

24. 122

Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**EL COMPORTAMIENTO OBRERO EN EL
SECTOR DE LAS ARTES
GRAFICAS**

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

**Que para obtener el título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P r e s e n t a n

ALICIA LEOS MEZA

JERONIMO C. HERNANDEZ BAEZA

DIRECTOR DE SEMINARIO:

LIC. JOSE G. ARRIAGA GONZALEZ



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I N D I C E.

1.- Reflexiones Preliminares	3
2.- Marco Teórico	7
3.- Las Necesidades del Ser Humano en las Organizaciones ...	15
4.- Identificación del Problema	21
5.- Demarcación del Fenómeno	25
6.- Plan de Trabajo	29
7.- Formulación de la Hipótesis	43
8.- Delimitación del Universo	49
9.- Conocimiento del Medio	63
10.- Determinación de Objetivos	109
11.- Determinación de la Muestra	113
12.- Elaboración del Cuestionario	121
13.- Prueba Piloto	131
14.- Realización de la Entrevista	135
15.- Recopilación de los Datos	141
16.- Análisis e Interpretación de los Datos	151
17.- Conclusiones y Recomendaciones	199
18.- Anexos	207
19.- Bibliografía	257

I N D I C E.

FIGURAS:

1.- Pirámide de Maslow	20
2.- Plan de Trabajo. Gráfica de Gantt	33
3.- Organigrama	53

APENDICES:

1.- Modelo utilizado en la realización del Seminario de Investigación	41
2.- Cuestionario para la Unión	61
3.- Determinación de la Muestra	119
4.- Tamaño de "n"	120
5.- Cuestionario utilizado para la Investigación a los Trabajadores	125
6.- Carta de Presentación. Circular No. 15/81 ..	139

CUADROS:

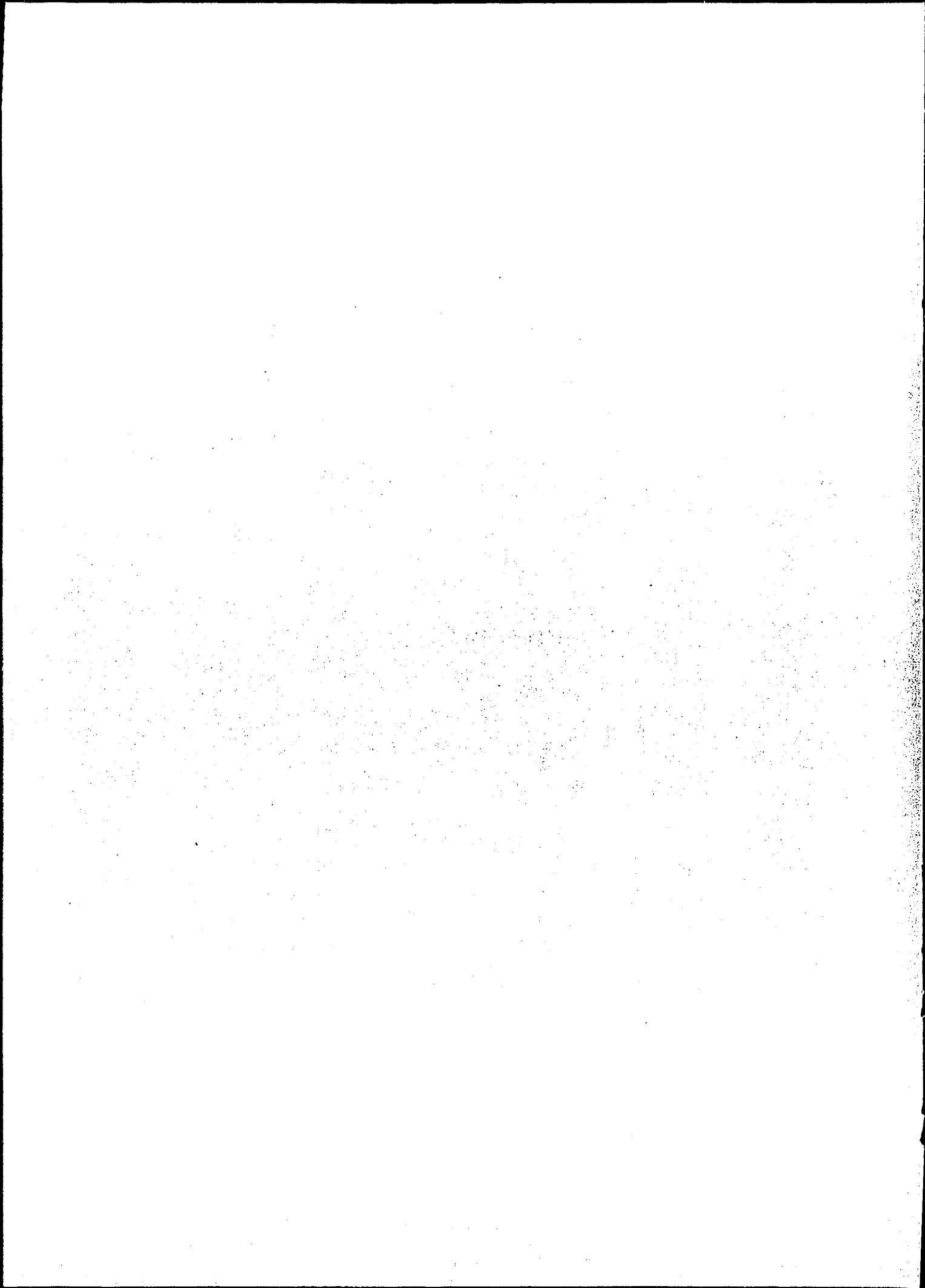
1.- Cuadros del X Censo Industrial referentes a la Industria de las Artes Gráficas	97
2.- Cuadros de Correlación	163

ANEXOS:

1.- Anexo # 1. Cuadros y Gráficas de la Industria de las Artes Gráficas	209
2.- Anexo # 2. Cuadro y Gráficas referentes a la Determinación de la Muestra	219
3.- Anexo # 3. Gráficas correspondientes a los Resultados	223



REFLEXIONES PRELIMINARES.



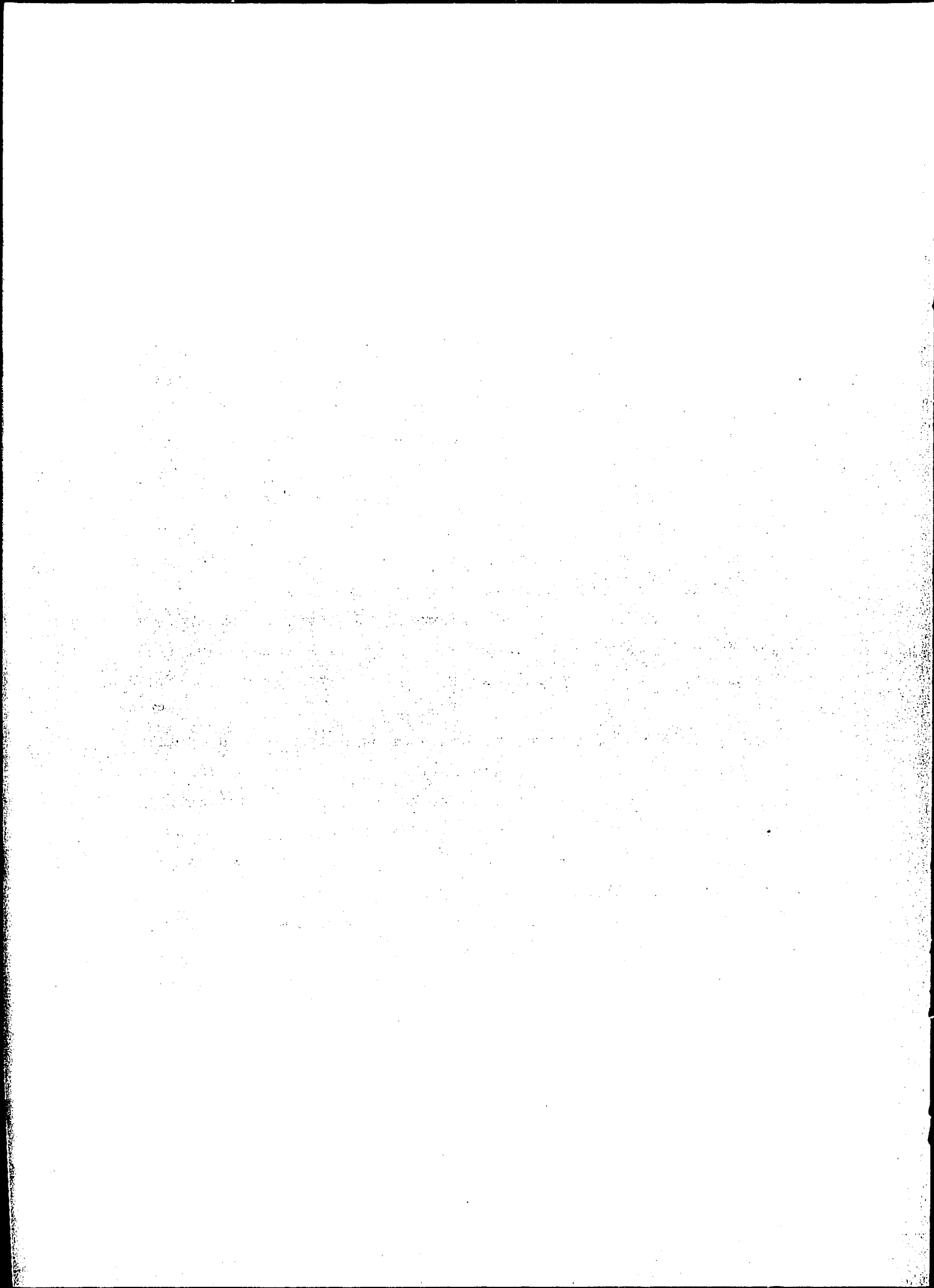
REFLEXIONES PRELIMINARES.

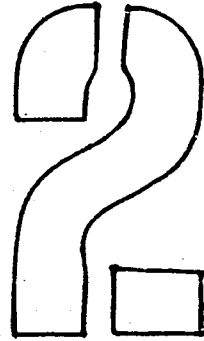
Mediante la técnica de tormenta de ideas, se cambiaron impresiones cuya finalidad fue determinar el tema a tratar en la presente investigación, así como también en que campo debería de realizarse esta última, como consecuencia se llegaron a las siguientes conclusiones:

Se nos ha afirmado a través de la carrera que tan importantes vienen siendo las teorías motivacionales, sin embargo su visualización fue teórica, por lo que ha surgido en nosotros un interés especial sobre la teoría de Maslow que se refiere a la jerarquía de necesidades que el hombre pretende cubrir a través de su trabajo y que además es la base para cualquier programa enfocado a los recursos humanos, por lo expuesto este será nuestro marco de referencia.

Se acordó además conocer la posición de satisfacción parcial relativa referente a las necesidades que tiene el trabajador en su centro laboral, por lo que pensamos enfocarnos a un campo específico de la industria para alcanzar tal propósito. Para este tipo de investigación consideramos que la industria de las Artes Gráficas reúne las características adecuadas para tal propósito.

También como consecuencia del contexto real que se conciba, -- evaluar hasta donde la jerarquía de necesidades de Maslow es digna de crédito, para que las empresas afronten estrategias adecuadas con relación al hombre.





MARCO TEORICO.

MARCO TEORICO.

En nuestra sociedad, la satisfacción de las necesidades fisiológicas (abrigo, alimento y vestido), se asocia comúnmente con el dinero. Es evidente que a la mayoría de la gente no le interesa el dinero en cuanto tal, sino solo como instrumento que puede usarse para satisfacer otros motivos. O sea, lo que el dinero puede comprar, y no el dinero mismo, es lo que satisface nuestras necesidades fisiológicas.

Es importante aclarar que el dinero puede desempeñar un papel importante en la satisfacción de las necesidades a cualquier nivel.

Sin embargo, esta claro que la capacidad para satisfacer que tiene una cantidad dada de dinero parece disminuir a medida que uno pasa de las necesidades fisiológicas y de seguridad a otras necesidades de la jerarquía.

Es en este punto donde tenemos que poner mayor atención, puesto que el grupo de dirección al tratar de recompensar al trabajador con dinero lo ha acondicionado a que cualquier aspecto, que generalmente es positivo, lo retribuye con aspectos económicos.

Pero a medida que uno empieza a preocuparse por obtener estima, reconocimiento y eventualmente autorrealización, el dinero se vuelve un instrumento menos apropiado para satisfacer estas necesidades y por lo tanto menos eficaz.

Es conveniente mencionar, que los motivos para el individuo, aunque algunos motivos aparecen sobre la superficie, muchos son en gran parte subconscientes, y no es obvio ni fácil identificarlos.

Las necesidades conscientes de seguridad son bastante evidentes y muy comunes entre las personas. Todos sentimos un deseo de conservarnos a salvo de los azares de la vida: accidentes, guerras, enfermedades e inestabilidad económica. Por ello, a los trabajadores y a las organizaciones les interesa asegurarse en alguna medida de que estas catástrofes se evitarán en lo posible.

Tenemos que enfatizar en este punto puesto que muchas organizaciones tienden a atender demasiado el motivo de seguridad al ofrecer programas muy elevados de prestaciones tales como seguros de vida, planes de jubilación y problemas de higiene y seguridad. Si tal insistencia en la seguridad puede hacer a la gente más dócil y predecible, esto no significa que será más productiva. De hecho, si sus puestos requieren creatividad e iniciativa, como es el caso de la industria de las Artes Gráficas, un énfasis exagerado en la seguridad puede frustrar el comportamiento deseado.

Las organizaciones pueden influir en las necesidades de seguridad, ya sea positivamente por medio de planes de pensiones, programas de seguridad y similares, o negativamente, despertando en una persona el temor de que lo suspendan, lo despidan, lo degraden o no lo tomen en cuenta. En ambos casos, el efecto puede ser que el comportamiento se vuelva demasiado precavido y conservador.

Además muchos segmentos de nuestra sociedad con frecuencia satisfacen estas necesidades con la exclusión de otras tan importantes como la afiliación y la realización personal. Ya hemos mencionado como la industria en algunos casos se concentra en las necesidades de seguridad ofreciendo detalladas utilidades marginales. Los sindicatos producen un efecto similar con su énfasis por obtener las máximas prestaciones posibles.

Por eso tenemos que tomar en cuenta la jerarquía de necesidades de Maslow, para atacar estos efectos que pueden ser positivos o negativos y determinar el equilibrio donde se puedan conjugar armónicamente estas necesidades.

Puesto que el hombre es un animal social, a la mayoría de estos les gusta tener relaciones y estar con los demás en situaciones en que sienten que pertenecen y son aceptados. Aunque esta es una necesidad común, es en general más fuerte para unas personas que para otras y más fuerte en ciertas situaciones. En otras palabras, aún una necesidad social tan común como es la pertenencia, si la examinamos más a fondo resultará muy compleja.

Es pues, la necesidad de pertenencia la que se ha dirigido - en particular hacia el estudio del deseo de socializar como un -- fin en sí mismo, esto es, cuando la gente se relaciona entre sí - porque encuentra placer en ello. En algunas de estas situaciones, la afiliación no nos ofrece ninguna recompensa evidente como dinero o protección.

Es el grupo de dirección el encargado de establecer las es--trategias correspondientes tanto en el plano formal como en el informal, para la creación de grupos de trabajo adecuados, mediante líneas de comunicación bien definidas, siendo de suma importancia, dado que si no se sigue este procedimiento, la empresa no estará en posibilidades de aprovechar adecuadamente sus recursos humanos.

Cuando se esta solo en la empresa, es más difícil enfrentar algún problema, pero si se puede encontrar un ambiente en el que los demás se encuentran en la misma situación, esto de alguna manera pone un orden en el caos. En este caso la necesidad de afiliación es instigada por un deseo de hacer que la vida parezca un poco más bajo control, y nos muestra algunos de los problemas inherentes a cualquier cambio, que generalmente son causados por la falta de comunicación.

Es común encontrar en las organizaciones los grupos informales que se desarrollan en el trabajo, y el poder potencial que poseen para disminuir la productividad. Estos grupos restringidores de trabajo se forman a veces como una reacción ante la insignificancia y la impotencia que los trabajadores tienden a sentir cuando no tienen control sobre su propio medio de trabajo.

Situaciones semejantes ocurren allí donde el trabajo es rutinario, tedioso y demasiado simplificado. Esta situación empeora - cuando al mismo tiempo los trabajadores son estrechamente supervisados y controlados, pero carecen de canales de comunicación bien establecidos con el grupo de dirección.

En este tipo de ambiente los trabajadores que no pueden tolerar la falta de control sobre su medio, disponen solo de los gru-

pos informales para apoyar sus necesidades insatisfechas, como la afiliación y realización. Los grupos informales pueden constituir un beneficio para la empresa, si se comprende su organización interna y se utiliza al máximo. La productividad de un grupo de trabajo parece depender de como ven los miembros del grupo sus propias metas con relación con las de la organización.

De todas las necesidades de las que nos habla Maslow, la autorrealización es en la que los científicos del comportamiento -- han profundizado menos, esto puede ser debido a que la gente satisface esta necesidad de diferentes maneras, por ende la autorrealización es la más difícil de delimitar e identificar.

Lo que nos lleva a hablar sobre dos motivos que los diferentes investigadores del comportamiento consideran íntimamente relacionados con la autorrealización: la competencia y el logro.

La competencia es un móvil de la acción de un ser humano, es el deseo de ser competente. La competencia implica un control sobre los factores ambientales, tanto físicos como sociales. Las personas con este motivo no desean esperar pasivamente que las cosas sucedan; quieren ser capaces de manejar su medio y hacer que las cosas sucedan. La expectativa tiende a influir en los motivos, las personas con sentimientos débiles de competencia raramente serán motivadas para buscar nuevos desafíos o para correr riesgos. Estas personas preferirán dejar que su medio las controle en vez de tratar de cambiarlo.

Este sentimiento de competencia está relacionado íntimamente al concepto de expectativa del que hablamos antes, si bien se establece a temprana edad en la vida, no es necesariamente permanente. Es decir que la competencia como motivo es por lo general acumulativa. Sin embargo, hay un momento en el tiempo en que un sentido de competencia se convierte casi en profético para la persona, determinando el éxito o fracaso futuro de una experiencia dada. Después de llegar a cierta edad, una persona rara vez logra más de lo que piensa poder, porque no trata de hacer cosas que --

crea no poder hacer..

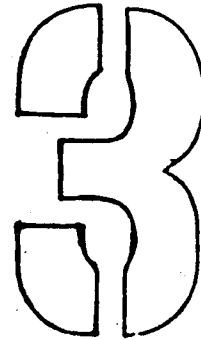
Según algunos científicos, la competencia como motivo se revela en los adultos como un deseo de perfeccionamiento en el trabajo y de mejoramiento profesional. El trabajo de un individuo es un campo de actividad en el que puede competir con sus cualidades y su capacidad contra su medio en un combate desafiante pero no abrumador. En aquellos puestos en que es posible un combate semejante, la competencia como motivo de un individuo puede expresarse libremente, y pueden obtenerse recompensas personales importantes. Pero en los puestos rutinarios y estrechamente supervisados, este combate es a menudo imposible. Tales situaciones hacen que el trabajador dependa del sistema y por lo tanto, frustran a menudo a muchas personas con fuertes necesidades de competencia.

Referente a los logros, los estudiosos durante muchos años -- han observado que algunas personas tienen necesidad de obtener logros; otras, tal vez la mayoría, no parecen tan interesadas en esto. Es válido decir en base a investigaciones hechas anteriormente, que la necesidad de logro es un motivo humano separado, que puede ser distinguido de otras necesidades. Y lo que es más importante, el motivo de logro puede ser aislado y determinado dentro de cualquier grupo. Por lo que toca al grupo de dirección, el establecimiento de metas medianamente difíciles pero potencialmente alcanzables, puede traducirse en una actividad hacia los riesgos. Muchas personas tienden a ser extremistas en su actitud hacia los riesgos, ya sea prefiriendo las decisiones al azar descabelladas o exponiéndose lo menos posible a cometer un error. La persona motivada por el logro toma la posición intermedia, prefiriendo un grado mediano de riesgos porque cree que sus esfuerzos y capacidades probablemente influirán en el resultado. Otra característica de la persona motivada por la necesidad de logro es que parece interesarse más en el logro personal que en las recompensas del éxito. Aunque no rechaza las recompensas, no son tan esenciales para él como el logro en sí. Obtiene un placer mayor superando o resolviendo un problema

difícil que el que obtiene con cualquier dinero o elogio que reciba, estas personas tienen el deseo de buscar situaciones en las -- que pueden obtener información retroalimentada sobre que tan bien_ están realizando su trabajo está íntimamente relacionado con esta_ preocupación de logro personal. Ellas responden favorablemente a - las preguntas acerca de su trabajo, desean información a propósito del esfuerzo realizado. Desean conocer la " puntuación ".

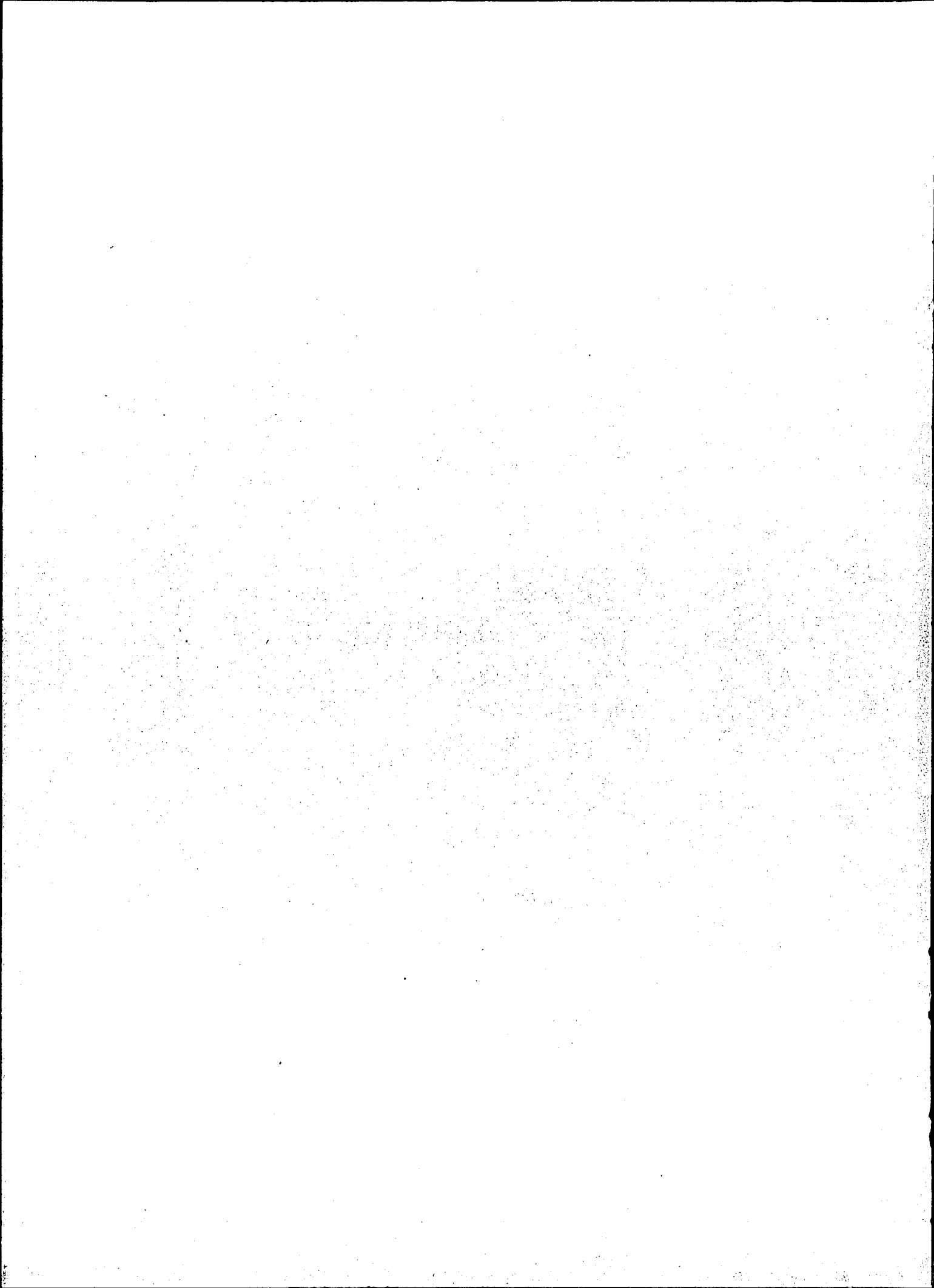
Como algunos estudiosos de la materia sostienen que las perso_ nas motivadas por el logro se conducen como lo hacen porque habi-- tualmente piensan en como hacer mejor las cosas. De hecho, notamos que apenas comienzan las personas a pensar en términos de logro, - las cosas empiezan a suceder, este tipo de hombres tienden a obte- ner más aumentos y son ascendidos más rápidamente porque constante_ mente tratan de idear mejores maneras de hacer las cosas, claro es_ tá siempre y cuando el grupo de dirección le de las condiciones pa_ ra hacerlo. En estudios que se han hecho, se descubrió que las fa- milias de clase media (comerciantes, administradores, todo tipo - de profesionistas y especialistas asalariados), parecen crear es- te tipo de inquietudes más que otra clase socio-económica.

Es indispensable que este motivo sea enseñado y desarrollado_ en los trabajadores, estando convencidos que puede hacerse. De ma- nera que si no se efectúan puede caerse en un derroche de recursos humanos, desperdiciando de esta manera un potencial incalculable - con respecto a los recursos humanos, esto se puede lograr preparan_ do programas de entrenamiento para trabajadores, para jefes inme-- diatos y porque no para el mismo grupo de dirección, creados para_ fomentar entre ellos el logro como motivo. Estos programas podrían tener inmensas implicaciones para la capacitación y el adiestramien_ to, así como el desarrollo integral de los recursos humanos.



**LAS NECESIDADES DEL SER HUMANO
EN LAS ORGANIZACIONES.**

- 1o. Fisiológicas.
 - 2o. Seguridad.
 - 3o. Afiliación.
 - 4o. Estimación.
 - 5o. Autorrealización.
- Pirámide de Maslow.



LAS NECESIDADES DEL SER HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES.

La preocupación científica por el trabajador manual y sus problemas, es de reciente origen, aunque encontramos referencias históricas de la materia en épocas remotas. El estudio del hombre en la organización es nuestro foco de atención, puesto que al trabajador se le debe de considerar como un ser humano que es, y esto se puede lograr mediante la creación de políticas que estén encaminadas a estudiar al trabajador e investigar sus necesidades y los motivos que lo hacen seguir un determinado tipo de conducta, una vez conociendo esto será más fácil solucionar los problemas que puedan surgir.

Por lo que tomaremos como base la teoría del profesor Abraham Maslow para respaldar las conclusiones a que lleguemos. Esta teoría de la motivación ha tenido mucha importancia durante los últimos 30 años, puesto que ha sido utilizada como base para otras teorías de dirección y organización de la conducta.

Maslow pertenece a la corriente humanista. Para Maslow (1943, 1954 y 1970), la motivación era de trascendental importancia en el estudio de la personalidad, acepta la idea de que algún comportamiento humano fuera motivado por la satisfacción de las necesidades biológicas.

Maslow afirmó que los motivos pueden ser organizados, para esto ideó un sistema interesante que ayuda a explicar la fuerza de ciertas necesidades en una jerarquía de probabilidad de aparición. La privación de necesidades en un nivel, según esta teoría, conduce a la dominación de estas necesidades en la personalidad y conducta del individuo. Con un concepto básico que es la prepotencia, según la cual, cuando las primeras necesidades están razonablemente satisfechas, surge el segundo grupo, y el tercer grupo de necesidades no es prepotente sino hasta que el segundo está razonable-

mente satisfecho y así sucesivamente.

Los 5 conjuntos de necesidades en orden jerárquico son:

- 1o. Fisiológicas.
- 2o. Seguridad.
- 3o. Afiliación. (aceptación, amor y pertenencia)
- 4o. Estimación. (reconocimiento)
- 5o. Autorrealización. (Ver figura 1)

Las necesidades fisiológicas son las de mayor jerarquía, ya que tienden a ser las más fuertes mientras no se les satisfaga en alguna medida. Son las necesidades humanas fundamentales que sostienen la vida misma: alimento, vestido, abrigo. Hasta que se satisfacen estas necesidades en el grado necesario para el funcionamiento normal del cuerpo.

Pero, ¿ qué pasa con la motivación de un hombre cuando empiezan a satisfacerse estas necesidades fundamentales ?. En lugar de las necesidades fisiológicas, otros niveles de necesidades se vuelven importantes y estos motivan y dominan el comportamiento del individuo. Y, a su vez, cuando estas necesidades son satisfechas en cierta medida, otras emergen, y así sucesivamente, de acuerdo a la jerarquía.

Una vez que las necesidades fisiológicas están satisfechas, las necesidades de seguridad se vuelven predominantes.

Las necesidades de seguridad consisten esencialmente en estar libres del miedo al peligro físico y a la privación de las necesidades fisiológicas fundamentales. En otras palabras, es una necesidad de autoconservación. Además del aquí y el ahora hay una preocupación por el futuro; como conservar su propiedad y/o su empleo, si la seguridad de un hombre está en peligro, lo demás deja de parecer importante.

Las necesidades de afiliación o aceptación surgen dado que el hombre es un ser social, porque tiene necesidad de pertenecer y de ser aceptado por diversos grupos. Cuando las necesidades de afilia

ción se vuelven dominantes, una persona se esforzará por tener relaciones significativas con los demás.

Las necesidades de estima surgen cuando falta reconocimiento por parte de los demás como de si mismo. La mayoría de la gente necesita tener una alta valoración de si misma que esté firmemente basada en la realidad: en el reconocimiento y respeto de los demás. La satisfacción de estas necesidades de estima produce sentimientos de confianza en si mismo, prestigio, poder y control.

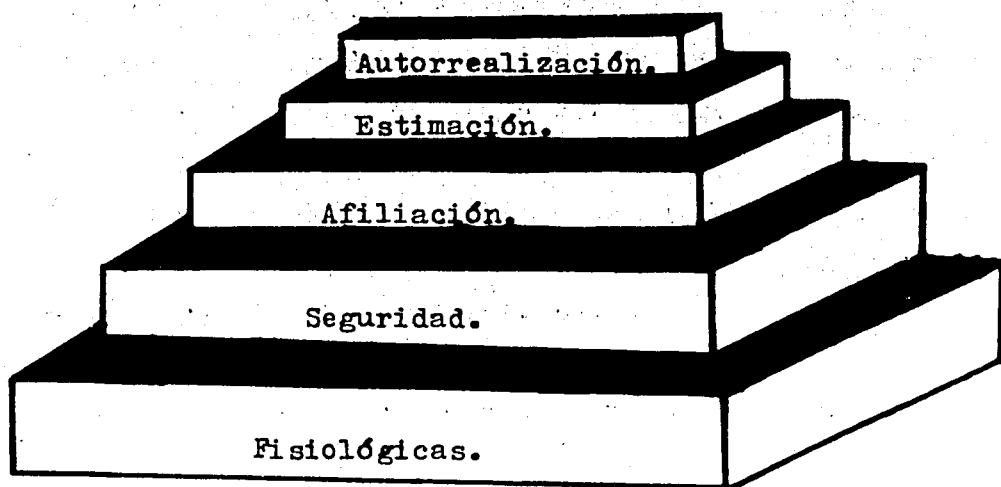
La autorrealización consiste en la necesidad de desarrollar al máximo el potencial de uno, cualquiera que este sea: como dijo Maslow un hombre debe ser lo que puede ser. La autorrealización es, pues, el deseo de convertirse en lo que uno es capaz de llegar a ser. Los individuos satisfacen esta necesidad de diferentes maneras. La manera en que se expresa la autorrealización puede cambiar a través del ciclo de vida, lo que a una persona significó en una época su autorrealización, puede, con el tiempo, no serlo y buscar otras áreas donde desarrollar el máximo de su potencial, al cambiar sus atributos, ideología, costumbres, conocimientos, etc.

Además la jerarquía no sigue necesariamente el modelo descrito por Maslow. Su intención no fue decir que esta jerarquía se aplica universalmente. Maslow creía que este era un modelo típico que funciona la mayor parte del tiempo. Sin embargo, no ignoraba que hay numerosas excepciones a esta tendencia general. Por ejemplo, el sacrificio de las necesidades fisiológicas por la satisfacción del nivel de autorrealización, como los huelguistas de hambre.

Al hablar sobre la preponderancia de una necesidad sobre otra, hemos tenido el cuidado de hablar en términos tales como " si un nivel de necesidades ha sido satisfecho en cierta medida, otras necesidades surgen como dominantes ". Hicimos esto porque no queríamos dar la impresión de que un nivel de necesidades tie-

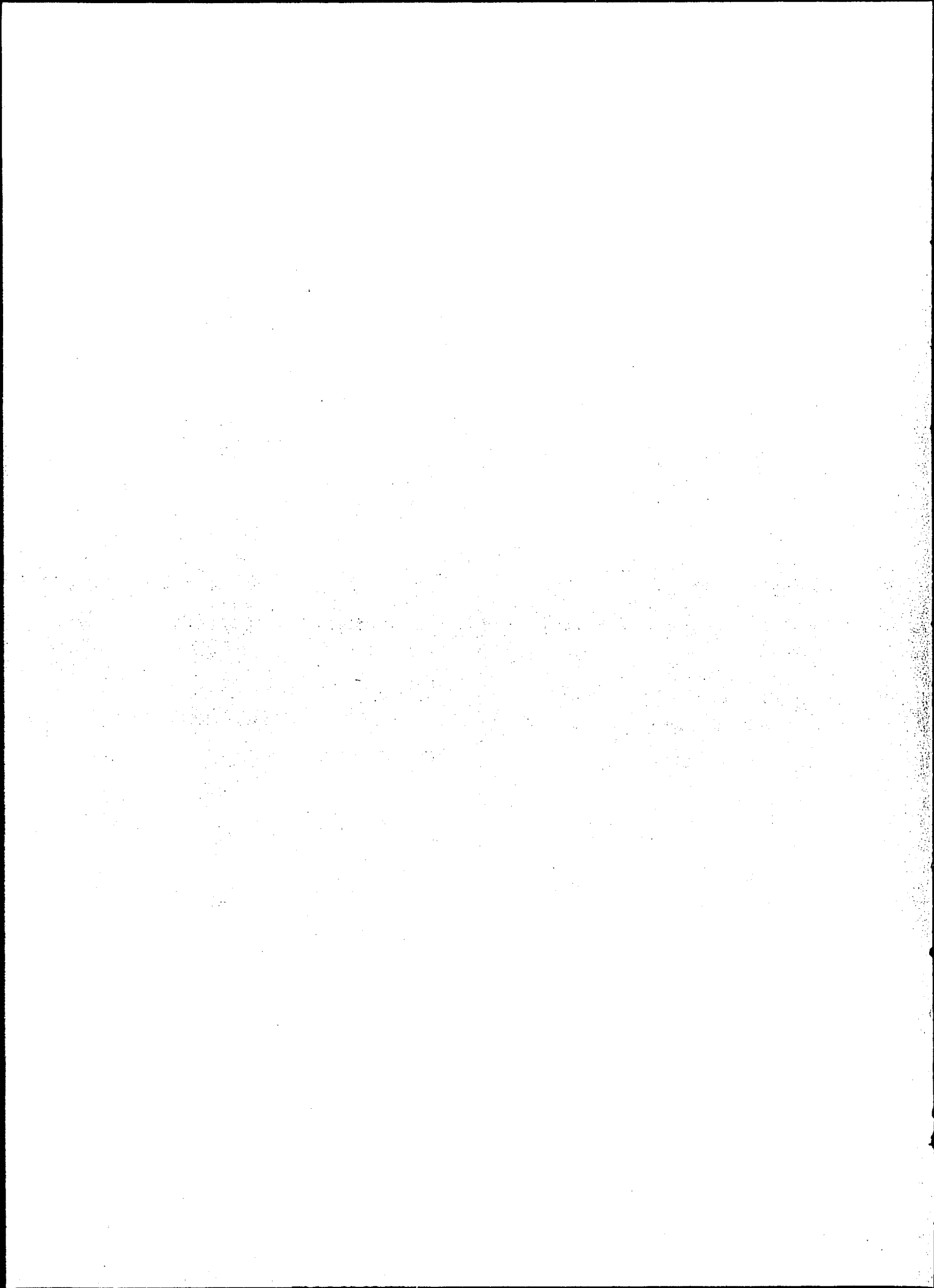
ne que estar completamente satisfecho antes de que el segundo nivel surja como el más importante. En realidad, la mayoría de las personas de nuestra sociedad tienden a estar parcialmente satisfechas en cada nivel y parcialmente insatisfechas; la satisfacción es generalmente mayor en los niveles fisiológicos y de seguridad que en los niveles de afiliación, estima y autorrealización. Por ejemplo, podría describirse a una persona como satisfecha 85 % en sus necesidades fisiológicas, 70 % en sus necesidades de seguridad, 50 % en sus necesidades de aceptación, 40 % en sus necesidades de reconocimiento y 10 % en sus necesidades de autorrealización. Usamos estos porcentajes solo por razones ilustrativas, en realidad varían inmensamente de un individuo a otro.

PIRAMIDE DE MASLOW.
(figura 1)



4

IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.



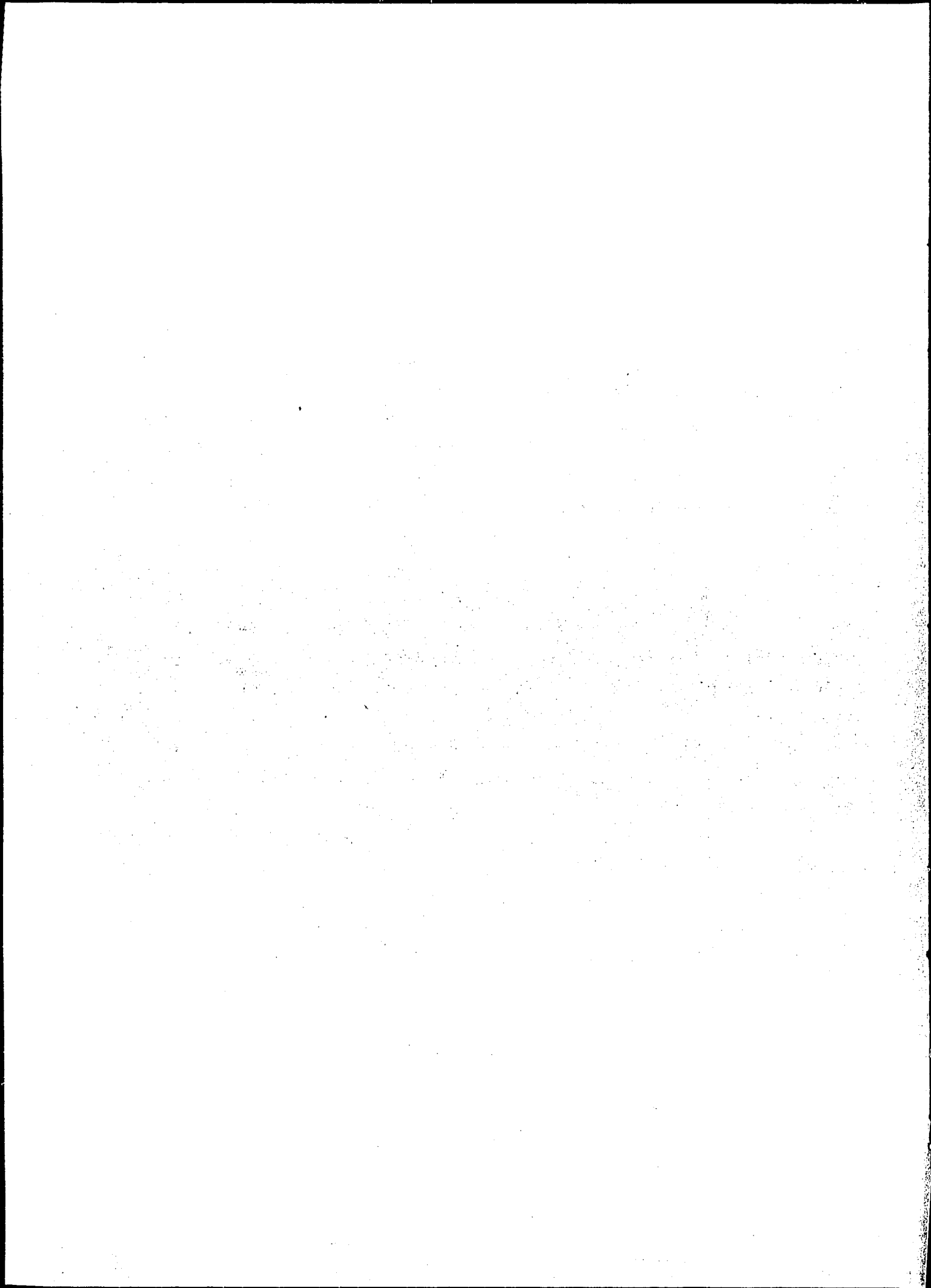
IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.

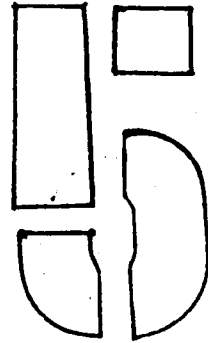
Por la importancia que representa la jerarquía de necesidades de Maslow en las organizaciones y como lo hemos hecho entrever en el punto anterior, nos atrevemos a manifestar los posibles efectos que podría tener para la empresa, de cualquier tipo que sea, la ignorancia, apatía e indiferencia de dicha teoría, ya que como afirma el Dr. Edgar H. Schein, en un proyecto no hay nada mejor que una buena teoría, nosotros nos atrevemos a complementar esta afirmación, en el sentido de que si un cambio gestionado en una organización ha tenido efectos positivos y se tiene la intención de que se generalice en otras áreas, los elementos involucrados en dicho cambio deberán ser considerados desde un punto de vista teórico y ajustados a una necesidad concreta.

Al ignorarse la presencia de las necesidades de Maslow, cualquier programa o estrategia que se quiera implementar en la empresa de que se trate, no contará con el compromiso y la participación total de las personas que se involucren, ya que en el mismo han sido ignoradas, en cuanto a sus anhelos, deseos y objetivos entre otros.

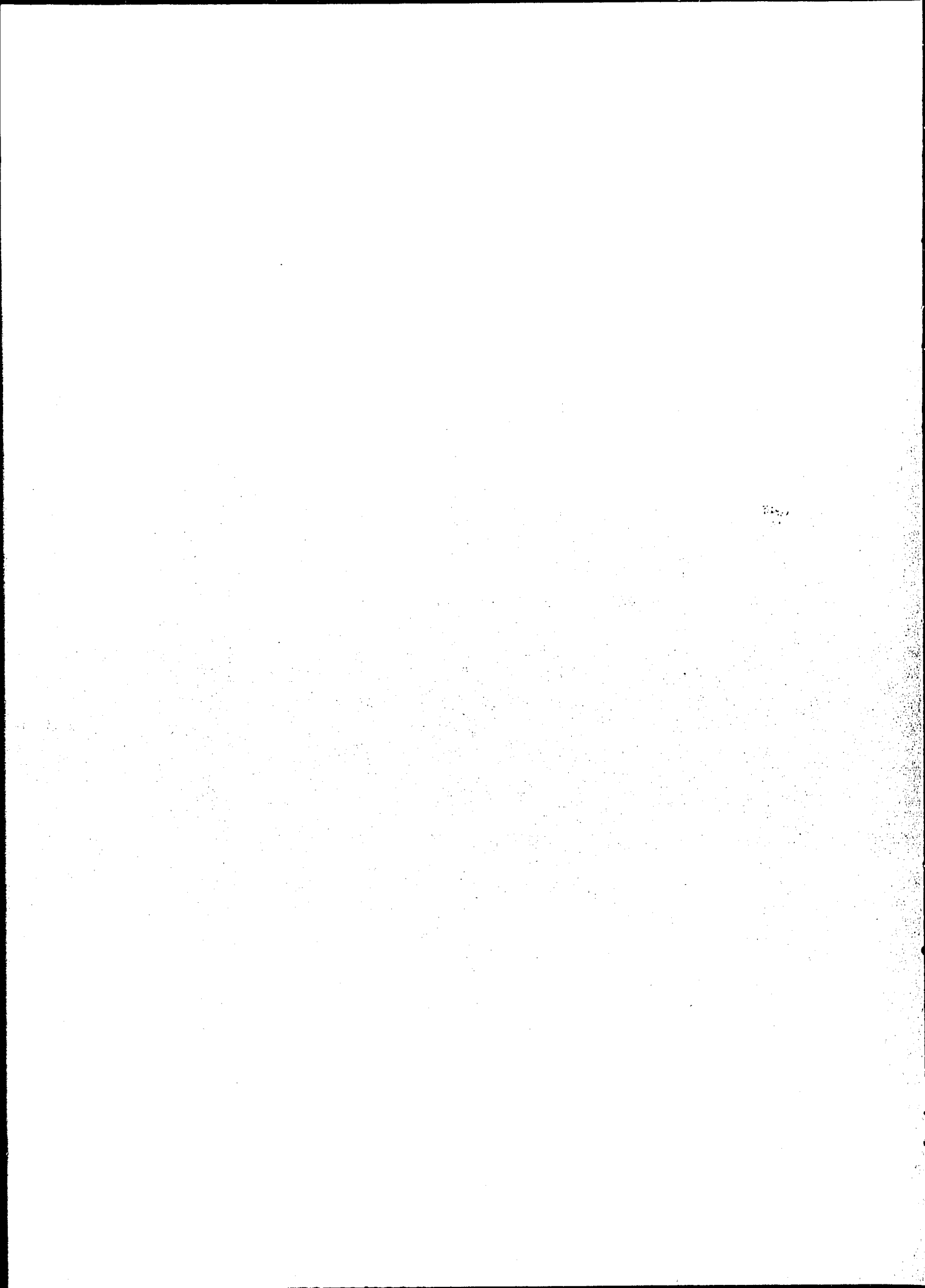
El circunscribir al hombre en cuanto a que todo lo que busca en la empresa es el deseo de obtener la más alta remuneración posible al poco o mucho esfuerzo físico o mental que cristalice en el trabajo que le corresponda, es indudable que dicho individuo no cubrirá el cúmulo de necesidades que tiene y que acertadamente están delineadas en la teoría de Maslow.

Cualquier programa relacionado con los recursos humanos y que desde luego se ignoren en estos las necesidades que todo ser humano debe de satisfacer parcialmente y a través del trabajo, traerá como consecuencia un inadecuado aprovechamiento de los recursos que se involucren, porque posiblemente y es lo más seguro, la gente sentirá que lo que tiene a su alcance es insuficiente y por tanto su comportamiento puede ser un poco más predecible, pero no más efectivo, y por ende productivo.





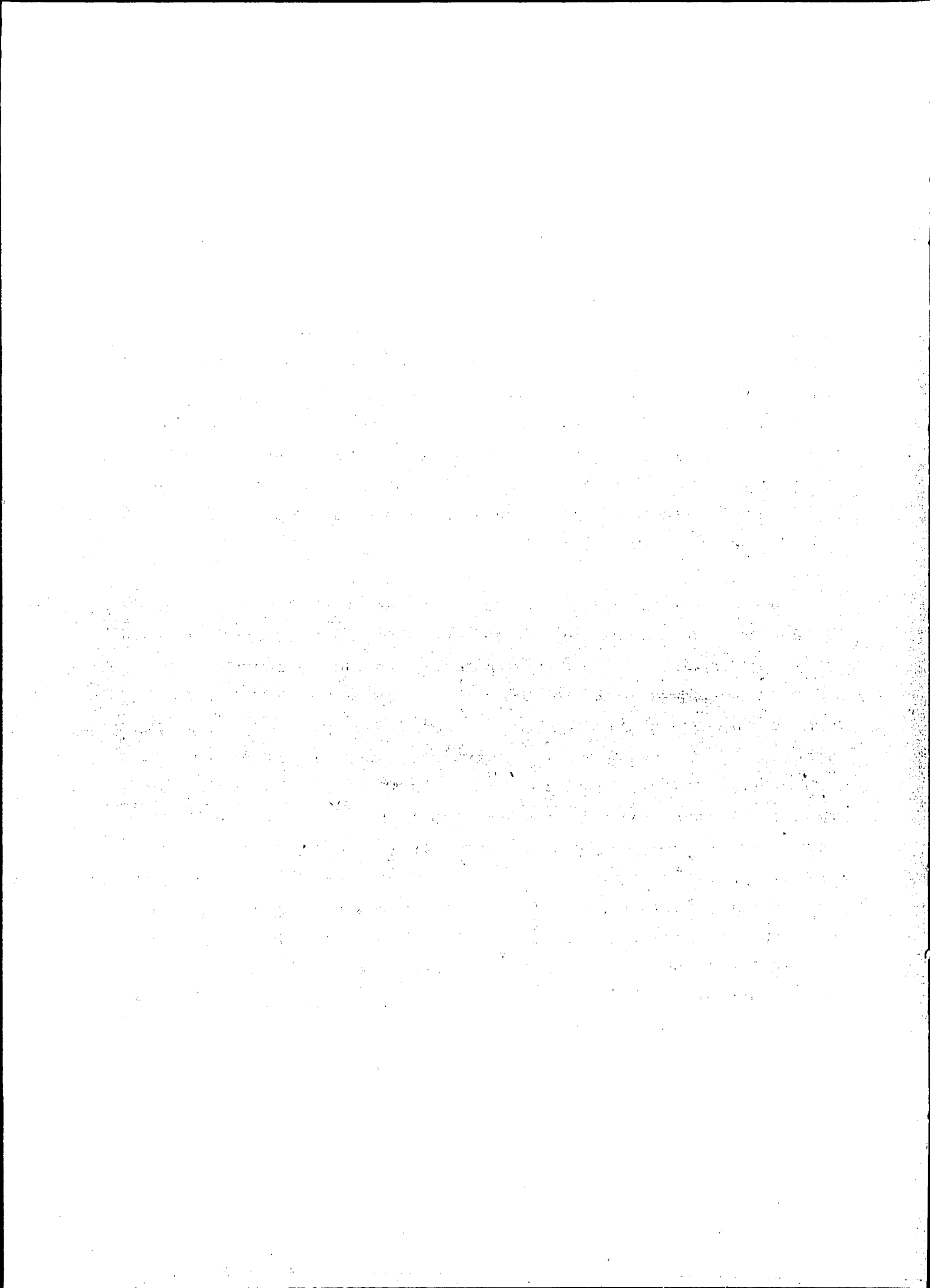
DEMARCAION DEL FENOMENO.

