimiento de la Infraestructura Ferroviaria, Estrategia Corporativa y Comercial, Administración y Finanzas, Asuntos Jurídicos y Comunicación Social.

Persona Servidora Pública: Toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en la Administración Pública Federal.

PEMEX: Petróleos Mexicanos, que es el nombre oficial de la Empresa petrolera estatal mexicana. Esta Empresa es responsable de la exploración, explotación, refinación y comercialización del petróleo en México.

Plan Financiero: Es una guía que te ayuda a tomar decisiones sobre cómo gestionar tu dinero para alcanzar tus metas, ya sean personales o profesionales. Es una herramienta que te permite organizar tus ingresos, gastos, ahorros e inversiones, y planificar tus finanzas a corto, mediano y largo plazo.

Plan de Promoción y Publicidad: Documento que describe las acciones que una Empresa llevará a cabo para promocionar sus productos o servicios. Este plan incluye estrategias de marketing y publicidad para alcanzar objetivos específicos.

Puesto: Unidad impersonal de trabajo que se caracteriza por tener tareas y deberes específicos, lo cual le asigna cierto grado de responsabilidad. Cada puesto puede contener una o más plazas e implica determinados requisitos de aptitud, habilidad, preparación y experiencia.

Rentabilidad: Es el beneficio que se puede obtener al invertir. Es el principal indicador para analizar el comportamiento de una inversión y, por tanto, para comparar diferentes inversiones

S.A. de C.V.: Sociedad Anónima de Capital Variable.

SABG: Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno.

SHCP: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

 TREN MAYA TS'IMIN K'AAK	VERSIÓN I	I-MOE-H0M04-CGCSF-2025	40 de 41	 Defensa Secretaría de la Defensa Nacional
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS FERROVIARIOS			

SICT: Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes.

Sustentabilidad: Enfatiza la capacidad de un sistema para mantenerse a sí mismo a largo plazo, sin comprometer la disponibilidad de recursos para futuras generaciones.

Tendencias: Puede consistir en varias consultas que son variantes de la misma búsqueda o que se consideran relacionadas.

Título de Asignación: El título de asignación a favor de entidades paraestatales tendrá una vigencia indefinida. Una vez otorgada dicha asignación no podrá cederse o transferirse bajo ningún título; solo podrá concluir cuando se acredite fehacientemente que no existe utilidad o interés públicos, interés general, interés social o razones de seguridad nacional que lo justifiquen.

Tours: Es un viaje o excursión previamente planeado y diseñado, normalmente por una agencia de turismo.

TUAF/UAF: Titular de la Unidad de Administración y Finanzas / Unidad de Administración y Finanzas.

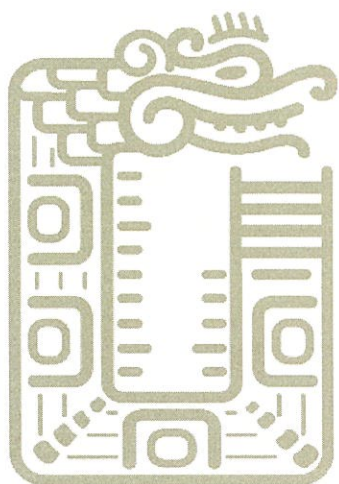
Transporte intermodal: Es un método de transporte que utiliza dos o más modos de transporte para mover personas o mercancías.

Unidad Administrativa (UA)/Unidades Administrativas (UA's): Singular o plural, a la Unidad Administrativa que elabore o actualice su Manual de Organización Específico.



Handwritten signature in blue ink.





**TREN
MAYA**
TSÍIMIN K'ÁAK

VIII. FIRMAS

Handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'L' shape followed by a long horizontal stroke and a small 'C' shape at the end.