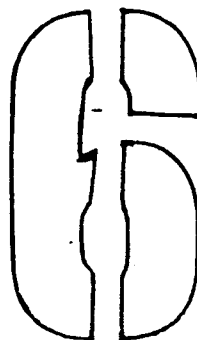


DEMARCACION DEL FENOMENO.

A través del trabajo, el hombre ha buscado cubrir un cúmulo de necesidades, que si nos ponemos a reflexionar, se han hecho al respecto varias clasificaciones, pero todas ellas nos llevan al mismo punto que es el siguiente: la grandeza del hombre es consecuencia del trabajo, y desde luego si este es coordinado, sus efectos serán más positivos, e independientemente de los recursos con que se cuenta, es uno de los factores que ha hecho posibles esas diferencias tan marcadas de una tribu a otra, de una población a otra, de una ciudad a otra, de una nación con otra nación. Por lo anterior es pues de imperiosa reflexión la consideración irrefutable de que en cualquier grupo de formación deliberada, enfocado al trabajo, no se puede omitir por ningún motivo la jerarquía de necesidades.

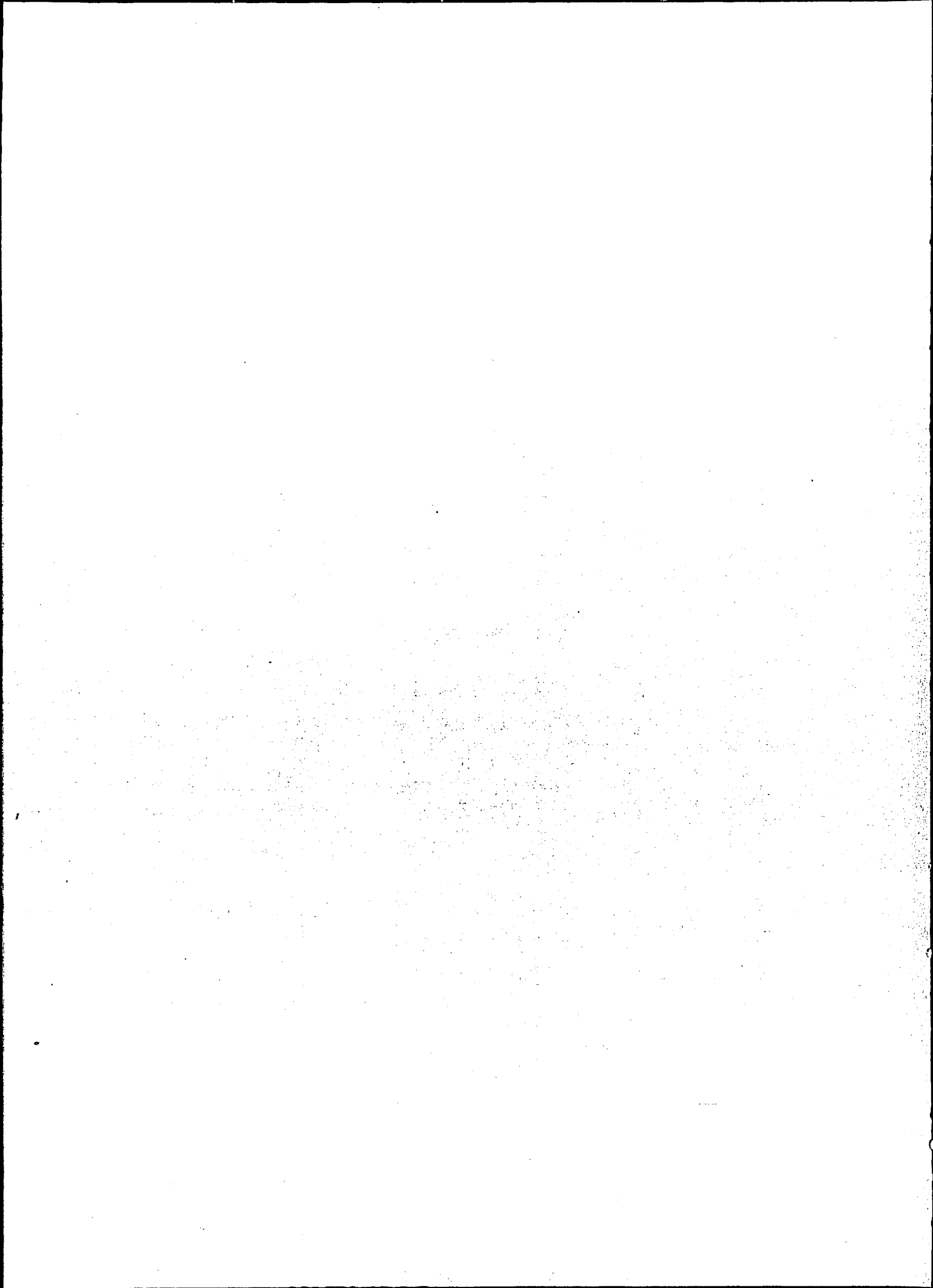
Lo anterior nos induce a descifrar que en cualquier empresa, de la índole que sea, independientemente de los objetivos generales y particulares que pretenda cubrir, con ello nos referimos a que bien pueden ser del ramo industrial, comercial o de servicios, ya sean públicas o privadas, ya sea que tengan una intención utilitarista, social, cultural o de servicios, al conjugarse en ellas al hombre, este por su propia complejidad, esperará cubrir, y volvemos a recalcar, a través de su trabajo un gran cúmulo de necesidades acertadamente delineadas en la jerarquía de necesidades de Maslow, y respaldamos aún más esta jerarquía ya que es la base de las investigaciones contemporáneas realizadas en los países altamente industrializados, enfocadas al hombre, buscando en todas ellas un mayor compromiso por éste en la organización, y por tanto en la consecución de los objetivos que a corto y a largo plazo se estén trazando e innovando.





PLAN DE TRABAJO.

- Lista de Actividades.
- Gráfica de Gantt del Plan de Trabajo.
- Plan de Trabajo Detallado.
- Modelo Utilizado en la Realización -
del Seminario de Investigación.



PLAN DE TRABAJO.

LISTA DE ACTIVIDADES.

Actividad Núm.		Tiempo (días hábiles)		Fechas. Tiempo Real.
		Estimado	Real	
1	Técnica de tormenta de ideas.	8	5	5 al 9 de enero.
2	Búsqueda de antecedentes teóricos.	5	5	12 al 15 de enero.
3	Elaboración del índice y de la hipótesis tentativa.	5	10	19 al 30 de enero.
4	Reflexiones preliminares.	4	5	2 al 6 de febrero.
5	Marco teórico.	10	15	9 al 27 de febrero.
6	Investigación bibliográfica de la Industria de las Artes Gráficas.	12	10	2 al 13 de marzo.
7	Las necesidades del ser humano en las organizaciones.	5	5	16 al 20 de marzo.
8	Identificación del problema.	3	4	23 al 26 de marzo.
9	Demarcación del fenómeno.	3	3	27 al 31 de marzo.
10	Visita a la Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas.	3	3	10. al 3 de abril.
11	Introducción a la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.	8	5	6 al 10 de abril.
12	Conocimiento del medio.	15	14	13 al 30 de abril.
13	Investigación a la Unión (delimitación del universo).	3	5	4 al 8 de mayo.

LISTA DE ACTIVIDADES.

Actividad Núm.		Tiempo (días hábiles)		Fechas. Tiempo Real.
		Estimado	Real	
14	Determinación de objeti- vos.	3	5	11 al 15 de mayo.
15	Determinación de la mues- tra.	2	2	18 al 19 de mayo.
16	Elaboración del cuestiona- rio.	10	13	20 de mayo al 5 de junio.
17	Prueba piloto.	8	5	8 al 12 de junio.
18	Recopilación de la infor- mación.	20	22	15 de junio al 10 de - julio.
19	Tabulación de los datos.	20	21	13 de julio al 7 de agos- to.
20	Análisis e interpreta- ción de datos.	10	15	10 al 28 de agosto.
21	Conclusiones y recomenda- ciones.	15	10	31 de agosto al 11 de sep- tiembre.
22	Mecanografía e impresión.	10	13	14 al 30 de septiembre.

Inicio de la investigación el día 5 de enero y termino el día 30 de septiembre, tiempo real de duración 9 meses. Días de trabajo 195, con un promedio de 6 a 8 horas diarias.

Para mayor ilustración ver figura 2.

PLAN DE TRABAJO.
(detallado)

1.- Técnica de tormenta de ideas.

En este paso se efectuaron varias reuniones en donde se cambian impresiones, cuya finalidad fué determinar el tema a tratar en la investigación, en una forma activa por parte de los integrantes del equipo de investigación se aportaron ideas, sugerencias y recomendaciones bajo la técnica de tormenta de ideas, se manifestó de igual forma lo que representa el Seminario de Investigación para cada uno de los integrantes como también los objetivos e incógnitas que le gustaría en cada caso alcanzar.

Después de tomar en cuenta toda la información al respecto se acordó de común acuerdo, que el factor común del equipo de investigación era el comportamiento del ser humano encaminado a la mano de obra directa.

2.- Búsqueda de antecedentes teóricos.

En una forma paulatina se fueron obteniendo datos que nos permitieron madurar nuestra idea sobre el comportamiento.

Encontramos que existe un gran número de estudiosos sobre la materia que han encaminado su esfuerzo al comportamiento, es más algunos lo han llevado al plano administrativo, al igual nos encontramos como han venido evolucionando a través de la historia una serie de factores que no se habían tomado en cuenta y son de suma importancia como son la motivación, los estímulos, el medio ambiente laboral, la maquinaria y así sucesivamente hasta llegar al hombre mismo, si éste se encuentra en condiciones de realizar ese trabajo, si le gusta realizarlo, por qué lo realiza, si se siente realizado o frustrado con su trabajo. De tal modo que tenemos que encontrar una área para la investigación donde se den característi--

cas especiales para cada trabajador. Estas características las podemos encontrar en la industria de las Artes Gráficas, que no obstante ser una de las más antiguas en el contexto nacional, en su proceso productivo va implícita una gran parte de la proyección de sus trabajadores puesto que, la participación de los trabajadores tiene algo de artesanal en sus productos.

3.- Elaboración del índice y de la hipótesis tentativa.

Se elaboró un índice en el cual se trataron de conjugar los puntos de mayor importancia en la investigación en una forma cronológica e implícito un cierto tipo de metodología para el seguimiento de dicha investigación.

Se elaboró de igual forma una hipótesis tentativa que tratara de mostrar el camino de nuestra investigación, con base a los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera, un cierto tipo de enfrentamiento ante lo teórico y lo práctico.

4.→ Reflexiones preliminares.

En este punto se cristalizó, el gran interés que nació y que poco a poco ha ido creciendo en nosotros, sobre la motivación al individuo, se nos ha afirmado en nuestra instrucción profesional lo importante que es esta para la consecución de objetivos tanto institucionales como individuales, lo cual nos ha llevado a tomar a la jerarquía de necesidades de Maslow como un instrumento para conocer la posición de satisfacción relativa referente a las necesidades que tiene el trabajador en su centro laboral en la industria de las Artes Gráficas.

5.- Marco teórico.

Consideramos necesario delinear en que consiste la jerarquía de necesidades de Maslow con el propósito de evitar confusiones o apreciaciones que indudablemente pueden ser valederas, pero por otro lado desvirtuen o generen confusiones tanto para los integran

tes del equipo de investigación como para el lector.

6.- Investigación bibliográfica.

Al estar seguros del enfoque de nuestra investigación nos encontramos en posibilidades de atacar el campo que nos habíamos propuesto, lo que nos llevó a efectuar una investigación bibliográfica acerca de la industria de las Artes Gráficas, mediante una revisión exhaustiva de documentos relacionados con esta, una herramienta fundamental fué la proporcionada por la biblioteca de la Secretaría de Programación y Presupuesto, que nos facilitó el X Censo Industrial.

7.- Las necesidades del ser humano en las organizaciones.

Se integró el factor más importante de la investigación, la teoría de Maslow y como esta influye en el comportamiento de los trabajadores dentro de la organización. De hecho se explica en que consiste esta teoría, la jerarquía de necesidades, así como también cada uno de los niveles en orden de importancia y aparición.

8.- Identificación del problema.

El objetivo de este punto es mostrar la importancia de las necesidades en las organizaciones, y las repercusiones que estas pueden tener si no se les toma en cuenta.

La imperiosa necesidad de conocerlas para la implementación de cualquier programa, política o para el establecimiento de objetivos en la organización.

9.- Demarcación del fenómeno.

Con este punto nos damos cuenta de que tan importante es para el trabajador como para la empresa, el darse cuenta que la grandeza del hombre es consecuencia del trabajo, manifestando que si es bien administrado tendrá resultados positivos, entendiendo claramente que es esto lo que marca la diferencia.

10.- Visita a la Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas.

La visita se realizó con el propósito de tener una información más amplia.

Se obtuvo información muy importante acerca de las principales áreas funcionales de una empresa de Artes Gráficas, la maquinaria utilizada en los distintos procesos productivos como son: las minervas, las máquinas planas y las grandes rotativas, también se obtuvo un detallado análisis de puestos donde nos muestra claramente el puesto, labor que desempeña y requisitos necesarios.

11.- Introducción a la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.

Esta se efectuó por medio de una entrevista con el Gerente de la Unión, con el objeto de presentarle el proyecto de investigación, al igual que sus finalidades y objetivos, destacando la importancia que tiene para los empresarios el conocer las diversas inquietudes de sus trabajadores.

Después de la aprobación del proyecto de investigación se obtuvo la carta de presentación (circular 15/81), con la autorización del Consejo Directivo de la Unión y la firma del Gerente. Se nos proporcionó una lista de las empresas afiliadas a la Unión de Litógrafos.

12.- Conocimiento del medio.

En este punto se analizó la información obtenida en los puntos anteriores acerca del aspecto histórico de las Artes Gráficas, sus antecedentes en América, sus áreas funcionales, sus puestos, su importancia en cuanto al número de establecimientos, grupo de actividad, personal ocupado y sus remuneraciones, con el propósito de contar con los elementos necesarios para tener las bases en las cuales poder apoyar nuestra investigación.

13.- Investigación a la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C. (delimitación del universo).

Esta se efectuó con el propósito de contar con los elementos necesarios para delimitar nuestro universo, ya que la Unión es -- nuestro universo.

Se elaboró un cuestionario con el propósito de conocer su trascendencia histórica en el ámbito nacional, para ~~conocer~~ la estructura interna de la Unión se efectuaron pláticas con el Gerente y -- con el personal, mediante observación directa se recopiló información tanto de actividades y procedimientos, como de documentos -- (estatutos, informes y programas de trabajo realizados por esta).

14.- Determinación de objetivos.

Se estructuraron los objetivos que se pretenden alcanzar con la presente investigación.

15.- Determinación de la muestra.

Utilizando el método probabilístico simple, en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser escogidos, con su fórmula correspondiente se determinó el tamaño de la muestra para el número de trabajadores, al igual que para el número de empresas seleccionadas al azar.

16.- Elaboración del cuestionario.

Se elaboró un cuestionario con 37 preguntas de opción múltiple, de las cuales la primera parte fué para conocer los datos generales de los trabajadores, la segunda parte para determinar como se siente el trabajador dentro de su núcleo de trabajo, como es -- tratado y como son las relaciones con sus compañeros y jefes. La -- tercera parte fué para darnos cuenta de como es la comunicación, -- las líneas de autoridad, como valoran a su empresa con relación a otras empresas. La cuarta y última parte tiene como objetivo principal destacar las necesidades de los trabajadores.

17.- Prueba piloto.

Esta se realizó para efectuar los ajustes necesarios al cuestionario y darnos cuenta del procedimiento más adecuado para la recopilación de información.

18.- Recopilación de la información.

Para recopilar la información se aplicó el cuestionario a 376 trabajadores, visitando un total de 25 empresas.

19.- Tabulación de los datos.

Los datos se procesaron en la computadora del centro de informática de la Facultad de Contaduría y Administración por el procedimiento S.P.S.S (Statistical Package for the Social Sciences),- para obtener porcentajes y correlaciones de las diferentes variables a tratar en una tabla de contingencias, al igual que los diferentes valores que nos muestran la fuerza de correlación en cada tabla.

20.- Análisis e interpretación de datos.

En este punto se realizó el análisis correspondiente a cada una de las preguntas, al igual que su interpretación.

21.- Conclusiones y recomendaciones.

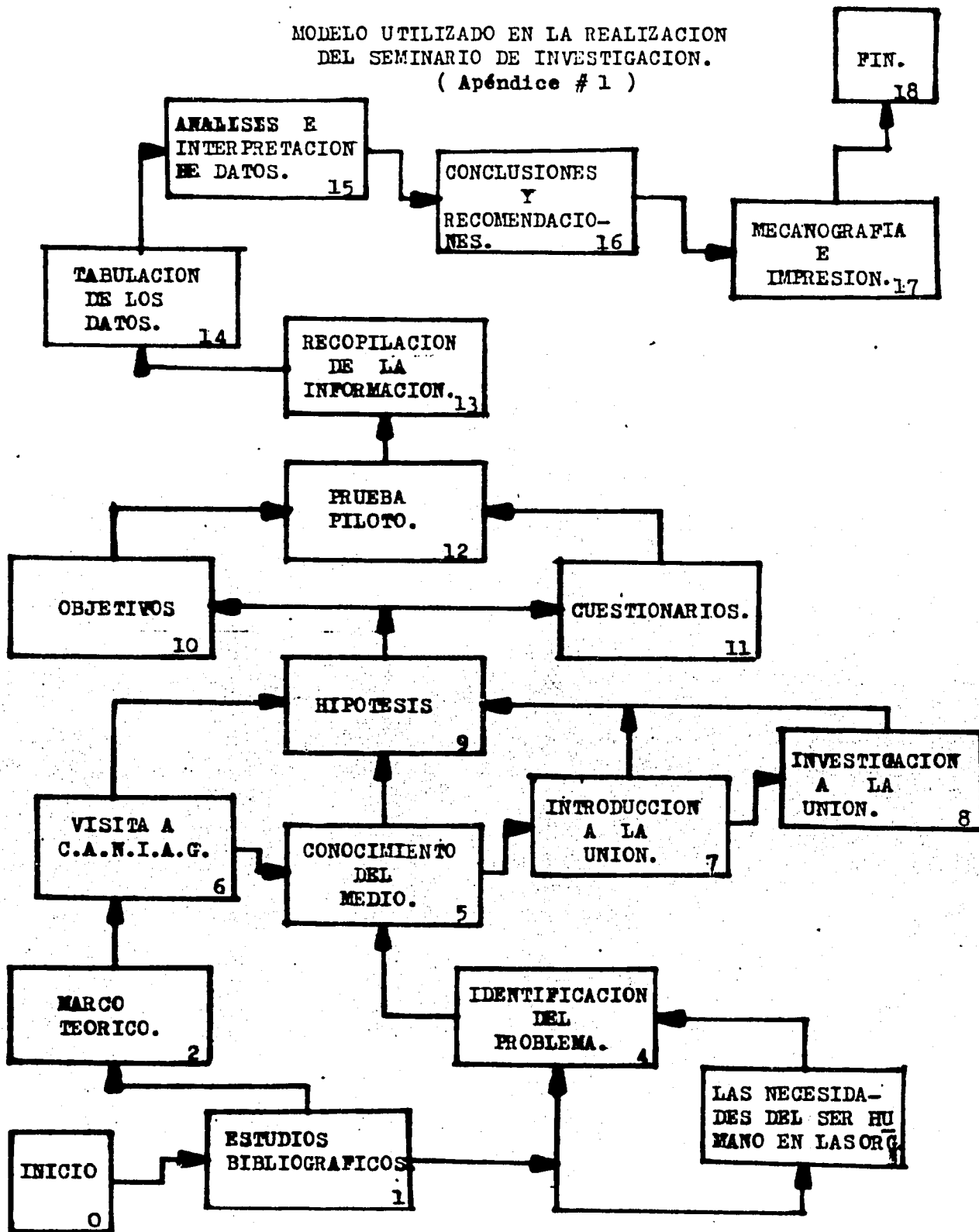
Se obtuvieron las conclusiones acerca de los resultados y se aportaron recomendaciones.

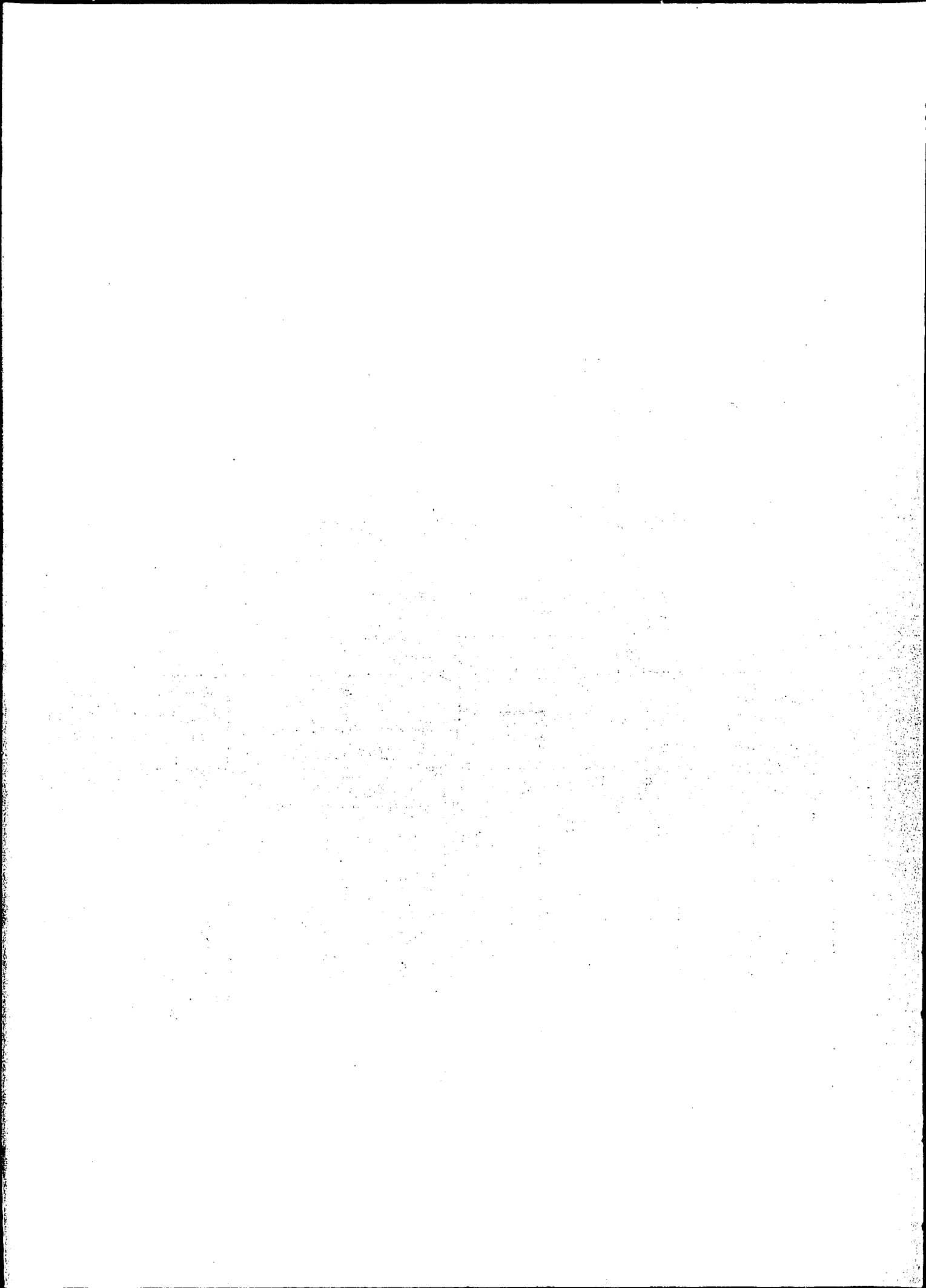
22.- Mecanografía e impresión.

Se llevó a cabo la mecanografía y la impresión.

Se elaboró un modelo para la realización del Seminario de Investigación (Apéndice # 1)

MODELO UTILIZADO EN LA REALIZACION
DEL SEMINARIO DE INVESTIGACION.
(Apéndice # 1)







FORMULACION DE LA HIPOTESIS.

- Hipótesis.
- Variables: Independiente.
Dependiente.

FORMULACION DE LA HIPOTESIS.

En el planteamiento del problema aislamos y seleccionamos algunos hechos y datos relevantes que, explorados más a fondo, sirven de base a la formulación de hipótesis.

Una hipótesis es una proposición respecto a algunos elementos empíricos y otros conceptuales y sus relaciones mutuas, que emerge más allá de los hechos y experiencias conocidas, con el propósito de llegar a una mayor comprensión de las mismas. Las hipótesis germinan y crecen a través del razonamiento, pero contienen algunos hechos confirmados que van a ligarse a nuevas posibilidades, partiendo de hechos conocidos. Por tanto, una hipótesis es una anticipación en el sentido, de que propone ciertos hechos o relaciones que pueden existir, pero que todavía no conocemos, y no hemos comprobado que existan.

Constituye una interpretación interrogativa de la naturaleza. Forma parte de la investigación misma, como que representa su fase inicial, su antecedente casi necesario. Así pues, se hace necesario confrontar nuestra hipótesis con datos objetivos, lo cual constituye, precisamente, la meta de cualquier investigación, de manera que a través de los resultados de la misma pueden confirmarse, modificarse o rechazarse.

Por lo tanto las hipótesis constituyen conjeturas o suposiciones que dentro del proceso de investigación van a ponerse a prueba, son explicaciones tentativas o provisionales de los fenómenos observados. En un primer momento, las hipótesis contienen elementos conceptuales y componentes perceptuales o, lo que es lo mismo, ideas provenientes de los postulados y en general de un marco teórico, por una parte, y por la otra, componentes que provienen de la observación naturalista, de los mecanismos de sensopercepción del investigador, sintetizando ambos en la hipótesis. A través de la confirmación de la hipótesis, se revela la operación de esos elemen--

tos conceptuales pasando estos a convertirse en hechos, los cuales pueden ser abstraídos nuevamente como conceptos científicos.

Las hipótesis deben establecer las variables a estudiar. Se entiende por variable una propiedad o atributo con respecto al cual difieren los individuos de un conjunto dado. Encontramos la existencia de dos variaciones, las cuantitativas y las cualitativas.

Por otra parte, las variables a considerar pueden ser totalmente concretas, pero en otras ocasiones, las variables constituyen estructuras teóricas, las cuales son el producto que resulta de la síntesis o unificación de diversos elementos.

Existen igualmente, variables sencillas y variables complejas. El tiempo de reacción es relativamente, una variable simple, mientras que la habilidad para supervisar es una variable muy compleja, ya que presupone diversos conocimientos administrativos, técnicos y humanos.

Las constantes están constituidas por el contrario, por fenómenos que se mantienen sin variación. Desde luego, y aunque parezca contradictorio, son variables que se mantienen fijas, sin cambio, a fin de no introducir más elementos en un momento dado del estudio o investigación. Por lo tanto las constantes son aquellos factores o circunstancias que deben permanecer sin cambio durante el mismo.

La variable independiente es aquella que va a ser manipulada por el investigador. La manipulación es física, no conceptual; es objetiva, no subjetiva, es real, no imaginaria; requiere una acción manifiesta por parte del investigador.

La variable dependiente está constituida por los resultados. Las variables independientes se consideran antiguamente como la causa, mientras que las dependientes formaban el efecto, porque dependen de las primeras. Sin embargo, esta consideración no es operante en la actualidad. En algunos casos una variable independien-

te en una investigación puede ser considerada como dependiente en otra, de acuerdo a la finalidad y el diseño del experimento.

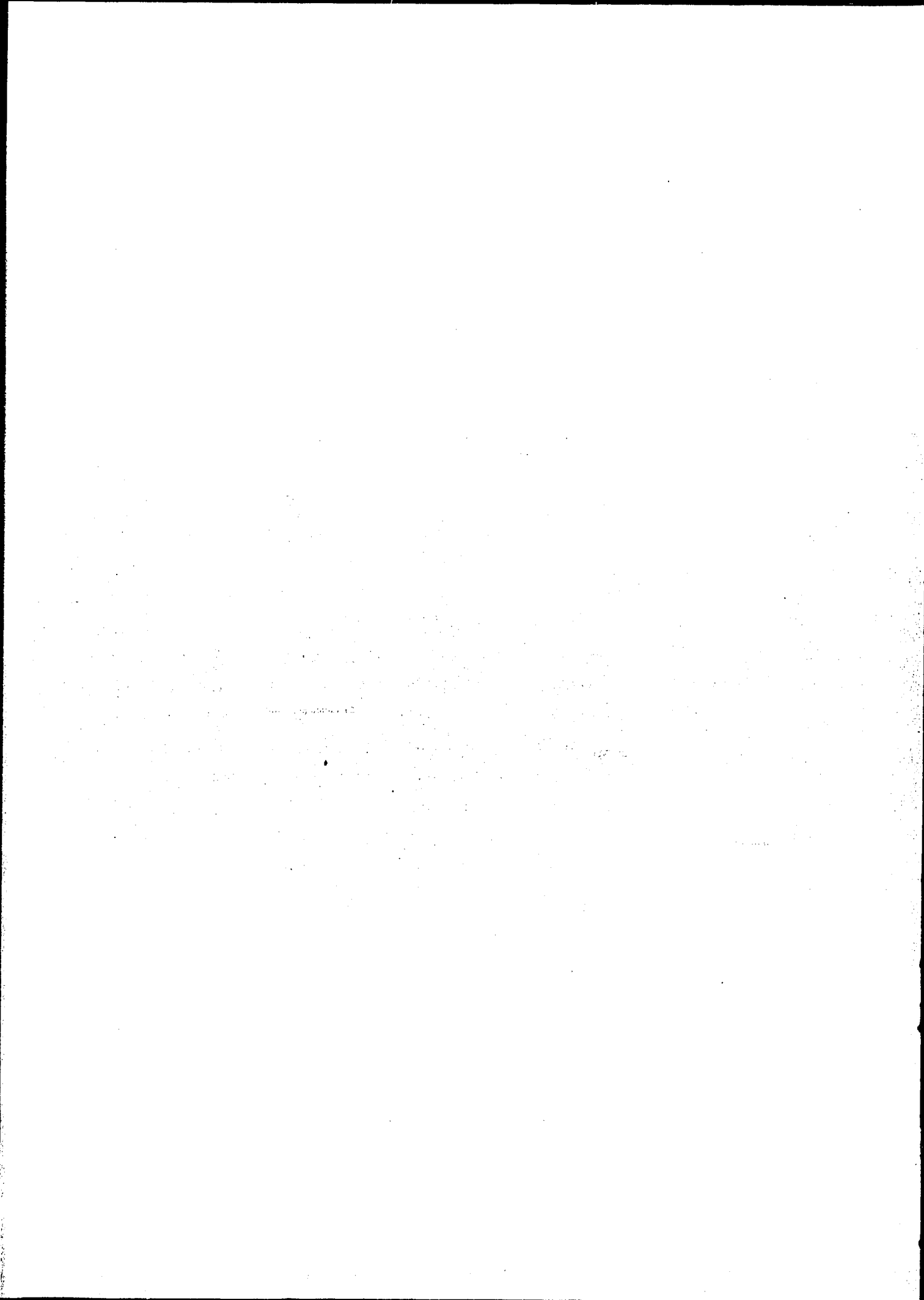
Para nuestro Seminario de Investigación, la hipótesis es la siguiente:

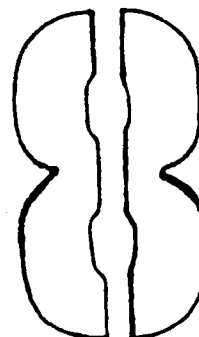
Para el trato e implementación de programas relacionados con los recursos humanos, es imprescindible considerar la jerarquía de necesidades con el propósito de que se conciba la adecuada integración de estos recursos a la organización.

La variable independiente es: para el trato e implementación de programas relacionados con los recursos humanos es imprescindible considerar la jerarquía de necesidades.

Y la variable dependiente es: el propósito de que se conciba la adecuada integración de los recursos humanos a la organización.

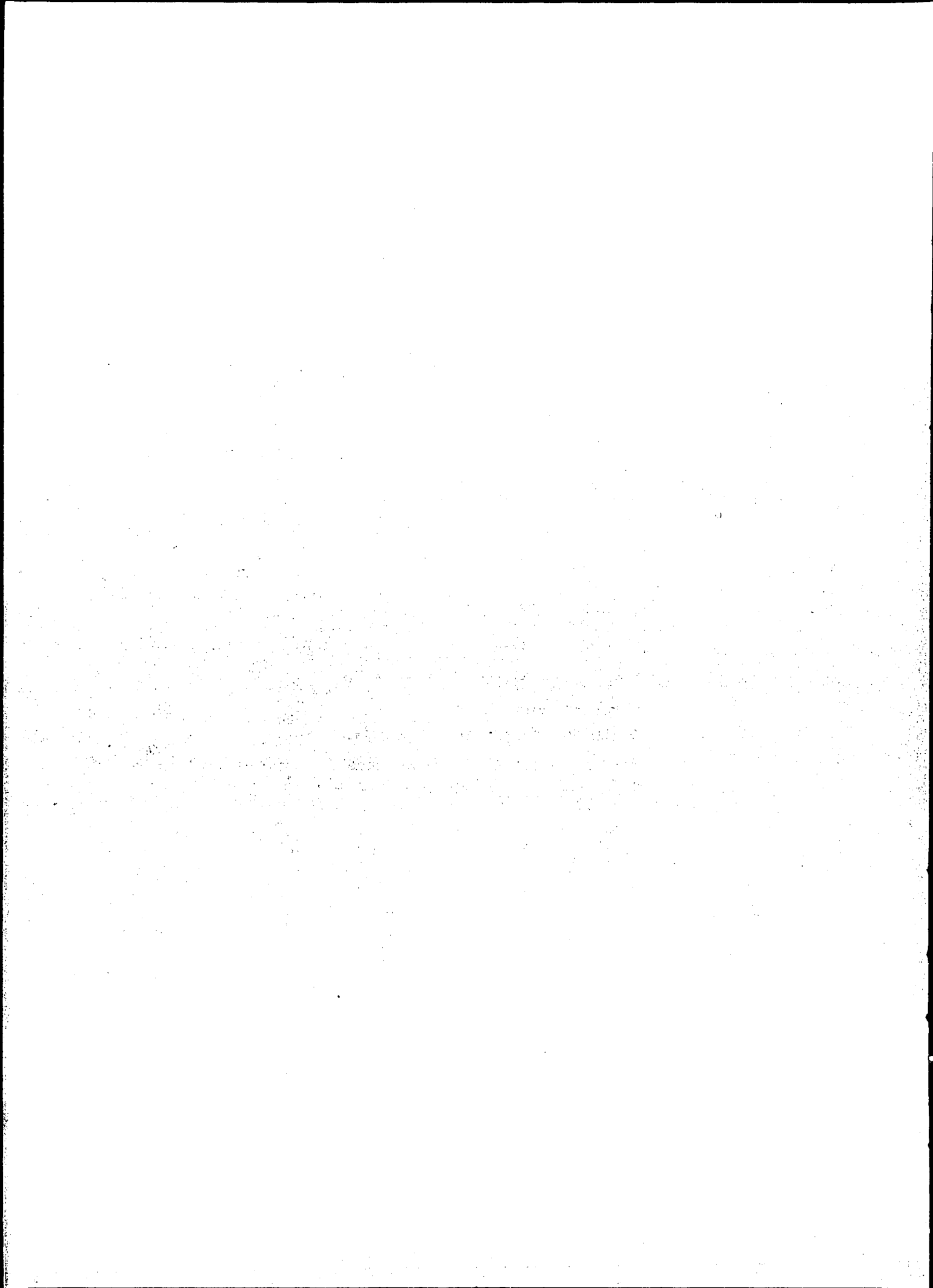
Las empresas de Artes Gráficas son organizaciones complejas en las que la participación real de cada trabajador es algo muy importante. Además, cada trabajador debe ser una persona con una motivación adecuada a las tareas que le corresponden dentro de los diferentes pasos del proceso productivo. Por lo tanto uno de los costos más relevantes es el ocasionado por la falta de adecuados programas relacionados con los recursos humanos; en sentido opuesto, si se le da el medio ambiente motivador adecuado, se podrá obtener un mejor desarrollo integral del trabajador, una mayor productividad en el trabajo, y por consecuencia lógica una mayor adecuación de los recursos humanos a la organización.





DELIMITACION DEL UNIVERSO.

- Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.
- Objetivos de la Unión.
- Organigrama.
- Descripción de Actividades.
- Cuestionario Utilizado para la Investigación -
a la Unión de Industriales Litógrafos de Méxi-
co A.C.



DELIMITACION DEL UNIVERSO.

El universo se puede constituir por la totalidad de unidades (personas, instituciones y objetivos) que interesan en la investigación de cierta zona o con determinadas características.

La delimitación del universo consiste en determinar exactamente que es lo que vamos a investigar. En nuestro Seminario de Investigación el universo está constituido por la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.

Las oficinas centrales están ubicadas en la calle de Rosas - Moreno No. 132 en la colonia San Rafael, Z.P. 4 en la Ciudad de México, pero puede establecer sucursales, delegaciones o filiales, en cualquier población o lugar de la República o del extranjero, los telefonos con los que cuenta son: 5-92-04-90 y 5-92-04-97.

La Unión tiene 50 años de establecida, se fundó con 5 socios:

El Sr. Ramón Corral de Dios.

El Sr. Francisco Graue Glennie.

El Sr. Salvador Monroy Velazco.

El Sr. Francisco Simón Rubio.

El Sr. Francisco Sánchez Hernández.

Los cuales aún se encuentran afiliados a esta.

Actualmente cuenta con un Patrimonio de 10 millones de pesos, que está integrado por las cuotas ordinarias y extraordinarias propuestas por el Consejo Directivo y ratificadas por la Asamblea, o bien por los donativos o ingresos que por cualquier otro concepto similar llegare a acordar la asociación.

Los objetivos de la Unión son primordialmente el estandarizar las políticas de acción de la industria en general contribuyendo con esto al engrandecimiento de nuestro país. Pretende fortalecer de manera muy importante el frente común en el que están agrupados. Crear un ambiente propicio para trabajar conjuntamente

y obtener con esto un incremento para la productividad y así puedan competir en un mercado cambiante que se encuentra presionado por aspectos políticos, económicos y sociales. Agrupar en su seno a todas aquellas personas morales o físicas dedicadas al ramo de la litografía offset y Web-Offset en la República Mexicana, este es su principal objetivo, así como orientar con propósitos de mejoramiento general, la técnica de las artes litográficas e intervenir con el apoyo solidario de sus asociados en todos aquellos casos y circunstancias que afecten la buena marcha de la industria litográfica, para obtener una superación de la misma y un mejor equilibrio en la ejecución de las actividades a ella inherentes. Coordinar los esfuerzos de los asociados para los casos de defensa colectiva y cultivar relaciones amistosas con las asociaciones similares ya constituidas, en sí crear en los socios un espíritu de participación que ha significado cooperación y logros para un mejor entendimiento teniendo como consecuencia lógica una participación en el mercado bajo una competencia leal.

Se encuentran afiliadas a la Unión 65 empresas, teniendo registrados 4833 trabajadores.

La Unión no hace ninguna clasificación de sus empresas afiliadas, únicamente efectúa un control en base a el número de trabajadores que cada uno registra.

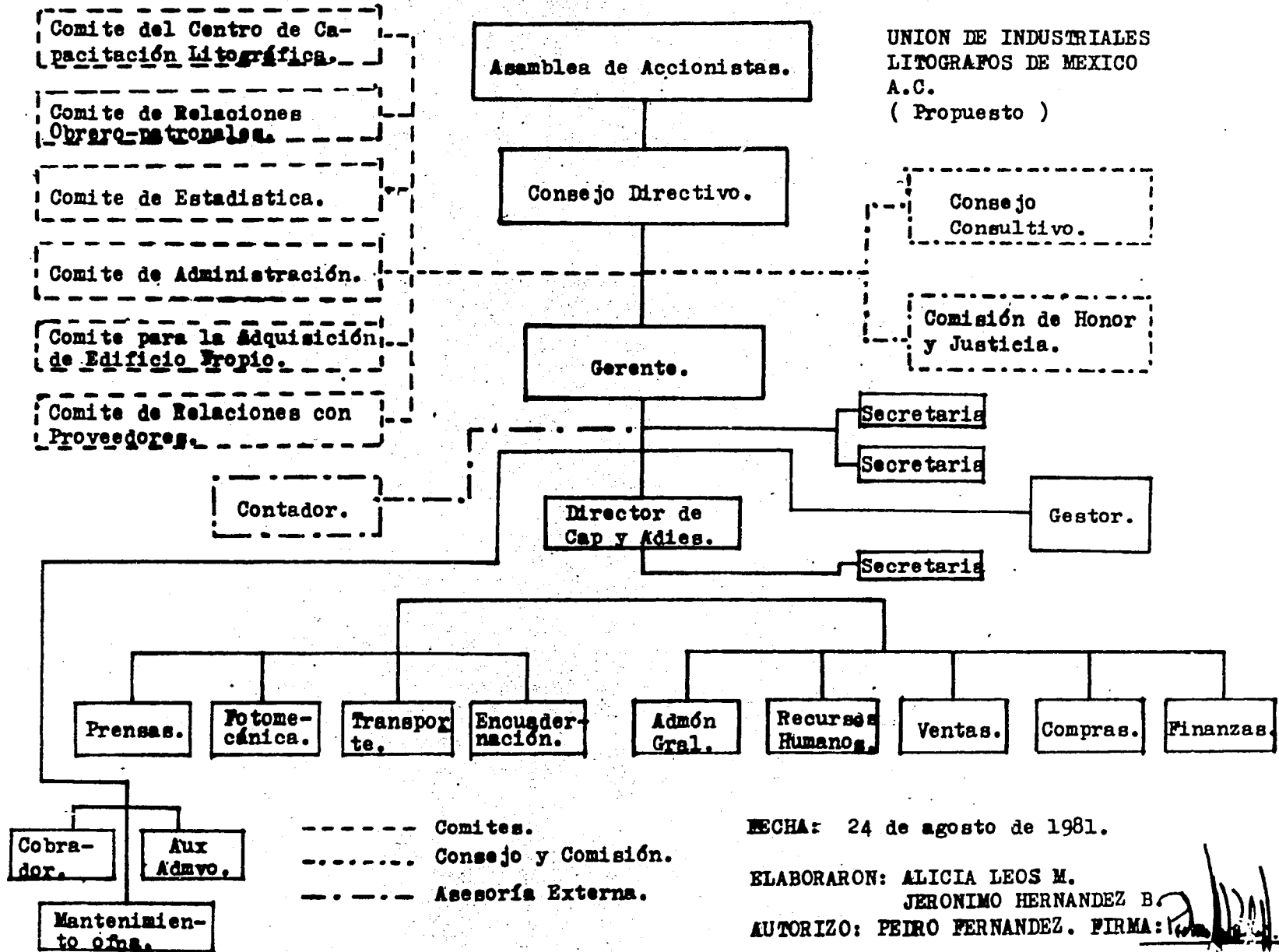
Se elaboró un organigrama en el cual destacamos los departamentos con los que cuenta la Unión, el cual se presenta a continuación con su descripción de actividades. (figura 3)

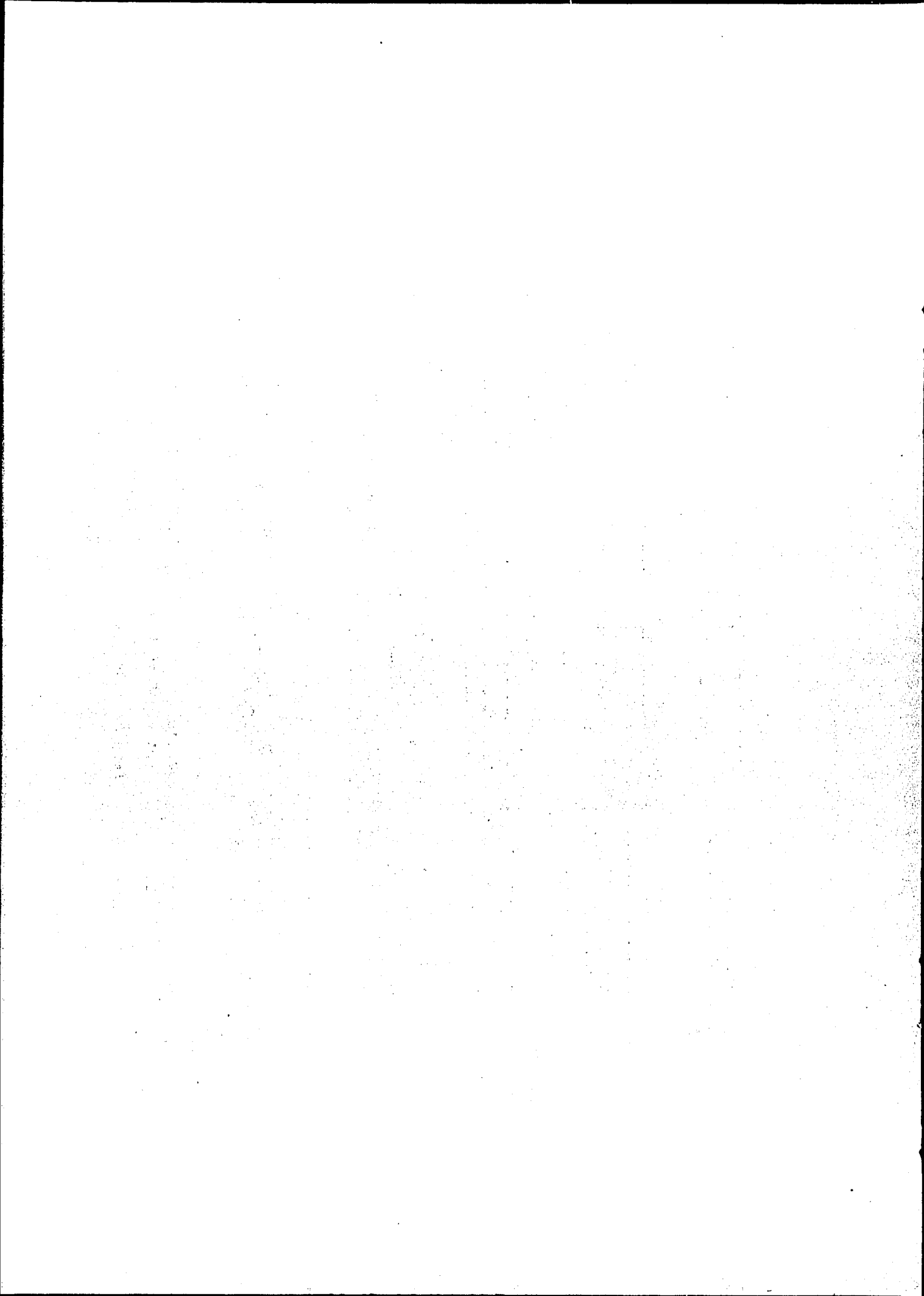
De igual forma se elaboró un cuestionario (Apéndice # 2), con el objeto de realizar la investigación a la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.

Figura 3.

ORGANIGRAMA. (ESTRUCTURAL)

UNION DE INDUSTRIALES
LITOGRAFOS DE MEXICO
A.C.
(Propuesto)





DESCRIPCION DE ACTIVIDADES.

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

Está formada por los socios de la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.

- La Asamblea deberá ser precedida por el representante común, y en ella los socios tendrán derecho a tantos votos como les corresponda, en virtud de las obligaciones que posean.

- La Asamblea se ocupará de los asuntos contenidos en la respectiva orden del día consignada en la convocatoria y en la Asamblea General Ordinaria anual, donde se examinará el informe del Consejo sobre la administración de la Asociación, así como el estado económico y financiero de la entidad, tendrá a bien el nombramiento de los cargos que corresponda designar.

- Deberá estudiar y analizar los objetivos de la Unión, garantizando la continuidad de sus operaciones.

- Revisar los avances de la Unión enfocados en cuanto a los objetivos, basando su análisis en el desarrollo de políticas.

- Informar a los socios sobre los logros de la Unión.

- De toda Asamblea se levantará acta en el libro especial llevado al efecto, y será autorizado por el Presidente, el Secretario y cuanto socio desee hacerlo.

CONSEJO DIRECTIVO.

- Convocar a juntas periódicas y con asistencia adecuada.

- Revisar el buen funcionamiento de la Unión, participando en la decisión.

- Representar a la Unión mediante el Presidente del Consejo.

- El Gobierno de la Unión reside originalmente en la Asamblea, cuando ésta se halla reunida y en el Consejo Directivo en su sustitución, en las épocas de receso, como órgano representativo de la misma.

- Podrá nombrar consejeros de entre sus miembros para la ejecución de actos completos.

- Será responsable de las aportaciones de los socios, de los libros que previene la ley y del cumplimiento de los acuerdos de las Asambleas tanto Ordinarias como Extraordinarias.

COMITES.

- Sus actividades colaborantes con las actividades del Consejo Directivo, deberán estar acordes y plenamente identificadas.

- Los comités se integrarán por miembros del Consejo Directivo que funjan al frente de cada uno de ellos, y por aquellos asociados que a juicio de dicho Consejo se estime pertinente su incorporación.

- Cada uno de los comités orientará su trabajo a la función específica de su propia denominación, teniendo una relación directa con los organismos o representaciones que cada uno comprende.

- Informar periódicamente de sus actividades y resultados obtenidos.

- Proporcionar sugerencias o innovaciones que estime pertinentes para el mejoramiento de los servicios, las cuales se someterán a la aprobación del Organismo Directivo.

- Asesorar al Consejo Directivo para la formulación de planes y programas.

- Realizar una medición de los fenómenos utilizando los métodos apropiados.

CONSEJO CONSULTIVO.

- Este se formará con las personas de mayor experiencia, las cuales han trabajado por la unificación y superación de la propia industria.

- Aportarán consejos y asistencia moral que se considere de gran utilidad y trascendencia para la industria litográfica.

- Aportarán su experiencia en base a sus consejos, en aquellos

casos que les sean solicitados.

- Podrán participar todos o algunos de sus miembros, para formar parte en comisiones de asuntos especiales.

COMISION DE HONOR Y JUSTICIA.

- Conocer y tramitar las quejas o denuncias que formulen los socios activos.

= Instruir los expedientes a que den lugar las denuncias que pasen a su jurisdicción, observando todas las garantías procesales inherentes a cada caso.

- Dictará resoluciones o fallos.

GERENTE.

- Tener conciencia de su puesto y actividad.

- Coordinar los diferentes departamentos que le corresponden.

- Establecer un sistema de políticas generales.

- Conocer las desviaciones y correcciones al cumplimiento de los objetivos, planes y políticas.

- Administración general de la Unión.

- Organizar las diferentes actividades de las empresas asociadas.

- Establecer un sistema adecuado de flujo de información, tanto para las empresas como para los diferentes departamentos de la Unión.

- Detectar problemas internos de la Unión (funcionamiento).

- Detectar problemas externos para las empresas, (proveedores, ventas, impuestos, importaciones y exportaciones).

- Establecer un programa adecuado de relaciones con las empresas.

- Delegar autoridad suficiente a sus subalternos.

- Realizar juntas periódicas.

- Llevar a cabo las relaciones públicas.

- Supervisar la gerencia a su cargo.

DIRECTOR DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.

- Coordinar los diferentes departamentos a su cargo.
- Junto con el Gerente determinar objetivos a corto plazo.
- Establecer los diferentes programas de capacitación y adiestramiento.
- Supervisar que se cumplan los objetivos señalados en los programas de capacitación y adiestramiento.
- Vigilar y controlar los métodos de obtención de resultados en los cursos de capacitación y adiestramiento.
- Reportar y entregar la documentación correspondiente al desenvolvimiento de los cursos de capacitación y adiestramiento.
- Delegar suficiente autoridad a los instructores para tomar decisiones correspondientes a su área.
- Coordinar y vigilar que se cumplan los objetivos, planes y políticas relacionadas con los cursos de capacitación y adiestramiento.

GESTOR.

- Se encarga de presentar, supervisar y llevar a buen término todos los trámites que realiza la empresa.
- Se encarga de las excensiones del I.V.A.
- Conocer las leyes que rigen al comercio, las importaciones y exportaciones, como:

aranceles.

impuestos.

Secretaría de la industria correspondiente.

- Tendrá a su cargo lo referente a trámites sobre estímulos fiscales.
- Hacer estudios completos que cubran todos los puntos legales para evitar desviaciones que dificulten el desarrollo integral de la Unión y de las empresas.

CONTADOR.

- Asesora al Gerente para la formulación de los diferentes estados financieros y programas.
- Aconsejar al Gerente acerca de la solución de problemas contables.
- Hacer revisiones periódicas de la estructura contable.
- Elaborar catálogos de cuentas y los documentos necesarios para el cálculo de los ingresos y egresos, así como todas las erogaciones de carácter periódico y cuya exigibilidad es inmediata.
- Efectuar un registro contable y oportuno de las operaciones, así como la correcta codificación que asegure la adecuada distribución de las operaciones, para tener un antecedente que permita tomar decisiones.

DEPARTAMENTOS DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.

- Establecer los planes y metodología de los cursos impartidos.
- Establecer los calendarios más adecuados para impartir los cursos, en base a el número de personas y actividad que realizan.
- Estudiar y analizar los diferentes temas que se imparten en cada curso.
- Efectuar una breve investigación acerca del material empleado y de los diferentes elementos que se utilizarán para impartir el curso.
- Establecer una política de competencia constructiva para la aceptación entre las personas que reciben el curso, para hacer notar la importancia que representan éstos, para la superación personal y de la empresa.
- Crear un ambiente adecuado en los cursos, para conducir al hombre a realizar su trabajo correctamente, con gusto y que a través de éste pueda alcanzar la felicidad.

SECRETARIAS.

- Llevar ingresos y egresos de las diferentes aportaciones de los socios.
- Efectuar la mecanografía de todos los documentos de la Unión.
- Contestar las llamadas, anotando los recados telefónicos y recordando los compromisos correspondientes a su jefe inmediato.
- Archivar los diversos documentos.

COBRADOR.

- Se encarga de entregar circulares a las diferentes empresas.
- Efectuar los cobros que se tengan programados.

AUXILIAR ADMINISTRATIVO.

- Ayuda al buen cumplimiento de la administración que efectúa el Gerente.
- Auxiliar en los casos en que sea necesario al cobrador.
- Realizar todas aquellas actividades complementarias para el adecuado funcionamiento de la oficina.

MANTENIMIENTO Y CUIDADO DE OFICINA.

- Se encarga del cuidado y limpieza de la oficina y los utensilios de trabajo.
- Mantener en buen estado las instalaciones.
- Reportar las descomposturas y deterioros, tanto de la oficina como de las instalaciones.

CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA INVESTIGACION A LA UNION DE
INDUSTRIALES LITOGRAFOS DE MEXICO A.C.
(Apéndice # 2)

1.-Cuál es el nombre o denominación de la institución.

2.- En donde están ubicadas sus oficinas centrales.

Calle	No.	Colonia	Z.P.
Telefonos.			

3.- Cuánto tiempo tiene de establecida. _____

4.- Con cuántos socios se fundó. _____

5.- Quienes son estos socios fundadores. _____

6.- De estos socios cuales se encuentran afiliados.

7.- Cuál es su patrimonio actualmente. _____

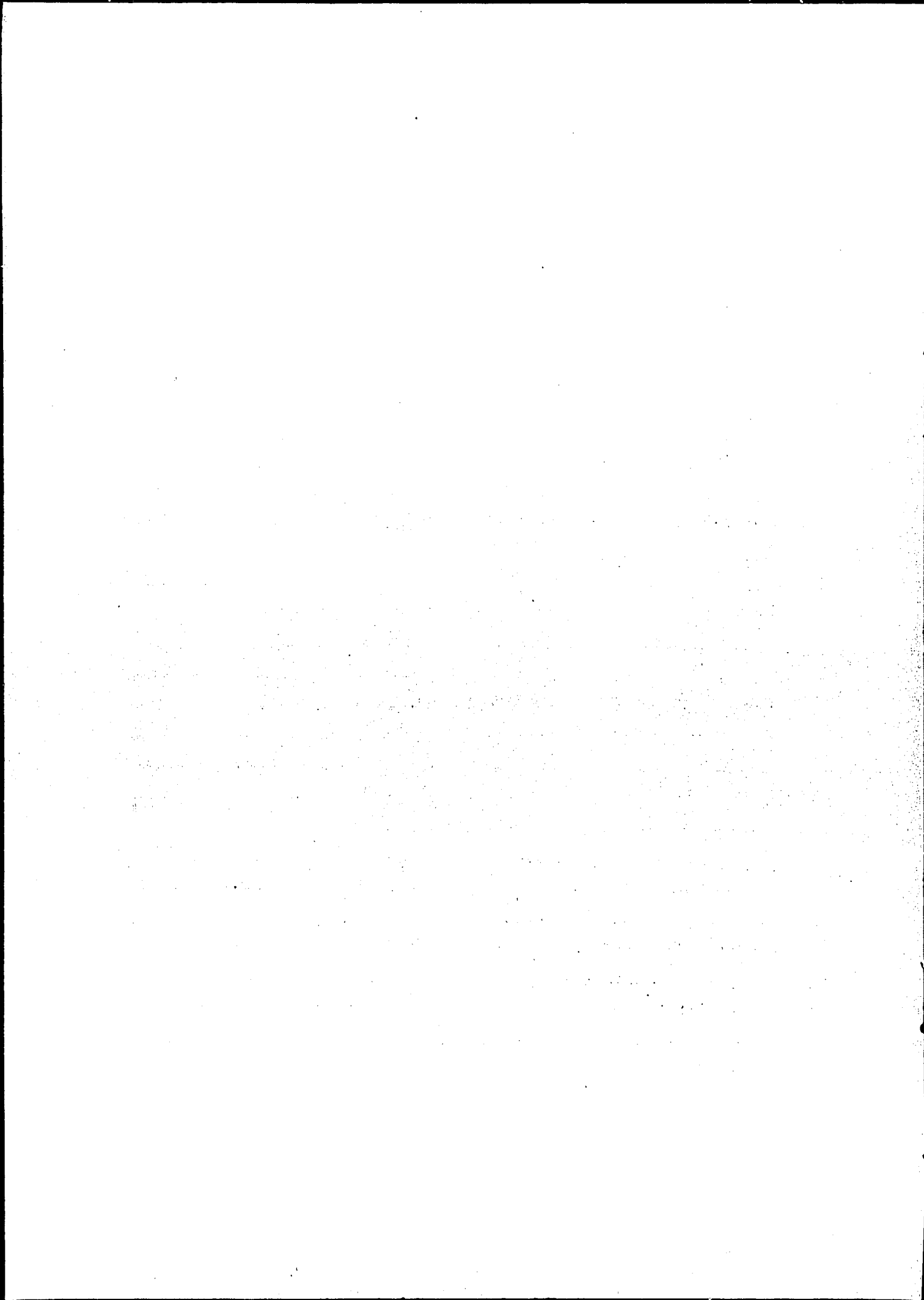
8.- Como esta integrado este patrimonio. _____

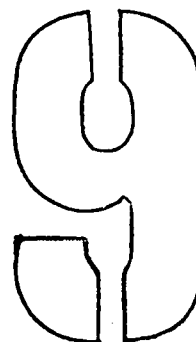
9.- Cuales son sus principales objetivos. _____

10.- Cuántas empresas se encuentran afiliadas a la Unión.

11.- Tiene alguna clasificación de las empresas afiliadas.

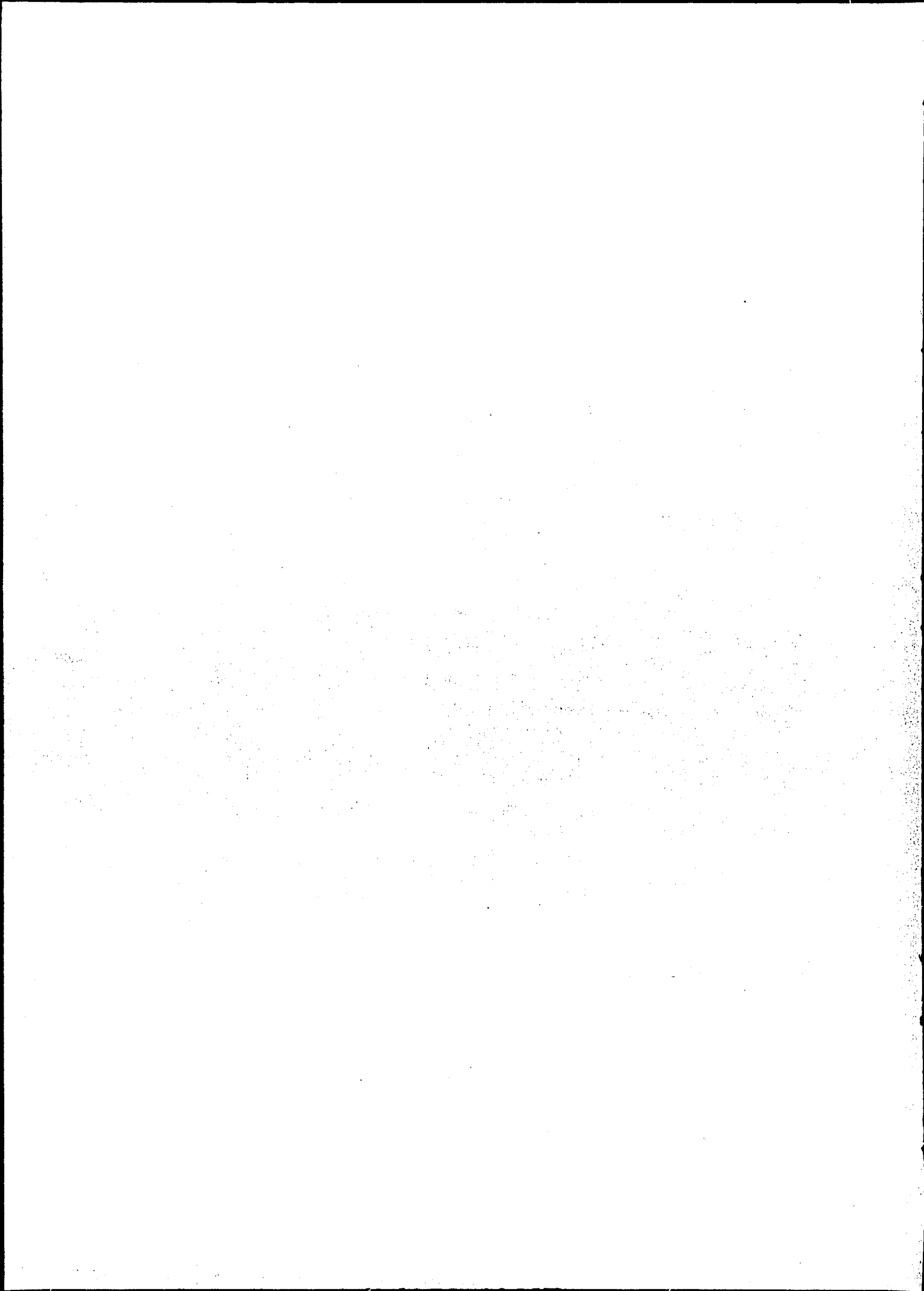
12.- Cuántos trabajadores tienen registrados.





CONOCIMIENTO DEL MEDIO.

- Aspecto Histórico de las Artes Gráficas.
- Antecedentes de las Artes Gráficas en América.
- Principales Areas Funcionales de una Empresa de Artes Gráficas.
- Análisis de Puestos de una Empresa de Artes Gráficas.
- Marco de Referencia de la Industria de las Artes Gráficas.
- Cuadros del X Censo Industrial referentes a la Industria de las Artes Gráficas.



ASPECTO HISTORICO DE LAS ARTES GRAFICAS.

Como un antecedente histórico en esta rama de la industria, - encontramos como hecho fundamental la creación de la imprenta, este es el invento que marca el comienzo de la producción de la escritura en gran escala, el paso de los antiguos grabados a los modernos métodos de impresión.

Las primeras reproducciones de la escritura se hicieron sobre cera y arcilla, mediante sellos como los encontrados en las ciudades más antiguas de Sumeria, Mesopotamia y Elam, y que pueden datar de veintiocho siglos antes de la era actual.

Un precedente de la imprenta fue conocido en Asia, donde en los siglos VIII y IX se imprimían textos por procedimientos xelográficos. En China en el siglo XI, bajo la dinastía Sung, la sustitución de la plancha grabada por caracteres independientes, se relata en el libro del doctor chino Chin Kuo (1053), y se atribuye a Phi Shing (1041), pasando a Europa hacia el siglo XII, alcanzando extraordinaria difusión en el siglo XV. Hacia 1435 en Alemania el alemán J. Gutenberg, grabó por separado cada una de las letras del alfabeto, para combinarlas formando palabras y poder siempre utilizarlas en la composición de nuevos textos. La técnica que perduró hasta el siglo XIX se basaba en reproducir los textos colocando los tipos compuestos sobre la platina (piedra mármol) de una prensa de huesillo o torculo y encima el papel, que recibía la presión al dar vuelta al tornillo.

J. Gutenberg asociado desde 1448 con J. Fust y P. Schoffer imprimió en Managua varias ediciones de la gramática latina de Aelius Donatus, religión y calendarios.

En los siglos XVI y XVII se perfeccionaron los tipos. A menudo introdujo el uso de la letra cursiva en Venecia. El francés G. Garamond grabó los caracteres garamondinos.

La tipografía decayó en el siglo XVII. El papel, los tipos y el grabado perdieron calidad, aunque empezaron a usarse los grabados de gran tamaño en metal.

En el siglo XVIII se acentuó el progreso de la tipografía en calidad y tecnología.

La primera innovación de la prensa, consistió en sustituir el huesillo por otro de latón, y la platina de piedra por material de fundición. Hasta entonces el tamaño del cuadro era inferior al tímpano lo que obliga a hacer la impresión en dos golpes, pero desde que el francés Didot en 1777 construyó una prensa de hierro con el cuadro del mismo tamaño que el tímpano, se pudo imprimir de un solo golpe.

No obstante, puesto que el entintado de las formas se hacía a mano, el número de impresiones no pasaba mucho de las 100 por hora. Donde mejor se apreciaron los progresos de la tipografía del siglo XVIII, es en la calidad de la impresión. El libro nitidamente estampado en buen papel, con ilustraciones en metal de gran finura y elegante simplicidad alcanzó una perfección no superada.

En los siglos XIX y XX, la época contemporánea asiste a una revolución de la tipografía. En composición los esfuerzos se han centrado en inventar máquinas (Linotype 1886; Monotype 1887; Typograph 1889; Intertype 1912), capaces de componer mecánicamente hasta 7000 y más letras por hora. La composición mecánica se basa en dos principios: el de la linotipia, que funde las letras de cada línea formando una sola pieza, y el de la monotipia, que funde las letras una a una; en ambos casos la línea sale de la máquina perfectamente justificada.

Desde la invención de la fotografía y sus aplicaciones a la imprenta, se han sucedido también los progresos en este campo. Uno de ellos ha sido la fotocomposición, que prescinde en absoluto del metal tipográfico. Con las fotocomputadoras se obtienen

los textos en películas o fotolitos para la insolación de las planchas con destino offset, huecograbado apoffset.

En la impresión los progresos han sido más revolucionarios, F. Koenig inventó en 1814 la primera prensa de cilindro-presión de un molde plano contra una superficie cilíndrica e introdujo el entintado automático. Con el nuevo instrumental se llegó a 500 ejemplares por hora que aumentó con el uso del vapor. Entonces nacieron las grandes imprentas nacionales, y los esfuerzos se centraron en lograr la impresión simultánea de las dos caras del papel. En 1884 apareció la máquina de reacción, en la que el papel impreso por una cara retrocedía y era impreso por la otra, llegándose a un rendimiento de 4000 ejemplares por hora. En 1855 Hue registró la primera patente de máquina rotativa que con el uso del papel continuo, elevó las tiradas a 10 000 ejemplares por hora. El perfeccionamiento de las rotativas ha sido constante hasta el punto de que en la actualidad son de uso indispensable. Pero los progresos no solo han sido mecánicos, sino que con la invención de la fotografía han surgido procedimientos fotoquímicos (fotograbado, huecograbado y offset).

En el siglo XIX se introdujo la producción en serie de libros de formato menor para la lectura corriente, pero en reducidos ambientes se produjo una reacción que abogó por la vuelta de los procedimientos primitivos de impresión a fin de lograr obras de mayor interés artístico. Incluso, las grandes imprentas dedicadas a la impresión en serie, modernamente han creado un estilo que procura ser más personal en la técnica de edición del libro de surtido, observable tanto en la disposición de la página como en la composición de las portadas y en la encuadernación e ilustraciones.

Después de la imprenta tipográfica han aparecido nuevos procedimientos de impresión, que responden a nuevas necesidades o a nuevas posibilidades técnicas: el grabado en dulce, el aguafuerte y sus derivados, en que los elementos de imprimir son huecos; la li-

tografía, en que los elementos de imprimir y los que no lo son, están en el mismo plano.

La fotografía ha dado origen al fotograbado y permite completar los procedimientos manuales de dibujo, de grabado, de composición, por medio de procedimientos fotomecánicos. Aparecen a principios del siglo XX el offset y el huecograbado, teniendo una rápida extensión para la impresión de periódicos y catálogos. La tipografía, el huecograbado y offset son en la actualidad los tres grandes procedimientos de impresión.

Tipografía.- Es un procedimiento de impresión con formas o moldes cuyas partes impresoras están en relieve (tipos móviles, grabados y clisés) y que una vez entintado se aplica a presión sobre el papel.

Huecograbado.- Deriva de la calcografía o talla dulce, de la que difiere únicamente en la manera de obtener la plancha de impresión. En el procedimiento de talla dulce, la plancha se graba a mano, mientras que en el huecograbado o rotograbado, el cilindro o la plancha son grabados químicamente a través de una reserva (revestimiento de papel pigmento) obtenida fotográficamente.

El principio o sistema de impresión es el mismo en ambos procedimientos: los huecos o cavidades de la plancha de metal quedan cargados de tinta, y el exceso de esta se elimina de la superficie metálica; la tinta que rellena los huecos se deposita sobre el papel y es absorbida por este.

En el huecograbado la impresión se efectúa por contacto directo con la matriz impresora, obteniéndose la reproducción de tonos degradados en la imagen impresora.

Offset.- La característica fundamental de este procedimiento es la transmisión indirecta de impresión por intermedio de una mantilla de caucho que toma la tinta aplicada a la plancha y la transfiere a su vez al papel.

A su lado la serigrafía, la anilina, el offset en seco y la fototipia son los auxiliares de las artes gráficas.

Serigrafía.- Es un procedimiento de impresión mediante una plantilla o tamiz. La plantilla en la que se dibuja previamente el tema que se ha de imprimir, es un tejido que forma una cuadrícula de mallas muy finas, de seda, nylon o tela metálica.

Anilina.- Es un procedimiento tipográfico de impresión con tintas constituidas por una disolución de colorantes de anilina en un solvente a base de alcohol.

Offset en seco.- Es un procedimiento de impresión indirecta en máquinas offset, pero sin baño de la plancha. Mediante la utilización de planchas grabadas tipográficamente en relieve, el offset en seco sirve, en particular para la impresión de fondos de seguridad con tintas solventes en agua.

Fototipia.- Es un procedimiento de reproducción de clisés fotográficos sobre una capa de gelatina con bicromato, extendido sobre cristal o cobre.

Las técnicas de imprenta están actualmente en plena evolución, y a todos estos procedimientos, que depositan la tinta sobre el papel por contacto y presión pueden añadirse otros que imprimen sin contacto: Onset y Xerografía.

Onset.- Es un procedimiento de impresión sin contacto, basado en los fenómenos electrostáticos. Se funda en la utilización de las fuerzas de atracción que actúan sobre las partículas de materias congeladas de electricidad del mismo signo.

Xerografía.- Es un procedimiento de impresión sin contacto que permite reproducir en seco documentos y textos impresos. Se funda en dos principios: la fotoconductividad que poseen ciertas materias aislantes como el selenio, de volverse conductoras bajo la influencia de la luz y la atracción entre dos cuerpos cargados

de electricidad estática de diferente signo.

Se imprime en negro y en color no solo sobre papel, sino también sobre tela, metal, materiales plásticos, sobre no importa que objeto, de cualquier forma. Desde la antigua prensa movida a mano, hasta las rotativas de gran velocidad de los periódicos, la máquina de imprimir ha sufrido innumerables modificaciones y se perfeccionan constantemente. Cada año se crean nuevos tipos que responden a las más diversas necesidades industriales.

ANTECEDENTES DE LAS ARTES GRAFICAS EN AMERICA.

Las primeras impresiones conocidas en América las encontramos en los libros indígenas llamados códices, mapas y lienzos, -- que eran unas hojas de papel de amate que extraían de diversas -- cactáceas, o de pieles de animales, principalmente de venado, en los cuales se registraban con dibujos y símbolos los datos históricos, astronómicos o de otra índole, unas veces mediante su propia imagen, y otras por signos convencionales que constituyen verdaderos jeroglíficos.

No tenían escritura fonética que sirviera para transmitir -- textos, pero se valían en cambio de signos ideográficos para representar algunos sucesos históricos, mitos, tradiciones, cuentas de los tributos, la sucesión de los días, etc. Representaban las cosas materiales con sus propias figuras, aunque para ahorrar -- tiempo, se conformaban con dibujar una parte del objeto que bastaba para darlo a conocer a quienes sabían interpretar esas escrituras; y para los objetos que carecían de forma material o cuya imitación era muy difícil, se valían de caracteres convencionales.

Pero, además de este tipo de representación gráfica, habían evolucionado los indios hacia una escritura jeroglífica de valor fonético, las sílabas separadas o grupos de sílabas, indican, fonéticamente la palabra completa, empleándose también el color y la posición del símbolo para indicar los sonidos y las sílabas.

Después de efectuada la conquista y durante algunos años, -- los indígenas prosiguieron el cultivo de esta escritura, la cual incluso utilizaron las autoridades españolas y los misioneros cristianos, agregándole aclaraciones en lengua nahuatl escritas con -- signos fonéticos europeos.

La primera imprenta que existió en América fue la establecida en la ciudad de México en 1539, por el impresor Juan Cromberger,

de Sevilla, quien debido a gestiones del virrey Antonio de Mendoza y del obispo Zumárraga, envió a su oficial impresor Juan Pablos. Este trabajó para aquél hasta 1548 en que, por privilegio especial de Carlos V, se estableció por su cuenta, durando su negocio hasta 1560. La primer obra publicada debió de ser breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana de Fray Juan de Zumárraga. En Puebla, la imprenta se instaló en 1640, en Oaxaca en 1720, en Guadalajara en 1792, en Veracruz en 1794 y en Mérida en 1813. Solo los talleres de la ciudad de México imprimieron hasta que el país obtuvo su independencia, 12 552 obras de los más diversos caracteres literarios, Científicos, históricos y religiosos que denotan el alto grado de desarrollo cultural alcanzado.

La segunda imprenta del continente se instaló en Lima Perú en 1584. En el mismo año publicó la Pragmática sobre los diez días -- del año que se considera el primer impreso de América del Sur.

La tercera imprenta se instaló en Bolivia en 1612, en el pueblo de Julí. En el mismo año de su instalación editó cuatro libros extensos: El Vocabulario de la Lengua Aymará, El Arte de la Lengua Aymará con una silva de frases, El Libro de la Vida y Milagros de Nuestro Señor y El Confesionario, muy copioso en dos lenguas aymará y española.

La cuarta llegó a Estados Unidos en 1638 instalándose en Boston, siendo su primer libro Freeman Oath. En Filadelfia en 1685, -- en Nueva Jersey en 1723, en Annapolis en 1726, en Baltimore en -- 1773 y en Nueva Orleans en 1769.

La quinta imprenta se instaló en Guatemala en 1660 y su primer impreso fué un sermón de Fray Francisco Quiñones y Escobedo.

La prensa periódica surge en América, del mismo modo que en Europa, después de un período más o menos largo de boletines informativos, publicados esporádicamente cuando surgía algún acontecimiento o noticia que justificara e hiciera costeable la edición.

El primero de estos boletines, en el continente americano, debió de publicarse en México, donde se hallaba instalada la primera imprenta del Nuevo Mundo, desde 1539. En 1594 apareció en Lima una hoja informativa editada para satisfacer la curiosidad popular, -- con motivo de la captura en aguas peruanas, del pirata Ricardo Hawkins. Fué el primer documento de esta índole que se editó en América del Sur. Desde 1620 empezaron a editarse en Perú con cierta regularidad, estas hojas de noticias, que eran generalmente mensuales.

Sin embargo el primer periódico de América, se publicó en la Nueva España. Fué la gaceta de México y noticias de Nueva España, -- que apareció en 1722.

El tiempo era la dificultad común a todos los periódicos y hojas informativas de aquella época. Porque, aparte de los lectores locales, los que vivían en el campo o en otras ciudades no podían recibirlos sino con gran retraso: a velocidad de caballo, de modo que cuando las noticias llegaban a un lugar, a menudo habían perdido todo interés. Claramente se ve lo que para los periódicos modernos significan los medios de comunicación.

Hasta la década 20-30 la impresión en México abandona los modelos académicos en cuanto a forma de trabajo y temática. Gran parte de la evolución de la impresión moderna se debió a cambios sociales y culturales, consecuencia de la revolución de 1910.

Esta evolución tiene características muy específicas, diferentes a las de la impresión europea y norteamericana, como en el ingenio artístico que tiene la consigna del arte popular, proclamado por los pintores muralistas de esa época, destinadas a interesar a las capas populares por medio de representaciones xelografiadas de los problemas sociales, políticos y económicos de aquella época.

PRINCIPALES AREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA DE ARTES GRAFICAS.

Debemos considerar la gran diferencia que se encuentra entre una empresa y otra, ya que empresas que se dedican a el mismo ramo suelen ser diferentes, aunque, sus actividades sean similares, es este el caso de las empresas de Artes Gráficas, las cuales se dedican principalmente a las siguientes actividades:

- Fotolito.
- Formación y Retoque.
- Transporte.
- Prensa.
- Encuadernación.

FOTOLITO: También conocido como litografía offset o simplemente offset.

La palabra litografía se deriva de dos palabras griegas; lithos-piedra, y graphein-escribir; por ende la palabra significa escritura con piedra o escritura sobre piedra. Es una impresión planográfica en la que en lugar de piedras como antaño, se usan ahora planchas metálicas grabadas, cubiertas con una delgada película de gelatina ligeramente sensibilizada.

La imagen que ha de imprimirse se traslada a la plancha mediante un proceso fotográfico. Donde la luz brillante de un foco vela un poco la plancha, el agua es rechazada, y recibe la tinta grasa de los rodillos. La imagen grabada en estas planchas se estampa en un cilindro de goma, y de este pasa al papel.

El sistema de impresión offset va poco a poco desplazando a la impresión en máquina plana o tipográfica, especialmente en las tiradas largas y en varios colores, y puede considerarse que el porvenir de la imprenta esta en él. En la actualidad, casi la tercera parte del material impreso se hace ya en offset.

En el procedimiento llamado offset seco se elimina el empleo

de humedad utilizando para ello una plancha de un relieve muy tenue que imprime directamente a la mantilla del rodillo de goma y de este al papel.

Ejemplos típicos de trabajos hechos con litografía offset son: los cheques y los impresos para depósitos bancarios; el material estampado de las latas de bebidas y alimentos, impresos en el metal del envase; etiquetas de papel; libros infantiles, en especial las ilustraciones a colores; carteles a colores y muchas clases de materiales publicitarios.

FORMACION Y RETOQUE: Formación es disponer los tipos y líneas de composición en la forma tipográfica.

Existen tres elementos para la disposición de un impreso, y estos son:

- Armonía.
- Equilibrio.
- Proporción.

Armonía.- Este elemento de la disposición tipográfica se refiere a establecer una relación agradable entre los caracteres de los tipos utilizados, tanto por lo que se refiere a su forma como a su tamaño y grueso, y a una relación general agradable entre las formas de los diversos elementos del impreso. Hablando en términos generales, dentro de límites reducidos se ven mejor los tipos estrechos que los anchos. También es cierto el caso inverso: los tipos anchos se ven bien en extensiones grandes de espacio.

Equilibrio.- Se refiere a elementos del impreso agradables e igualados. Esto tiene especial importancia cuando se pone descendiendo un bloque o masa de composición de tipos. Los elementos fuera de equilibrio se ven fácilmente, debido a que el impreso se ve demasiado espeso, o recargado a derecha o izquierda.

Proporción.- Se refiere a las relaciones comparadas entre los elementos del impreso.

Después de que se ha preparado el texto de composición tipo-

gráfica, se ha de formar la disposición del impreso para que se puedan formar las planchas para la impresión.

El retocador-formador es en litografía offset lo que es el compositor en la impresión tipográfica. Tanto el formador de offset como el compositor de litografía trabajan basándose en un trazo o en un facsímil. Mientras que lo que hace el compositor tipográfico es disponer en una galera grabados y líneas de composición, ya sea de lingotes o tipos móviles, el formador de offset dispone los negativos o positivos de película en una forma a la que generalmente, se le llama montaje. El trazo constituye el cimiento sobre el que el formador ha de levantar su obra.

La finalidad de la forma o montaje es lograr que, tanto en una forma negativa como positiva el trabajo este encuadrado respecto a los bordes de la hoja que se ha de imprimir, y que todos los elementos que integran la forma estén en posición correcta en relación con la plancha impresora.

Retoque es el tratamiento corrector de defectos de negativos, o trabajos de arte originales.

La revisión y corrección de estilo del original debe de hacerse antes de que se proceda a la composición tipográfica. El encargado de la composición, no está autorizado a cambiar el original del autor ni tampoco para anotar cambios de estilo. Estilo se refiere a la forma en que las palabras están dispuestas y haya uniformidad de su empleo, así mismo a la forma de componer las frases, a la mención de cantidades en guarismos o en palabras, al empleo de las letras cursivas y negrillas y también al de los signos ortográficos: coma, punto y coma, dos puntos, y demás signos empleados en la puntuación. El estilo da uniformidad al original.

El impresor no tiene derecho alguno a cambiar la forma que el escritor tiene de expresarse, a eliminar original ni a cambiar la redacción de oraciones. De todos modos la preparación del original incluye corregir cualquier error ortográfico, la mala puntuación,

las palabras mal compuestas, los errores gramaticales y otros errores que se puedan manifestar.

TRANSPORTE: Es fijar la zona de la imagen en las planchas de offset de manera que las partes de blanco acepten solo agua y que la superficie de impresión acepte solo tinta.

PRENSAS: Son máquinas para sacar impresos. Actualmente se utilizan tres clases de prensas tipográficas: las minervas, las máquinas planas y las rotativas.

Las minervas imprimen toda la forma tipográfica de una sola vez. La máquina plana no imprime a un mismo tiempo más que de 3 a 6 mm. de la forma. A medida que el cilindro de impresión va girando, la forma va avanzando con él. Como el cilindro sigue girando después de la impresión, la máquina lo levanta para permitir que la forma regrese a su posición primitiva. Las máquinas planas imprimen una hoja a cada segunda revolución del cilindro de impresión.

Las rotativas son grandes máquinas que imprimen ambas caras del papel y entregan los ejemplares doblados y listos para su expedición, ofrecen la particularidad de imprimir el papel al pasar este, procedente de la bobina entre dos cilindros. Uno es el que hace de cama, como en las máquinas planas y el otro es portador del molde que en este caso está formado por planchas curvas, llamadas tijas, montadas sobre una armadura metálica.

ENCUADERNACION: En los talleres de encuadernación se emplean diversas máquinas, aparte de guillotinas, cosedoras de alambre, plegadoras, perforadoras, troqueladoras, cizallas, volantes de imprimir rotulos en cubierta, etc. También usan otros tipos de máquinas para unir las hojas del papel y para hacer varias cosas con papel, cartón, telas y adhesivos. Hay también perforadoras especiales para adaptarlas a encuadernaciones determinadas, como las de los libros de hojas cambiables. También hay máquinas para redondear las esquinas de tarjetas y hojas.

Las hojas sueltas o revistas hechas en cuadernillos pueden encuadernarse con grapas laterales. Algunas veces se llama encuadernación lateral. Este trabajo puede hacerse con una cosedora de a--lambre.

Se utilizan grapas en forma de " U " generalmente, para la encuadernación de trabajos voluminosos. Muchas cosedoras son graduables y pueden coser desde dos hojas hasta un volumen de varios centímetros de grueso.

Las hojas sueltas que se encuadernan en esta forma necesitan alguna clase de cubierta, lo cual se hace con papel muy fuerte para que resista.

Existen varios tipos de encuadernación como son las encuadernaciones convencionales que se emplean para los libros más perma--nentes y a los que no se les podrán añadir ni quitar páginas. Es--tas encuadernaciones son: engrapado en el canto (o a caballete), engrapado lateral, a la rústica y empastado, con cordoncillo de seda, en estuche, de folletos con cordón, con lazada de cinta y otras máquinas de encuadernación.

ANALISIS DE PUESTOS DE UNA EMPRESA DE ARTES GRAFICAS.

CAJISTA.

Cajista es la persona que compone con tipos y reúne los productos de las máquinas de composición; se le puede clasificar como "arreglista". Puede también bosquejar y disponer sus propios arreglos, si trabaja en un taller pequeño.

LABORES QUE DESEMPEÑA: Según sea el tipo de impresos que se hagan en el taller, desempeñará una o más de las actividades siguientes:

- Hacer esbozos rudimentarios del original del cliente, para orientarle en escoger tipos para el impreso.
- Componer todas las variedades de tipos de cajas, y fundir lingotes de línea.
- Arreglar impresos, anuncios y páginas, reuniendo lingotes de línea, siguiendo el bosquejo o disposición que se le haya dado.
- Distribuir tipos y materiales de composición en las cajas.
- Imponer formas para las distintas clases de prensas tipográficas.
- Manipular sierras, afinadoras y otras herramientas similares de la sala de composición.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Conocimientos respecto a las técnicas que se emplean en la composición tipográfica.
- Habilidad para la justificación exacta de los materiales tipográficos parados y compuestos a mano.
- Capacidad para leer y comprender instrucciones lo mismo que los originales, y para saber seguir bocetos tanto esquemáticos como detallados.
- Capacidad física para permanecer en pie varias horas, sin

fatigarse.

- Capacidad para hacer funcionar el equipo de la sala de composición, tal como: prensas de pruebas, sierras, afinadoras, etc.

- Haber terminado un aprendizaje como cajista, o su equiva--
lente.

COMPOSITOR.

El compositor dibuja a escala y pone por escrito las especi--
ficaciones tipográficas exactas para que las sigan los demás ope--
rarios del taller, instruyendoles como ha de producirse cada im--
preso.

LABORES QUE DESEMPEÑA: Trabaja con el agente vendedor o con
el cliente para determinar cual es el objetivo del impreso que se
ha de bosquejar o diseñar.

- Establece el esbozo básico para el impreso, o el formato --
de una carpeta, un libro o folleto.

- Hacer un boceto detallado señalándole al impresor instruc--
ciones tales como tipo que habrá de usarse, medidas en que se ha--
brá de componer, espacios entre líneas, medidas de los márgenes y
lugar de las ilustraciones; también ajusta con exactitud el manus--
crito original a líneas de tipos.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Conocimiento del arte tipográfico y de sus relaciones con
la ilustración.

- Conocimiento a fondo de los ojos disponibles de tipos en --
el taller y fuera de el, así como de su empleo en toda clase de --
libros, en material de propaganda y en impresos comerciales.

- Aptitud para el empleo preciso del sistema de medidas pro--
pio del impresor.

- Capacidad para ajustar el manuscrito original, dentro de --
márgenes razonables de tolerancia para que llene una superficie --

determinada.

- Experiencia suficiente en la confección de bocetos para atender las necesidades del taller. Esta experiencia puede adquirirse habiendo trabajado como cajista, o bien titulándose en una escuela, estudios que irán seguidos de varios años más de experiencia.

CORRECTOR DE PRUEBAS.

El corrector de pruebas revisa las pruebas de galera y de página, para determinar si coinciden con el original aportado por el cliente. Además comprueba los errores que puedan encontrarse en el manuscrito original, y somete sus hallazgos a la consideración del cliente.

LABORES QUE DESEMPEÑA:

- Pronuncia distintamente cuando lee originales, e indica todos los signos de puntuación.

- Lee atentamente la prueba mientras escucha al lector del original, y señala, con los signos y símbolos de uso general en la corrección de pruebas, cualquier error que descubra.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Aptitud para descubrir errores ortográficos, de puntuación y tipográficos. Su preparación tiene que haberle enseñado a descubrir los más ligeros errores cometidos por el cajista y los linotipistas.

- Conocimiento a fondo de como pueden dividirse las palabras.

- Conocimiento de la naturaleza mecánica de la máquina de componer.

- Buena vista y conocimiento a fondo del idioma.

LINOTIPISTA.

El linotipista manipula el teclado de la máquina siguiendo el original que se ha de fundir en forma de lingotes o líneas. En los talleres pequeños puede hacerse cargo del cuidado y conservación de la máquina, si no hay mecánicos especialistas empleados para tal función.

LABORES QUE DESEMPEÑA:

- Compone textos corridos y/o líneas titulares para toda clase de impresos.

- Cambia los almacenes y alineadores, y hace otros ajustes de la máquina, para todo trabajo de composición.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Conocimientos de los procedimientos que se siguen en la impresión tipográfica.

- Destreza en la manipulación del teclado, para componer con rapidez.

- Capacidad para dividir las palabras correctamente.

- Capacidad para leer con toda exactitud y rápidamente.

- Aprendizaje en salas de composición, incluyendo un año en calidad de linotipista, o haber seguido en la escuela un curso de funcionamiento y conservación de linotipos.

MONOTIPISTA.

El monotipista trabaja en una de las dos máquinas que se utilizan en el sistema de composición por monotipos, o bien en ambas. Una es el teclado, que perfora una cinta reguladora para utilizarla en la fundidora. Los operarios que trabajen con la fundidora pasan la cinta por esta máquina, y luego componen y cuidan de los ajustes de la máquina.

LABORES QUE DESEMPEÑA:

- Ajusta el teclado para regular perforaciones en la cinta.

- Hace ajustes en la fundidora.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Capacidad para pulsar en el tablero textos corridos, y trabajos tabulares y matemáticos más intrincados.
- Conocimientos de los procesos que se siguen en la impresión tipográfica.
- Destreza en la manipulación del teclado, para componer con rapidez.
- Conocimiento para dividir las palabras correctamente.
- Capacidad para hacer ajustes en el teclado y la fundidora.
- Capacidad para leer con exactitud y rápidamente.
- Haber terminado un aprendizaje en una sala de composición, incluyendo una temporada como monotipista, ya sea manejando la máquina de teclado o la fundidora. O bien, experiencia en la sala de composición, tras haber tenido una temporada de enseñanza en una escuela para monotipistas.

PUESTOS EN LA SALA DE PRENSAS.

Los puestos en la sala de prensas incluyen a minervistas, --- prensistas de máquina plana y prensistas de rotativa. La alimentación manual de las minervas ha sido sustituida en su mayor parte por procedimientos mecánicos más rápidos. El gran tamaño de las máquinas planas reclama que el prensista cuente con un ayudante. Los prensistas pueden ser especialistas en cualquiera de las clases de prensas tipográficas, pero cambiar de una a otra máquina no les es difícil puesto que las técnicas nuevas para su funcionamiento les resultarán fáciles de aprender.

LABORES QUE DESEMPEÑA:

- Ajustes de las máquinas para los impresos nuevos, y hacer las operaciones de los arreglos. Dar más presión a las zonas oscuras y menos a las claras de las formas y grabados, utilizando medios tales como los pliegos de alzas cortados a mano u obtenidos -

mecánicamente.

- Asegurar que de la fuente de la prensa fluya la cantidad de tinta necesaria a los rodillos.

- Hacer comprobaciones periódicas para cerciorarse de que las hojas están siendo puestas en la máquina en posición correcta.

- Cargar los alimentadores y retirar del tablero de entrega - las hojas impresas.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Conocimiento a fondo de la mecánica de la prensa a su cargo.

- Conocimiento a fondo de los principios, métodos y procedimientos en uso para imprimir por el sistema tipográfico.

- Capacidad para determinar hasta que punto van a necesitarse arreglos para impedir el desgaste indebido de los grabados o planchas, aunque estos esten todavía imprimiendo en forma adecuada.

- Capacidad para lograr una buena producción en diversos modelos de prensas.

- Haber terminado un aprendizaje en el manejo del tipo de prensas que tenga a su cargo.

CONFECCION DE GRABADOS Y PLANCHAS.

La confección de grabados y planchas comprende a tres clases de operarios: fotograbadores, estereotipadores y electrotipadores. Sus funciones son similares a las de quienes hacen planchas para offset, salvo en lo que se refiere a los procedimientos.

PRODUCTOR DE ELECTROTIPOS.

El productor de electrotipos tiene que conocer todas las labores que se lleven a cabo en este proceso, aunque el trabajo solamente en uno solo de estos campos de actividad. Tienen que saber como se colocan las formas en la prensa de moldeo, para que se pue

dan hacer impresiones con moldes de plástico o de plomo. Luego tienen que saber depositar una coquilla de metal en el molde. Después que ha desprendido la forma tipográfica del molde y la ha reforzado con metal, debe saber acabarla y montarla dándole la altura del tipo, o bien tiene que saber biselarla a la altura de plancha. Todos estos conocimientos exigen haber pasado un aprendizaje de seis años.

ESTEREOTIPADOR.

El estereotipador hace moldes de formas, de otros tipos o grabados, en pasta de cartón, utilizando una prensa para matrices. -- Una vez seco, el molde se emplea para vaciar en él una plancha de estereotipo, que tendrá a la altura de los tipos o bien será en forma de coquilla para su montaje. También puede ser curvada para que se ajuste a los cilindros de la rotativa. A menudo se emplea maquinaria especial para hacer esta clase de labores, en especial en los talleres de los grandes diarios. Es necesario que el estereotipador conozca todas las operaciones del proceso.

FOTOGABADOR.

Los fotograbadores pueden llevar a cabo todas las operaciones que se necesitan para hacer grabados originales para tipografía, o se pueden especializar en un solo campo de actividad. Por ejemplo, el fotógrafo, saca negativos para grabados de línea o de medias tintas, utilizando para ello filtros de color y tramas o pantallas de medios tonos, y luego revela los trabajos. El transportista saca una copia positiva del negativo en una plancha de cobre o zinc. El grabador toma estas planchas y, por medio de un procedimiento químico, rebaja las zonas de dichas placas que no han de imprimir. Siguen a ello las operaciones, que incluyen el retoque del grabado

con herramientas de mano, arrancar el metal muerto, montar el grabado sobre madera para darle la altura del tipo, y sacar pruebas.- Los fotograbadores que hacen rotograbados llevan a cabo funciones similares trabajando con positivos para sacar planchas de huecograbado.

EMPLEOS EN LITOGRAFIA OFFSET.

PUESTOS EN LA SALA DE PRENSAS.

El prensista de offset hace funcionar cierta variedad de prensas, que van desde máquinas pequeñas hasta el equipo rotativo perfeccionado para cuatricomías. Los puestos que puede ocupar son más o menos comparables con los que existen en la sala de prensas de una tipografía. Por ejemplo, los dispositivos alimentadores del papel son muy parecidos, aunque en las prensas de offset se utiliza un plano horizontal en lugar de una mesa elevada. En cambio, el retocador-formador impone las páginas de litografía en películas, mientras que el enramador aprieta las formas en arreglos de mesas de tipo o de páginas.

Entre los puestos figuran el de prensista en offset para prensas de todos los tamaños, desde las que admiten hojas de 35.5 cms, hasta las que imprimen hojas de 193 cms, y también para prensas alimentadas por bobina. Los fotógrafos sacan negativos en blanco y negro o en separaciones de colores. Los formadores trabajan con películas o papel y en medias tintas a colores.

Los preparadores de planchas emulsionan estas y las ponen en posición con los negativos o positivos para sacar placas de offset. Los artistas litógrafos llevan a cabo la labor del sombreado de los grabados, de retoque de planchas y de opacado.

Los procedimientos y métodos del oficio de litógrafo de offset están cambiando continuamente. Llegan al mercado planchas nuevas o impresiones de offset seco, los litógrafos crean planchas me

zoradas y preemulsionadas, y los procedimientos nuevos, como el de tricomía, están haciendo progresar continuamente las técnicas de - offset.

CONFECCION DE PLANCHAS.

Los principales campos de actividades de la litografía offset se encuentran en: fotografía, rotulado, confección de planchas e - impresión. Por lo general, el fotógrafo se especializa en trabajos en blanco y negro o en color, y revela sus propios positivos y negativos. Los artistas retocan los negativos para hacer más claras o más oscuras determinadas áreas, para que se logren los valores correctos de tono del color. El trabajo se hace a mano utilizando agentes químicos y tintes, y es una labor altamente especializada. Los formadores arreglan los negativos poniéndolos en su debido orden cuando se hace un montaje, lo que constituye una función similar al arreglista de tipografía. Los transportistas utilizan los montajes para hacer planchas que se enrollan en torno de los cilindros impresores de las prensas de offset. Emulsionan las planchas para hacerlas sensibles a la luz y las exponen colocándolas en prensas de copiar al vacío con los negativos encima de ellas. Después de haberlas expuesto a la acción de la luz de lámparas de arco, las revelan y las condicionan para su impresión.

EMPLEOS EN EL TALLER DE ENCUADERNACION.

El trabajo de encuadernación incluye muchos procesos y procedimientos, desde el simple corte del papel y el engrapado de folletos y cuadernos, hasta el manejo de intrincadas guillotinas electrónicas para refinar simultáneamente los tres lados de los libros, plegadoras, máquinas de alzar, encoladoras y cosedoras de libros. - Todavía cabe encontrar la encuadernación a mano, y también se in-

cluye aún en la categoría de los trabajos de encuadernación el rayado a máquina. Los trabajadores pueden estar especializados en manejar una máquina, o pueden tener que cuidar de máquinas plegadoras, guillotinas y otras piezas del equipo. Sus obligaciones dependerán de la amplitud del departamento de encuadernación.

LABORES QUE DESEMPEÑA:

- Manipulación de guillotinas, perforadoras, cosedoras de alambre, máquinas de plegar, instrumentos para jaspear y dorar, prensas para estampación en oro, máquinas para redondear esquinas, perforadoras y taladros para papel, máquinas cosedoras de pliegos, máquinas de hacer tapas o cubiertas, encoladoras, máquinas para el rayado y otros aparatos similares que son comunes en el trabajo de encuadernación.

Las labores más reiterativas están por lo general, a cargo de mujeres, pero los trabajos pesados e intrincados están a cargo de hombres.

REQUISITOS NECESARIOS:

- Se necesita un conocimiento amplio de todas las operaciones de encuadernación que se lleven a cabo en el taller.

- Habilidad en manipular las máquinas para evitar que haya -- trabajo que se eche a perder.

- Capacidad para comprender ordenes verbales o por escrito.

- Haber terminado un aprendizaje del oficio de encuadernador o su equivalente.

MARCO DE REFERENCIA DE LA INDUSTRIA DE ARTES GRAFICAS.

Composición de la Industria de Artes Gráficas.- La Industria de las Artes Gráficas está constituida por las siguientes actividades:

Industria Editorial, de Impresión y Conexas.

Industria Editorial.

Edición de Periódicos y Revistas.

Edición de Libros y Similares.

Impresión, Encuadernación y Actividades Conexas.

Impresión y Encuadernación.

Fabricación de Fotograbados y Clisés.

Estos grupos son similares en cuanto a que se refieren a material impreso de una u otra forma; las materias primas que se emplean y el procedimiento productivo, aunque en algunos casos es muy diferente, tienen las mismas finalidades.

La división de la industria no está fundamentada únicamente en la periodicidad de algún grupo o la no periodicidad de otro, existen además otras diferencias en cuanto a la extensión, el contenido, la distribución y otras características representativas de cada una de ellas. (Ver cuadros del X Censo Industrial S.P.P.)

El número de establecimientos dedicados a la industria de las Artes Gráficas se ha expandido considerablemente, sin embargo al examinar cada actividad por separado, observamos que no todas han tenido el mismo ritmo de crecimiento.

De 1960 a 1975, se presentaron los siguientes incrementos:

Fabricación de fotograbados y clisés	971 %
Imprenta, litografía y encuadernación	653 %
Edición de periódicos y revistas	226 %
Edición de libros y similares	225 %

Estos índices de crecimiento se deben a que en las imprentas

y encuadernaciones cuenta más la optimización en la eficiencia de la maquinaria que se obtiene con más horas de trabajo (2 ó 3 turnos), que la motivación y el medio ambiente adecuado de los trabajadores.

Los renglones de edición fueron los que mostraron el menor crecimiento, no obstante que el incremento que tuvo la edición fue bastante satisfactorio, teniendo como consecuencia que los libros en México fueron en su mayoría importados.

El capital invertido dentro de la industria de las Artes Gráficas en el período de 1965 a 1975, ha tenido un ritmo de crecimiento medio, de 6.1 % anual, el cual ha sido ligeramente inferior al ritmo de crecimiento medio de la inversión en el sector manufacturero. La diferencia en la productividad está dada por la rotación de inventarios, ya que en algunos productos como es el periódico, la rotación es diaria y la recuperación de la inversión es inmediata, al igual que en las revistas, las cuales tienen una rotación semanal, quincenal o mensual, mientras que otros productos tienen una rotación muy lenta, siendo su promedio superior a los 2 años.

En cuanto a ubicación industrial los datos oficiales con que se cuenta corresponden al año de 1975; no obstante consultando los directorios de las cámaras de la Industria Editorial y de las Artes Gráficas de 1977, las cifras no han variado en forma considerable en cuanto a número ni en cuanto a ubicación.

La edición de libros y similares es la actividad de la rama que se encuentra más concentrada en el Distrito Federal debido a que la mayor parte del mercado para estos productos se encuentra precisamente en esta área, además cuenta con los suministros de materia prima y las más grandes imprentas. También, hasta hace unos años era aquí donde se localizaban los principales centros de estudio. No obstante, en los últimos años el mercado se ha ido ampliando en toda la República, entre otras causas por el simple hecho de

que el número de estudiantes en todos los niveles ha aumentado en forma considerable en cada Estado.

La situación es diferente en cuanto a edición de periódicos, imprentas, litografías y encuadernaciones, ya que casi todos los Estados cuentan con periódicos que se editan e imprimen en la misma entidad, por lo cual la concentración no es tan acentuada en estos renglones.

El valor de la producción bruta total de la industria de Artes Gráficas se triplicó de 1965 a 1975. En concreto la industria editorial durante esos años tuvo un fuerte incremento en su producción: en la edición de periódicos y revistas un 303 % y en la edición de libros y similares un 170 %. En 1970 los periódicos y las revistas abarcaron el 82.32 % del total de la producción de la industria y la edición de libros y similares el 19.7 % restante.

El personal empleado dentro de la industria de Artes Gráficas, mostró un lento crecimiento de 1965 a 1975:

Fabricación de fotograbados y clisés	61 %
Edición de periódicos y revistas	32 %
Imprenta, litografía y encuadernación	12 %
Edición de libros y similares	4 %

El número de establecimientos censados, mostró en ese mismo período un incremento de 225 % habiéndose presentado un incremento en el personal ocupado de solo 4 %.

De acuerdo al censo industrial de 1970, el 81 % de las personas empleadas en la edición de libros y similares se encuentra en establecimientos con más de 25 personas.

Entre los obreros, el personal mejor remunerado se encuentra en la edición de periódicos y revistas; para 1970 tenía un ingreso per cápita de 23.5 millones de pesos anuales. Entre los empleados, el grupo mejor remunerado era el que se dedica a la impresión, litografía y encuadernación, con ingresos per cápita de 50-

mil pesos anuales, seguido por el de edición de libros y similares con 30.7 miles de pesos.

En el censo industrial de 1975, la Dirección General de Estadística consideró al personal a las fechas señaladas (obreros, empleados tanto de planta como eventuales, personas con licencia por enfermedad o con licencia por tiempo definido, personas en vacaciones, propietarios, socios y meritorios) sin considerar a los que colaboran profesionalmente en base a honorarios, igualas, comisiones, etc.

La maquinaria comúnmente empleada en el proceso de producción de la industria de las Artes Gráficas, regularmente se fabrica en países como Alemania, Inglaterra y Estados Unidos. En estos países, dentro del proceso de producción, se hace uso intensivo del capital, debido a que cuentan con una mano de obra altamente tecnificada y cara, lo cual genera una automatización del proceso de producción incrementando notablemente la productividad por hombre empleadó.

Sin embargo en México las condiciones son distintas ya que se cuenta con una oferta de mano de obra no calificada excesivamente grande, comparada con la demanda que existe de este mismo tipo de trabajo. Así como también existe una oferta de trabajo calificado muy pequeña y una demanda de trabajo calificado muy grande, por lo que al importar México equipos de producción altamente tecnifica--dos se genera la necesidad de capacitar a la población.

La Capacitación y el Adiestramiento.- El día 9 de enero de --1978 se adicionó al Artículo 123 constitucional la fracción que dice: " Las empresas, cualesquiera que sea su actividad, estarán o--bligadas a proporcionar a sus trabajadores capacitación o adiestramiento para el trabajo. La ley reglamentaria, determinará los métodos, sistemas y procedimientos conforme a los cuales los patrones deberán cumplir con dicha obligación".

Como nos deja entrever el punto anterior, la ley determina de

manera expresa la responsabilidad y obligación de la empresa de proporcionar capacitación y adiestramiento a sus trabajadores. -- Los costos de los programas serán a cargo únicamente de la empresa. Esto último parece justo, porque es la empresa la que se beneficia directamente al incrementar la productividad y contar con recursos humanos más capacitados para desempeñar sus tareas. Además se da la posibilidad de ir sustituyendo a los trabajadores más antiguos, por personas más aptas y con mayores conocimientos.

El artículo 153 fracción B de la Ley Federal del Trabajo mencional que el lugar y la hora en que se debe proporcionar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores, será acordada por las comisiones mixtas (trabajadores y empresa); se puede dar dentro o fuera de la empresa. Algunas empresas han acordado con sus empleados que los programas se realicen 50% dentro del horario de trabajo y 50% fuera del mismo.

Los planes y programas de capacitación y adiesttamiento deberán presentarse para su aprobación en la siguiente forma:

Debe ser un plan integro que comprenda todos los puestas y niveles existentes en la empresa, no debe de comprender períodos mayores a 4 años, la ley no contempla un período mínimo, pero debe incluirse un monograma que indique los períodos en que se irán capacitando cada uno de los puestos y niveles. En lo particular, algunas empresas están adoptando las siguientes políticas:

- 1.- Que el programa abarque 2 años (la evolución y el crecimiento de la empresa exige actualización de programas, por lo tanto no es conveniente a 4 años).
- 2.- Como no pueden capacitarse todos los empleados al mismo tiempo, y la ley exige que se establezca el orden en que serán capacitados los trabajadores de un mismo puesto, es norma que el jefe determine las áreas o niveles más necesitados de capacitación y adiestramiento.

La Ley como es lógico menciona que el trabajador tiene dere---

chos y obligaciones en los planes y programas de capacitación y -
adiestramiento:

Derechos:

- a) Recibir capacitación o adiestramiento.
- b) Formar parte, a través de sus representantes de la comisión --
mixta.
- c) Hacerse acreedores a la "constancia" de habilidades laborales,
cuando apruebe los exámenes, o cuando al negarse a recibir ca-
pacitación o adiestramiento, demuestre ante la UCECA poseer --
los conocimientos y habilidades requeridos.
- d) Formar parte, a través de sus representantes, del Comité Nacion
al de Capacitación y Adiestramiento.

Obligaciones:

- a) Asistir puntualmente a los cursos de capacitación y adiestra--
miento.
- b) Atender las indicaciones de las personas que la impartan.
- c) Presentar los exámenes de evaluación, conocimientos y aptitudes.

Los organismos gubernamentales que están involucrados en la l
Ley de Capacitación y Adiestramiento son:

- 1.- La Secretaría del Trabajo y Previsión Social, que es el orga-
nismo de máxima autoridad en capacitación y adiestramiento.
- 2.- La Secretaría de Educación Pública.
- 3.- El Servicio Nacional del Empleo, Capacitación y Adiestramien-
to, que tiene como objetivo estudiar y promover la generación
de empleos, promover y supervisar la capacitación y el adies-
tramiento de los trabajadores y registrar las "constancias de
habilidades laborales".
- 4.- La Unidad Coordinadora de Capacitación y Adiestramiento (UCEl
CA) que es el organismo descentralizado y dependiente de la l
Secretaría del Trabajo y Previsión Social, creado para regir,
controlar, promover y ejecutar directrices para el cumplimienl

to de la Ley de Capacitación y Adiestramiento.

5.- Los consejos consultivos, nacionales y estatales.

6.- Los comités nacionales de capacitación por ramas industriales.

Los objetivos que se persiguen con esta ley se mencionan en la fracción F del Artículo 153 y son:

I.- Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del trabajador en su actividad, así como proporcionar la información sobre la aplicación de nueva tecnología en la misma.

II.- Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de -- nueva creación.

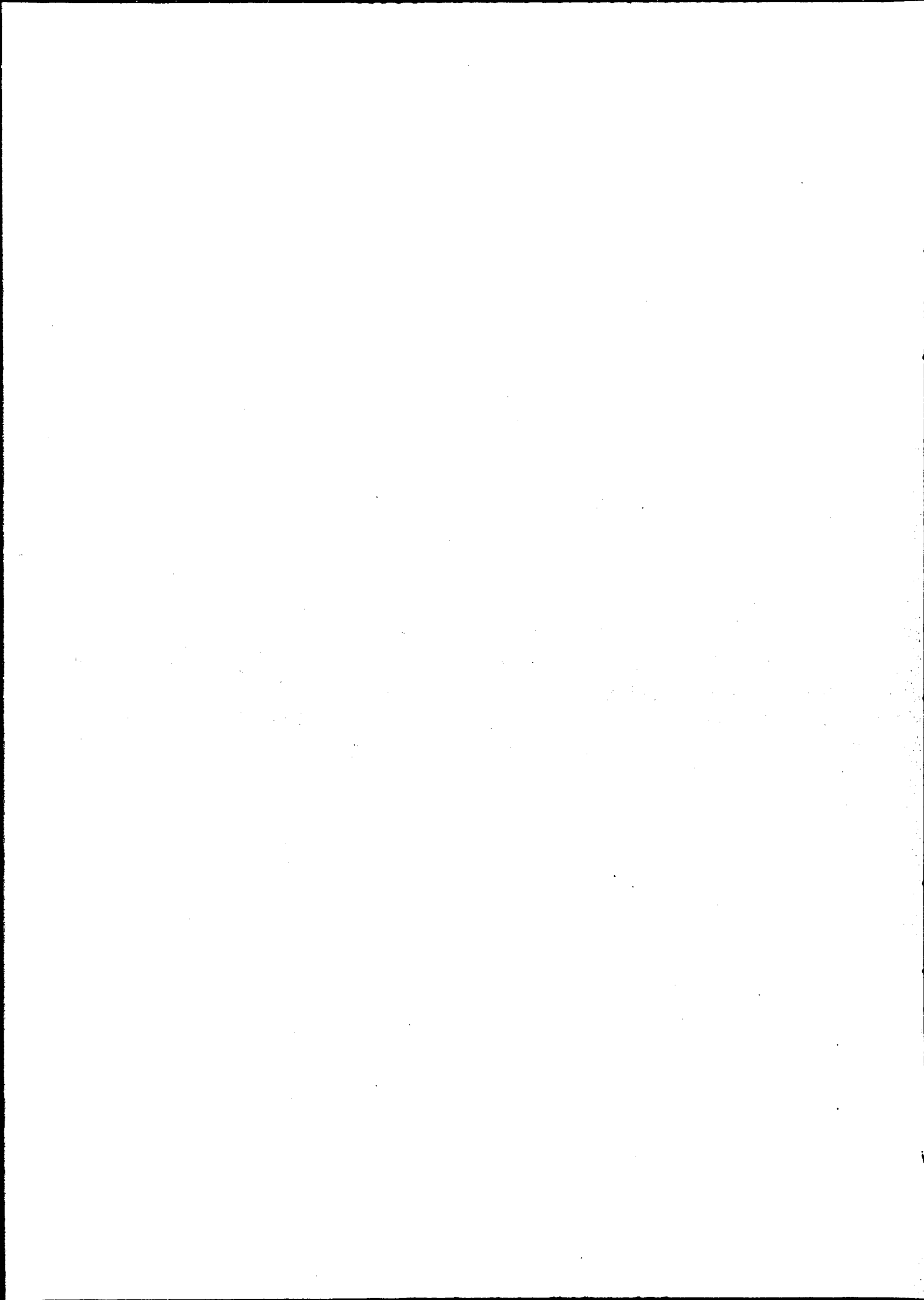
III.- Prevenir riesgos de trabajo.

IV.- Incrementar la productividad; y

V.- En general, mejorar las aptitudes del trabajador.

Dadas las características de la Industria Editorial Mexicana se acordó que la Cámara Nacional de la Industria Editorial colabore muy estrechamente con las editoras diseñando y promoviendo un paquete de servicios de capacitación y adiestramiento para que todos los socios puedan llevar a cabo sus planes y programas a nivel gremial y así obtener mejores resultados.

Para un mejor enfoque de la información obtenida del X Censo Industrial, Secretaría de Programación y Presupuesto; ver anexo - # 1.



CUADROS DE LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

Claves.

GRUPO	SUBGRUPO	CLASE	ACTIVIDAD.
29			INDUSTRIA EDITORIAL, DE IMPRESION Y CONEXAS.
	291		Industria editorial.
		2911	Edición de periódicos y revistas.
		2912	Edición de libros y similares.
	292		Impresión, encuadernación y actividades conexas.
		2921	Impresión y encuadernación.
		2929	Fabricación de fotgrabados, cli-sés, tipos para imprenta y otros trabajos relacionados con la impresión y la edición.

NOTA: Los datos de los cuadros fueron tomados del X Censo Industrial 1976 (datos de 1975) Secretaría de Programación y Presupuesto. Mex 1979.

Estos datos son los más recientes encontrados a la fecha. Las unidades monetarias están expresadas en millones de pesos.

CUADRO 1.- PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR GRUPO DE ACTIVIDAD, NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS, PERSONAS, INVERSION FIJA Y ACTIVO TOTAL.

ACTIVIDAD	No. Establecimientos.	No. de personas.	Inversión Fija.	Activo Total.
Total de industrias.	119 212	1 707 919	23 159 957	262 192 483
Industrias editorial de impresiones y conexas.	4 797	50 316	358 369	4 670 006
Industria editorial.	577	21 135	137 921	2 205 027
Edición de periódicos y revistas.	450	16 453	114 284	1 459 574
Edición de libros y similares.	127	4 682	23 637	745 453
Impresiones, encuadernación y actividades conexas.	4 220	29 181	220 448	2 464 979
Impresión y encuadernación.	3 920	27 357	210 412	2 363 539
Fab. de fotograbados clisés, tipos para imprenta y otros trabajos rels. con la impresión y la edición.	300	1 824	10 036	101 440

CUADRO 2.- PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR GRUPO DE ACTIVIDAD, PRODUCCION BRUTA TOTAL, VENTAS Y OTROS BIENES Y SERVICIOS.

ACTIVIDAD	Producción - bruta total.	Ventas.	M.P. y aux.	Otros bienes y servicios.
Total de industrias.	473 148 224	435 668 093	208 889 802	37 393 196
Industria editorial, de impresiones y co- nexas.	10 111 772	8 382 102	3 351 346	923 096
Industria editorial.	5 503 189	4 092 459	1 568 438	612 316
Edición de periódicos y revistas.	4 138 686	2 867 014	1 152 325	464 178
Edición de libros y similares.	1 364 503	1 225 445	316 109	148 138
Impresiones, encuadernación y actividades conexas.	4 608 583	4 289 571	1 782 912	310 780
Impresión y encuadernación	4 386 663	4 082 519	1 708 103	294 702
Fab. de fotograbados clisés, tipos para - impresión y otros tra- bajos rels. con la - impresión y la edi- ción.	221 920	207 052	74 809	16 078

CUADRO 3.- PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO Y SUS REMUNERACIONES.

ACTIVIDAD	Nc. Estable- cimientos.	Personal (promedio)	Remuneracio- nes (millo- nes de pesos)	Promedio de días traba- jados.
Total de industrias.	119 212	1 707 919	79 206 083	286
Industrias editorial, de impresiones y co- nexas.	4 797	50 316	2 404 347	278
Industria editorial.	577	21 135	1 217 545	282
Edición de periódicos y revistas.	450	16 453	940 611	284
Edición de libros y similares.	127	4 682	276 934	278
Impresión, encuader- nación y actividades conexas.	4 220	29 185	1 186 802	278
Impresión y encuader- nación.	3 920	27 357	1 120 724	278
Fab. de fotograbados clisés, tipos para - impresión y otros tra- bajos rels. con la - impresión y la edi- ción.	300	1 824	66 078	276

CUADRO 4.- PROMEDIO DEL PERSONAL OCUPADO, OBREROS, EMPLEADOS
Y SUS REMUNERACIONES EN SALARIOS Y SUELDOS.

ACTIVIDAD	Obreros	Salarios +	Empleados	Sueldos +
Total de industrias.	1 226 962	38 535 954	338 637	22 438 775
Industrias editorial de impresiones y co- nexas.	34 191	1 168 854	11 635	714 026
Industria Editorial	13 832	617 293	6 835	386 299
Edición de periódicos y revistas.	10 792	480 921	5 255	295 896
Edición de libros y similares.	3 040	136 372	1 580	90 403
Impresiones, encua- dernación y activi- dades conexas.	20 359	651 561	4 800	327 727
Impresión y encuader- nación.	19 062	607 787	4 541	315 209
Fab. de fotograbados clisés, tipos para impresión y otros tra- bajos rels. con la impresión y la edi- ción.	1 297	43 774	259	12 518

(+ Millares de pesos)

CUADRO 5.- PROMEDIO DEL PERSONAL OCUPADO, PERSONAS QUE TRABAJARON SIN RECIBIR SUELDO O SALARIO, PRESTACIONES SOCIALES Y UTILIDADES.

ACTIVIDAD	Personal (promedio)	Personas que trabajaron - sin recibir sueldo o sa- lario.	Prestaciones Sociales. +	Utilidades Repartidas. +
Total de industrias.	1 707 919	142 320	15 992 312	2 239 042
Industrias editorial de impresiones y co- nexas.	50 316	4 490	350 535	70 932
Industria editorial.	21 135	468	165 461	48 492
Edición de periódicos y revistas.	16 453	406	128 156	35 638
Edición de libros y similares.	4 682	62	37 305	12 854
Impresión, encuader- nación y activida- des conexas.	29 185	4 022	185 074	22 440
Impresión y encua- dernación.	27 357	3 754	176 218	21 510
Fab. de fotograbados clisés, tipos para -- impresión y otros tra- bajos rels. con la impresión y la edi- ción.	1 824	368	8 856	930

(+ Millares de pesos.)

GUADRO 6.- PRINCIPALES FORMAS DE ORGANIZACION JURIDICA Y CATEGORIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS.

Forma de organización jurídica.	Total de industrias.		Industria editorial, de impresión y conexas.	
	Personal (promedio)	Remuneraciones totales al personal ocupado.	Personal (promedio)	Remuneraciones totales al personal ocupado.
Total	1 707 919	79 206 483	50 316	2 404 347
Independientes o unicos	1 165 158	45 534 493	43 881	1 963 358
Sucursales	223 491	13 817 514	1 696	119 100
Matrices	319 270	19 854 076	4 739	321 889
Individual	278 395	3 207 923	11 076	207 098
Independientes o unicos	266 827	2 865 774	11 010	204 983
Sucursales	4 892	83 852	5	55
Matrices	6 667	258 297	61	2 060
Sociedad Anónima	1 363 165	73 802 882	35 784	1 994 717
Independientes o unicos	853 060	41 382 255	31 173	1 672 002
Sucursales	204 489	13 184 070	789	42 403
Matrices	305 616	19 262 587	3 822	280 312
Sociedad de responsabilidad limitada	29 739	870 326	789	29 862
Independientes o unicos	21 489	622 135	775	29 540
Sucursales	5 642	145 999	3	127
Matrices	2 608	102 192	11	195
Sociedad en comandita	305	17 429	230	16 734
Independientes o unicos	305	17 429	230	16 734
Sociedad cooperativa	14 347	597 931	230	16 784
Independientes o unicos	8 877	225 774	145	6 883
Sucursales	2 094	176 308	899	76 515

CUADRO 6.- PRINCIPALES FORMAS DE ORGANIZACION JURIDICA Y CATEGORIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS.

Forma de organiza- ción jurídica	Total de industrias		Industria editorial, de - impresión y conexas.	
	Personal (promedio)	Remuneracio- nes totales al personal ocupado.	Personal (promedio)	Remuneracio- nes totales al personal ocupado.
Matrices	3 376	195 849	689	30 208
Otra	21 968	709 592	704	42 280
Independientes o unicos	14 601	421 156	548	33 166
Sucursales	6 374	253 285		
Matrices	993	35 151	156	9 114

CUADRO 7.- PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO Y SUS REMUNERACIONES EN EL DISTRITO FEDERAL.

ACTIVIDAD	No. de establecimientos	Personal (promedio)	Remuneraciones.
Industria editorial, de impresión y conexas.	2 604	31 749	1 688 699
Industria editorial.	325	11 742	779 371
Edición de periódicos y revistas.	210	8 469	577 047
Edición de libros y similares.	115	3 273	202 324
Impresión, encuadernación y actividades conexas.	2 279	20 007	909 328
Impresión y encuadernación.	2 035	18 535	855 621
Fabricación de fotograbados, - clisés, tipos para imprenta y otros trabajos relacionados - con la impresión y la edición.	244	1 472	53 707

CUADRO 8.- PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO Y SUS REMUNERACIONES POR CLASE DE ACTIVIDAD Y ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO.

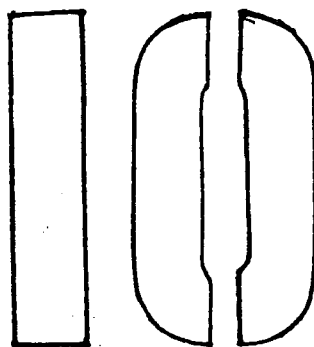
ACTIVIDAD	No de esta- blecimientos.	Personal (promedio)	Remuneracio- nes.
Industria editorial, de impre- sión y conexas.	4 797	50 316	2 404 347
Industria editorial.	517	21 135	1 217 545
Edición de periódicos y revistas	450	16 453	940 611
Sin personal remunerado	79	152	- - - - -
Con personal remunerado	371	16 301	940 611
Hasta 5 personas	130	384	9 119
De 6 a 15 personas	103	917	27 516
De 16 a 25 personas	33	637	23 517
De 26 a 50 personas	35	1 231	63 477
De 51 a 75 personas	18	1 134	61 194
De 76 a 100 personas	16	1 382	73 841
De 101 a 175 personas	18	2 247	115 853
De 176 a 250 personas	7	1 448	92 527
De 251 a 500 personas	4	1 470	102 258
De 501 a 750 personas	4	2 276	145 517
De 751 y más	3	3 175	225 712
Edición de libros y similares	127	4 682	276 934
Sin personal remunerado	5	8	- - - - -
Con personal remunerado	122	4 674	276 934
Hasta 5 personas	26	76	3 404
De 6 a 15 personas	37	331	15 404
De 16 a 25 personas	18	357	22 033
De 26 a 50 personas	21	759	43 285
De 51 a 75 personas	8	490	33 211
De 76 a 175 personas	7	752	45 772
De 176 a 750 personas	5	1 909	113 825

CUADRO 8.- PROMEDIO DE PERSONAL OCUPADO Y SUS REMUNERACIONES POR CLASE DE ACTIVIDAD Y ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO.

ACTIVIDAD	No. de esta- blecimientos.	Personal (promedio)	Remuneraciones
Impresiones, encuadernaciones y actividades conexas.	4 220	29 185	1 186 802
Impresión y encuadernación.	3 920	27 357	1 120 724
Sin personal remunerado	1 418	2 139	92
Con personal remunerado	2 502	25 218	1 120 632
Hasta 5 personas	1 624	4 360	87 198
De 6 a 15 personas	560	4 871	156 318
De 16 a 25 personas	137	2 609	108 895
De 26 a 50 personas	99	3 540	174 229
De 51 a 75 personas	31	1 915	98 159
De 76 a 100 personas	21	1 799	80 033
De 101 a 175 personas	16	2 026	114 748
De 176 a 250 personas	6	1 234	75 544
De 251 a 350 personas	5	1 674	138 447
De 351 a 500 personas	3	1 190	87 061
Fab. de fotograbados, clisés, tipos para imprenta y otros trabajos rels. con la impresión y la edición.	300	1 824	66 078
Sin personal remunerado	105	168	---
Con personal remunerado	195	1 656	66 078
Hasta 5 personas	103	288	6 930
De 6 a 15 personas	66	593	21 835
De 16 a 25 personas	15	275	13 536
De 26 a 50 personas	7	240	12 389
De 51 a 100 personas	4	260	11 388

**CUADRO 9.- ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO PARA EL DISTRITO
FEDERAL.**

ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO	No. de esta- blecimientos.	Personal (promedio)	Remuneraciones
DISTRITO FEDERAL	29 688	493 993	24 909 150
Sin personal remunerado	12 957	19 975	132
Con personal remunerado	16 731	474 018	24 909 018
Hasta 5 personas	8 475	22 387	455 847
De 6 a 15 personas	3 667	32 547	1 029 995
De 16 a 25 personas	1 437	27 500	1 000 475
De 26 a 50 personas	1 312	45 911	1 902 956
De 51 a 75 personas	585	35 759	1 608 010
De 76 a 100 personas	317	27 263	1 282 628
De 101 a 175 personas	416	53 423	2 707 043
De 176 a 250 personas	179	37 282	2 065 188
De 251 a 350 personas	133	39 365	2 345 141
De 351 a 500 personas	85	35 690	2 398 061
De 501 a 750 personas	56	33 785	2 060 968
De 751 y más	69	83 106	6 052 706



DETERMINACION DE OBJETIVOS.

DETERMINACION DE OBJETIVOS.

Los objetivos que se pretenden en el presenta Seminario de - Investigación son los siguientes:

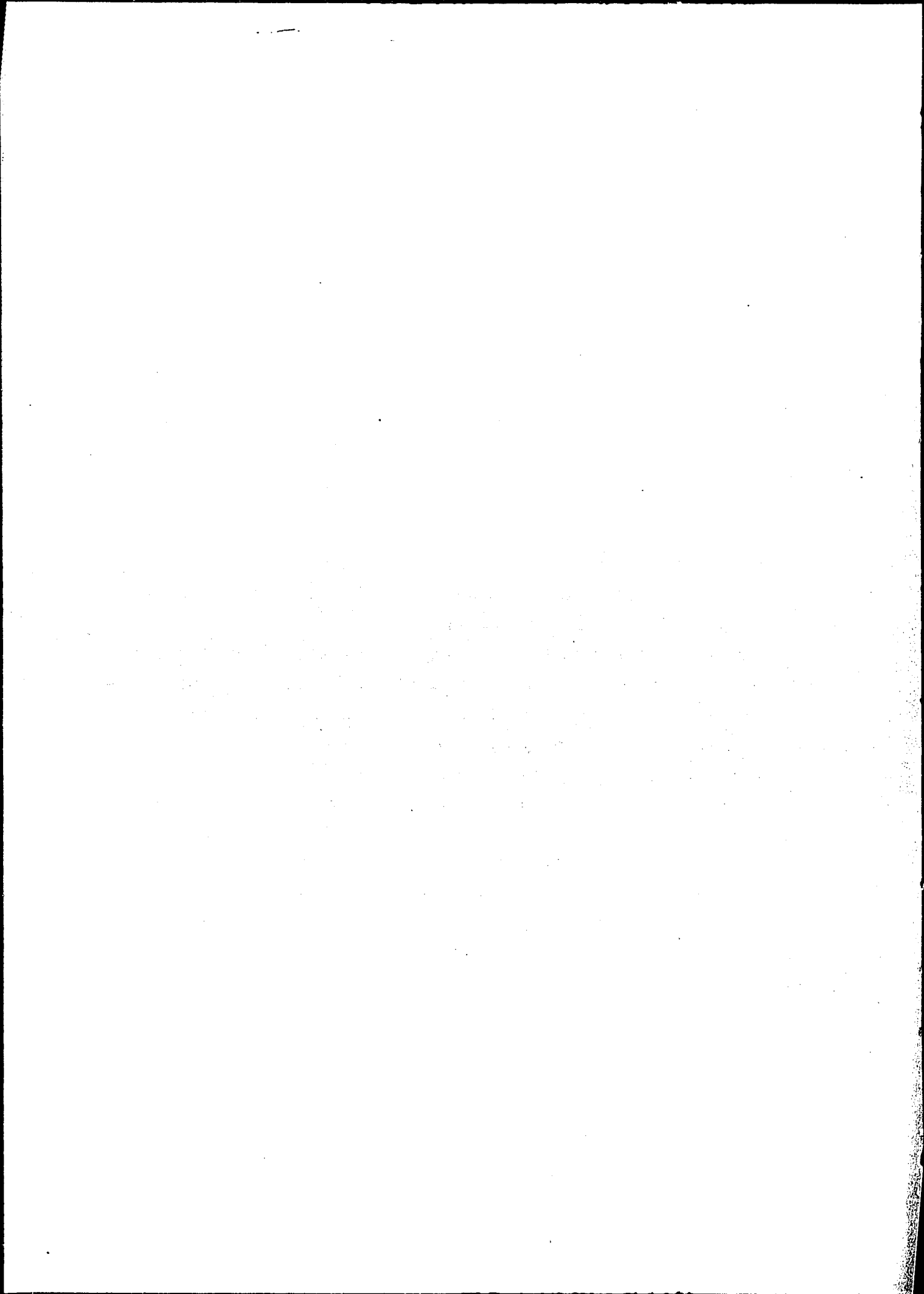
Aprobar o desaprobado la hipótesis de la investigación.

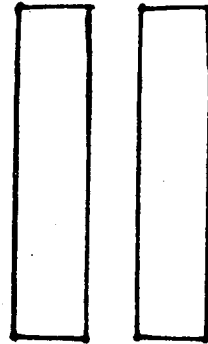
Conocer las diferentes inquietudes de los trabajadores en la tabla de valores, de la jerarquía de necesidades de Maslow en la - industria litográfica.

Mediante el análisis integral de las necesidades sobre las - cuales se enmarca primordialmente su comportamiento, los recursos humanos canalizados a la mano de obra directa en el ramo de las Artes Gráficas, estaremos en condiciones de conocer que tan importantes vienen siendo dichas necesidades y hasta donde las mismas se - puede afirmar se relacionan con la identificación de este recurso con la organización, así como también su importancia y orgullo por el ente socioeconómico en el cual converge.

Determinar que tan fundamental es la jerarquía de necesidades y su consideración para cualquier programa de recursos humanos, -- así como también que tanto se deben entrelazar con las necesidades de los recursos humanos con que cuenta cada organización.

Percatarnos hasta que punto puede participar el Licenciado en Administración para resolver los problemas económicos, sociales y tecnológicos que se pueden encontrar en el ramo de las Artes Gráficas, su aportación en la forma de organizar y realizar programas, - principalmente acerca de las condiciones y problemas relacionados con los recursos humanos, extender con la mayor amplitud posible - los beneficios para lograr la satisfacción de las necesidades tanto organizacionales como las de sus recursos humanos.





DETERMINACION DE LA MUESTRA.

- Tamaño de la Muestra.
- Muestreo Estadístico.
- Determinación de la Muestra.
- Tamaño de "n".

DETERMINACION DE LA MUESTRA.

Uno de los requisitos básicos para que nuestra muestra adoptada sea verdaderamente representativa, es que el número de unidades que integran la misma sea suficientemente amplia.

El tamaño de la muestra está en función del margen de error - que se esté dispuesto a tolerar. En general un margen del 3 %, suele ser bastante aceptable. En este sentido, conviene tener en cuenta que la amplitud óptima de la muestra es aquella que comprende - el número mínimo de unidades sin que lesione la significación de los resultados.

Otro factor que interviene en la amplitud de la muestra lo constituye el grado de homogeneidad de la población. En la medida que el universo sea más homogéneo, el número de unidades muestrarias a adoptar será menor, mientras que en tanto sea más heterogéneo, será preciso operar con una muestra mayor.

Influyen también en la determinación del tamaño de la muestra los planes de tabulación de los resultados que se establezcan, es decir, el número de agrupaciones en que se pretenda desglosar los resultados. En este sentido, una muestra que inicialmente sea suficientemente amplia, irá perdiendo significación a medida que se fragmenten los resultados.

La encuesta moderna se funda ordinariamente en la base de que, si se escoge una muestra representativa del todo, en una proporción adecuada, el resultado será del mismo valor que si se hubiera hecho una investigación total del universo. A esto se le llama muestreo.

El muestreo estadístico es una parte fundamental de la estadística y esta a su vez se divide en dos ramas esencialmente:

Estadística	{	Descriptiva- una población.
		Inductiva- una muestra.

La estadística descriptiva obtiene valores para series completas de datos (población).

Estadístico: es una medida que se utiliza para medir alguna característica de la muestra, tal como la media aritmética o la desviación estándar de una muestra (estadístico muestral).

Parámetro: es una medida que se utiliza para medir algunas características de la población, tal como la media aritmética o la desviación estándar de una población.

La estadística inductiva obtiene valores para series parciales de datos (muestra).

Medidas.	Estimador Estadístico.	Parámetro.
Media Aritmética	\bar{X}	M
Desviación Estándar	S	σ
Número de Elementos	n	N
Proporción	P	π

El proceso de estimación en inferencia estadística puede ser descrito como el proceso de estimar un parámetro a partir del estadístico (estimador correspondiente) tal como usar una media muestral para estimar la media de la población.

Las muestras se clasifican en:

1.- Según el número de muestras obtenidas pueden ser:

- a) Simples.
- b) Dobles.
- c) Múltiples.

2.- Según la forma en que se obtienen:

- a) Muestreo de juicio.
- b) Muestreo aleatorio.
 - b.1) Simple.
 - b.2) Sistemático.
 - b.3) Estratificado.
 - b.4) Conglomerados.

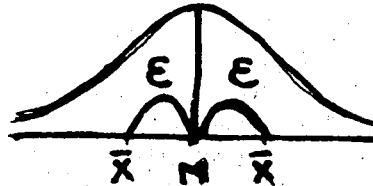
Nuestro universo es homogéneo, ya que las unidades que lo integran tienen características semejantes.

Para la determinación del tamaño de la muestra, utilizaremos la técnica de muestreo simple aleatorio, que es un método de selección de n unidades sacadas de N (población total o universo), de tal manera que cada uno de los elementos, N^c tienen la misma oportunidad de ser escogidos.

Para toda muestra debe haber una indicación relativa a lo que es esperado de la muestra. Esta indicación puede estar dentro de los límites de error deseados o en términos de alguna decisión que se va a hacer o acción que se va a tomar.

En la determinación del tamaño de la muestra DMM (determinación de la media muestral) = conjunto de las medias de las muestras: la media de DMM se aproxima a la M poblacional.

$$n = \left(\frac{z \cdot \sigma}{\epsilon} \right)^2$$



Los valores en la fórmula de arriba pueden ser obtenidos como sigue:

1.- ϵ : es el error muestral máximo. Se tiene que especificar el máximo error muestral que se está en condiciones de aceptar para nuestro estudio muestral.

2.- Z : es establecida mediante el nivel de confianza del intervalo. Si se desea que el resultado de la estimación sea prácticamente seguro se utilizará un 99.73 %, donde la media estimada de la población estará dentro del recorrido de la verdadera media de la población, entonces el valor de Z será = 3, según la tabla de áreas bajo la curva normal.

3.- σ : el valor de la desviación estándar de la población -

puede ser real o estimado de experiencias pasadas o estimado mediante \hat{S} , el cual es la desviación estándar ya sea de una muestra previa o un estudio piloto.

Después de que se toma una muestra del tamaño calculado, el resultado de la muestra deberá ser evaluado. Esto puede ser hecho encontrando el error estándar de la muestra \hat{S} . Si el producto de Z por $S\bar{x}$ es menor que el error de muestreo especificado, la estimación de la muestra es considerada satisfactoria. Si el producto es mayor, que el tamaño de la muestra deberá ser revisado e incrementado.

Determinación de la muestra.

Para poblaciones infinitas o finitas relativamente grandes.	Para poblaciones finitas o relativamente pequeñas.
Para estimar medias aritméticas. $n = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$	$n = \frac{9}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sigma^2}{N}}$
Para estimar proporciones. $n = \frac{Z^2 P \cdot q}{E^2}$	$n = \frac{P \cdot q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P \cdot q}{N}}$
Comprobación del tamaño de la muestra. $n = \frac{k_0}{1 + \frac{k_0}{N}}$	

En nuestra investigación el tamaño de la muestra para determinar el número de cuestionarios fué de 357, y para el número de empresas de 25. Para mayor ilustración ver apéndices # 3 y 4.

DETERMINACION DE LA MUESTRA.

(Apéndice # 3)

No.	INTERVALOS	f	p.m	f p.m	p.m- \bar{x}	(p.m- \bar{x}) ²	(p.m- \bar{x}) ² f
1	0 a 25	20	12.5	250	-54.94	3 018.403	60 368.06
2	26 a 50	16	38	608	-29.44	856.713	13 867.417
3	51 a 75	11	63	693	- 4.44	19.713	216.849
4	76 a 100	6	88	528	20.56	422.713	2 536.281
5	101 a 125	2	113	225	45.56	2 075.713	4 151.427
6	126 a 150	2	138	276	70.56	4 978.713	9 957.427
7	151 a 175	1	163	163	95.56	9 131.713	9 131.713
8	176 a 200	2	188	376	120.56	14 534.713	29 069.426
9	201 a 225	1	213	213	145.56	21 187.713	21 187.713
10	226 a 250	0	238	0	170.56	29 090.713	0
11	251 a más	4	263	1052	195.56	38 243.713	152 974.85
		65		4384			303 461.12

$$\bar{x} = \frac{\sum f \cdot p.m}{f} = \frac{65 \cdot 4384}{65} = 67.44$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{(\sum p.m - \bar{x})^2 \cdot f}{f}} = \frac{303 \cdot 461.12}{65} = 68.32$$

Para mayor ilustración de el número total de empresas y trabajadores de la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C, ver anexo # 2 - Gráfica 1.

TAMAÑO DE "n"
(Apéndice # 4)

EMPRESAS

Datos

$$N = 65$$

$$Z = 3$$

$$\sigma = 68$$

$$E = 32$$

CUESTIONARIOS

Datos

$$N = 4833$$

$$Z = 3$$

$$\sigma = 85$$

$$E = 13$$

$$= \left(\frac{Z \cdot \sigma}{E} \right)^2 =$$

$$\frac{3 \cdot 68}{32}^2 = 40.64$$

$$\frac{3 \cdot 85}{13}^2 = 384$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}} =$$

$$\frac{40.64}{1 + \frac{40.64 - 1}{65}} = 25.4$$

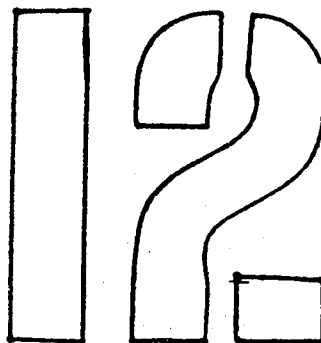
$$\frac{384}{1 + \frac{384 - 1}{4833}} = 355.88$$

$$n = \frac{\sigma^2}{\frac{Z^2}{2} + \frac{\sigma^2}{N}} =$$

$$\frac{68^2}{\frac{3^2}{2} + \frac{68^2}{65}} = 25$$

$$\frac{85^2}{\frac{3^2}{2} + \frac{85^2}{4833}} = 357$$

Para mayor ilustración ver anexo # 2 - Gráficas 2 y 3.



ELABORACION DEL CUESTIONARIO.

- El Cuestionario como Instrumento para la Recolección de Datos.
- Objetivo del Cuestionario.
- Cuestionario Utilizado para la Investigación a los Trabajadores.

ELABORACION DEL CUESTIONARIO.

El cuestionario es uno de los instrumentos más importantes para la recolección de los datos.

Un cuestionario podría definirse como un mecanismo para la obtención de una serie de respuestas a unas determinadas preguntas, mediante una forma escrita que el interrogado llena por sí mismo. En sentido estricto, el cuestionario es un formulario redactado en forma interrogativa, en oposición a los que suelen redactarse en forma afirmativa.

De hecho, el cuestionario es una técnica muy usual para la recolección de información.

De acuerdo con la forma de cuestionario, podemos distinguir entre cuestionarios estructurados y libres. En el cuestionario estructurado, tanto las preguntas como las respuestas se encuentran predeterminadas. En este caso las preguntas pueden ser abiertas o cerradas. Las preguntas abiertas pueden ser contestadas en la forma que desee el entrevistado, no así las preguntas cerradas, denominadas también fijas, donde estas pueden ser dicotómicas o sea -- cuando admiten únicamente una sola respuesta, afirmativa o negativa; en abanico, estas permiten la selección entre varias opciones.

Nuestro cuestionario está compuesto en su totalidad por preguntas de opción múltiple o de abanico, lo que nos permitirá mayor veracidad de los datos y por lo tanto mayor confiabilidad de la información obtenida.

El objetivo principal del cuestionario, es la obtención de información, mediante este podemos darnos cuenta de las características que tiene determinada población, de la cual queremos conocer ciertos aspectos que son importantes para nuestro Seminario de Investigación.

Otro de los objetivos a cubrir con el cuestionario es conocer las necesidades de los obreros, para poder determinar hasta que --

grado están cubiertas y como influye la empresa para satisfacerlas.

Nuestro cuestionario está formado por 37 preguntas, de las —
cuales la primera parte fué para conocer los datos generales de —
los trabajadores; la segunda parte ~~tenia~~ como objetivo conocer co-
mo se siente el trabajador dentro de su núcleo de trabajo, como es
tratado y como son las relaciones con sus compañeros y jefes; la —
tercera parte fué para darnos cuenta de como es la comunicación, —
las líneas de autoridad, como valoran a su empresa con relación a —
otras empresas.

El cuestionario que utilizamos en la presente investigación —
fué el siguiente. (Ver apéndice # 5)

9.- Cuál es su ilusión más grande e inmediata que tiene:

- Tener casa propia.
- Tener otro trabajo donde se sienta más a gusto.
- Ganar más dinero.
- Poner un negocio.
- Estudiar.

10.- El dinero que usted gana:

- Esta de acuerdo con el trabajo que realiza.
- Es menor a lo que le debe de corresponder a su categoría.
- Nunca había pensado en esto.
- No le importa.

11.- Con relación a su trabajo usted se siente:

- Seguro.
- Medianamente seguro.
- Inseguro.
- Nunca había pensado en esto.

12.- Referente a los compañeros que han salido de la empresa, a que se ha debido:

- Han sido despedidos injustamente.
- Se han retirado porque han encontrado un mejor empleo.
- Se han jubilado.
- Porque no les dan la planta.

13.- De las prestaciones que tiene en la empresa:

- Son superiores a otras empresas.
- Piensa que son las mismas.
- Están por abajo de otras empresas.
- Las desconoce en su mayoría.

14.- Que piensa de la empresa con relación a otras empresas:

- Que esta empresa es una de las mejores.
- Que esta empresa es mejor que la mayoría.
- Que es más o menos como todas.
- Que algunas otras son mejores.
- Que la mayoría son mejores.

15.- Cree usted que la empresa:

- Muestra gran consideración por el bienestar de sus trabajadores.
- Comprende realmente los problemas de sus trabajadores.
- Trata bien a sus trabajadores.
- Se preocupa poco por sus trabajadores.
- Los considera únicamente como operarios.

16.- Cuando usted dice en donde trabaja se siente:

- Orgulloso de decirlo.
- Contento de no trabajar en otro lugar.
- Indiferente.
- Poco contento.
- Avergonzado de decirlo.

17.- Usted cree que las relaciones entre los trabajadores y la empresa son:

- Muy buenas.
- Buenas.
- Más o menos como todas.
- Tienen mucho que mejorar.
- Son muy deficientes.

18.- Como es la comunicación con su jefe inmediato:

- Muy buena.
- Buena.
- Regular.
- Mala.

19.- Las relaciones con sus compañeros de trabajo son:

- Muy buenas.
- Buenas.
- Regulares.
- Malas.

20.- Se toman medidas de higiene y seguridad ante las recomendaciones hechas:

- Si.
- No.
- A veces.

21.- Pertenece usted al sindicato:

- Si.
- No.

22.- Que tipo de problemas tiene para llegar a su trabajo:

- En cuánto al medio de transporte.
- En cuánto a la distancia.
- En cuánto a la hora de entrada.
- Otro.

23.- Quién le tiene mayor consideración:

- Su jefe.
- El que manca a su jefe.
- El dueño.
- El que representa al dueño.

Cuál _____

24.- Que espera de su trabajo; enumere en orden de importancia, la más importante pongáale el número 1, la que le sigue en importancia el número 2, después el 3 y así sucesivamente:

- Buenos salarios.
- Seguridad en su trabajo.
- Ascensos y progresos en la empresa.
- Buenas condiciones de trabajo.
- Que el trabajo sea más interesante.
- Lealtad de la administración con respecto a usted.
- Buena disciplina.
- Que le reconozcan su trabajo.
- Comprensión de sus problemas personales.
- Participar en la organización y resolución de problemas relacionados con su trabajo.

25.- Le satisface su trabajo:

- Siempre.
- Rara vez.
- Nunca.

26.- Cree que su participación en la producción es:

- Vital.
- Importante.
- Regular.
- Nula.

27.- Podría ser más productivo si - tuviera:

- Mejor maquinaria.
- Horarios cómodos.
- Mejor trato de sus jefes.
- Herramientas adecuadas.
- Mejores condiciones de seguridad e higiene.
- Mayor sueldo.

28.- En que grado cree usted que es productivo:

- De 0 a 25 %
- De 26 a 50 %
- De 51 a 75 %
- De 76 a 100 %

29.- Si usted fuera jefe en la empresa, que atendería en orden de importancia:

- Problemas de higiene y seguridad.
- Mayores salarios.
- Mejores prestaciones.
- Oportunidad de que los trabajadores tomen decisiones importantes.
- Mayor comunicación entre trabajadores y jefes.

30.- Se dedica usted a su oficio principalmente porque:

- () Le agrada y se siente conforme con su trabajo.
- () Porque se lleva bien con sus compañeros.
- () Por costumbre o rutina.
- () Porque no tiene otra cosa.

31.- Si tuviera oportunidad de cambiar de trabajo pensaría:

- () En otra empresa.
- () En otras actividades que se realizan dentro de su departamento.
- () En otro departamento de la misma empresa.
- () En otra cosa. Cuál _____

32.- Recibe ordenes de varias personas:

- () Si.
- () No.

33.- Las ordenes son a veces contradictorias:

- () Si.
- () No.

34.- Que piensa de trabajar horas extras:

- () Me gusta siempre.
- () Soy indiferente.
- () No me importa ocasionalmente.
- () No me gusta en absoluto.

35.- A la persona que más confianza le tengo es:

- () A mi jefe inmediato.
- () A un compañero de trabajo.
- () A un familiar.
- () A otra persona.

Cuál _____

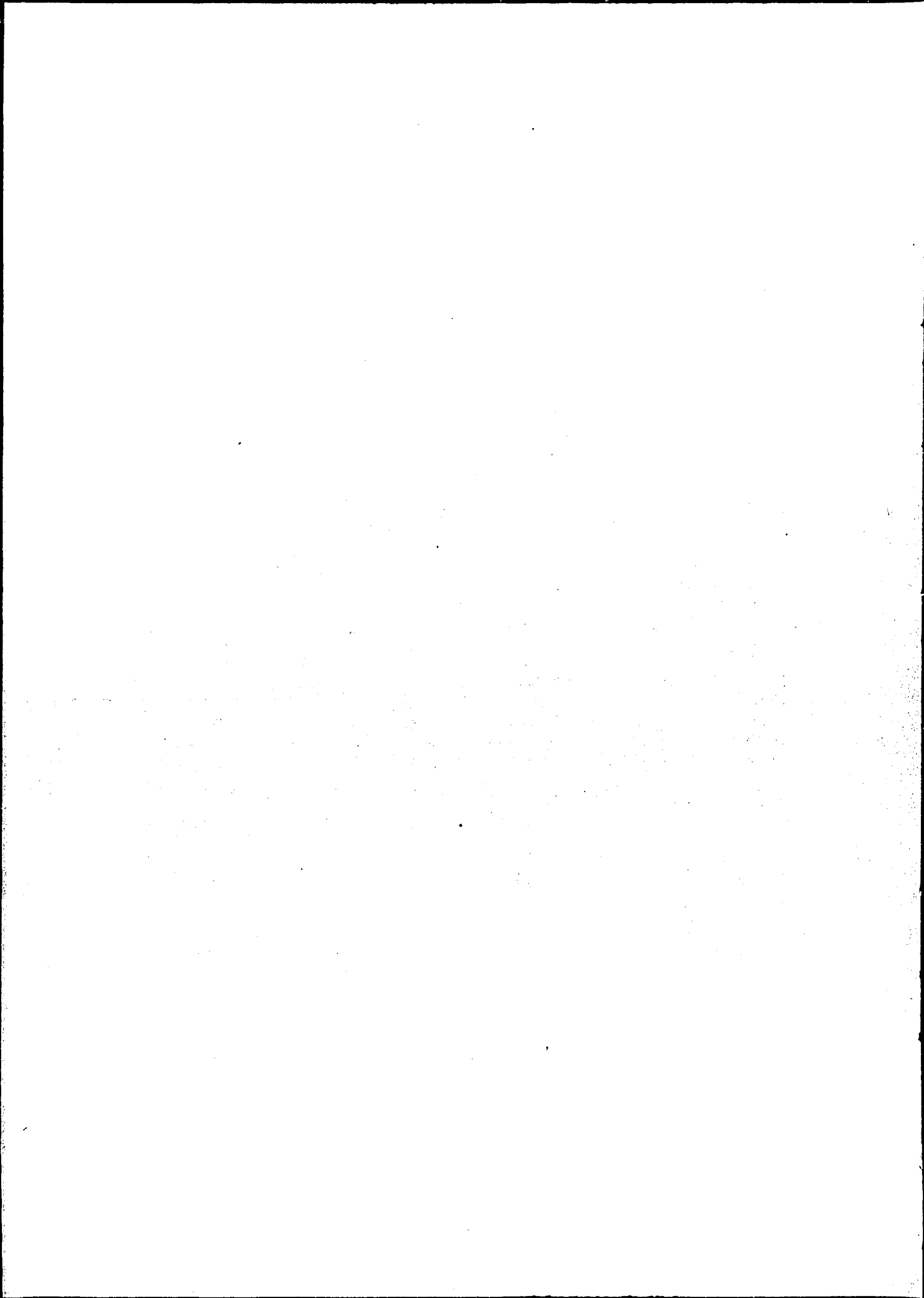
36.- Cuando tengo dudas respecto al trabajo que desempeño para aclararlas casi siempre acudo a:

- () A mi jefe inmediato.
- () A un compañero de trabajo.
- () Al dueño o propietario.
- () A otro jefe de otro departamento.
- () A una persona ajena a la empresa.

37.- Cuando tengo problemas en la empresa, para resolverlos recurro:

- () Con mi jefe inmediato.
- () Con un compañero de trabajo.
- () Con el dueño o propietario.
- () Con el jefe de otro departamento.
- () Con un amigo externo para que me oriente.

Gracias por su colaboración.



13

PRUEBA PILOTO.

- Investigación Bibliográfica o de Gabinete.
- Prueba de Sondeo.
- Sesiones de Trabajo

PRUEBA PILOTO.

Dentro de la investigación establecimos una prueba piloto, - sobre todo porque queremos realizar un estudio con un alto índice de confiabilidad con el objeto de evitar el máximo de errores y - encontrar soluciones viables al problema, incrementando en aquellos puntos los aspectos que se consideren necesarios y desechando desde un principio aquellos que no son factibles, evitando en esta forma pérdida de tiempo y esfuerzo.

En si la prueba piloto sirve para la afinación del cuestionario y para obtener datos complementarios. Otro punto que se persigue con la prueba piloto es obtener conocimientos básicos sobre un problema con el cual no estamos muy familiarizados.

El procedimiento que se utilizó para llevar a cabo la prueba piloto se divide en tres etapas:

- 1.- Investigación Bibliográfica o de Gabinete.
- 2.- Prueba de Sondeo.
- 3.- Sesiones de Trabajo.

La primera consiste en recopilar información de trabajos realizados con anterioridad, de libros al respecto y de otros datos que nos puedan ser útiles para la realización de la investigación, lo cual nos da una orientación sobre lo que debe hacerse.

La segunda consiste en recopilar información básica obtenida del propio campo.

Se efectuó el cuestionario a la empresa Huella Litográfica, practicando 12 cuestionarios, percatándonos de la dificultad que tenían algunos entrevistados para contestar el cuestionario, por lo que se modificó dando mayor explicación y sencillez en la forma de preguntar; otro punto que se observó fué el tiempo requerido para contestar el cuestionario, dado que, por las características del proceso productivo, el tiempo es un factor de suma importancia; el tiempo estimado fué de 15 a 20 minutos. Los resulta

dos nos sirvieron para darnos una idea de la situación que prevalece en el campo de trabajo.

La tercera parte fueron entrevistas dirigidas a personas con un amplio conocimiento sobre el tema, las aportaciones que se obtuvieron de éstas, fueron el ampliar los límites de edad, puesto que así no lo manifestaron, ya que se piensa que esta rama industrial abriga a una mano de obra con edad superior a los 41 años. Se aportaron también las preguntas relacionadas con liderazgo por creerse conveniente profundizar más en este aspecto.

Se modificaron igualmente las alternativas a elegir en algunas preguntas, cubriendo de esta manera un mayor campo de las respuestas para no dejar alguna alternativa de abstencionismo.

14

REALIZACION DE LA ENTREVISTA.

- Carta de Presentación.

REALIZACION DE LA ENTREVISTA.

La entrevista es el método más usado en el campo de la investigación, siendo esta una herramienta muy importante para la recopilación de los datos, porque es la que a pesar de sus limitaciones suele proporcionar mejores resultados.

Efectuamos la entrevista con el dueño o con el representante de la empresa de las diferentes organizaciones participantes, 25 en total, respaldándonos en la carta proporcionada por la Unión de Litógrafos, en la cual fué aprobada la investigación por el Consejo Directivo (Ver apéndice # 6.), manifestándoles la importancia que tiene el estudio de los recursos humanos canalizados a la mano de obra directa en el ramo de las Artes Gráficas, se les comunicaron los puntos más importantes de la investigación, logrando con esto introducirnos a la organización con el propósito de llevar a cabo una comunicación directa con los obreros y practicándoles los cuestionarios correspondientes.

Nos encontramos con diferentes actitudes y opiniones en el momento de efectuar la entrevista referente a la investigación, dado que en algunos casos los dueños o representantes de las diferentes empresas nos hicieron notar un tipo de agresión hacia estas investigaciones, otros nos hicieron notar su inconformidad por la realización de los cuestionarios, argumentando que no tenían tiempo, que tenían mucho trabajo y manifestando que sus trabajadores no tenían la capacidad suficiente para contestar los cuestionarios, demostrándonos con esto un miedo a los resultados y a la información que se pudiera obtener.

No así la mayoría de los dueños y representantes, que nos demostraron un verdadero interés por la investigación, dándonos todo tipo de facilidades para la realización de los cuestionarios, otros tuvieron una participación activa en la presentación con

los trabajadores, con sus aportaciones, apoyo y eficaz asesoramiento, aún más aquellos que nos brindaron su valiosa colaboración y -auxilio en algunos aspectos de trascendental importancia.

Esta entrevista fué dirigida ya que teníamos un guión previo, con la facultad de poder alterar el orden de los puntos a tratar - y aún de formularlos de distinta forma, siempre que no se condicione el sentido de la información, de acuerdo con la situación en - que se encuentre el entrevistado durante el curso de la entrevista.



Unión de Industriales Litógrafos de México, A.C.

(Apéndice # 6)

ROSAS MORENO Nº 132
MEXICO 4, D. F.

8 de Junio de 1981.

TELS. 5-92-04-97
5-92-04-90

CIRCULAR No. 15/81.

Ref: Encuesta de "Jerarquía de Necesidades de Maslow en la Industria Litográfica".

Estimados compañeros:

El objeto de la presente es informarles que los señores; Alicia Leos y Jerónimo Hernández llevarán a cabo la encuesta arriba indicada, con el propósito de conocer diferentes inquietudes de los trabajadores en la tabla de valores.

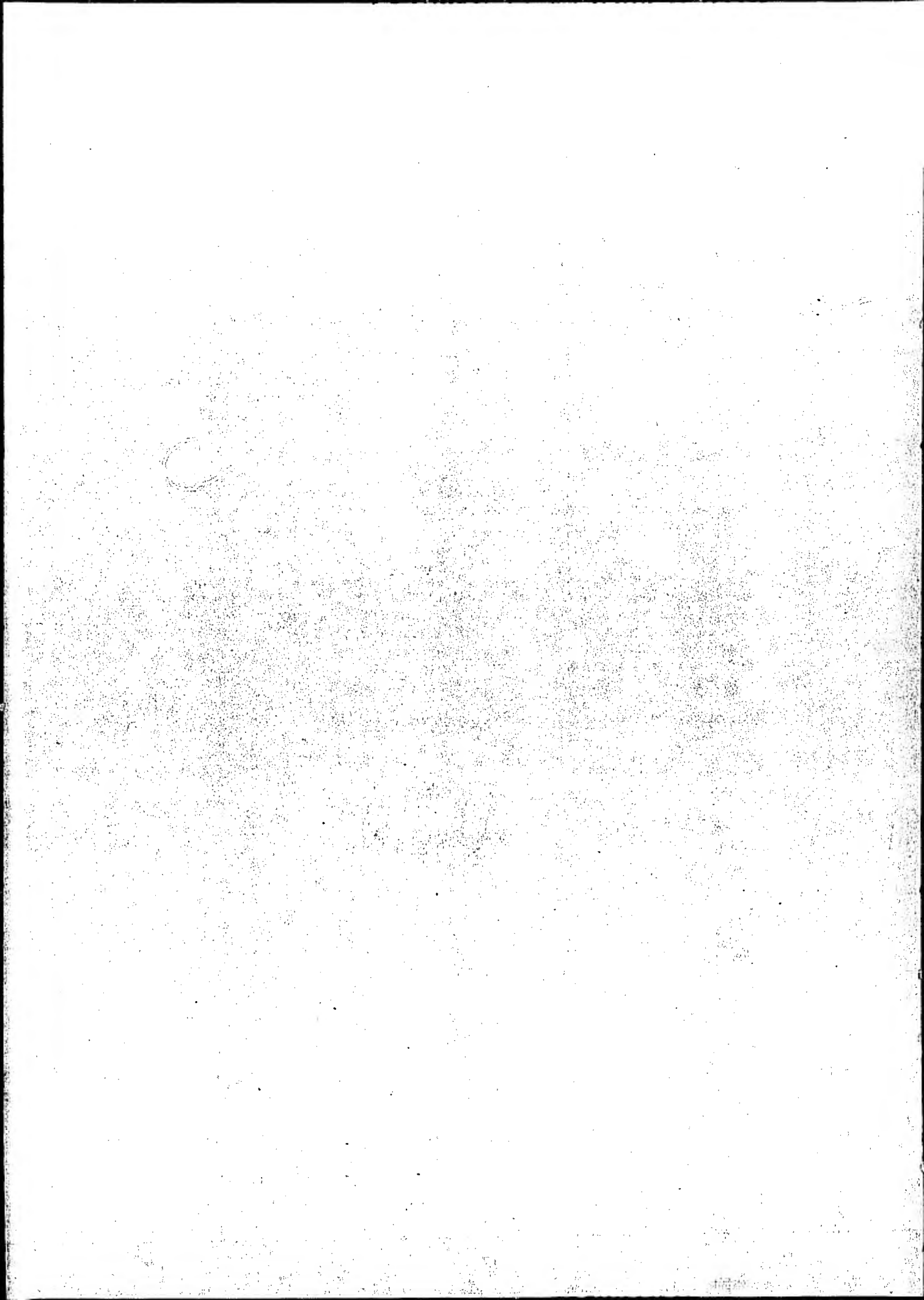
Esta investigación se complementará con otros aspectos de interés de nuestra industria, lo cual constituirá un Seminario de Investigación para la Universidad Nacional Autónoma de México, del cual proporcionaremos una copia del resultado a todos los participantes.

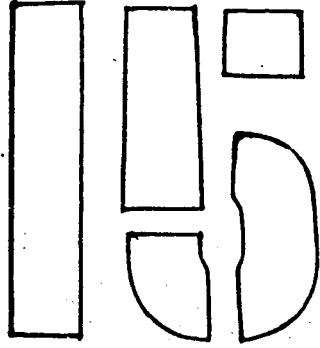
Mucho les agradeceremos que se sirvan dar toda clase de facilidades a las personas antes indicadas para obtener el mejor resultado.

Sin otro particular de momento quedamos a sus apreciables órdenes.

Atentamente,

EL CONSEJO DIRECTIVO.





RECOPIACION DE LOS DATOS.

- Resultados.

RESULTADOS.

Los resultados obtenidos de la aplicación de los cuestionarios se presentan a continuación.

Tomando como 100 % cada pregunta del total de la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.

1.- Edad:	Total.
a) 25 años o menos.	31.9
b) 26 años a 30 años.	21.0 (Anexo # 3
c) 31 años a 40 años.	29.5 Gráfica 1)
d) 41 años o más.	17.6

Esta pregunta nos permite determinar la edad de los trabajadores y en que grupo se encuentra el mayor número de ellos.

2.- Escolaridad:	Total.
a) lo a 3o de primaria.	5.3
b) 4o a 6o de primaria.	47.6
c) Secundaria.	36.4 (Anexo # 3
d) Preparatoria.	9.3 Gráfica 1)
e) Profesional.	.8

Esta es para determinar la escolaridad de los trabajadores y darnos cuenta de su nivel cultural.

3.- Sexo:	Total.
a) Masculino.	80.3 (Anexo # 3
b) Femenino.	19.7 Gráfica 1)

Esta es para determinar el porcentaje de participación del sexo masculino y del femenino.

4.- Estado Civil:	Total.
a) Soltero.	24.2
b) Casado.	68.1
c) Viudo.	1.3 (Anexo # 3
d) Divorciado.	1.9 Gráfica 1)
e) Unión Libre.	4.5

Esta es para determinar el estado civil de los trabajadores.

5.- Cuantas personas dependen:	Total.
a) Ninguna.	8.5
b) De 1 a 3 personas.	50.3 (Anexo # 3
c) De 4 a 6 personas.	32.4 Gráfica 1)
d) De 7 a más personas.	7.7

Esta es para determinar cual es su necesidad de dinero en relación al número de personas que dependen de ellos.

6.- Tiempo de trabajar en la empresa:	Total.	
a) Menos de un año.	14.03	
b) De 1 a 5 años.	44.56	
c) De 6 a 10 años.	14.37	(Anexo # 3
d) De 11 a 15 años.	14.27	Gráfica 2)
e) De 16 a 20 años.	7.42	
f) De 21 a 25 años.	2.21	
g) De 26 a más años.	2.67	

Esta es para determinar la antigüedad de trabajo en la empresa.

7.- Areas de trabajo:	Total.	
a) Fotolito.	9.12	
b) Formación y retoque.	11.6	
c) Transporte.	6.88	(Anexo # 3
d) Prensas.	32.9	Gráfica 3)
e) Encuadernación.	15.65	
f) Otra área.	22.9	

Esta es para determinar la distribución del personal en las diferentes áreas de trabajo.

8.- Tiempo libre después de que sale de su trabajo:	Total	
a) Convivir un rato con sus amigos.	10.1	
b) La pasa con su familia.	75.2	
c) Va a hacer palomas en otros talleres.	3.28	(Anexo # 3
d) Practica algún deporte.	7.2	Gráfica 4)
e) Va a la escuela.	2.9	

Esta es para saber que hacen los trabajadores después de que salen de la empresa.

9.- Ilusión más grande e inmediata que tienen:	Total.	
a) Tener casa propia.	27.4	
b) Tener otro trabajo donde se sienta - más a gusto.	7.78	
c) Ganar más dinero.	29.3	(Anexo # 3
d) Poner un negocio.	22.16	Gráfica 5)
e) Estudiar.	11.8	

Esta es para determinar cual es su ilusión más grande e inmediata que tienen los trabajadores, encaminada a la obtención de satisfactores tanto materiales como de realización personal.

10.- Como consideran el dinero que ganan:	Total.	
a) Esta de acuerdo con el trabajo que realiza.	38.8	
b) Es menor a lo que le debe de corresponder en su categoría.	50.0	
c) Nunca había pensado en esto.	9.0	(Anexo # 3
d) No le importa.	.8	Gráfica 6)

Esta es para darnos cuenta de como siente el trabajador que el dinero cubre sus necesidades.

11.- Seguridad en el trabajo:	Total.	
a) Seguro.	63.77	
b) Medianamente seguro.	20.57	(Anexo # 3
c) Inseguro.	8.78	Gráfica 7)
d) Nunca había pensado en esto	4.74	

Esta nos permite determinar con que seguridad se siente el — trabajador en la empresa.

12.- A que se ha debido la salida de los compañeros de la empresa:	Total.	
a) Han sido despedidos injustamente.	6.74	
b) Se han retirado porque han encontrado un mejor empleo.	76.19	(Anexo # 3
c) Se han jubilado.	7.4	Gráfica 8)
d) Porque no les dan la planta.	4.2	

Esta nos permite darnos cuenta del motivo por el cual han salido los trabajadores de la empresa.

13.- Prestaciones:	Total.	
a) Son superiores a otras empresas.	13.8	
b) Piensa que son las mismas.	34.4	(Anexo # 3
c) Están por abajo de otras empresas.	22.5	Gráfica 9)
d) Las desconoce en su mayoría.	26.2	

Esta nos permite darnos cuenta de la información que tienen — los trabajadores acerca de las prestaciones.

14.- Que piensa de la empresa con relación a otras empresas:	Total.	
a) Que esta empresa es una de las mejores.	25.0	
b) Que esta empresa es mejor que la mayoría.	8.41	
c) Que es más o menos como todas.	45.54	(Anexo # 3
d) Que algunas otras son mejores.	15.5	Gráfica 10)
e) Que la mayoría son mejores.	2.62	

Esta nos permite determinar que piensa el trabajador de la empresa tomando como base a otras empresas.

15.- Cree que la empresa:	Total.	
a) Muestra gran consideración por el bienestar de sus trabajadores.	10.77	
b) Comprende realmente los problemas de sus trabajadores.	11.60	
c) Trata bien a sus trabajadores.	27.05	(Anexo # 3
d) Se preocupa poco por sus trabajadores.	17.15	Gráfica 11)
e) Los considera unicamente como operarios.	31.92	

Esta nos permite determinar como se siente el trabajador dentro de su núcleo de trabajo.

16.- Cuando dice donde trabaja se siente:	Total.	
a) Orgulloso de decirlo.	32.95	
b) Contento de no trabajar en otro lugar.	16.87	
c) Indiferente.	24.46	(Anexo # 3
d) Poco contento.	12.97	Gráfica 12)
e) Avergonzado de decirlo.	1.44	

Esta nos permite determinar como se siente el trabajador de - trabajar en la empresa.

17.- Las relaciones entre los trabajadores y la empresa:	Total.	
a) Muy buenas.	10.0	
b) Buenas.	30.7	(Anexo # 3
c) Más o menos como todas.	37.2	Gráfica 13)
d) Tienen mucho que mejorar.	15.1	
e) Son muy deficientes.	5.06	

Esta nos permite determinar que concepto tienen de las rela- ciones entre los trabajadores y la empresa.

18.- Comunicación con su jefe inmediato:	Total.	
a) Muy buena.	20.48	
b) Buena.	43.64	(Anexo # 3
c) Regular.	30.11	Gráfica 14)
d) Mala.	3.52	

Esta nos permite determinar como es la comunicación con sus - jefes.

19.- Relaciones con sus compañeros de trabajo:	Total.	
a) Muy buenas.	17.96	
b) Buenas.	45.6	(Anexo # 3
c) Regulares.	31.09	Gráfica 15)
d) Malas.	.84	

Esta nos permite determinar como son las relaciones existen- tes entre los trabajadores, así como la aceptación de la comunica- ción entre los mismos.

20.- Medidas de higiene y seguridad:	Total.	
a) Si.	58.58	(Anexo # 3
b) No.	6.87	Gráfica 16)
c) A veces.	30.41	

Esta nos permite determinar si son atendidas las recomen^{do} nes hechas por los trabajadores.

21.- Sindicato:	Total.	
a) Pertenecen al sindicato.	71.74	(Anexo # 3
b) No pertenecen al sindicato.	25.61	Gráfica 17)

Esta nos permite determinar que porcentaje de trabajadores - pertenecen o no al sindicato.

22.- Problemas para llegar a su trabajo:	Total.	
a) En cuanto al medio de transporte.	59.2	
b) En cuanto a la distancia.	22.1	(Anexo # 3
c) En cuanto a la hora de entrada.	2.92	Gráfica 18)
d) Ninguno.	15.7	

Esta nos permite determinar las dificultades que tienen los -
trabajadores para llegar a su trabajo.

23.- Quién le tiene mayor consideración:	Total.	
a) Su jefe.	54.5	
b) El que manda a su jefe.	7.99	(Anexo # 3
c) El dueño.	18.10	Gráfica 19)
d) El que representa al dueño.	10.58	

Esta nos permite determinar quién siente el trabajador que le
tiene mayor consideración, y por esto con quién existe mayor comu-
nicación.

24.- Que espera de su trabajo:	Total.	
a) Buenos salarios.	1	
b) Seguridad en su trabajo.	2	
c) Ascensos y progresos en la empresa.	3	
d) Buenas condiciones de trabajo.	5	
e) Que el trabajo sea más interesante	10	(Anexo # 3
f) Lealtad de la administración.	7	Gráfica 20)
g) Buena Disciplina.	9	
h) Que le reconozcan su trabajo.	4	
i) Comprensión de sus problemas personales.	8	
j) Participar en la organización y resolu- ción de problemas relacionados con su - trabajo.	6	

Esta nos permite determinar que espera el trabajador de sus -
actividades dentro de la organización, además siendo una pregunta
de control, nos permite confirmar las necesidades de cada trabaja-
dor. Se contestaron en orden de importancia.

25.- Le satisface su trabajo:	Total.	
a) Siempre.	86.7	(Anexo # 3
b) Rara vez.	12.8	Gráfica 21)
c) Nunca.	.3	

Esta nos permite determinar como se siente el trabajador iden-
tificado con la labor que desempeña.

26.- Participación en la producción:	Total.	
a) Vital.	19.1	
b) Importante.	60.6	(Anexo # 3
c) Regular.	18.9	Gráfica 22)
d) Nula.		

Esta nos permite determinar como se siente que participa el -
trabajador.

27.- Podría ser más productivo si tuviera:	Total.
a) Mejor maquinaria.	30.3
b) Horarios cómodos.	7.4
c) Mejor trato de sus jefes.	16.8 (Anexo # 3
d) Herramientas adecuadas.	7.4 Gráfica 23)
e) Mejor condiciones de seguridad e higiene.	4.0
f) Mayor sueldo.	27.9

Esta nos permite determinar como piensa el trabajador que podría ser más productivo.

28.- Grado de productividad:	Total.
a) De 0 a 25 %	2.1
b) De 26 a 50 %	8.5 (Anexo # 3
c) De 51 a 75 %	44.4 Gráfica 24)
d) De 76 a 100 %	40.2

Esta nos permite determinar que tan productivo se siente el trabajador.

29.- Que atendería en orden de importancia si fuera jefe en la empresa:	Total.
a) Problemas de higiene y seguridad.	5
b) Mayores salarios.	3
c) Mejores prestaciones.	4 (Anexo # 3
d) Oportunidad de que los trabajadores tomen decisiones importantes.	2 Gráfica 25)
e) Mayor comunicación entre trabajadores y jefes.	1

Esta nos permite determinar que consideran los trabajadores - que es más importante, y cual es el grado de sus necesidades.

30.- Se dedica a su oficio porque:	Total.
a) Le agrada y se siente conforme con su trabajo.	75.8
b) Porque se lleva bien con sus compañeros	5.9 (Anexo # 3
c) Por costumbre o rutina.	7.7 Gráfica 26)
d) Porque no tiene otra cosa.	9.6

Esta nos permite determinar cual es el motivo principal de su actividad dentro de la empresa.

31.- Si tuviera oportunidad de cambiar de trabajo pensaría en:	Total.
a) Otra empresa.	42.3
b) En otras actividades que se realizan dentro de su departamento.	16.8 (Anexo # 3
c) En otro departamento de la misma empresa.	20.7 Gráfica 27)
d) Otra cosa.	13.6

Esta nos permite determinar como se siente el trabajador con el trabajo que realiza actualmente, y si piensa cambiarlo.

32.- Ordenes de varias personas:	Total.	
a) Si.	56.9	(Anexo # 3
b) No.	42.0	Gráfica 28)

Esta nos permite determinar si los trabajadores reciben ordenes de más de una persona.

33.- Ordenes contradictorias:	Total.	
a) Si.	45.2	(Anexo # 3
b) No.	48.3	Gráfica 29)

Esta nos permite determinar si los trabajadores reciben ordenes contradictorias.

34.- Que piensa de trabajar horas extras:	Total.	
a) Me gusta siempre.	47.6	
b) Soy indiferente.	27.4	(Anexo # 3
c) No me importa ocasionalmente.	14.1	Gráfica 30)
d) No me gusta en absoluto.	8.8	

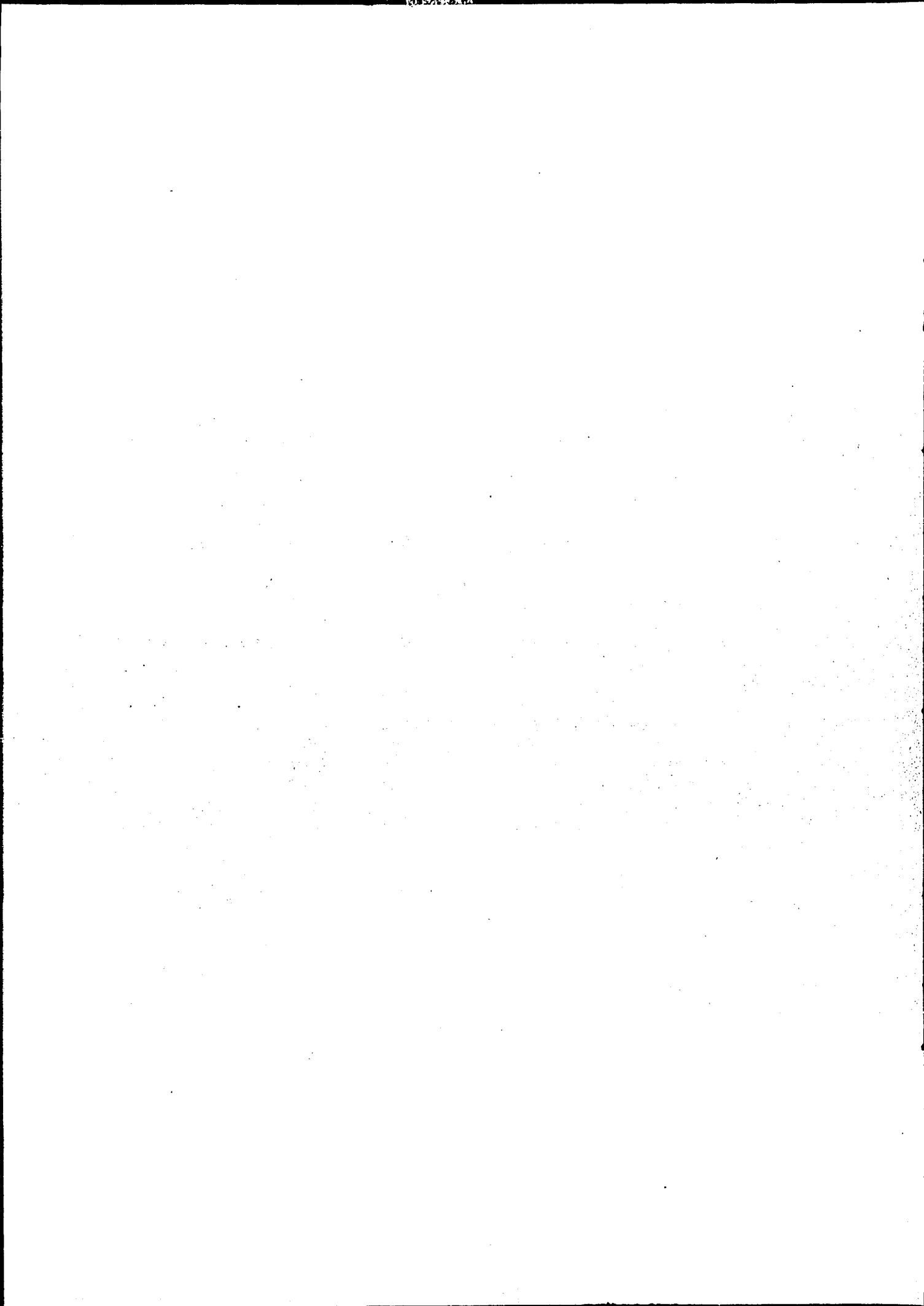
Esta nos permite determinar si a los trabajadores les gusta trabajar horas extras.

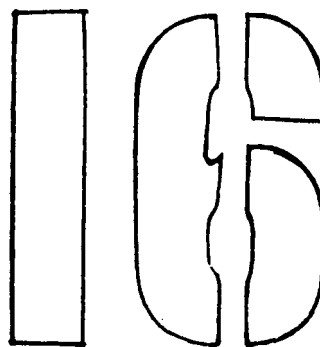
Las siguientes tres preguntas son para determinar el liderazgo existente.

35.- A la persona que más confianza le tiene:	Total.	
a) Jefe inmediato.	35.9	
b) Compañero de trabajo.	20.5	(Anexo # 3
c) Un familiar.	36.4	Gráfica 31)
d) Otra persona.	3.2	

36.- Cuando tiene dudas en el trabajo recurre a:	Total.	
a) Su jefe inmediato.	74.2	
b) Un compañero de trabajo.	19.7	
c) El dueño o propietario.	2.9	(Anexo # 3
d) Otro jefe de otro departamento.	2.1	Gráfica 32)
e) Una persona ajena a la empresa.	5.0	

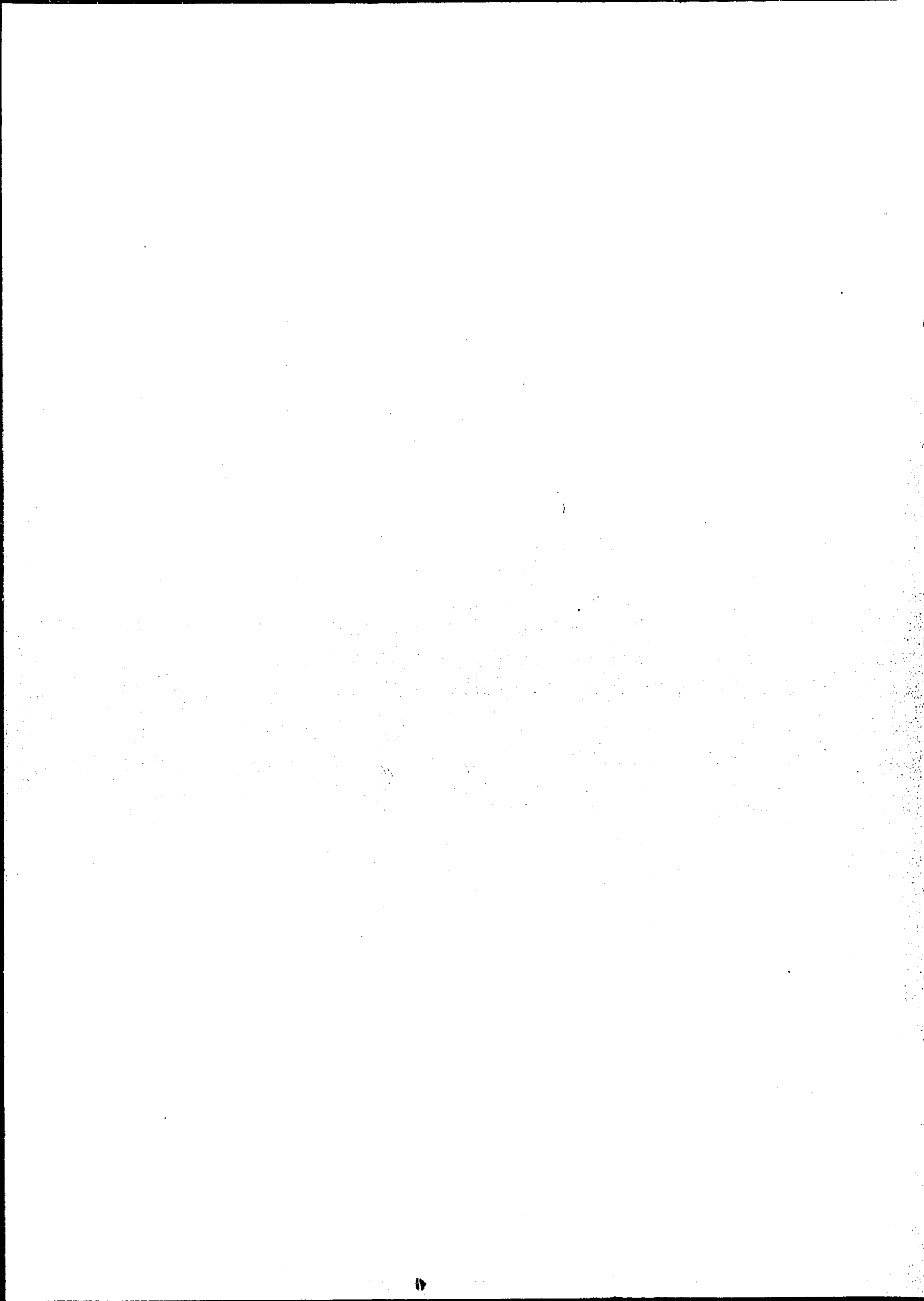
37.- Cuando tiene problemas en la empresa para resolverlos recurre a:	Total.	
a) Su jefe inmediato.	62.2	
b) Un compañero de trabajo.	12.5	
c) El dueño o propietario.	11.2	(Anexo # 3
d) El jefe de otro departamento.	1.9	Gráfica 33)
e) Un amigo externo.	9.3	





ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS.

- Explicación de los Cuadros de Correlación.
- Cuadros de Correlación.



ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS.

Como nos podemos percatar en la gráfica referente a datos generales,² y considerando al personal que fue encuestado al azar, - el 31.9 % tiene menos de 25 años y 29.5 % de 31 a 40 años, ahora bien, en cuanto a la instrucción, esta es halagadora, ya que el -- 47.6 % está en el rango de terminación de primaria y el 36.4 % en nivel de secundaria; por lo que respecta al sexo y como consecuencia que en la mayoría de las empresas se ocupa más personal masculino, consideramos digno de tomar en cuenta a un 19.7 % de personal femenino que actualmente presta sus servicios en dicho ramo; - la mayoría como se demuestra en la gráfica (68.1 %),² actualmente son casados, por tanto, la tendencia que se vislumbra en cuanto a la jerarquía de necesidades, puede ser significativa para la fijación de programas específicos motivacionales.

Referente a la estructura familiar nos hace entrever, en base a la información obtenida, que las familias son regularmente numerosas, aunque el 50.3 % afirme que dependen de ellos, de 1 a 3 personas lo cual, si lo consideramos de manera aislada, también puede ser considerado como punta de lanza en negociaciones colectivas para contrarrestar los puntos muertos a que se lleguen, porque se pueden ofrecer prestaciones donde se incluyan a dichos dependientes.

Respecto al tiempo de trabajar en la empresa, se manifiesta una tendencia referente a antigüedad de 1 a 5 años como se vislumbra por la incidencia del 44.56 %.

Por lo que corresponde a áreas de trabajo del personal participante, el 32.9 % está en el área de prensas, por tanto, las conclusiones a las que se lleguen son dignas de tomarse en cuenta, - en virtud de que la mayoría de las veces es una de las áreas con el personal mas antiguo, más estable en apariencia, y por tanto - más escuchado en negociaciones individuales o colectivas por el -

& Ver anexo # 3 - Gráfica 1.

papel que representa en el proceso de impresión.

Por lo que corresponde al uso del tiempo libre, la mayoría coincide (75.2 %) que lo pasa con su familia; lo cual viene a reforzar, la idea de establecer planes específicos que incluyan a la familia.

Por lo que toca a la inquietud inmediata que se tiene, el 29.3 % pretenden ganar más dinero, 27.4 % tener casa propia, y el 7.78 % cambiar de empleo, lo cual nos hace entrever en la gente que no tienen la idea de un cambio, pero por otra parte, tampoco es saludable para la empresa que se tenga una mentalidad -- circunscrita al dinero por los efectos que pudiera tener este en la eficiencia de la organización.

La mayoría de los entrevistados (50.0 %) afirma que percibe menos de lo que supuestamente le corresponde, al respecto nos -- preguntamos, hasta donde el trabajador está consciente de que en base a lo que hace amerita un salario diferente y sobre todo si -- tiene un panorama completo de lo que es el mercado de trabajo -- con relación al oficio en el cual se desenvuelve.

Referente a seguridad en el trabajo, el 63.77 % se siente -- seguro en su trabajo, lo cual si relacionamos este porcentaje -- con algún otro resultado, las ideas que al respecto emanen son -- más confiables.

Por lo que corresponde a la razón por la cual se retiran -- sus compañeros, 76.19 % coincide en que estos han encontrado un -- mejor empleo.

El 34.4 % referente a las prestaciones, piensa que son las -- mismas que en otras empresas, aunque es relativo ya que el 26.2% informa que las desconoce.

El 45.54 % opina que su empresa es más o menos igual que -- las demás, por tanto, nos lleva a pensar que la mayoría de la -- gente está en una posición de ambivalencia, lo cual puede ser pe -- ligroso cuando se tenga un problema que comprometa a todo el per -- sonal de la organización.

El que el 31.92 % afirme que son considerados meramente como operarios y no como entes pensantes, independientes, creativos, - con iniciativa y otras características, nos hacen entrever que -- existen infinidad de estrategias que hagan posible una mayor eficiencia operativa.

Ahora bien, el 32.95 % del personal entrevistado manifiesta que se siente orgulloso de la empresa donde presta sus servicios, aunque sobresale la indiferencia por el lugar (24.46 %).

Referente a las relaciones entre los obreros y la empresa, - no se vislumbra nada sobresaliente (37.2 %)

Por lo que corresponde a la comunicación con el jefe inmediato, la consideran buena en su mayoría (43.64 %), aunque no debe - de descartarse la concepción de regular (30.11 %).

También por lo que toca a las relaciones interpersonales entre compañeros, sobresale el término de buenas (45.6%), aunque - referente a regulares (31.09 %), puede resultar muy significativo en virtud de que nos hace entrever con ambos porcentajes, hasta - donde existen los equipos de trabajo.

Por lo que toca a higiene y seguridad, un alto porcentaje -- coincide en que la función se manifiesta, aunque se desconoce si - está acorde a los factores humanos y condiciones ambientales.

Por los miembros considerados en la muestra y referentes a - si pertenecen o no al sindicato, por el hecho de abarcar empresas donde no existe este, es poco representativa en el propósito de - este trabajo.

La mayoría (59.2 %) representa un problema el medio de transporte para llegar a su trabajo, por tanto, es necesario un análisis particular del ausentismo, a fin de que se llegue a conclusiones más objetivas de su generador, y por tanto, se lleven a cabo cambios propios que coadyuven a su máxima reducción.

Por lo que toca al punto que se relaciona a de quién recibe mayor consideración, el 54.5 % afirma que de su jefe inmediato su

perior, y otros niveles tienen un porcentaje ínfimo al respecto, lo cual podría ser interesante auscultar el estilo de liderazgo que más ejerce dicho jefe y que relación podría tener con la productividad.

Por lo que corresponde a lo que la persona espera de su trabajo, considerando el método de alineamiento, el que mayor incidencia tuvo fué buenos salarios, el que sigue en importancia seguridad en su trabajo, ascensos y progresos en la empresa, reconocimiento de su trabajo, buenas condiciones de trabajo, y así sucesivamente, lo que nos hace presuponer la dificultad existente en cuanto a sentir y experimentar la presencia de otras necesidades independientemente de las fisiológicas y seguridad, y como son las de afiliación, estima y autorrealización, estas últimas son a las que se ha avocado la administración contemporánea, por tanto representa todo un mundo experimental que por las investigaciones hechas en esta materia pueden coadyuvar a la integración de los recursos humanos, y por ende, a una mayor productividad.

Por lo que corresponde a que si sienten satisfacción en el trabajo, un 86.7 % se inclinaron a que siempre se concibe este factor, lo que nos hace entrever que si se diseña un adecuado programa, no se está lejos de una mayor predisposición de la persona a sus actividades.

Consideran la mayoría de los entrevistados la importancia de su papel con relación a la producción, y así nos lo demuestra el 60.6 % que afirma que es importante, aunque es significativo, y por tanto digno de tomarse en cuenta, que un 18.8 % considere su trabajo en un plano secundario.

El traslape encontrado como efecto de los resultados de la pregunta relacionada a que se podría ser más productivo si tuviera....., es digna de tomarse en cuenta porque se aduce mejor

maquinaria 30.3 %, mayor salario 27.9 % y mejor trato de sus jefes 16.8 %.

Si pensamos sobre la maquinaria, se requeriría un plan de inversión muy alto, si nos inclinamos por mejores salarios, se podría estar contribuyendo a desajustes muy representativos en el mercado de trabajo, si nos referimos a mejor trato de sus jefes, hasta donde estos ejercen el liderazgo pertinente, por lo que se debe de ir pensando en toda una planeación y desarrollo de los recursos humanos en forma tal, que la misma este acorde a las estrategias originales.

Por lo que corresponde al grado de productividad, la mejor forma de comparar la verdad, es recurrir a los estándares de producción que se tengan pre-fijados como consecuencia de la aplicación de la ergonomía.

Por lo que corresponde a lo que más inquieta al operario en las organizaciones y su relación con su superior inmediato, es la carencia de comunicación adecuada, así como también se siga considerando al individuo como objeto, y por tanto es desconfiable, -- así nos lo indica la interrogante No. 29.

Por lo que corresponde a su trabajo, sienten agrado hacia él (75.8 %), lo cual nos atrevemos a afirmar que si se estructura un programa de manera adecuada y en base a la madurez de quienes participen en él, no sera difícil cambiar la actitud de la gente en aquellos aspectos que no son convenientes para la empresa, pero, ¿Hasta donde y sobre todo, los que forman parte del grupo de dirección, estarían de acuerdo en seguir al pie de la letra las indicaciones de la gente innovadora ?.

Reafirmando el punto anterior, el 42.3 % está predispuesto en cuanto a cambiar de empresa, lo cual nos hace presuponer que las relaciones interpersonales en el plano formal, no son del todo satisfactorias, también el que un 20.7 % piense en un cambio de área nos hace pensar en deficiencias en la colocación, o bien,

la carencia de planes individuales de carrera.

También pensamos que existe gran falla en cuanto al ejercicio de la autoridad, y que el 56.9 % afirman que reciben ordenes de varias personas, lo cual en nuestro medio no es funcional ni recomendable, ya que la dirección misma da margen a evasión de responsabilidades y presencia frecuente de conflictos, y viene a reconfirmar nuestra posición el 45.2 % que afirma que las ordenes son contradictorias.

Con relación al tiempo extra al 47.6 % les agrada, lo cual en este ramo es favorable esta mentalidad por el tipo de objetivos generales que debe cumplir, pero siempre y cuando no sea un mal que el mismo grupo de dirección haya provocado, porque entre sus efectos estarán el tortuguismo, evasión de responsabilidades, y que a la postre en circunstancias especiales, pueden ser fatales para la organización.

Por lo que corresponde a quién se le tiene mayor confianza, nos topamos que en la mayoría de las veces manifiestan que al jefe inmediato para múltiples situaciones, lo cual no está lejos de la aceptación de autoridad y de generar convenientes equipos de trabajo.

Para mayor ilustración, ver anexo # 3 - gráficas.

EXPLICACION DE LOS CUADROS.

Para explicar los cuadros de correlaciones, tomamos como base el primer cuadro de la tabla de contingencias V1 Edad con V2 - Escolaridad, que nos ilustra la correlación de edad de 25 años o menos y una escolaridad de lo a 3o de primaria.

	lo a 3o de primaria.	Total.
25 años o menos.	3 2.5 15.0 0.8	119 31.8
Total.	20 5.3	374 100

El 3 nos indica el número de personas que tienen menos de 25 años y que tienen una escolaridad de lo a 3o de primaria.

El 2.5 es el porcentaje de las 3 personas contra un total de 119 que tienen menos de 25 años.

El 15.0 es el porcentaje de las tres personas contra un total de 20 que tienen una escolaridad de lo a 3o de primaria.

El 0.8 es el porcentaje de las 3 personas contra el total de personas entrevistadas (374).

Los porcentajes que aparecen bajo los totales, tanto de las columnas como de los renglones, son los porcentajes de los totales contra el total de entrevistados, como es el caso de los 119 que contestaron que tenían 25 años o menos (31.8 %).

El 5.3 es el porcentaje de los 20 que contestaron tener una escolaridad de lo a 3o de primaria.

Cramer's (Phi for 2x2 tables, Cramer's V for larger tables)

Cramer's es una medida de correlación, que nos muestra la -- fuerza de correlación de dos variables en una tabla de contingencia. Para nuestro estudio se utilizó el valor de Cramer's para de terminar que fuerza de correlación existe entre los datos de la muestra.

La escala utilizada fué: de 0 a .15203 como una correlación poco significativa; de .15204 a .5500 medianamente significativa; y pasando del .5501 al 1 altamente significativa.

Prueba de Hipótesis: Las hipótesis estadísticas que son establecidas con el propósito de posible rechazo o nulificación, son llamadas hipótesis nulas, una hipótesis nula es usualmente denotada por el símbolo H_0 . En cualquier hipótesis que difiere de la hipótesis nula, es llamada hipótesis alternativa, y es denotada por el símbolo H_1 . En una prueba dada, hay usualmente solo una hipótesis nula, pero puede haber varias hipótesis alternativas.

Los métodos estadísticos, los cuales son usados para decidir si se acepta o se rechaza una hipótesis son llamados pruebas de hipótesis, pruebas de significación o métodos para formular reglas de decisión.

Al hacer una prueba de hipótesis, hablamos de que el resultado arrojado por la muestra no es inconsistente con la hipótesis y, por lo tanto aceptamos la hipótesis. Por otro lado, si la prueba muestra una baja probabilidad, podemos establecer que el resultado encontrado en la muestra, es inconsistente con la hipótesis y, por lo tanto rechazamos o nulificamos la hipótesis.

Errores tipo 1 y errores tipo 2:

	H_0 Falsa	H_0 Verdadera
H_0 Aceptar	II	
H_0 Rechazar		I

El error de rechazar una hipótesis nula cuando es verdadera se conoce con el nombre de error tipo 1. Y el error de aceptar una hipótesis nula que es falsa se conoce como error tipo 2.

Significación: en la práctica, las frecuencias esperadas se calculan de acuerdo con una hipótesis H_0 . Si bajo esta hipótesis, el valor calculado de χ^2 es mayor que algún valor crítico (tal como $\chi^2_{.95}$ ó $\chi^2_{.99}$, que son los valores críticos a los niveles de significación del .05 y .01 respectivamente), se deduce que las frecuencias observadas difieren significativamente de las esperadas y se rechaza la hipótesis nula al valor de significación correspondiente. En caso contrario se aceptará, o al menos no se rechaza.

El grado de significación = .01, es un alto índice de seguridad para no cometer un error de tipo 1. El grado de significación = .05, es un mediano índice de significación para no cometer un error de tipo 1.

Los cuadros de correlación se realizaron con el objeto de confirmar la información obtenida, los cuales se presentan a continuación con su respectiva explicación.

CUADROS DE CORRELACION.

- Cuadro No. 1 - Correlación: V1 Edad con V2 Escolaridad.
- Cuadro No. 2 - Correlación: V1 Edad con V6 Antigüedad.
- Cuadro No. 3 - Correlación: V3 Sexo con V7 Area.
- Cuadro No. 4 - Correlación: V4 Estado Civil con V5 Número de personas que dependen.
- Cuadro No. 5 - Correlación: V11 Con relación a su trabajo se siente con V12 A que se ha debido la salida de los compañeros de la empresa.
- Cuadro No. 6 - Correlación: V13 Prestaciones con V14 Que piensa de la empresa con relación a otras empresas.
- Cuadro No. 7 - Correlación: V14 Que piensa de la empresa con relación a otras empresas con V15 Cree que la empresa.
- Cuadro No. 8 - Correlación: V14 Que piensa de la empresa con relación a otras empresas con V16 Cuando dice donde trabaja se siente.
- Cuadro No. 9 - Correlación: V11 Con relación a su trabajo se siente ... con V21 Pertenecer al sindicato.
- Cuadro No. 10 - Correlación: V16 Cuando dice donde trabaja se siente ... con V15 Cree que la empresa.
- Cuadro No. 11 - Correlación: V17 Relaciones entre los trabajadores y la empresa con V18 Comunicación con su jefe inmediato.
- Cuadro No. 12 - Correlación: V17 Relaciones entre los trabajadores y la empresa con V19 Relaciones con sus compañeros de trabajo.
- Cuadro No. 13 - Correlación: V20 Se toman medidas de higiene y seguridad con V25 Le satisface su trabajo.
- Cuadro No. 14 - Correlación: V26 Participación en la producción -- con V28 Grado de productividad.
- Cuadro No. 15 - Correlación: V32 Recibe ordenes de varias personas con V33 Las ordenes son a veces contradictorias.
- Cuadro No. 16 - Correlación: V36 Cuando tiene dudas respecto al trabajo para aclararlas acude a con V37 Cuando tiene problemas en la empresa recurre a.

(Ver los cuadros correspondientes)

CORRELACION: V1 Edad con V2 Escolaridad.

Datos.

Cramer's V = 0.1768

Probabilidad asociada = 0.0005

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

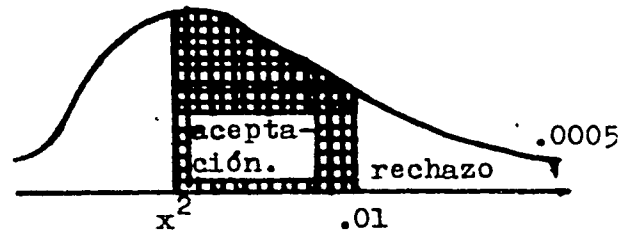
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.0005 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.1768), la fuerza de la correlación de V1 con V2 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 35.10$, con una probabilidad asociada de 0.0005, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V1 y V2 en la población.

Como nos podemos dar cuenta en esta correlación, 62 de los entrevistados tienen entre 31 y 40 años, y su escolaridad es de 40 a 60 año de primaria, lo cual nos lleva a pensar que se tiene una mano de obra no preparada, confirmando lo anterior, 40 y 48 personas tienen una edad menor a los 25 años y de 26 a 30 años respectivamente, y su escolaridad es la mencionada anteriormente. Pero no es ta del todo mal si tomamos en cuenta que 47.37 y 28 personas, tienen una escolaridad de secundaria, lo que en este sector es bastante halagador.



CUADRO No. 2

CORRELACION: V1 Edad con V6 Antigüedad.

Datos.

Cramer's V = 0.3653

Probabilidad asociada = 0.00

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

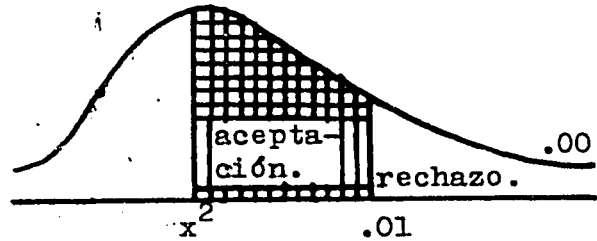
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.3653), la fuerza de la correlación de V1 con V6 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 150.55$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V1 y V6 en la población.

Referente a esta correlación, 67 personas manifestaron tener una antigüedad de 1 a 5 años, y menos de 25 años, al igual que 43 y 36 personas que nos indicaron tener esta misma antigüedad, lo que nos lleva a pensar que la mayoría de los trabajadores en este ramo tienen poco tiempo de laborar en sus respectivas empresas, siendo conveniente integrar a estos por medio de programas específicos con relación a edad y antigüedad.



CUADRO No. 2

CORRELACION: V1 EDAD CON V6 ANTIGUEDAD.

***** CROSS TABULATION OF *****

V1 EDAD BY V6 ANTIGUEDAD *****

		V6							ROW TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
ROW PCI	CUL PCI	1	2	3	4	5	6	7	
TOT PCT		1.1	2.1	3.1	4.1	5.1	6.1	7.1	
V1									
1. A 25 A&US U MENUS		54	67	15	1	1	1	1	120
		28.3	55.8	12.5	0.8	0.8	0.8	0.8	31.9
		66.7	40.9	31.3	1.7	3.2	7.1	10.0	
		4.0	17.8	4.0	0.3	0.5	0.3	0.3	
2. 26 A&US A 30 A&		6	43	18	8	3	1	0	79
		7.6	54.4	22.8	10.1	3.8	1.3	0.0	21.0
		11.8	26.2	37.5	13.8	9.7	7.1	0.0	
		1.6	11.4	4.8	2.1	0.8	0.3	0.0	
3. 31 A&US A 40 A&		8	36	13	33	15	5	1	111
		7.2	32.4	11.7	29.7	13.5	4.5	0.9	29.5
		15.7	22.0	27.1	56.9	48.4	35.7	10.0	
		2.1	9.6	3.5	8.8	4.0	1.3	0.3	
4. 41 A&US A MAS		3	18	2	16	12	7	8	66
		4.5	27.5	3.0	24.2	18.2	10.6	12.1	17.6
		5.9	11.0	4.2	27.6	38.7	50.0	80.0	
		0.8	4.8	0.5	4.3	3.2	1.9	2.1	
COLUMN TOTAL		51	164	48	58	31	14	10	376
		13.6	43.6	12.8	15.4	8.2	3.7	2.7	100.0

CHI SQUARE = 150.55183 WITH 18 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000

CRAMER'S V = 0.36553

CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.53472

LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.24219 WITH V1

LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.13248

GAMMA = 0.57013

DEPENDENT = 0.00000 WITH V6

CENTRO DE INFORMÁTICA

DEP

CUADRO No. 3

CORRELACION: V3 Sexo con V7 Area.

Datos.

Cramer's V = 0.4335

Probabilidad asociada = 0.00

Significación = α = .01

Ho = No hay correlación.

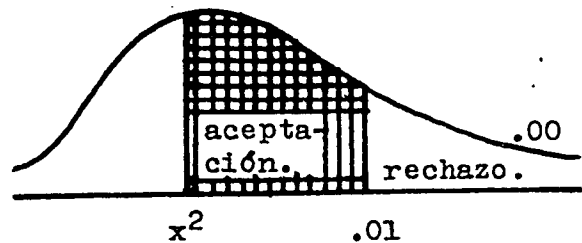
Hi = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza Ho.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.4335), la fuerza de la correlación de V3 con V7 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 70.50$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar la Hi = Si hay correlación entre V3 y V7 en la población.

Ahora bien, de la correlación V3 con V7 se afirma que el sexo femenino se dedica a la encuadernación (26), y de las 36 personas de otra área se puede decir que se dedican a el acabado. Notando que los hombres se dedican a actividades más pesadas físicamente como es el área de prensas (118), que es muy importante -- por la participación que tiene en el proceso de impresión.



CUADRO No. 3

CORRELACION: V3 SEXO CON V7 AREA.

***** CRUS TABULA TION *****
 V3 SEXO BY V7 AREA

	CUUN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ROW
V3	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	PLI	TOTAL
		1.1	2.1	3.1	4.1	5.1	6.1					
MASCULINO	1.	28	42	17	118	27	69					301
		9.3	14.0	5.6	39.2	9.0	22.9					80.3
		43.5	45.5	44.4	94.4	50.9	65.7					
		7.5	11.2	4.5	31.5	7.2	18.4					
FEMENINO	2.	2	2	1	7	26	36					74
		2.7	2.7	1.4	9.5	35.1	48.6					19.7
		6.7	4.5	5.6	5.6	49.1	34.3					
		0.5	0.5	0.3	1.9	6.9	9.6					
COLUMN	TOTAL	30	44	18	125	53	105					375
		8.0	11.7	4.8	33.3	14.1	28.0					106.0

CHI SQUARE = 70.50004 WITH 5 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000
 KRAMER'S V = 0.43359
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.39781
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.00000 WITH V3 DEPENDENT. = 0.11600 WITH V7 DEP
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.08951
 GAMMA = 0.59260

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 1

CUADRO No. 4

CORRELACION: V4 Estado Civil con V5 Número de personas que dependen.

Datos.

Cramer's = 0.2151

Probabilidad asociada = 0.00

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

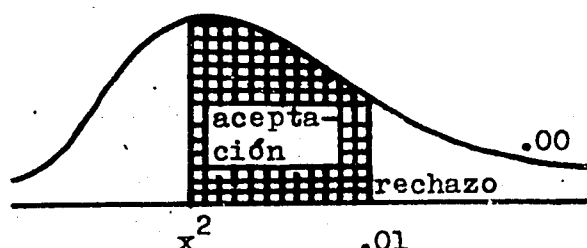
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.2151), la fuerza de la correlación de V4 con V5 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 51.63$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V4 y V5 en la población.

Respecto a la correlación de V4 con V5 se nota claramente como de las personas que son casadas (129), dependen de ellos de 1 a 3 personas, igualmente 42 que son solteros, y aún más 11 que dicen que están en unión libre, lo que necesariamente se debe tomar en cuenta para la implementación de programas motivacionales, como pueden ser prestaciones, convivencias, excursiones y cursos donde se incluyan a dichos dependientes.



CUADRO No. 5

CORRELACION: V11 Con relación a su trabajo se siente con V12 A que se ha debido la salida de los compañeros de la empresa.

Datos.

Cramer's $V = 0.1369$

Probabilidad asociada. = 0.0137

Significación = $\alpha = .05$

H_0 = No hay correlación.

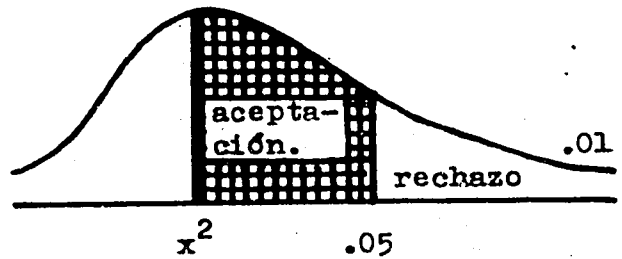
H_1 = Si hay correlación.

Como $p = 0.0137 < .05$, se rechaza H_0 .

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.1369), la fuerza de la correlación de V11 con V12 es poco significativa, pero este valor es más significativo que los anteriores, por encontrarse más cerca del límite superior.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .05$, y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 20.77$, con una probabilidad asociada de 0.0137, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H_1 = Si hay correlación entre V11 y V12.

Esta correlación nos permite afirmar que 203 entrevistados afirman que los compañeros que han dejado la empresa, han encontrado mejor trabajo, lo cual nos lleva a pensar que la justificación al retiro de las personas que laboran en la empresa no ha dejado efectos negativos a la imagen de la organización, inclusive respaldan esta afirmación 54 personas medianamente seguras que opinan igual, por tanto nos hace entrever, que independientemente de las técnicas de salida que usan las personas para justificar su frustración, afirman a sus excompañeros que han encontrado mejor ubicación.



CUADRO No. 5

CORRELACION: V11 CON RELACION A SU TRABAJO SE SIENTE CON V12 A QUE SE HA DEBIDO LA SALIDA DE LOS COMPAÑEROS DE LA EMPRESA.

***** C R O S S T A B U L A T I O N O F *****
 V11 CON RELACION A SU TRABAJO SE SIENTE BY V12 COMPAÑEROS QUE HAN S

		V12				
ROW	PCT	DESPECIDOS	ENCUNTRA MEJOR	JUBILADO	NO LES D AN PLANI	ROW TOTAL
COL	PCT	1.1	2.1	3.1	4.1	
TOT	PCT					
11						
1.		11	203	15	10	239
SEGURU		4.6	84.9	6.3	4.2	64.8
		59.3	68.8	51.7	58.8	
		3.0	55.0	4.1	2.7	
2.		11	57	10	5	83
MEDIANAMENTE SEG		13.3	68.7	12.0	6.0	22.5
		59.5	19.3	34.5	29.4	
		3.0	15.4	2.7	1.4	
3.		6	20	3	2	31
INSEGURU		19.4	64.5	9.7	8.5	8.4
		21.4	6.8	10.3	11.8	
		1.6	5.4	0.8	0.5	
4.		0	15	1	0	16
NUNCA HABIA PENS		0.0	93.8	6.3	0.0	4.3
		0.0	5.1	3.4	0.0	
		0.0	4.1	0.3	0.0	
COLUMN TOTAL		28	295	29	17	369
		7.6	79.9	7.9	4.6	104.0

CHI SQUARE = 20.77562 WITH 9 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0137
 GAMER'S V = 0.13699
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.23087
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.00000 WITH V11 DEPENDENT. = 0.00000 WITH V12 DEP
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.00000
 GAMMA = -0.05967

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 7

CENTRO DE INFORMATICA

CUADRO No. 6

CORRELACION: V13 Prestaciones con V14 Que piensa de la empresa con relación a otras empresas.

Datos.

Cramer's $V = 0.2875$

Probabilidad asociada = 0.00

Significación = $\alpha = .01$

H_0 = No hay correlación.

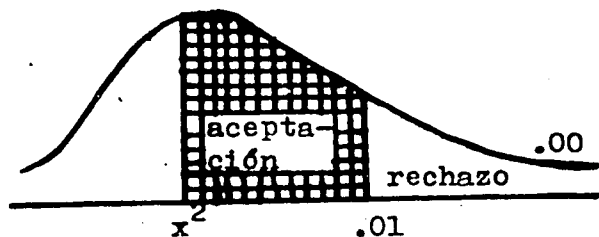
H_1 = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H_0 .

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.2875), la fuerza de la correlación de V13 con V14 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 91.79$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar la H_1 = Si hay correlación entre V13 y V14 en la población.

Como nos podemos percatar en la correlación de V13 con V14, 84 personas nos indicaron que las prestaciones con que cuenta la empresa, son las mismas que en otras empresas, y que su empresa con relación a otras empresas es más o menos como todas, lo cual nos lleva a vislumbrar una situación de ambivalencia, que bajo ciertas características puede ser muy peligroso tanto para el individuo como para la organización.



CUADRO No. 6

CORELACION: V13 PRESTACIONES CON V14 QUE PIENSA DE LA EMPRESA CON RELACION A OTRAS EMPRESAS.

***** C R O S S T A B U L A T I O N O F *****
 V13 PRESTACIONES BY V14 CON RELACION A OTRAS

V13	V14					ROW TOTAL
	1 SUN SUPERIORES	2 SUN LAS MISMAS	3 ESTAN POR ABAJO	4 LAS DESCORRICE	5 TOTAL	
	1	2	3	4	5	
1.	26	7	12	5	2	52
	50.0	13.5	23.1	9.6	3.8	14.1
	27.4	20.0	6.9	8.3	28.6	
	7.0	1.9	3.2	1.4	0.5	
2.	27	19	84	8	0	138
	19.6	13.8	60.9	5.8	0.0	37.3
	28.4	54.3	48.6	13.3	0.0	
	7.3	5.1	22.7	2.2	0.0	
3.	14	3	30	36	3	86
	16.3	3.5	34.9	41.9	3.5	23.2
	14.7	8.6	17.3	60.0	42.9	
	3.8	0.8	8.1	9.7	0.8	
4.	28	6	47	11	2	94
	29.8	6.4	50.0	11.7	2.1	25.4
	29.5	17.1	27.2	18.3	28.6	
	7.6	1.6	12.7	3.0	0.5	
COLUMN TOTAL	95	35	173	60	7	370
	25.7	9.5	46.8	16.2	1.9	100.0

CHI SQUARE = 91.79527 WITH 12 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = -0.0000
 KRAMER'S V = 0.26757
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.44585
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.13793 WITH V13 DEPENDENT. = 0.10152 WITH V14 DEP
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.12121
 GAMMA = 0.14430
 NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 0

CORRELACION: V14 Que piensa de la empresa con relación a otras empresas con V15 Cree que la empresa.

Datos.

Cramer's V = 0.1879

Probabilidad asociada = 0.00

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

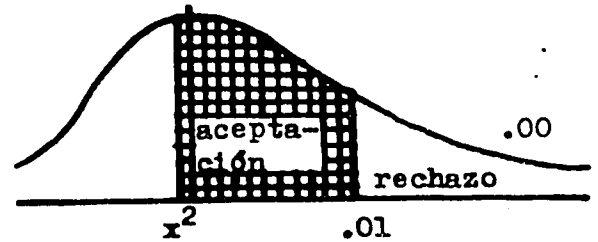
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.1879), la fuerza de la correlación de V14 con V15 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 52.26$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar la H₁ = Si hay correlación entre V14 y V15 en la población.

Ahora bien, de esta correlación se confirma el supuesto ya comentado al principio de este punto, y que consiste en que 60 de los entrevistados menciona que su empresa es como todas, por lo cual su indiferencia es digna de reflexión por parte del grupo de dirección, y además esa cantidad parcial cae en el supuesto de que son vistos o tratados como operarios, e inclusive 19 de los que opinan que su empresa puede ser una de las mejores, sigue afirmando que son tratados como objetos, y todavía aún más, 31 personas creen que hay empresas mejores y el trato que reciben es el que vemos insistiendo en estos párrafos.



CUADRO No. 8

CORRELACION: V14 Que piensa de la empresa con relación a otras empresas con V16 Cuando dice donde trabaja se siente.

Datos.

Cramer's V = 0.2126

Probabilidad asociada = 0.00

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

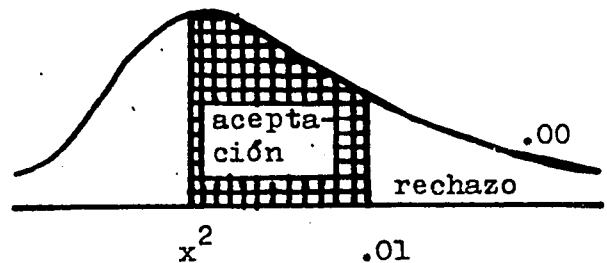
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.2126), la fuerza de la correlación de V14 con V16 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 66.92$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar la H₁ = Si hay correlación entre V14 y V16 en la población.

Esta correlación nos deja entrever que 63 personas consideran que la empresa es más o menos como todas y se sienten orgullosos de decir donde trabajan, al igual que 58 personas que nos dicen -- que su empresa es una de las mejores y se sienten orgullosos, esto nos lleva a pensar que el trabajador tiene un buen concepto de la empresa, pero sin dejar de notar la ambivalencia que existe por otras empresas, por tanto es una mentalidad enfocada a que el individuo no siente un arraigo adecuado a la organización, considerando conveniente el establecimiento de un programa de orientación, el cual indudablemente puede ser considerado en el plan de comunicación, para encontrar una mejor identificación entre la organización y el trabajador.



CUADRO No. 8

CORRELACION: V14 QUE PIENSA DE LA EMPRESA CON RELACION A OTRAS EMPRESAS CON

V16 CUANDO DICE DONDE TRABAJA SE SIENTE.

***** CRU S T A B U L A I O N O F *****
 V14 CUN RELACION A OTRAS EMPRESAS QUE PIENSA BY V16 CUANDO DICE DONDE TI

		V16					NUM TOTAL	
		ORGULLOS	CONTENTO	INDIFERE	POCO CON	AVERGONZ		
		ADU	NTE	TENTO	ADO			
ROW PCI	COL PCI	10	11	12	13	14		
V14	101 PCI	1	1.1	2.1	3.1	4.1	5.1	
1.	ES UNA DE LAS ME	1	58	19	12	7.5	0.0	25.9
		1	60.4	19.8	12.5	7.5	0.0	
		1	38.7	30.2	12.5	12.5	0.0	
		1	15.7	5.1	3.2	1.9	0.0	
2.	MEJOR QUE LA MAY	1	18	11	4	2	0	35
		1	51.4	31.4	11.4	5.7	0.0	9.5
		1	12.0	17.5	4.2	3.6	0.0	
		1	4.9	3.0	1.1	0.5	0.0	
3.	COMO TODAS	1	63	26	54	25	4	172
		1	56.6	15.1	31.4	14.5	2.3	46.5
		1	42.0	41.3	56.3	44.6	80.0	
		1	17.0	7.0	14.6	6.8	1.1	
4.	ALGUNAS SON MEJU	1	9	6	24	20	1	60
		1	15.0	10.0	40.0	33.3	1.7	16.2
		1	6.0	9.5	25.0	35.7	20.0	
		1	2.4	1.6	6.5	5.4	0.3	
5.		1	2	1	2	2	0	7
		1	28.6	14.3	28.6	28.6	0.0	1.9
		1	1.5	1.6	2.1	3.6	0.0	
		1	0.5	0.3	0.5	0.5	0.0	
		1						
	COLUMN		150	63	96	56	5	370
	TOTAL		40.5	17.0	25.9	15.1	1.4	100.0

CENTRO DE INFORMATICA FACULTAD D

CHI SQUARE = 66.92696 WITH 16 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000
 CRAMER'S V = 0.21265
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.39138
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.00000 WITH V14 DEPENDENT. = 0.06818 WITH V16 DE
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.03589
 GAMMA = 0.45064

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 6

CUADRO No. 9

CORRELACION: V11 Con relación a su trabajo se siente... con V21 -
Pertenece al sindicato.

Datos.

Cramer's V = 0.1506

Probabilidad = 0.03
asociada.

Significación = α = .05

H_0 = No hay correlación.

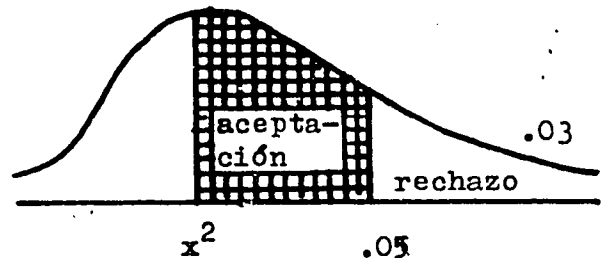
H_1 = Si hay correlación.

Como $p = 0.03 < .05$, se rechaza H_0 .

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.1506), la fuerza de la correlación de V11 con V21 es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .05$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 8.35$, con una probabilidad asociada de 0.03, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H_1 = Si hay correlación entre V11 y V21 en la población.

Por lo que toca a esta correlación, se nota que 185 personas se sienten seguras y pertenecen al sindicato, igualmente 52 personas se sienten seguras no obstante no pertenecer al sindicato, este indicador no es del todo confiable por el simple hecho de que en las empresas en las que se realizó la investigación no cuentan con esta homogeneidad de pertenecer al sindicato.



CUADRO No. 9

CORRELACION: V11 CON RELACION A SU TRABAJO SE SIENTE CON V21 PERTENECE AL SINDICATO.

***** CROSS TABULATION OF *****
 V11 CON RELACION A SU TRABAJO SE SIENTE BY V21 SINDICATO

		V21		
		SI	NO	
COUNT	ROW PCT	COL PCT	TOT PCT	ROW TOTAL
V11		1.1	2.1	
SEGURU	1.	185	52	237
		78.1	21.9	64.4
		65.8	59.8	
		50.3	14.1	
MEDIANAMENTE SEG	2.	67	17	84
		79.8	20.2	22.8
		23.8	19.5	
		18.2	4.6	
INSEGURU	3.	21	10	31
		67.7	32.3	8.4
		7.5	11.5	
		5.7	2.7	
NUNCA HABIA PENS	4.	0	0	0
		2.8	9.2	4.3
		2.2	2.2	
COLUMN TOTAL		281	87	368
		76.4	23.6	100.0

CHI SQUARE = 8.35151 WITH 3 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0393
 GAMMA'S Y = 0.15065
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.14897
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.00000 WITH V11 DEPENDENT. = 0.00000 WITH V21 DEF
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.00000
 GAMMA = 0.17027

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 6

CUADRO No. 10

CORRELACION: V16 Cuando dice donde trabaja se siente.... con V15
Cree que la empresa.

Datos.

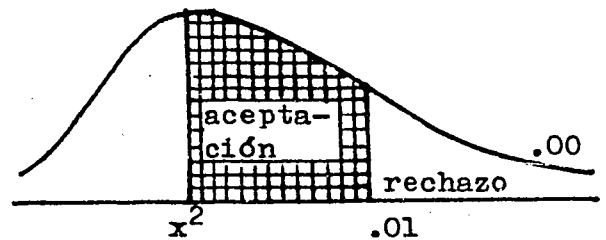
Cramer's V = 0.2392

Probabilidad = 0.00
asociada.

Significación = α = .01

Ho = No hay correlación.

Hi = Si hay correlación.



Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza Ho.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.2392), la fuerza de la correlación de V16 con V15, es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 84.45$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar Hi = Si hay correlación entre V16 y V15 en la población.

Por lo que respecta a esta correlación, 47 personas adoptan una posición de indiferencia hacia su empresa, también 33 personas que se sienten orgullosas de pertenecer a ella, nos encausan a comentar el trato que reciben por parte de la organización, y que concuerdan en cuanto a ser tratados como operarios única y exclusivamente aunque desde luego se podría considerar que no se está tan mal, porque 43 que están orgullosos y 29 que son indiferentes a la empresa, afirman que son tratados bien, pero si consideramos esta última afirmación, hasta donde el supuesto nos lleva a tener cierta tranquilidad y porque no antes de que se gese una definición ambivalente en el individuo, se establecen programas adecuados que generen una mayor identidad con la empresa en términos generales.

CUADRO No. 10

CORRELACION: V16 CUANDO DECE DONDE TRABAJA SE SIENTE CON V15 CREE QUE LA EMPRESA.

***** C R O S T A B U L A T I O N O F *****
 V16 CUANDO DECE DONDE TRABAJA BY V15 CREE QUE LA EMPRESA

	1	2	3	4	5	
COUNT	1	2	3	4	5	ROW TOTAL
ROW PCI	1	2	3	4	5	
CUL PCI	1	2	3	4	5	
TOT PCI	1	2	3	4	5	
	1	2	3	4	5	
V16						
1. URGULLUSU	35	18	43	21	55	148
	22.3	12.2	29.1	14.2	22.1	40.1
	8.9	4.9	11.7	5.7	8.9	
2. CUNTIENU	5	16	22	11	11	17.1
	7.9	25.4	34.9	11.1	20.6	
	12.5	39.0	21.2	11.5	10.6	
	1.4	4.3	6.0	1.9	3.5	
3. INDIFERENTE	1	5	29	14	47	96
	1.0	5.2	30.2	14.6	49.0	26.0
	2.5	12.2	27.9	23.0	38.2	
	0.3	1.4	7.9	3.8	12.7	
4. POCU CUNTIENU	1	2	10	17	27	57
	1.8	3.5	17.5	29.8	47.4	15.4
	2.5	4.4	9.6	27.9	22.0	
	0.3	0.5	2.7	4.6	7.5	
5. AVERGUNZADU	0	0	0	2	5	5
	0.0	0.0	0.0	40.0	60.0	1.4
	0.0	0.0	0.0	3.3	2.4	
	0.0	0.0	0.0	0.5	0.8	
COLUMN TOTAL	40	41	104	61	123	369
TOTAL	10.8	11.1	28.2	16.5	33.3	100.0

CHI SQUARE = 84.45085 WITH 16 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000
 CRAMER'S V = 0.23920
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.43156
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.06335 WITH V16 DEPENDENT. = 0.07724 WITH V15 DE
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.07066
 GAMMA = 0.40821

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 1

CUADRO No. 11

CORRELACION: V17 Relaciones entre los trabajadores y la empresa -
con V18 Comunicación con su jefe inmediato.

Datos.

Cramer's V = 0.3254

Probabilidad = 0.00
asociada.

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

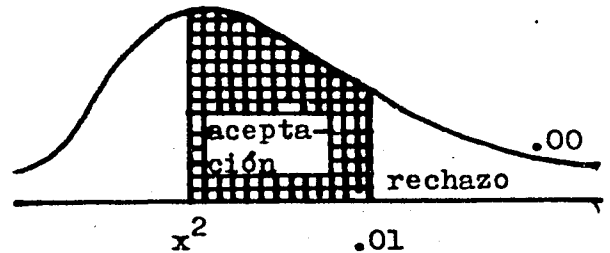
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.3254), la fuerza de la correlación de V17 con V18, es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 117.27$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V17 y V18 en la población.

Por lo que toca a esta correlación, notamos que 62 personas nos indican que las relaciones entre los trabajadores y la empresa son como todas, y entrelazando que la comunicación con su jefe inmediato es buena, haciendo notar también que 70 personas nos dicen en el renglón relacionado con la comunicación y las relaciones entre los trabajadores son buenas, esto es un factor halagador para la organización, pero sin dejar de ver que 61 personas también manifiestan que las relaciones entre los trabajadores son más o menos como todas y la comunicación con su jefe es regular, lo que nos lleva a pensar que se pueden elaborar programas de acercamiento entre la supervisión y los trabajadores.



CUADRO No. 11

CORRELACION: V17 RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA EMPRESA CON V18 COMUNICACION CON SU JEFE INMEDIATO.

***** C R O S S T A B U L A T I O N U P *****
 * * * * * V17 RELACIONES ENTRE TRABAJADORES Y EMPRESA BY V18 COMUNICACION CON SU * * * * *

		v18				
CUANT		MUY BUEN	BUENA	REGULAR	MALA	RUM
ROW PCI	1A					TOTAL
		1	2	3	4	
V17		1.1	2.1	3.1	4.1	
MUY BUENAS	1.	25	8	4	1	58
		65.9	21.1	10.5	2.6	10.3
		32.9	4.8	3.5	7.1	
		6.8	2.2	1.1	0.3	
BUENAS	2.	27	70	15	1	113
		23.9	61.9	13.3	0.9	50.0
		35.5	42.4	13.2	7.1	
		7.5	19.0	4.1	0.3	
CUMU TUDAS	3.	15	62	61	4	144
		10.4	43.1	42.4	4.2	39.0
		19.7	37.6	53.5	42.9	
		4.1	16.8	10.5	1.6	
MUCHO MEJORAR	4.	8	20	24	1	53
		15.1	37.7	45.3	1.9	14.4
		10.5	12.1	21.1	7.1	
		2.2	5.4	6.5	0.3	
DEFICIENTES	5.	1	5	10	5	21
		4.8	23.8	47.6	23.8	5.7
		1.3	3.0	8.8	35.7	
		0.3	1.4	2.7	1.4	
COLUMN TOTAL		76	165	114	14	369
		20.6	44.7	30.9	3.8	100.0

CENTRO DE INFORMATICA FACULTAD D

CHI SQUARE = 117.27142 WITH 12 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE * 0.0000
 CRAMER'S V = 0.32548
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.49109
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.08889 WITH V17 DEPENDENT. = 0.12745 WITH V18 DEI
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.10723
 GAMMA = 0.50532

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 7

CORRELACION: V17 Relaciones entre los trabajadores y la empresa,
con V19 Relaciones con sus compañeros de trabajo.

Datos.

Cramer's V = 0.2296

Prob. asoci = 0.00

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

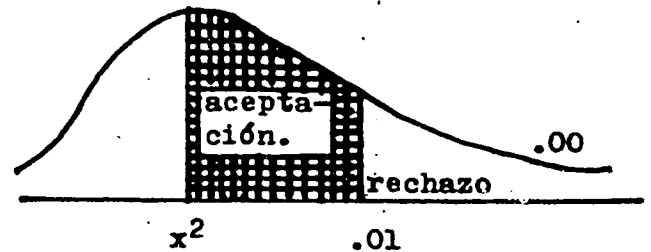
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H₀.

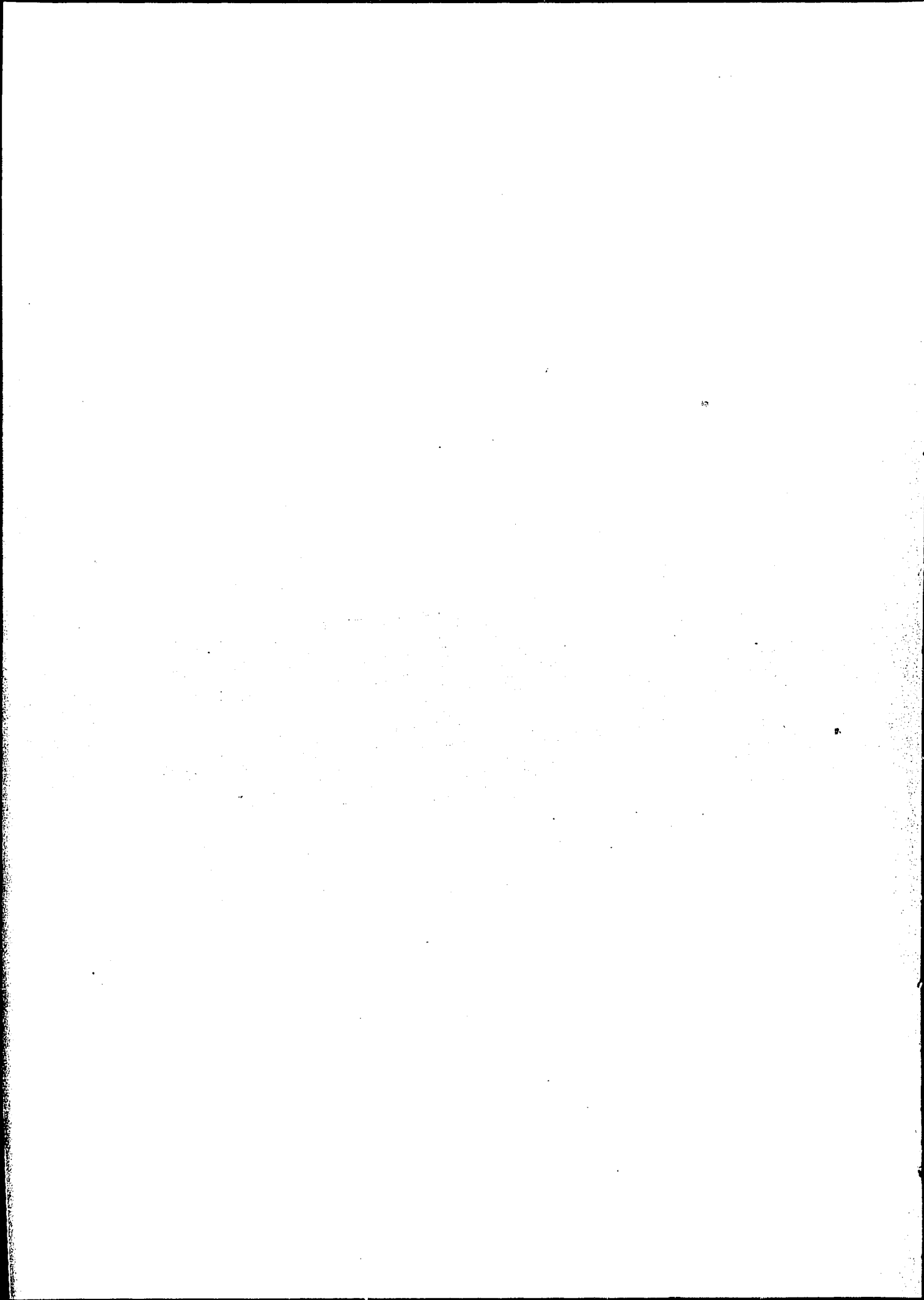
Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.2296), la fuerza de la correlación de V17 con V19, es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 59.16$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V17 y V19 en la población.

Por lo que toca a esta correlación, 75 personas adoptan una posición indiferente en cuanto a las relaciones existentes entre el grupo de ejecución y el grupo de dirección, aunado a las 53 personas que se mantienen en la misma posición, nos hace pensar en un efecto central, lo cual es indicativo de que percibieron la intención de estas preguntas y su posición adoptada es la de no comprometerse, y la cual desde luego es lógica, ya que cualquier persona ante el peligro reaccionará en la mayoría de las veces subconscientemente adoptando la conducta ya mencionada. También 24 y 65 afirman que las relaciones entre los dos grupos son buenas y coinciden en que las relaciones entre los compañeros son muy buenas y buenas, aunque la tendencia de buenas nos hace vis--



lumbrar algún pero en las relaciones interpersonales, lo cual hace posible pensar en la promoción de la existencia de los " Teams Work " (equipos de trabajo), para lo cual se podría pensar en el establecimiento subconsciente entre los miembros de la organización de ciertos patrones conductuales tendientes a generar mayor cohesión en el personal.



CUADRO No. 12

CORRELACION: V17 RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA EMPRESA CON V19

RELACIONES CON SUS COMPAÑEROS DE TRABAJO.

***** C R O S S T A B U L A T I O N U F *****
 V17 RELACIONES ENTRE TRABAJADORES Y EMPRESA BY V19 RELACIONES CON SUS

		V19					ROW TOTAL
		COUNI	MUY BUEN	BUENAS	REGULARE	MALAS	
		NON PCT	1AS	S	S	S	
		TOT PCT	1.1	2.1	3.1	4.1	
V17							
	1.	20	12	6	0	38	
MUY BUENAS		52.6	31.6	15.8	0.0	100.2	
		26.7	6.9	5.0	0.0		
		5.3	3.2	1.6	0.0		
	2.	24	65	24	0	113	
BUENAS		21.2	57.5	21.2	0.0	30.2	
		32.0	37.1	19.8	0.0		
		6.4	17.8	6.4	0.0		
	3.	16	75	53	2	146	
CUMULADAS		11.0	51.4	36.3	1.4	39.0	
		21.3	42.9	43.8	66.7		
		4.3	20.1	14.2	0.5		
	4.	9	21	25	1	56	
MUCHO MEJORAR		16.1	37.5	44.6	1.8	15.0	
		12.0	12.0	20.7	33.3		
		2.4	5.6	6.7	0.3		
	5.	6	2	13	0	21	
DEFICIENTES		28.6	9.5	61.9	0.0	5.6	
		8.0	1.1	10.7	0.0		
		1.6	0.5	3.5	0.0		
		COLUMN					
		TOTAL	75	175	121	3	374
			20.1	46.8	32.4	0.8	100.0

CENTRO DE INFORMATICA FACULTAD D

CHI SQUARE = 59.16071 WITH 12 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000
 CRAMER'S V = 0.22985
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.36957
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.03509 WITH V17 DEPENDENT. = 0.11558 WITH V19 DE
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.07260
 GAMMA = 0.34928

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 2

CUADRO No. 13

CORRELACION: V20 Se toman medidas de higiene y seguridad con V25 -
Le satisface su trabajo.

Datos.

Cramer's $V = 0.1900$

Probabilidad asociada. = 0.00

Significación = $\alpha = .01$

H_0 = No hay correlación.

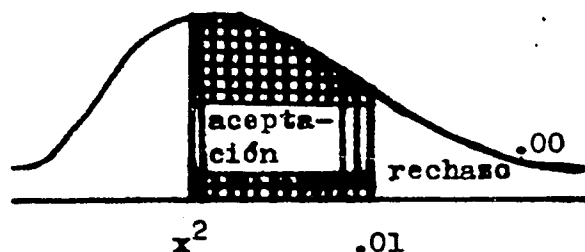
H_1 = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza H_0 .

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.1900), la fuerza de la correlación de V20 con V25, es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada bajo una área bajo la curva que es de $x^2 = 26.28$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H_1 = Si hay correlación entre V20 y V25 en la población.

Referente a la correlación que estamos analizando, es muy satisfactoria, dado que de las 364 personas que contestaron, 197 coinciden en que si se toman medidas de higiene y seguridad y les satisface su trabajo, y aún más 101 personas afirman que les satisface su trabajo y que a veces se toman medidas de higiene y seguridad ante las recomendaciones propuestas por los mismos, lo que nos hace observar, que si se diseña un programa adecuado, no se estará lejos de una mayor predisposición de los trabajadores hacia sus actividades. Con lo referente a que si a veces se toman en cuenta las recomendaciones es indiscutible reclasificar los diferentes canales de comunicación e información tanto ascendente como descendente.



CUADRO No. 13

CORRELACION: V20 SE TOMAN MEDIDAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD CON V25 LE SATISFACE SU TRABAJO.

***** C R O S S T A B U L A T I O N U F *****
 V20 MEDIDAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD BY V25 LE SATISFACE SU TRA

		V25			
COUNT		SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA	ROW TOTAL
ROW PCI	COL PCI				
101 PCI	1	1.1	2.1	3.1	
V20	1.	197	20	0	217
	SI	90.8	9.2	0.0	59.6
		62.5	41.7	0.0	
		54.1	5.5	0.0	
NU	2.	17	9	1	27
		63.0	33.3	3.7	7.4
		5.4	18.8	100.0	
		4.7	2.5	0.3	
A VECES	3.	101	19	0	120
		64.2	15.8	0.0	33.0
		32.1	59.6	0.0	
		27.7	5.2	0.0	
COLUMN TOTAL		315	48	1	364
TOTAL		66.5	13.2	0.3	100.0

CHI SQUARE = 26.28/14 WITH 4 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000
 CRAMER'S V = 0.19002
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.25955
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.00680 WITH V20 DEPENDENT. * 0.00000 WITH V25 DE
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.00510
 GAMMA = 0.28257

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 12

CENTRO DE INFORMATICA FACULTAD I

CUADRO No. 14

CORRELACION: V26 Participación en la producción con V28 Grado de -
productividad.

Datos.

Cramer's V = 0.1889

Probabilidad asociada = 0.0014

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

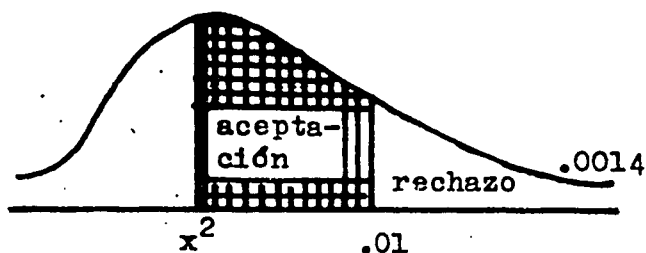
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = 0.0014 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.1889), la fuerza de la correlación de V26 con V28, es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 25,35$, con una probabilidad asociada de 0.0014, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V26 y V28 en la población.

En esta correlación nos encontramos que 104 personas nos manifestaron que su participación en la producción es importante y que su grado de productividad se encuentra entre el 51 a 75 %, notando también a un gran número 101 que consideran que su participación es importante y su grado de productividad es de 76 a 100 %. - Esto no es más que un indicador a la falta de información de la labor que realizan, por lo tanto puede resultar alarmante si la relacionamos con el grado de productividad que en realidad se tenga, - por lo que se sugiere que se fijen estrategias que comprometan a todos los miembros de la organización y cuyo propósito debe ser -- que se den cuenta de que a través de su trabajo esta su propia realización.



CUADRO No.14

CORRELACION: V26 PARTICIPACION EN LA PRODUCCION CON V28 GRADO DE PRODUCTIVIDAD.

***** CRUSSTABULATION OF *****
 V26 PARTICIPACION EN LA PRODUCCION BY V28 GRADO PRODUCTIVO

		V28						
		COUNT	10 A 25		26 A 50	51 A 75	76 A 100	ROW TOTAL
		ROW PCT	COL PCT		TOT PCT			
		1	1	1	1	1	1	1
		1	1.1	2.1	3.1	4.1	5.1	
V26	VITAL	1.	2	7	26	35	0	70
		1	2.9	10.0	37.1	50.0	0.0	19.7
		1	25.0	21.9	15.7	23.6	0.0	
		1	0.6	2.0	7.3	9.9	0.0	
IMPORIANE	2.	1	3	13	104	101	1	222
		1	1.4	5.9	46.8	45.5	0.5	62.5
		1	37.5	40.6	62.7	68.2	100.0	
		1	0.8	3.7	29.3	28.5	0.3	
REGULAR	3.	1	3	12	36	12	0	63
		1	4.8	19.0	57.1	19.0	0.0	17.7
		1	37.5	37.5	21.7	8.1	0.0	
		1	0.8	3.4	10.1	3.4	0.0	
COLUMN TOTAL			8	32	166	148	1	355
TOTAL			2.3	9.0	46.8	41.7	0.3	100.0

CHI SQUARE = 25.55640 WITH 8 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0014
 CRAMER'S V = 0.18898
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.25820
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.00000 WITH V26 DEPENDENT. = 0.04762 WITH V28 DEI
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.02795
 GAMMA = -0.29750

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 21

CUADRO No. 15

CORRELACION: V32 Recibe ordenes de varias personas con V33 Las ordenes son a veces contradictorias.

Datos.

Phi = 0.4025

Probabilidad asociada, = .00

Significación = α = .01

H₀ = No hay correlación.

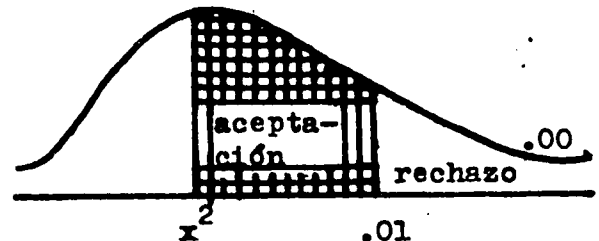
H₁ = Si hay correlación.

Como $p = .00 < .01$, se rechaza H₀.

Para el valor de Phi en nuestra muestra (.4025), la fuerza de la correlación de V32 con V33, es altamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una ~~área~~ área bajo la curva que es de $x^2 = 57.21$, con una probabilidad asociada de .00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar H₁ = Si hay correlación entre V32 y V33 en la población.

Respecto a esta correlación, notamos una gran falla en cuanto al ejercicio de la autoridad, ya que así lo manifestaron 141 trabajadores, que nos hacen notar que reciben ordenes de varias personas, y que en numerosas ocasiones las ordenes son contradictorias, lo cual no es nada recomendable y mucho menos funcional, siendo la misma dirección la causante de la evasión de responsabilidad por parte de los trabajadores y la creación de frecuentes conflictos. Notando claramente que las líneas de autoridad no se encuentran bien definidas e insistiendo en este punto como en los anteriores que se definan correctamente los canales de comunicación.



CUADRO No. 15

CORRELACION: V32 RECIBE ORDENES DE VARIAS PERSONAS CON
V33 LAS ORDENES SON A VECES CONTRADICTORIAS.

***** CRU S T A B U L A T I O N O F *****
V32 ORDENES DE VARIAS PERSONAS BY V33 ORDENES CONTRADICTORIAS

		V33		NUM TOTAL
NUM COL	PER TOT	IS1	NO	
		1.1	2.1	
V32	1.	141	67	208
		67.8	32.2	57.3
		77.0	37.2	
		38.8	18.5	
	2.	42	113	155
		27.1	72.9	42.7
		25.0	62.8	
		11.6	31.1	
	COLUMN TOTAL	183	180	363
		50.4	49.6	100.0

UNEXPECTED CHI SQUARE = 57.21221 WITH 1 DEGREE OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000

CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.37345

LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.29677 WITH V32

LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.34925

DEPENDENT. = 0.39444 WITH V33 DEI

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 13

CORRELACION: V36 Cuando tiene dudas respecto al trabajo para aclararlas acude a con V 37 Cuando tiene problemas en la empresa recurre a.

Datos.

Cramer's V = 0.3623

Probabilidad asociada. = 0.00

Significación = α = .01

Ho = No hay correlación.

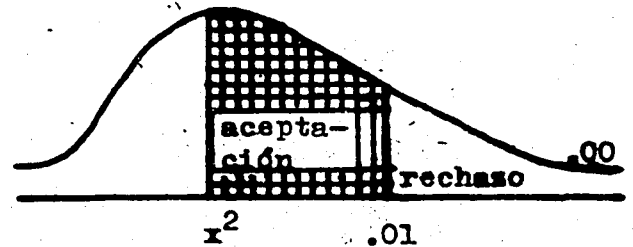
Hi = Si hay correlación.

Como $p = 0.00 < .01$, se rechaza Ho.

Para el valor de Cramer's en nuestra muestra (0.3623), la fuerza de correlación de V36 con V37, es medianamente significativa.

Para determinar la fuerza de esta correlación en el total de la población, utilizamos $\alpha = .01$ y el valor de Chi cuadrada para una área bajo la curva que es de $x^2 = 190.67$, con una probabilidad asociada de 0.00, el cual cae en la zona de rechazo, lo que nos lleva a aceptar Hi = Si hay correlación entre V36 y V37 en la población.

Referente a esta correlación notamos que 210 personas cuando tienen dudas respecto al trabajo como cuando tienen problemas en la empresa recurren a su jefe inmediato, lo cual nos deja entrever que no se está lejos de una identificación con la autoridad, generando con esto convenientes equipos de trabajo, considerando adecuado promover un liderazgo democrata en los asuntos donde sea factible y que no genere pérdida de tiempo que afecte la eficiencia y productividad respectiva.



CUADRO No. 16

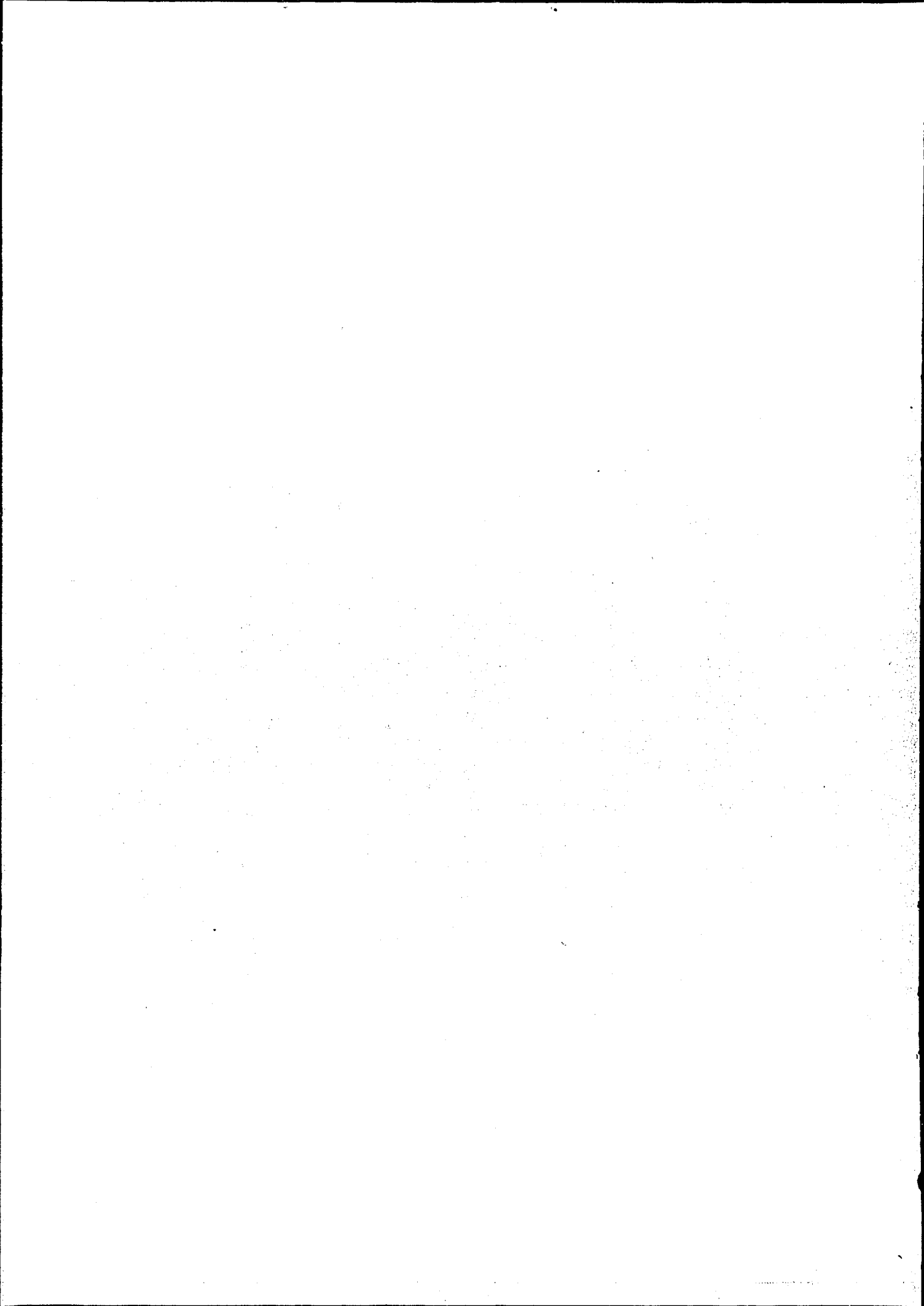
CORRELACION: V36 CUANDO TIENE DUDAS RESPECTO AL TRABAJO PARA ACLARARLAS ACUDE A
 CON V37 CUANDO TIENE PROBLEMAS EN LA EMPRESA RECURRE A.

***** C R O S T A B U L A T I O N O F *****
 V36 DUDAS EN EL TRABAJO BY V37 PROBLEMAS EN LA EMPI

		V37					TOTAL
		JEFE IMM	COMPAERO	DUEBO	JEFE OTR DEPIU	AMIGU EX	
V36	COUNT	1. I	2. I	3. I	4. I	5. I	
JEFE INMEDIATO	1.	210 77.2 69.7 57.9	16 5.9 34.8 4.4	23 8.5 58.1 6.3	2 0.7 28.6 0.6	21 7.7 60.0 5.8	272 74.9
COMPAERO	2.	21 29.6 4.0 5.8	30 42.3 65.2 8.3	10 14.1 24.4 2.8	2 2.8 28.6 0.6	8 11.3 22.9 2.2	71 19.6
DUEBO	3.	2 20.0 0.9 0.0	0 0.0 0.0 0.0	6 60.0 14.6 1.7	0 0.0 0.0 0.0	2 20.0 5.7 0.0	10 2.8
JEFE OTR DEPIU	4.	1 12.5 0.3	0 0.0 0.0	2 25.0 0.6	3 37.5 42.9 0.8	2 25.0 5.7 0.6	8 2.2
PERSONA AJENA	5.	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	0 0.0 0.0	2 100.0 5.7 0.6	2 0.6
TOTAL		64.5	12.7	11.3	1.9	35 9.6	303 100.0

CHI SQUARE = 190.67449 WITH 16 DEGREES OF FREEDOM SIGNIFICANCE = 0.0000
 CONTINGENCY COEFFICIENT = 0.58684
 LAMBDA (ASYMMETRIC) = 0.16484 WITH V36 DEPENDENT.
 LAMBDA (SYMMETRIC) = 0.14545 = 0.13178 WITH V37 DE

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 13



17

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Tomando en su conjunto todos los elementos, opiniones y tendencias de las personas que participaron en la presente investigación, podemos afirmar la aprobación de nuestra hipótesis, en virtud de la satisfacción o insatisfacción de cada una de las necesidades que enmarca Maslow en su teoría, al analizar nuestros datos nos damos cuenta, de que se requiere ganar más dinero (29.3 %) - opinan así, ya que el dinero es uno de los medios más relacionados con las necesidades fisiológicas, también al respecto, 50.0 % afirman que ganan menos de lo que a su categoría le corresponde, y por lo anterior cabe reflexionar, hasta donde la mentalidad de los trabajadores centraliza su atención en este recurso.

Referente a las necesidades de seguridad, es halagador ya -- que el 63.77 % se sienten seguros en su trabajo.

Por lo que toca a la afiliación, esta es muy importante para el cumplimiento de la mayoría de las tareas en este ramo, puesto que todavía se tiene la idea de que es a través del maestro como debe de aprender el ayudante, independientemente de lo que se diga de capacitación y adiestramiento la tecnología vigente ha arrancado la concepción de trabajo social, que así se considera al mundo artesanal, y dentro del cual se encuentra este sector de -- las Artes Gráficas, que lo ha convertido en una tarea que presuponemos poco importante, de que se considere al hombre en toda su plenitud, por lo que la afiliación como necesidad en lugar de contribuir a su confirmación, por la importancia que representa el -- trabajo en equipo, tal parece que en el plano de dirección no se le da mucha importancia.

Por lo que toca a la necesidad de estima, es mínima también la satisfacción parcial de esta, pues al hombre se le ve como objeto, por tanto, hasta donde se ha pensado en un reconocimiento --

de méritos en la conceptualización de lo que el hombre es y puede ser con relación a su trabajo en la planeación de carreras donde se realiza un compromiso bilateral que venga a reforzar el cumplimiento de las metas organizacionales, el contribuir a su propia valoración entre otras.

Por lo que corresponde a la autorrealización, si no se tienen preconcebidas e identificadas las otras necesidades, preguntamos ¿ Cuándo en cualquier programa de recursos humanos se ha intentado hacer sentir que el hombre debe de realizar aquello con lo que más se identifica para poder estar en condiciones de que se fijen metas razonablemente alcanzables, que considere su trabajo como un reto, que sea más participativo en los problemas y toma de decisiones ? , situaciones que también se detectaron como nulitas en la investigación presente, por lo dicho anteriormente, la razón está de nuestra parte en cuanto a que es imprescindible para cualquier proyecto de la organización, ya que se deben de conjugar a las estrategias organizacionales, las necesidades de la empresa, así como también las necesidades del individuo que comparte y participa en la organización.

Independientemente de las recomendaciones entrelazadas tanto en el punto anterior como en el presente, es pertinente pensar que cualquier programa que se enfoque a los recursos humanos no debe de implementarse por imitación, o por una moda administrativa, sino que debe ser consecuencia de las necesidades generales del ramo industrial, de las necesidades particulares de cada empresa, así como de los recursos con que cuenta cada una de ellas, sin descuidar indiscutiblemente los canales de comunicación más propios, la madurez de sus integrantes, aunado al interés que estos presten y respeto, así como el respaldo que pueda dar el grupo de dirección a un programa de esta índole, porque puede pensarse en determinadas actividades que bien pueden ser sencillas, pero que si no son dadas en base a lo que comprende el dominio afectivo, podrán caer en un terreno en contra de la dignidad humana.

Por el contexto considerado, sale sobrando afirmar la importancia de las necesidades para la determinación del comportamiento humano. en lo que ahora debemos de pensar es en cuanto a que la administración debe ser manifiesta no en base a que tan sofisticada no debe ser para el éxito de cualquier organización, sino que tan deseoso está el hombre en comprometerse con ella, y solo será factible si ese ente tan complejo, siente que a través de su trabajo, del medio laboral en que se desenvuelve, y de toda la organización en sí, es factible ser feliz.

Es imperiosa la necesidad de establecer ciertos programas — que "coadyuven" a la integración de los recursos humanos en la organización, no debemos esperar que dichos programas sean la panacea y resolución de todos los problemas humanos manifiestos en el presente o que se generen en el futuro, porque los mismos no son más que un apéndice del sistema integral que se debe de conformar en las organizaciones, en base a sus vivencias, pretenciones y recursos entrelazados.

Además cualquier cambio de cualquier índole que comprometa — al hombre, no debe ser radical sino que debe ser paulatino, ya — que no esperamos estructurar valores, o. pasar por alto ciertas — características negativas de su ideosincracia ni modificar costumbres o hábitos para poder generar una nueva filosofía fincada en el trabajo, sino que debe ser consecuencia organizacional a largo plazo pero con indicadores convincentes en períodos relativamente cortos para ir midiendo dicho proceso de gestación y sobre todo — cuyo espíritu creador de dicha estrategia sea la estabilidad y el aseguramiento de una larga vida de la organización. Considerando — este aspecto sugerimos que en el lector en el que haya tenido efecto la presente investigación, se comprometa a realizar esos — cambios que den mayor vigor y vida a la organización, entre algunos de los aspectos que consideramos dignos de tomarse en cuenta, está entrelazar la planeación y desarrollo de los recursos huma—

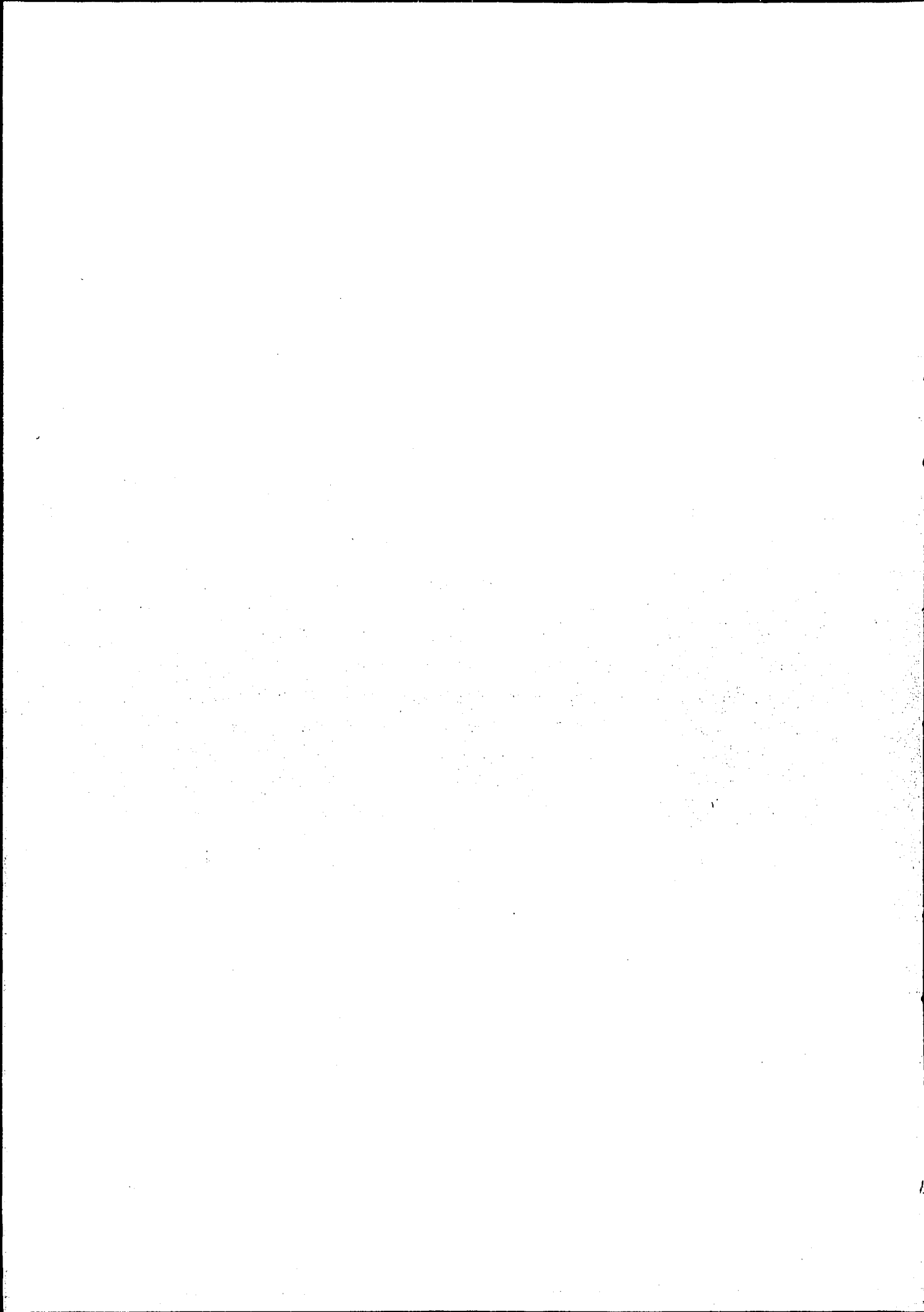
nos, que tiene como propósito fundamental el asegurar personal potencialmente adecuado en el presente y para el futuro con los propósitos supremos de la organización, para tal fin debemos ser radicalmente administradores, como lo define la corriente estructuralista, en que se debe de ser frío en sus apreciaciones en la evaluación del personal, y hasta cierto punto nada sentimental en los elementos que se conjuguen en una toma de decisiones, lo cual indiscutiblemente es difícil, porque ante todo somos humanos y la ambivalencia en el hombre siempre estará presente, pero en este plano se tendría que involucrar a las necesidades humanas, la evaluación del desempeño, el potencial, las actitudes, y en fin todos o todas las características y experiencias de nuestros propios recursos, como ejemplo nos atrevemos a mencionar que deseamos crecer más, pero no nos hemos puesto a reflexionar si tenemos los recursos humanos propios y adecuados para tal propósito, o bien nuestro crecimiento es improvisado y mal planeado, lo que implica un derroche de recursos que bien pudieramos haber tenido en el renglón de beneficios, emanada de esta intención inicial surgirán un sinnúmero de programas concretos que indiscutiblemente contribuirán a elevar la eficiencia y productividad en la empresa, involucrando en ello los sentimientos de responsabilidad inherentes y necesarios para tales efectos.

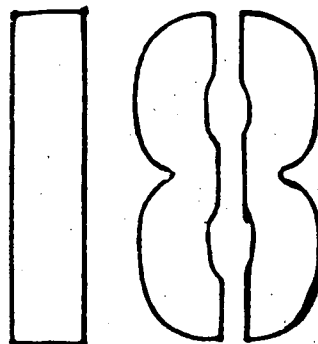
Debemos procurar incorporarnos al grupo que hemos mantenido aislado durante mucho tiempo, que no le hemos dado la suficiente confianza, ya sea porque no lo creíamos conveniente o porque no se lo merece.

Es preocupante el problema del personal reemplazado, la rotación de estos y las promociones que en su mayoría son improvisadas, en lugar de ser las adecuadas para la integración organizacional, son individuos potencialmente conflictivos que ante cualquier cambio son los primeros saboteadores de las intenciones de la alta dirección.

También resultaría interesante establecer programas de convuvencia para confirmar la sociometría positiva de la organización, con el establecimiento de programas que realmente beneficien a -- una mayoría y se vislumbren en ellas las necesidades referentes a prestaciones, el promover programas específicos de motivación y -- competencia constructiva y hablar de una mejor administración de -- sueldos y salarios, establecer las bases para la selección de per -- sonal en la que la capacitación y el adiestramiento sea el más -- propio y enfocado a una necesidad real más que a un compromiso y cumplimiento legal.

Para concluir queremos hacer notar que con la presente inves -- tigación lo que pretendemos es sembrar la semilla que promueva la aceptación e implementación de la administración moderna cuyo fo -- co central es el hombre mismo y no los elementos abstractos y sin vida que existen en cualquier empresa, porque estamos seguros que se deja de obtener y ganar un rendimiento de la inversión cuando -- se sigue pensando en un pasado que posiblemente tiene su origen -- en empirismos, y con el afán de no menospreciar y ofender a nadie -- con esta nueva filosofía, estaremos contribuyendo al engrandeci -- miento en todos sus aspectos del ente socioeconómico en el cual -- se vive y por el cual se vive. .





ANEXOS.

Anexo # 1

- Producción Bruta Total.
- Establecimientos.
- Personal Empleado.
- Remuneraciones al personal empleado.
- Capital Invertido.
(de la industria de las Artes Gráficas).

Anexo # 2

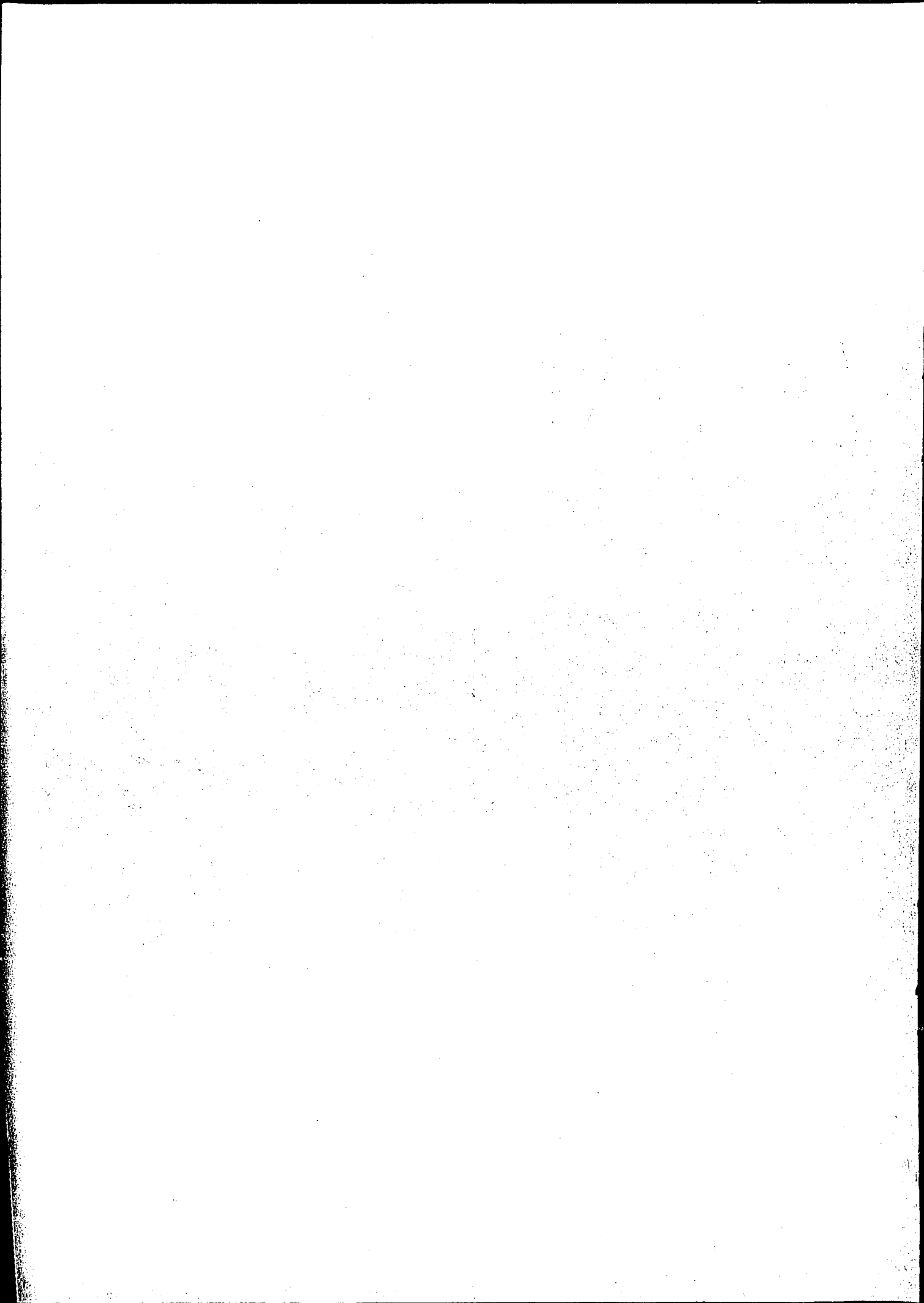
- Número Total de Empresas y Trabajadores de la Unión de Industriales Litógrafos de México A.C.
- Determinación de la Muestra.
Tamaño de "n".

Anexo # 3

- Gráficas correspondientes a los Resultados.

ANEXO

I



PRODUCCION BRUTA TOTAL DE LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

(Millones de Pesos)

(Anexo # 1 - Cuadro 1)

Actividad.	1965	1970	1975	1980 ^x
Edición de Periódicos y Revistas.	1 079	2 129	4 138	5 509
Edición de Libros y Similares.	504	521	1 364	1 656
Imprenta, Litografía y Encuadernación.	1 771	2 634	4 386	5 545
Fabricación de Fotogramados y Clisés.	39	146	221	317
Total.	3 693	5 430	10 109	13 027

ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

(Anexo # 1 - Cuadro 2)

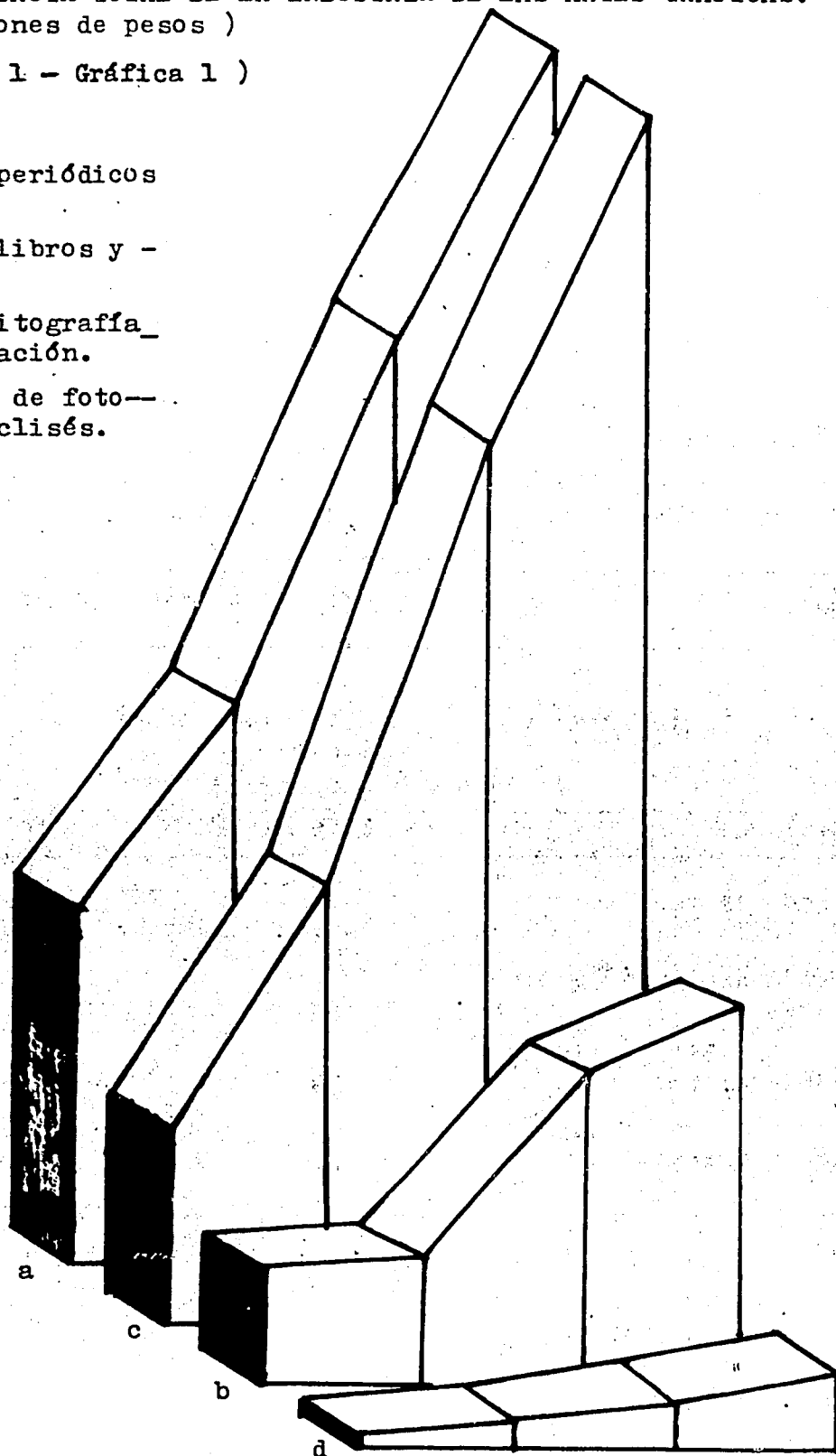
Actividad	1965	1970	1975	1980 ^x
Edición de Periódicos y Revistas.	444	483	450	622
Edición de Libros y Similares.	192	142	127	178
Imprenta, Litografía y Encuadernación.	3 073	3 774	3 920	5 546
Fabricación de Fotogramados y Clisés.	139	233	300	402
Total.	3 848	4 632	4 797	6 750

Fuente: Censos Industriales VIII, IX y X
 Dirección General de Estadística, S.P.P
 x Proyecciones.

PRODUCCION BRUTA TOTAL DE LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.
(millones de pesos)

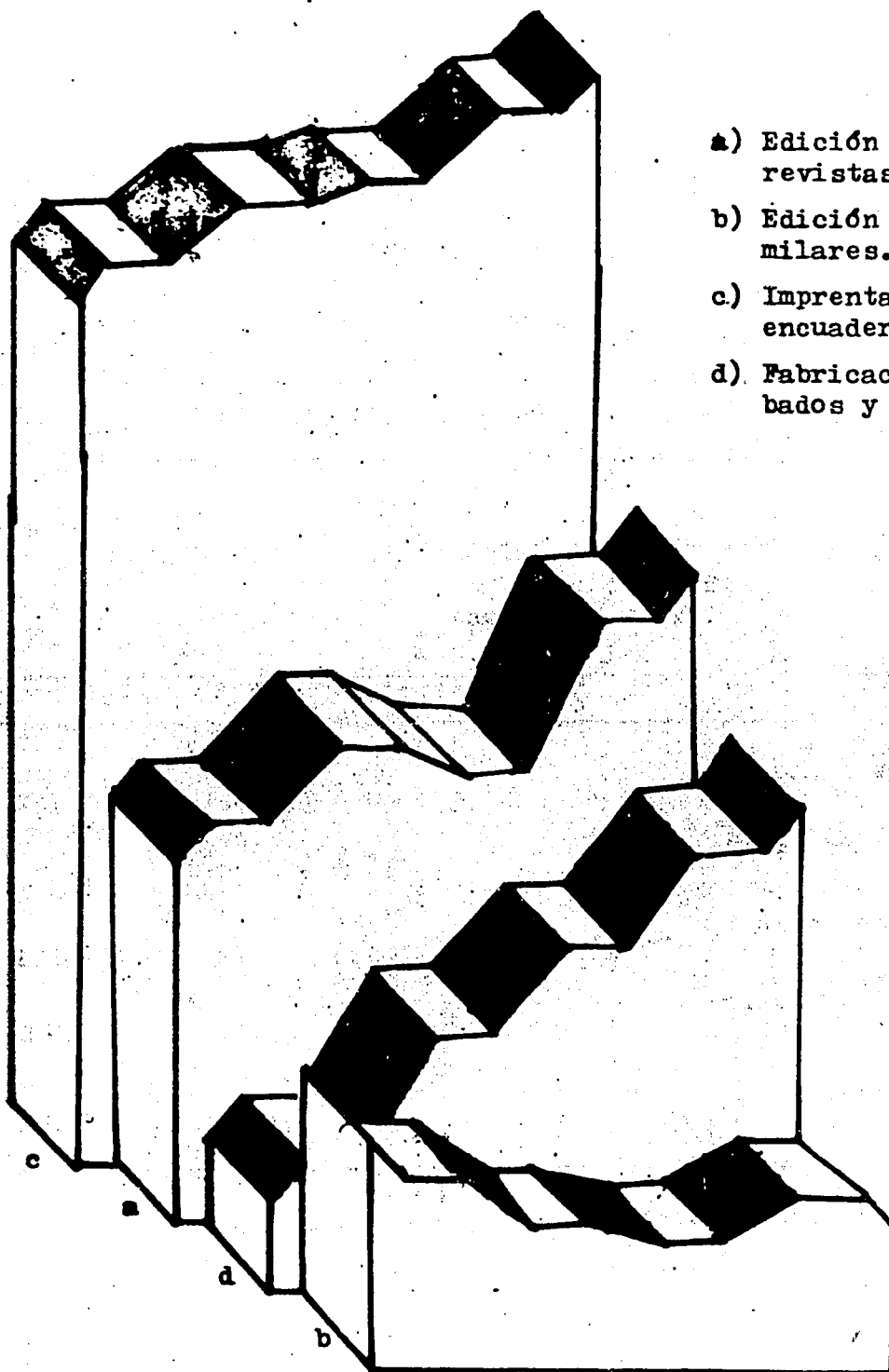
(Anexo # 1 - Gráfica 1)

- a) Edición de periódicos y revistas.
- b) Edición de libros y similares.
- c) Imprenta, litografía y encuadernación.
- d) Fabricación de foto-grabados y clisés.



ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

(Anexo # 1 - Gráfica 2)



- a) Edición de periódicos y revistas.
- b) Edición de libros y similares.
- c) Imprenta, litografía y encuadernación.
- d) Fabricación de fotogramas y clisés.

PERSONAL EMPLEADO EN LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.
(Anexo # 1 - Cuadro 3)

Actividad.	1965	1970	1975	1980 ^x
Edición de Periódicos y Revistas.	12 486	17 309	16 453	19 383
Edición de Libros y Similares.	4 500	3 663	4 682	4 464
Imprenta, Litografía y Encuadernación.	31 348	33 724	27 357	26 818
Fabricación de Fotogramados y Clisés.	1 129	2 176	1 824	2 404
Total.	49 463	56 872	50 316	53 069

REMUNERACIONES AL PERSONAL EMPLEADO EN LA INDUSTRIA DE
LAS ARTES GRAFICAS.
(Miles de Pesos)

(Anexo # 1 - Cuadro 4)

Actividad.	1965	1970	1975	1980 ^x
Edición de Periódicos y Revistas.	221 743	493 090	940 661	1 270 749
Edición de Libros y Similares.	87 192	105 189	276 934	346 180
Imprenta, Litografía y Encuadernación.	447 940	684 290	1 120 724	1 423 769
Fabricación de Fotogramados y Clisés.	14 149	41 995	66 078	92 586
Total.	771 149	1 324 564	2 404 347	3 133 284

Fuente: Censos Industriales VIII, IX y X.

Dirección General de Estadística, S.P.P.

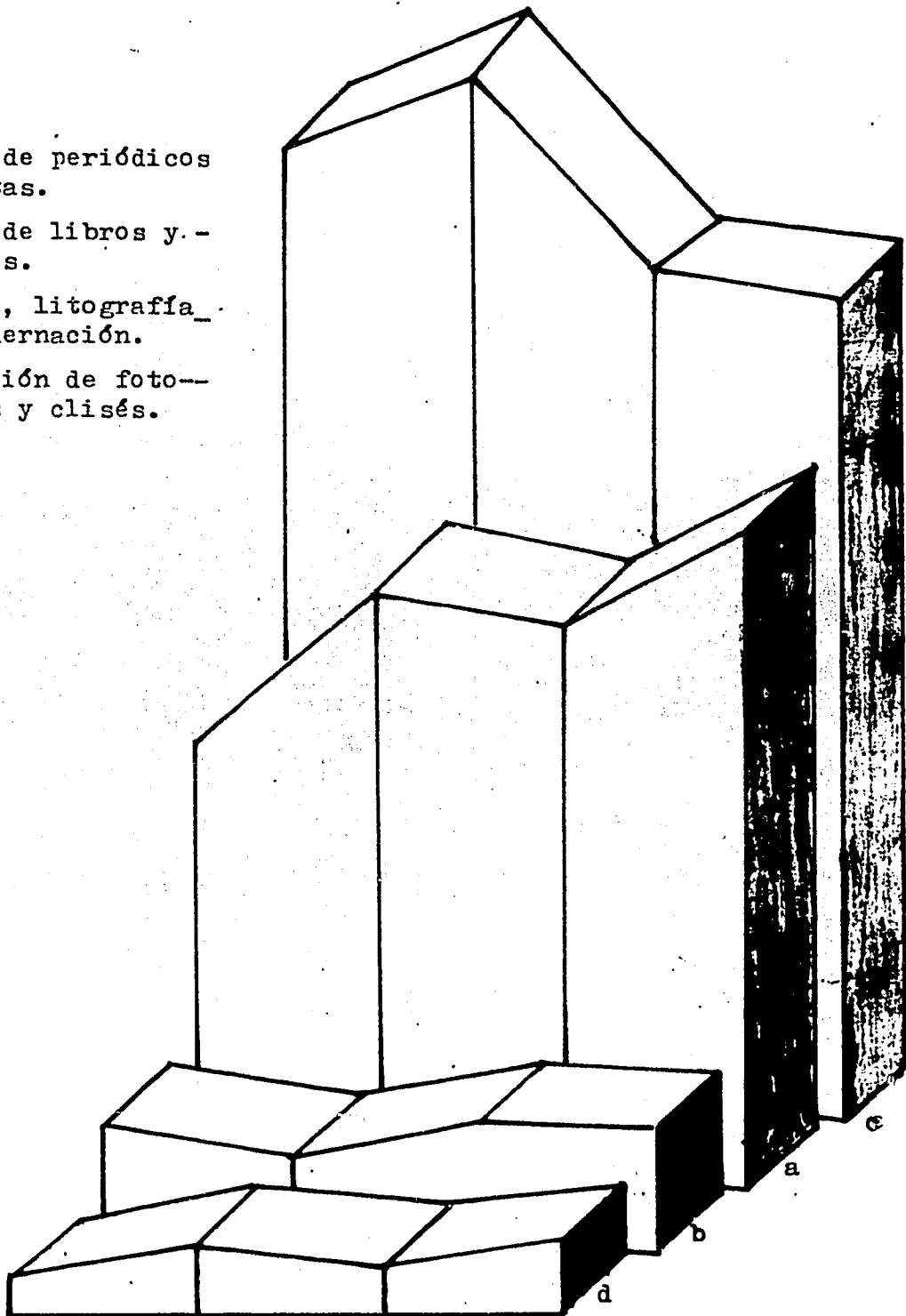
x Proyecciones.

PERSONAL EMPLEADO EN LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

(Miles de personas)

(Anexo # 1 - Gráfica 3)

- a) Edición de periódicos y revistas.
- b) Edición de libros y similares.
- c) Imprenta, litografía y encuadernación.
- d) Fabricación de fotograbados y clisés.

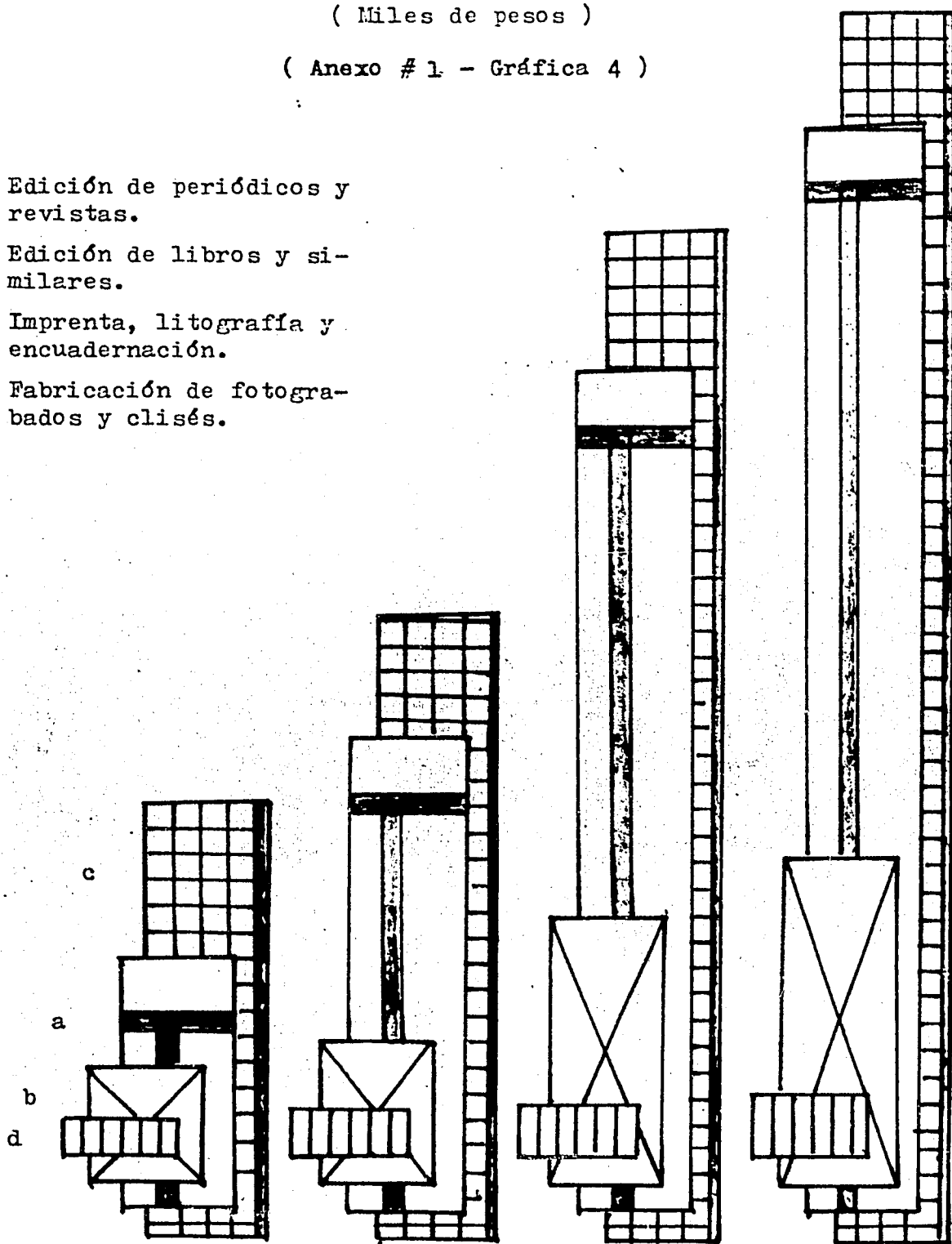


REMUNERACIONES AL PERSONAL EMPLEADO EN LA INDUSTRIA DE
LAS ARTES GRAFICAS.

(Miles de pesos)

(Anexo # 1 - Gráfica 4)

- a) Edición de periódicos y revistas.
- b) Edición de libros y similares.
- c) Imprenta, litografía y encuadernación.
- d) Fabricación de fotogramas y clisés.



CAPITAL INVERTIDO EN LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

(Miles de Pesos)

(Anexo # 1 - Cuadro 5)

Actividad.	1965	1970	1975	1980 ^x
Edición de Periódicos y Revistas.	646 737	1 313 374	1 459 574	1 952 732
Edición de Libros y Similares.	692 472	816 173	745 453	804 347
Imprenta, Litografía y Encuadernación.	1 214 632	1 953 627	2 363 539	2 992 339
Fabricación de fotografías y Clisés.	25 044	90 624	101 440	148 765
Total.	2 578 885	4 173 798	4 670 006	5 898 683

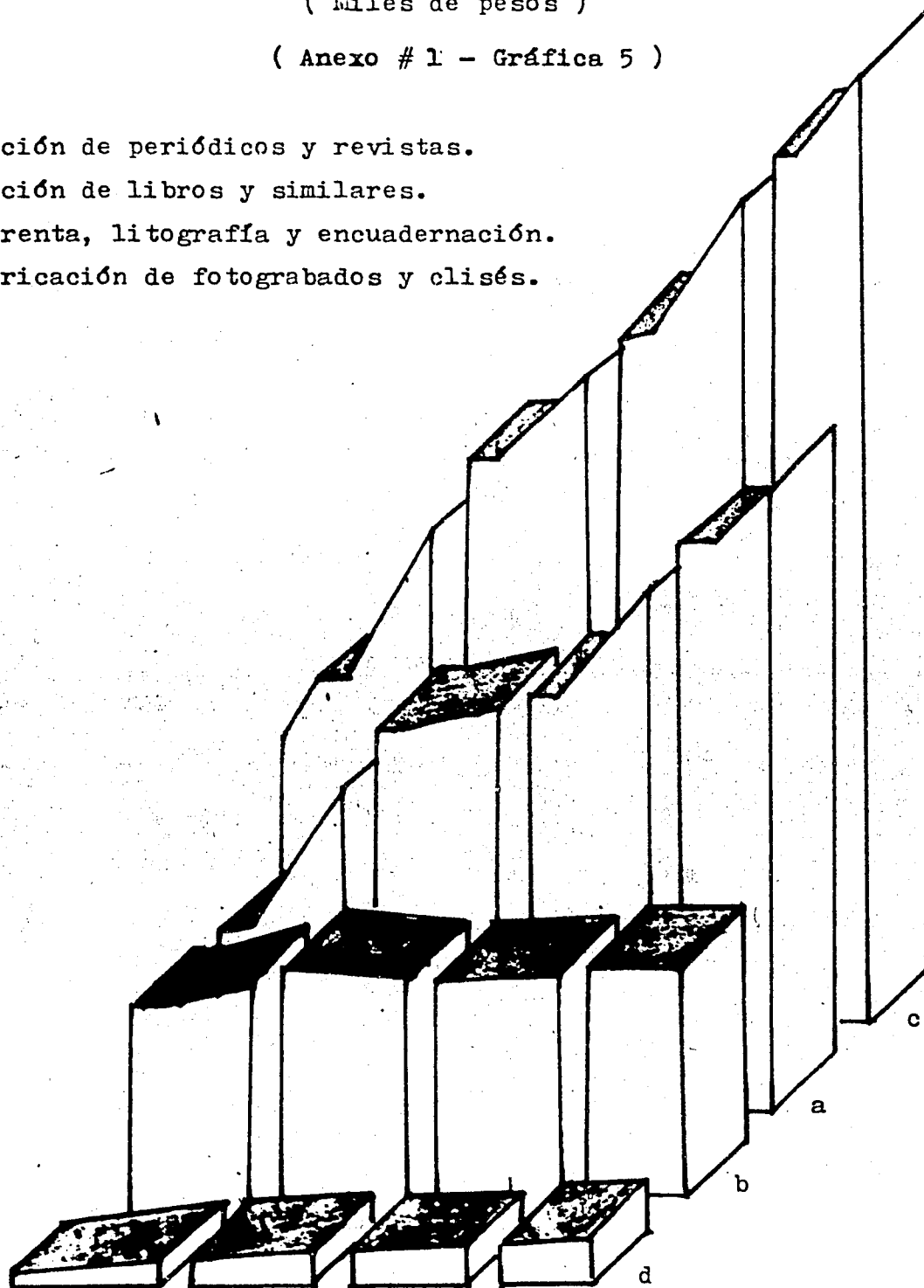
Fuente: Censos Industriales VIII, IX y X
Dirección General de Estadística, S.P.P.
x Proyecciones.

CAPITAL INVERTIDO EN LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS.

(Miles de pesos)

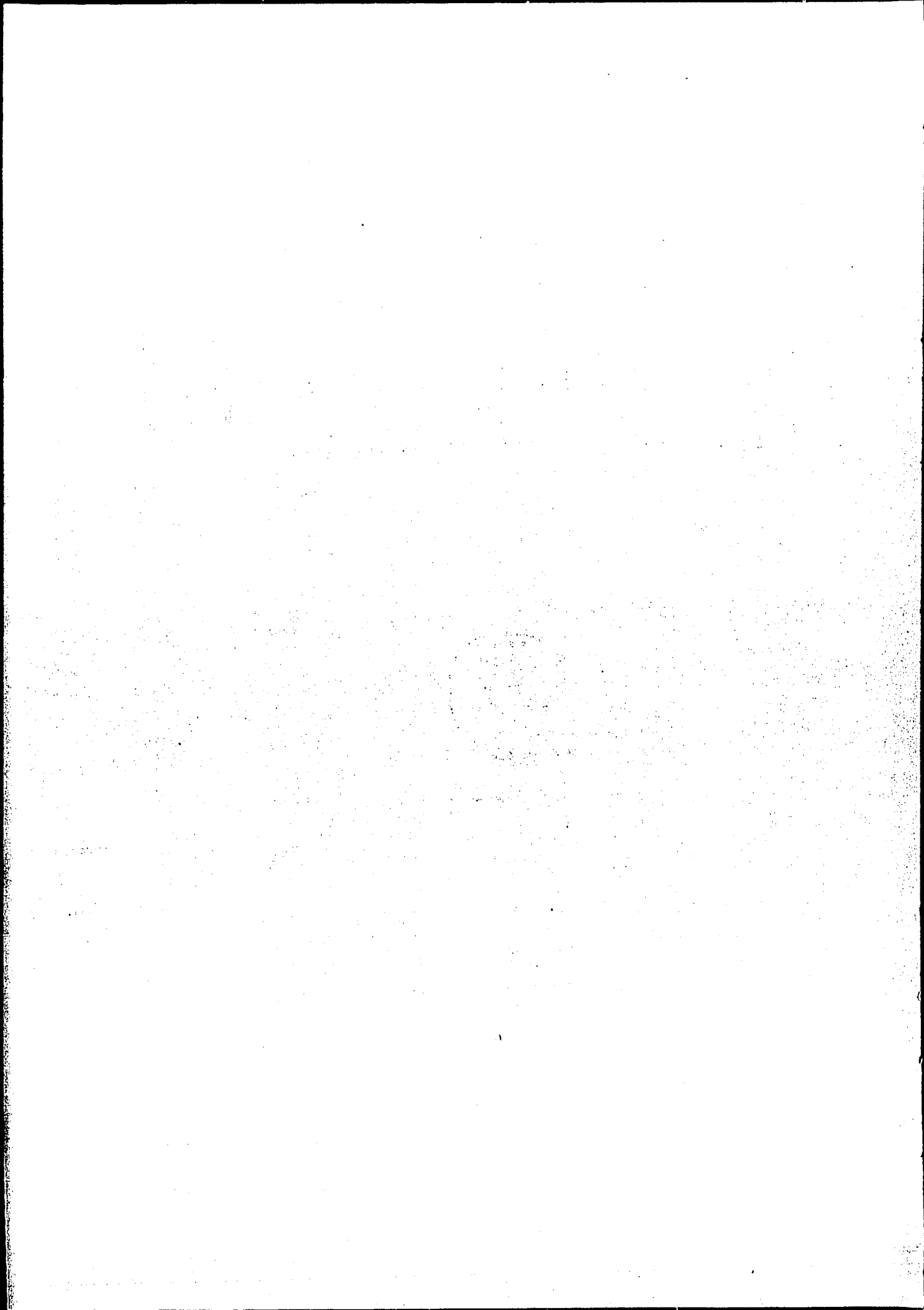
(Anexo # 1 - Gráfica 5)

- a) Edición de periódicos y revistas.
- b) Edición de libros y similares.
- c) Imprenta, litografía y encuadernación.
- d) Fabricación de fotograbados y clisés.

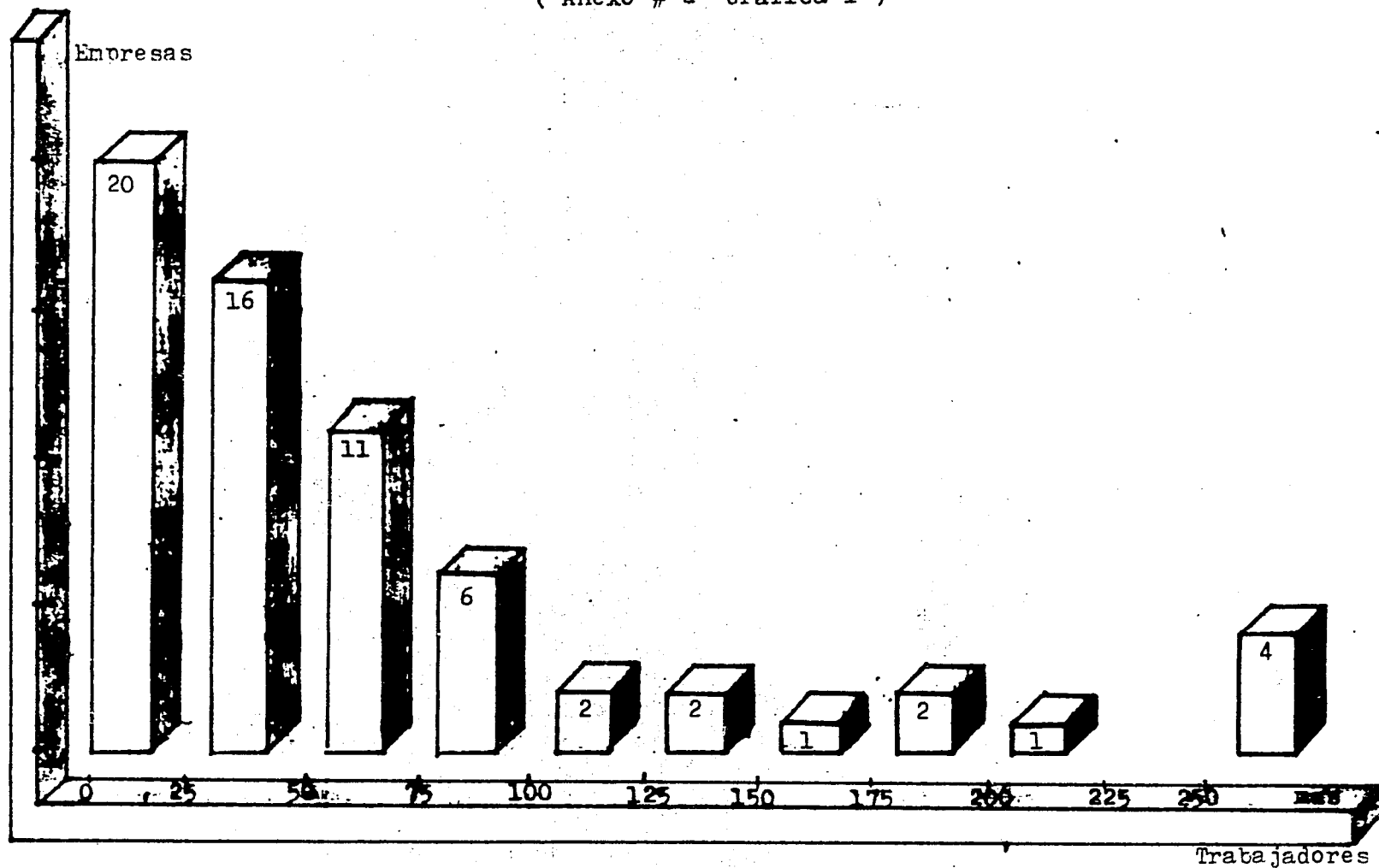


ANEXO

2



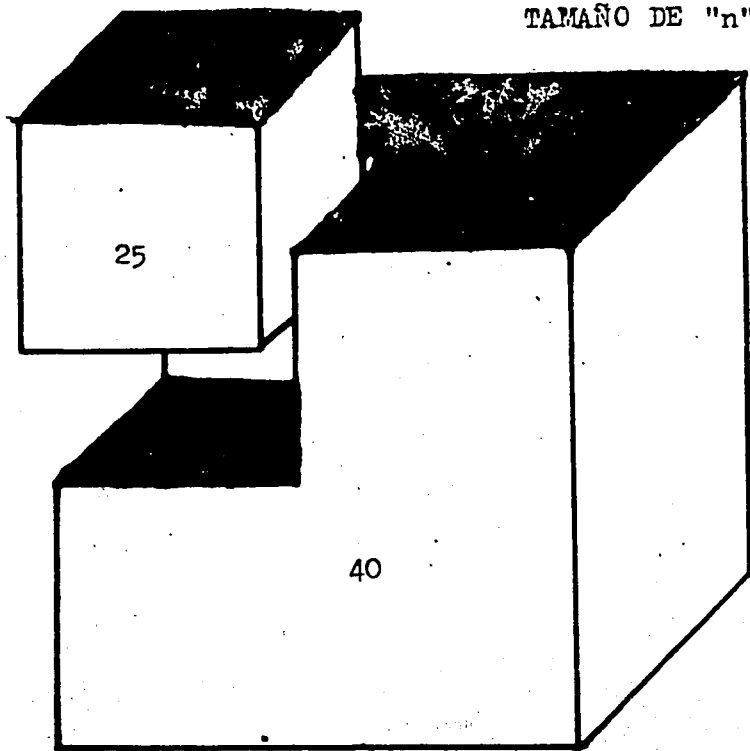
NUMERO TOTAL DE EMPRESAS Y TRABAJADORES DE LA UNION DE INDUSTRIALES LITOGRAFOS DE MEXICO. A.C.
(Anexo # 2- Gráfica 1)



DETERMINACION DE LA MUESTRA.

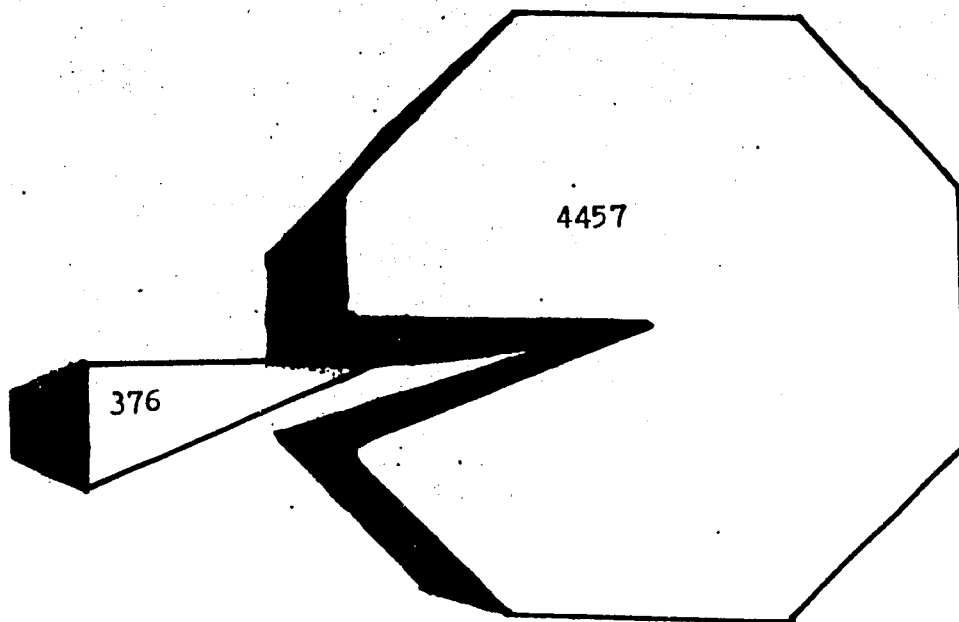
TAMAÑO DE "n"

E
M
P
R
E
S
A
S



(Anexo # 2 - Gráfica 2)

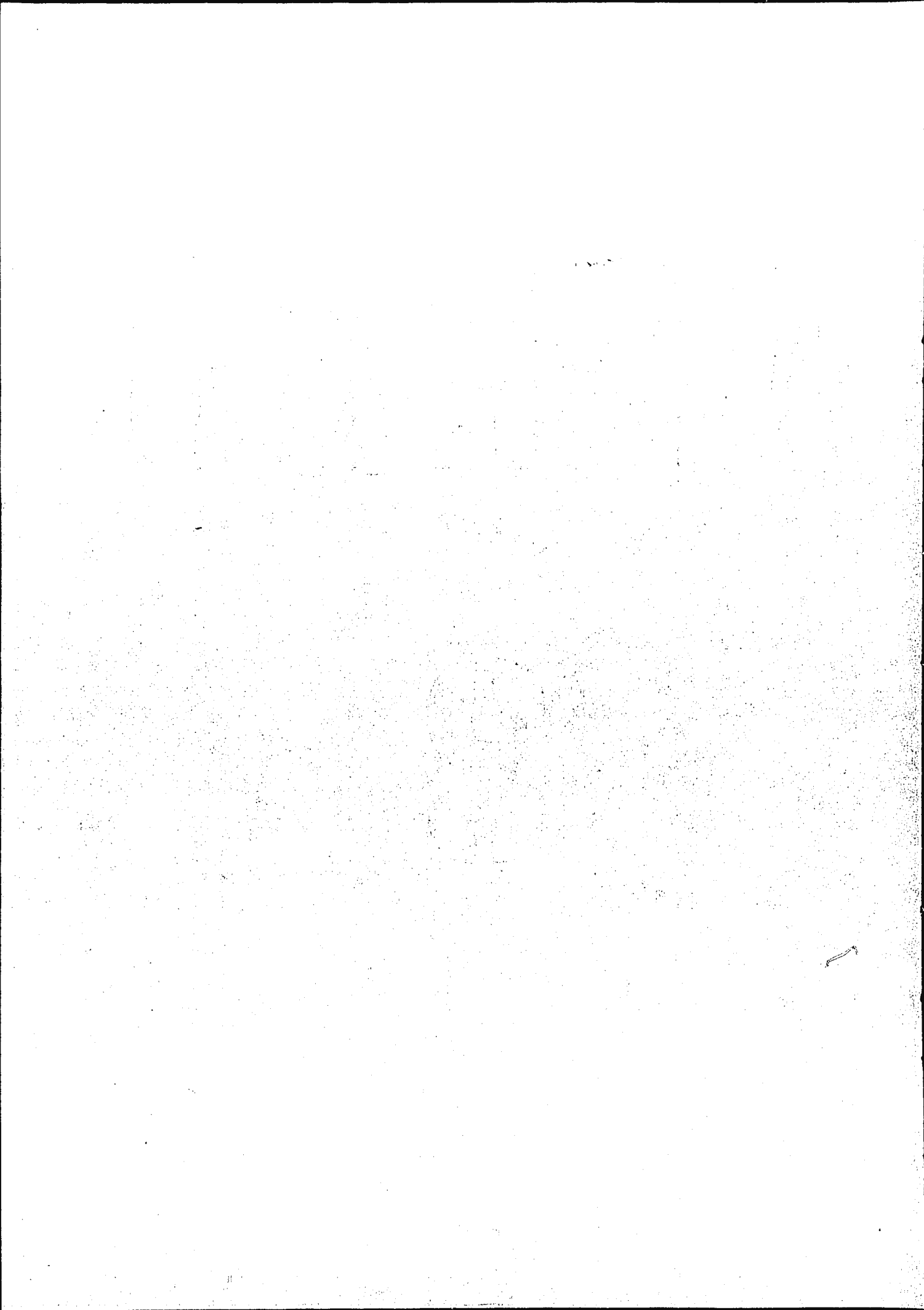
T
R
A
B
A
J
A
D
O
R
E
S



(Anexo # 2 - Gráfica 3)

ANEXO

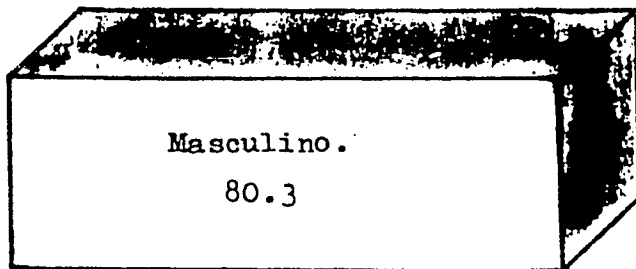
3



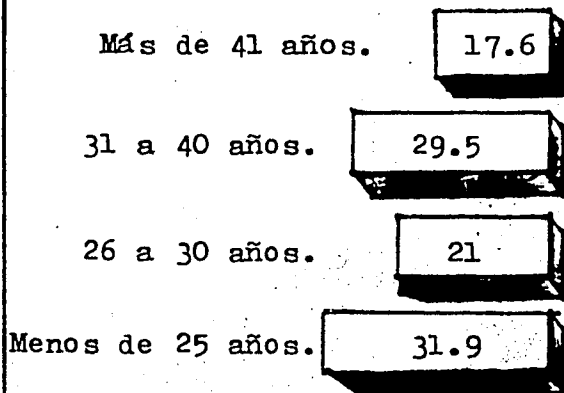
DATOS GENERALES.

SEXO:

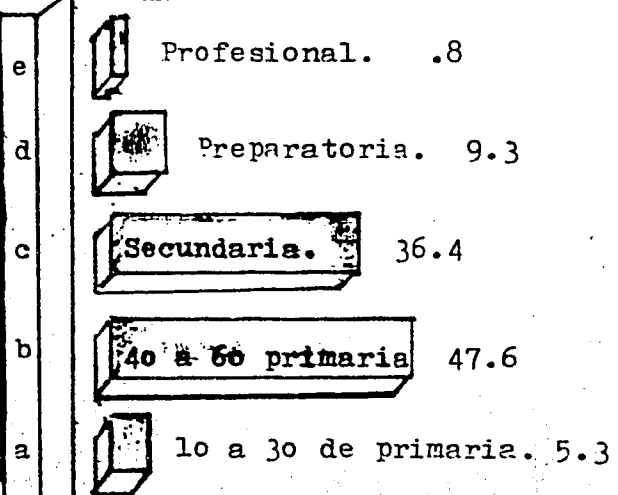
(Anexo # 3 - Gráfica 1)



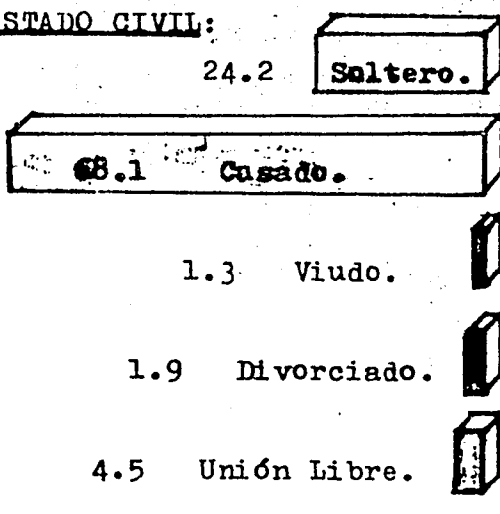
EDAD:



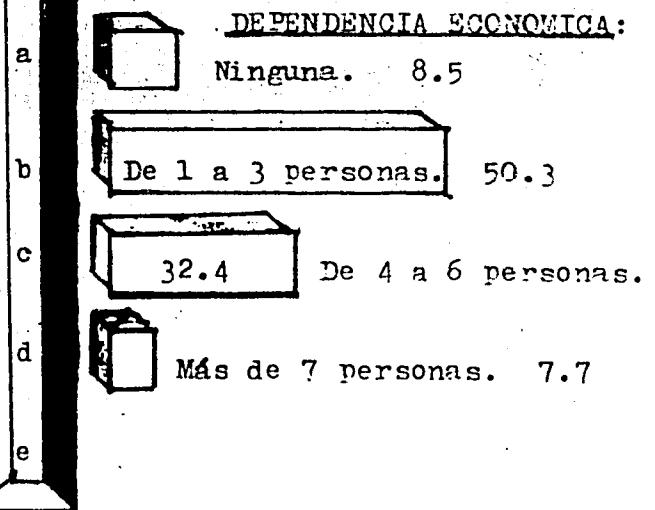
ESCOLARIDAD:



ESTADO CIVIL:

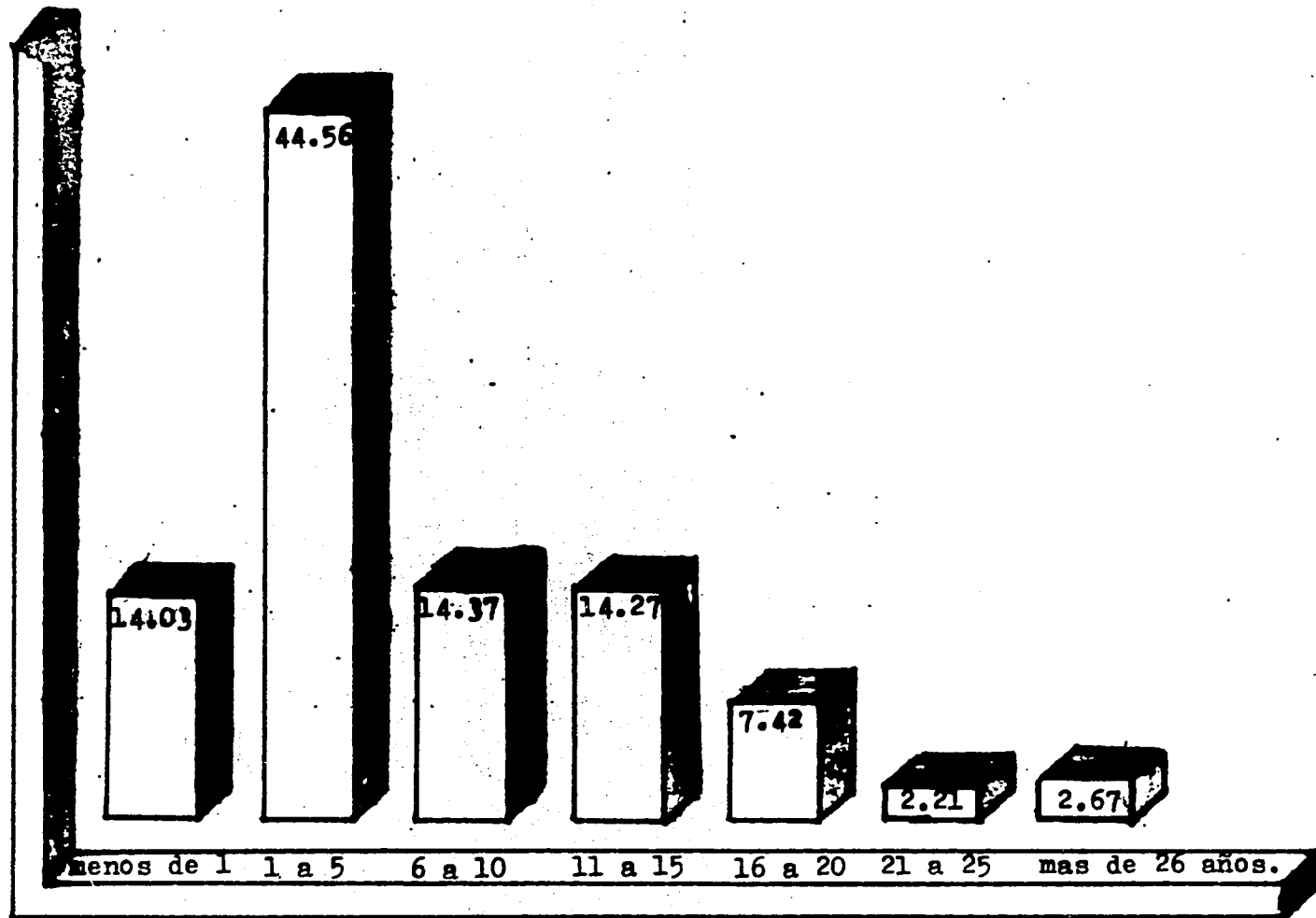


DEPENDENCIA ECONOMICA:



TIEMPO DE TRABAJAR EN LA EMPRESA.

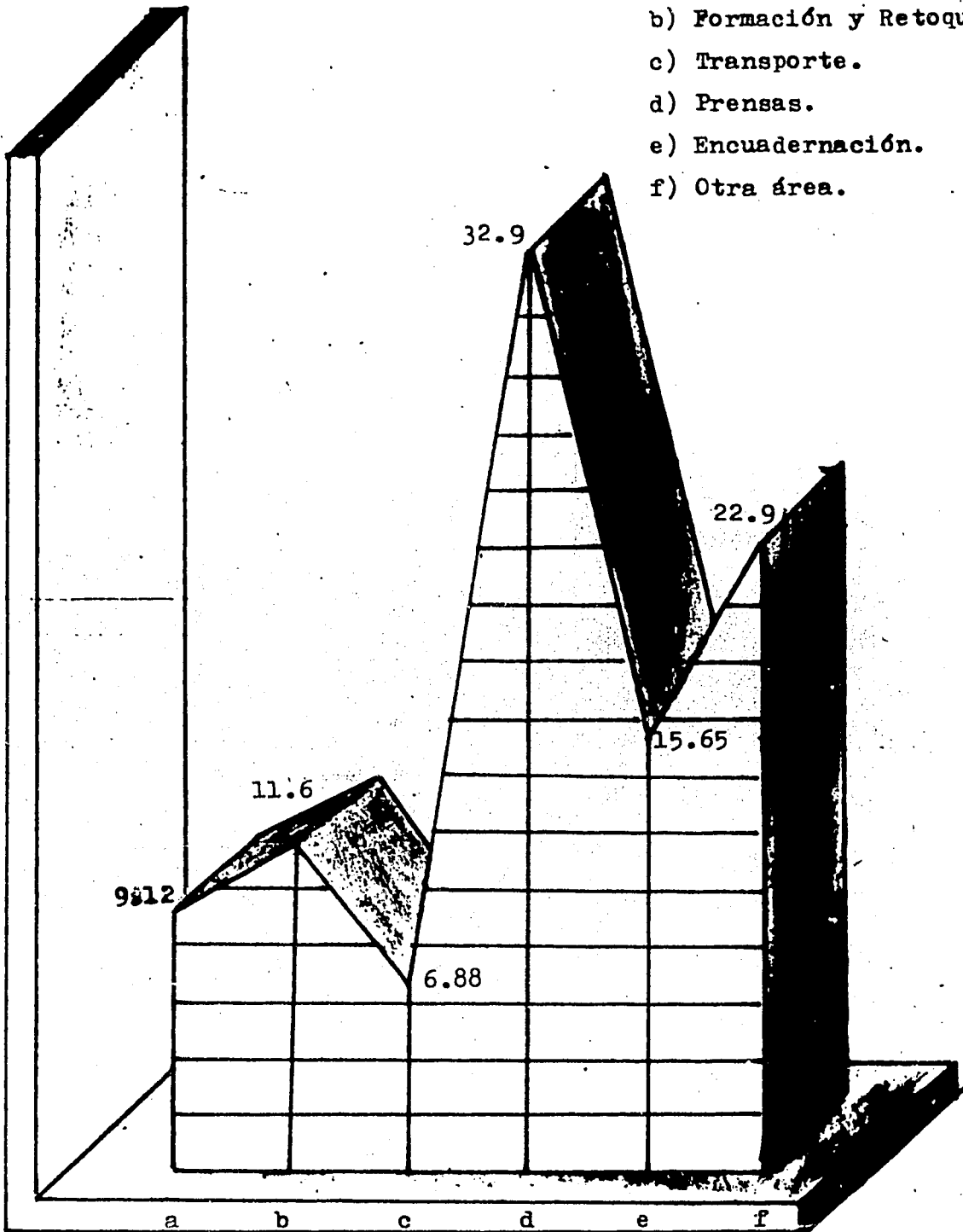
(Anexo # 3 - Gráfica 2)



AREAS DE TRABAJO.

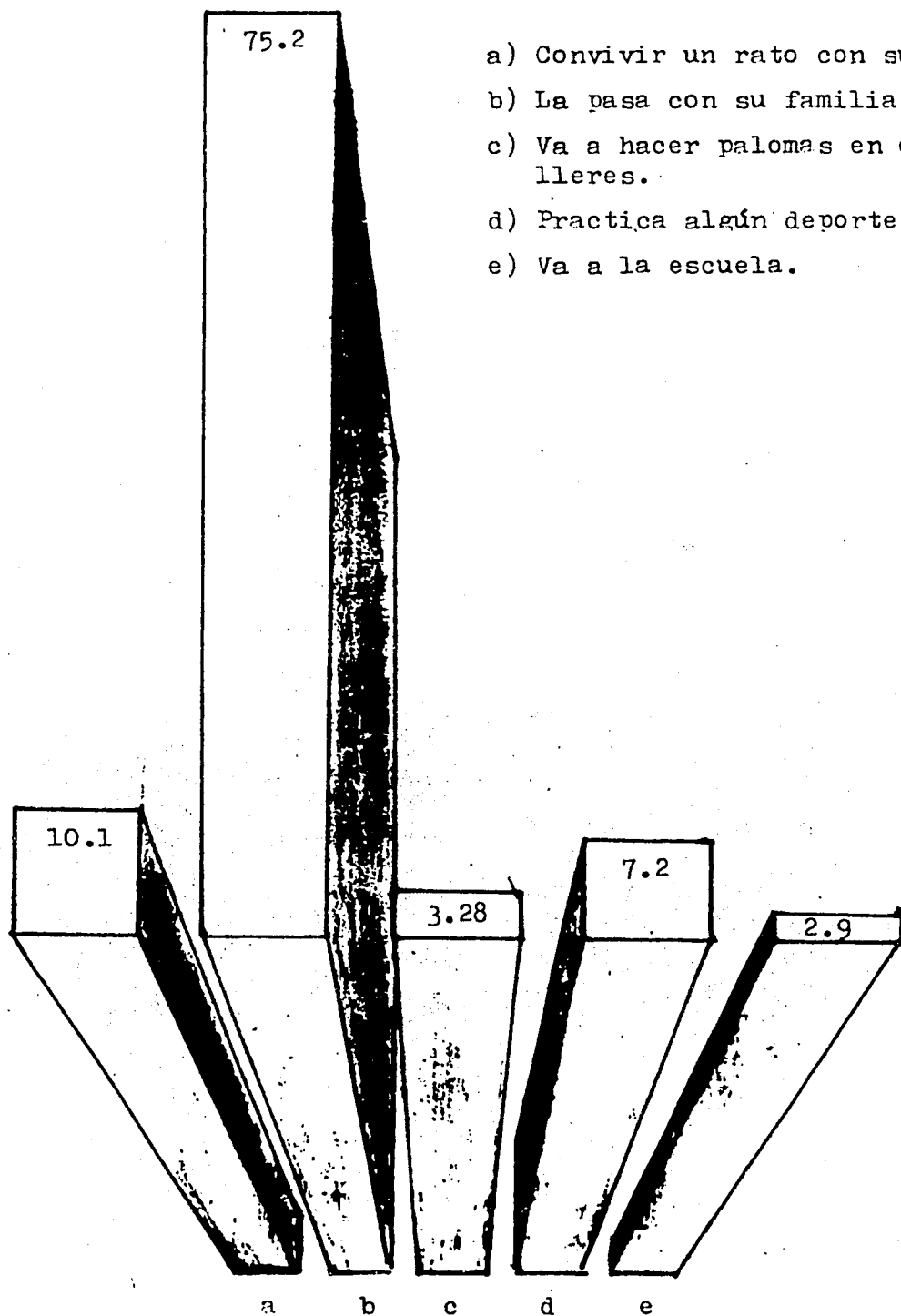
(Anexo # 3 - Gráfica 3)

- a) Fitolito.
- b) Formación y Retoque.
- c) Transporte.
- d) Prensas.
- e) Encuadernación.
- f) Otra área.



TIEMPO LIBRE DESPUES DE QUE SALE DE SU TRABAJO.

(Anexo # 3 - Gráfica 4)

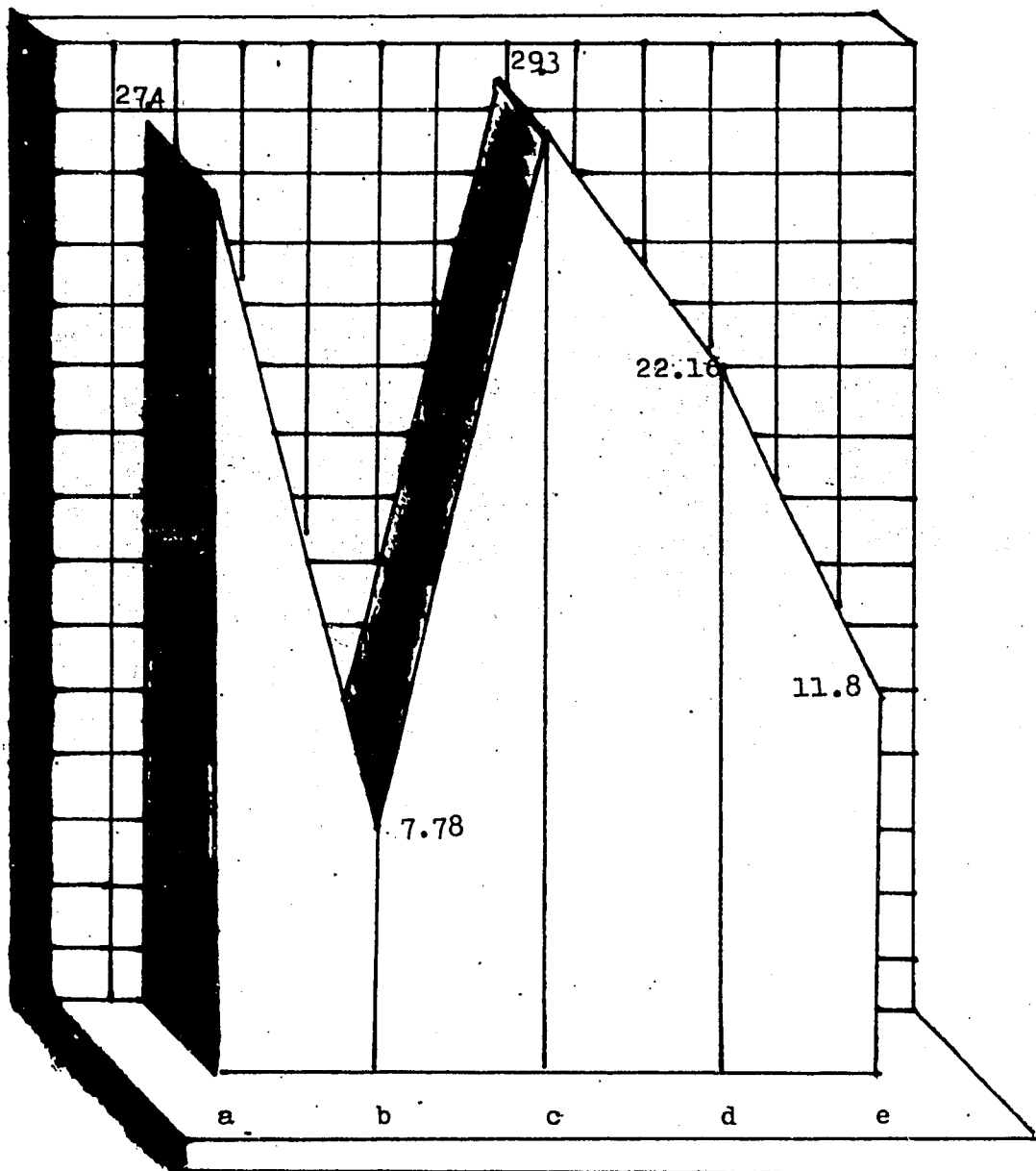


- a) Convivir un rato con sus amigos.
- b) La pasa con su familia.
- c) Va a hacer palomas en otros talleres.
- d) Practica algún deporte.
- e) Va a la escuela.

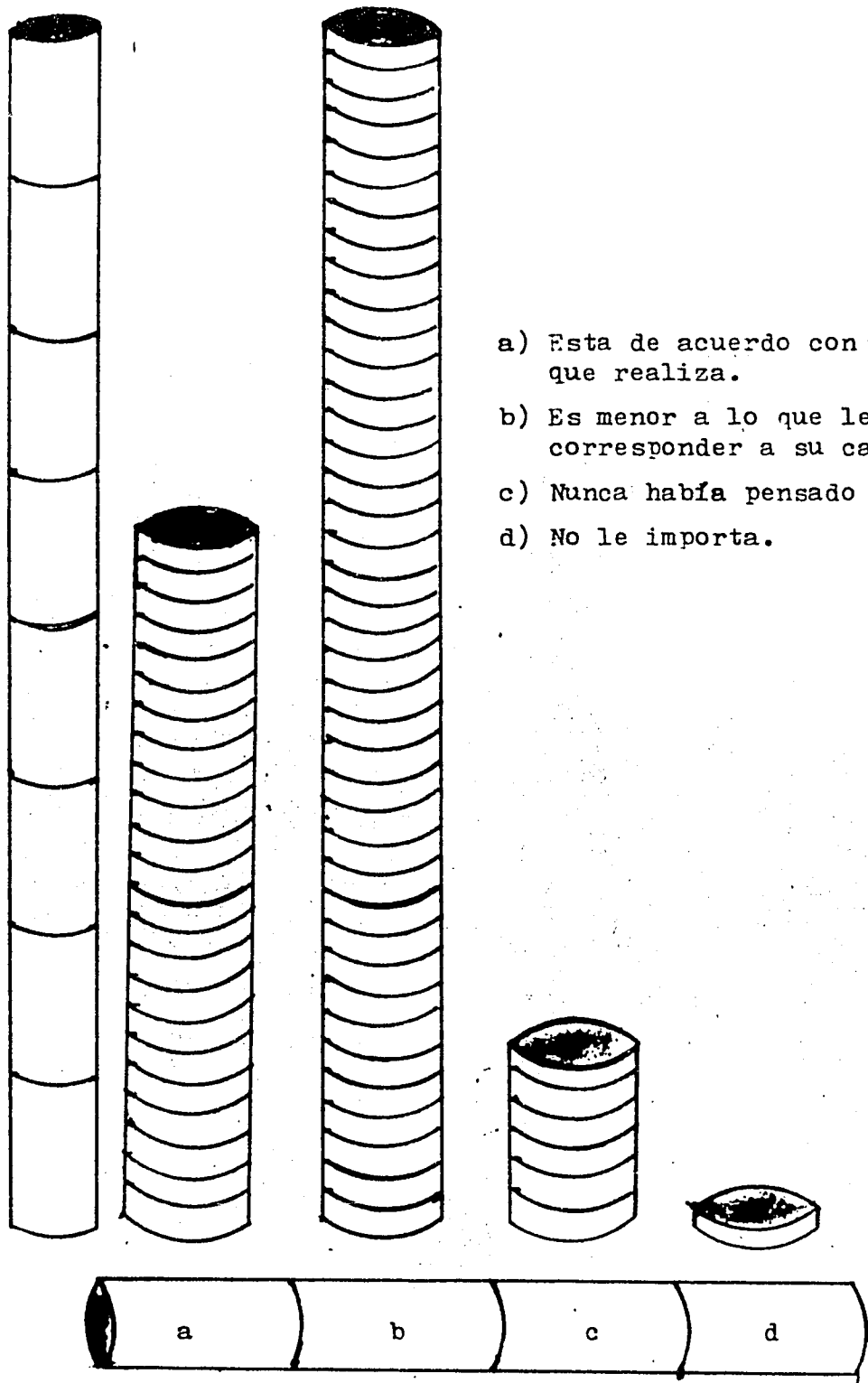
ILUSION MAS GRANDE E INMEDIATA QUE TIENEN.

(Anexo # 3 - Gráfica 5)

- a) Tener casa propia.
- b) Tener otro trabajo donde se sienta más a gusto.
- c) Ganar más dinero.
- d) Poner un negocio.
- e) Estudiar.



COMO CONSIDERAN EL DINERO QUE GANAN.
(Anexo # 3 - Gráfica 6)

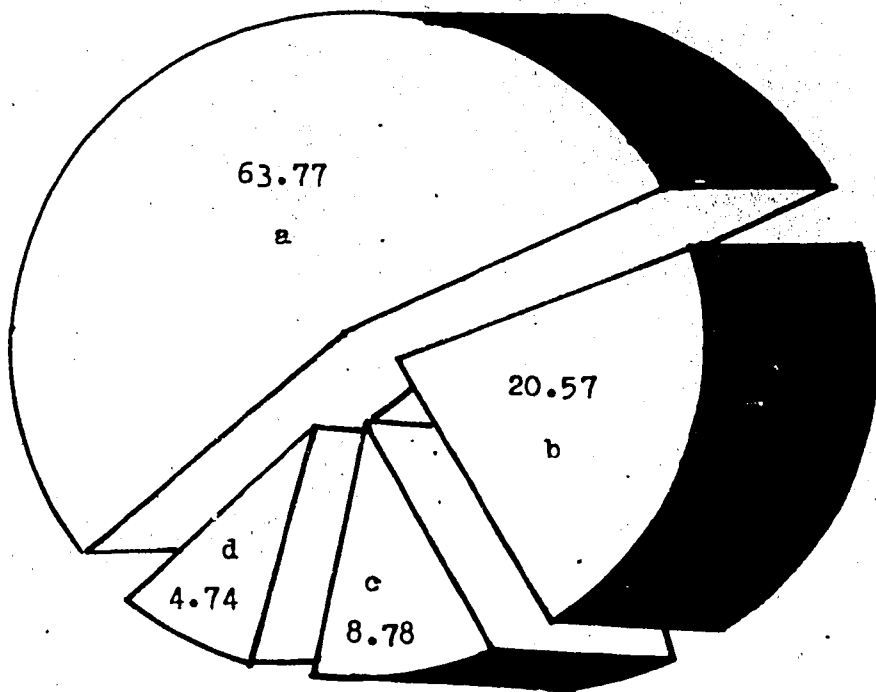


- a) Esta de acuerdo con el trabajo que realiza.
- b) Es menor a lo que le debe de corresponder a su categoría.
- c) Nunca había pensado en esto.
- d) No le importa.

SEGURIDAD EN EL TRABAJO.

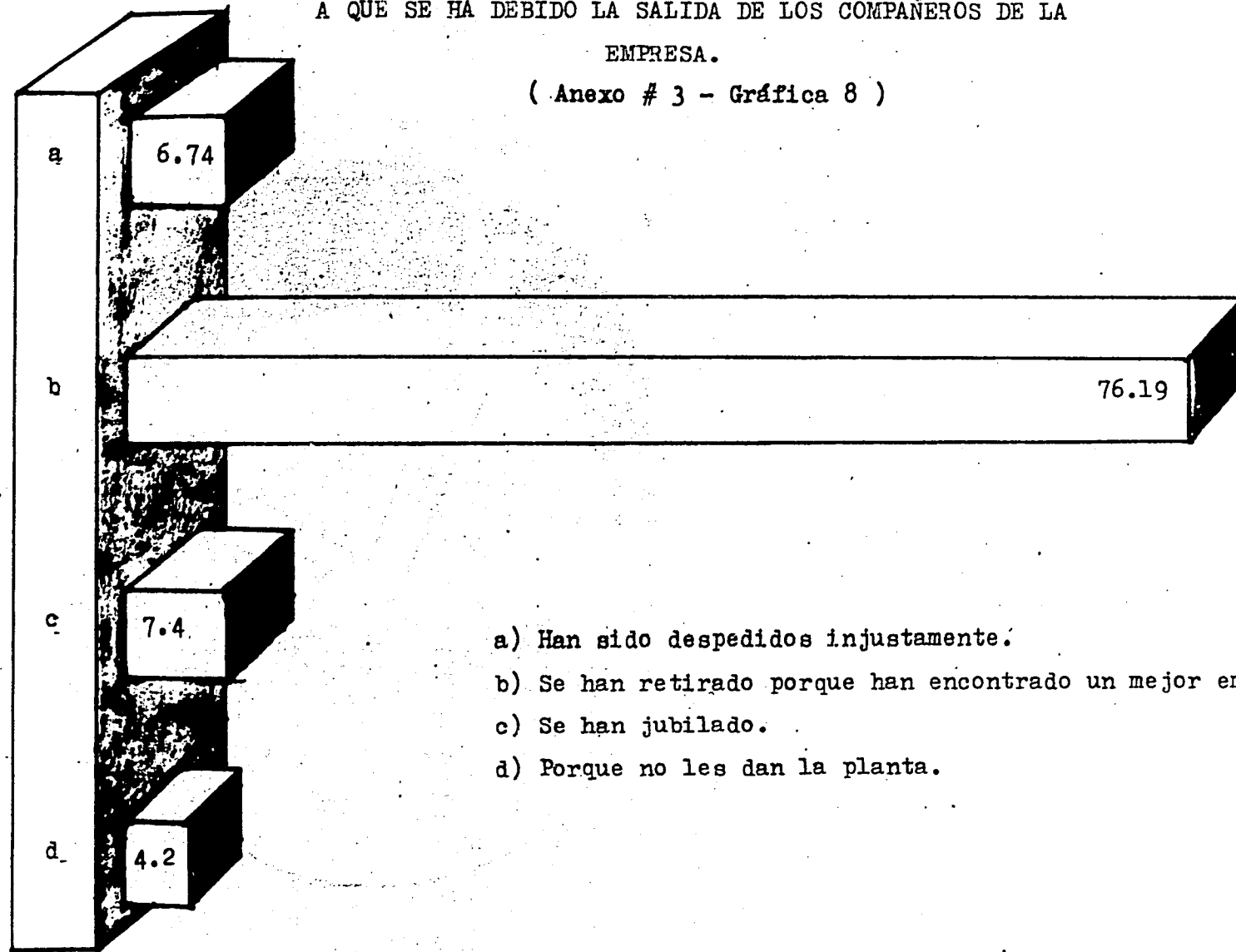
(Anexo # 3 - Gráfica 7)

- a) Seguro.
- b) Medianamente seguro.
- c) Inseguro.
- d) Nunca había pensado en esto.



A QUE SE HA DEBIDO LA SALIDA DE LOS COMPAÑEROS DE LA
EMPRESA.

(Anexo # 3 - Gráfica 8)

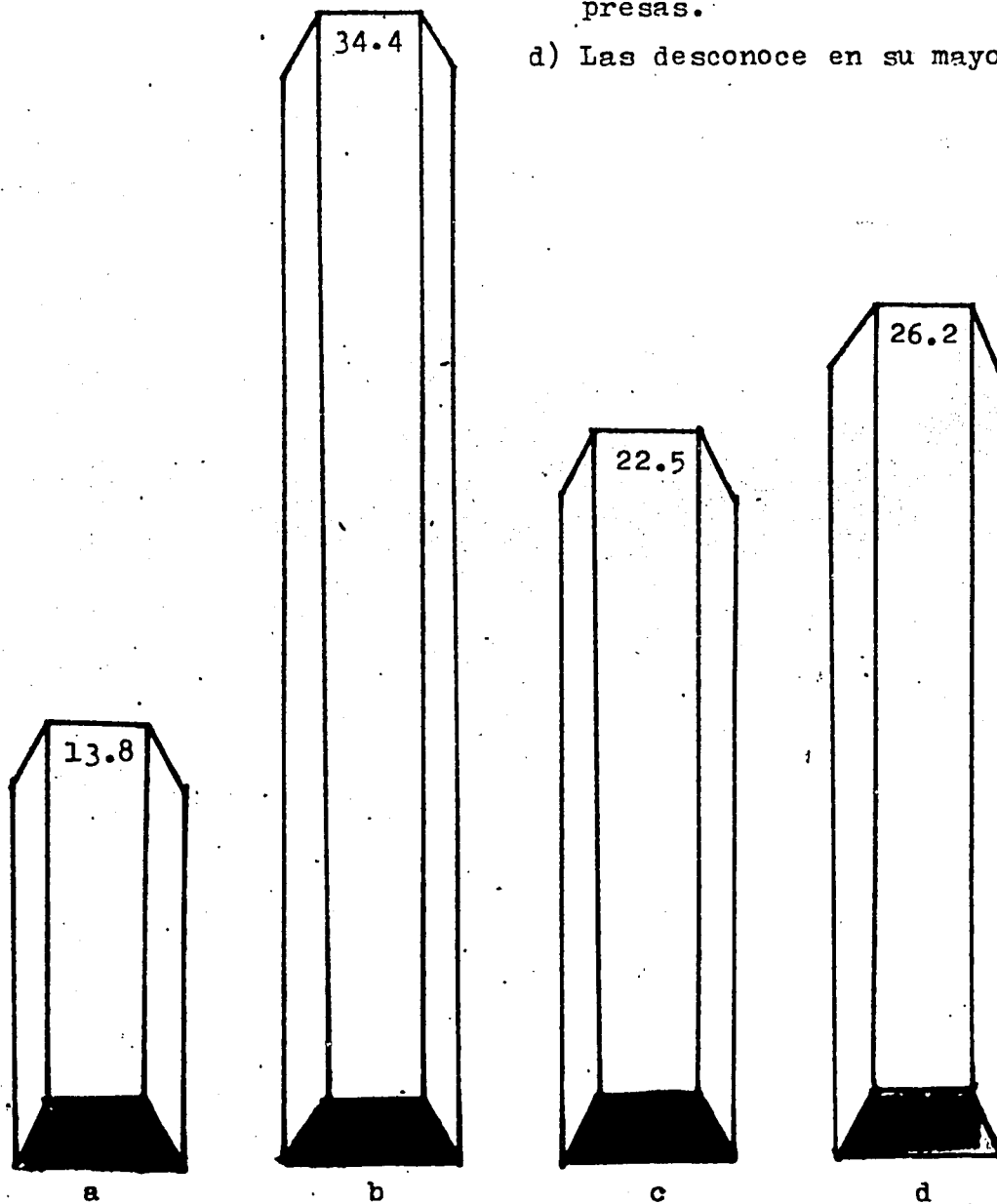


- a) Han sido despedidos injustamente.
- b) Se han retirado porque han encontrado un mejor empleo.
- c) Se han jubilado.
- d) Porque no les dan la planta.

PRESTACIONES.

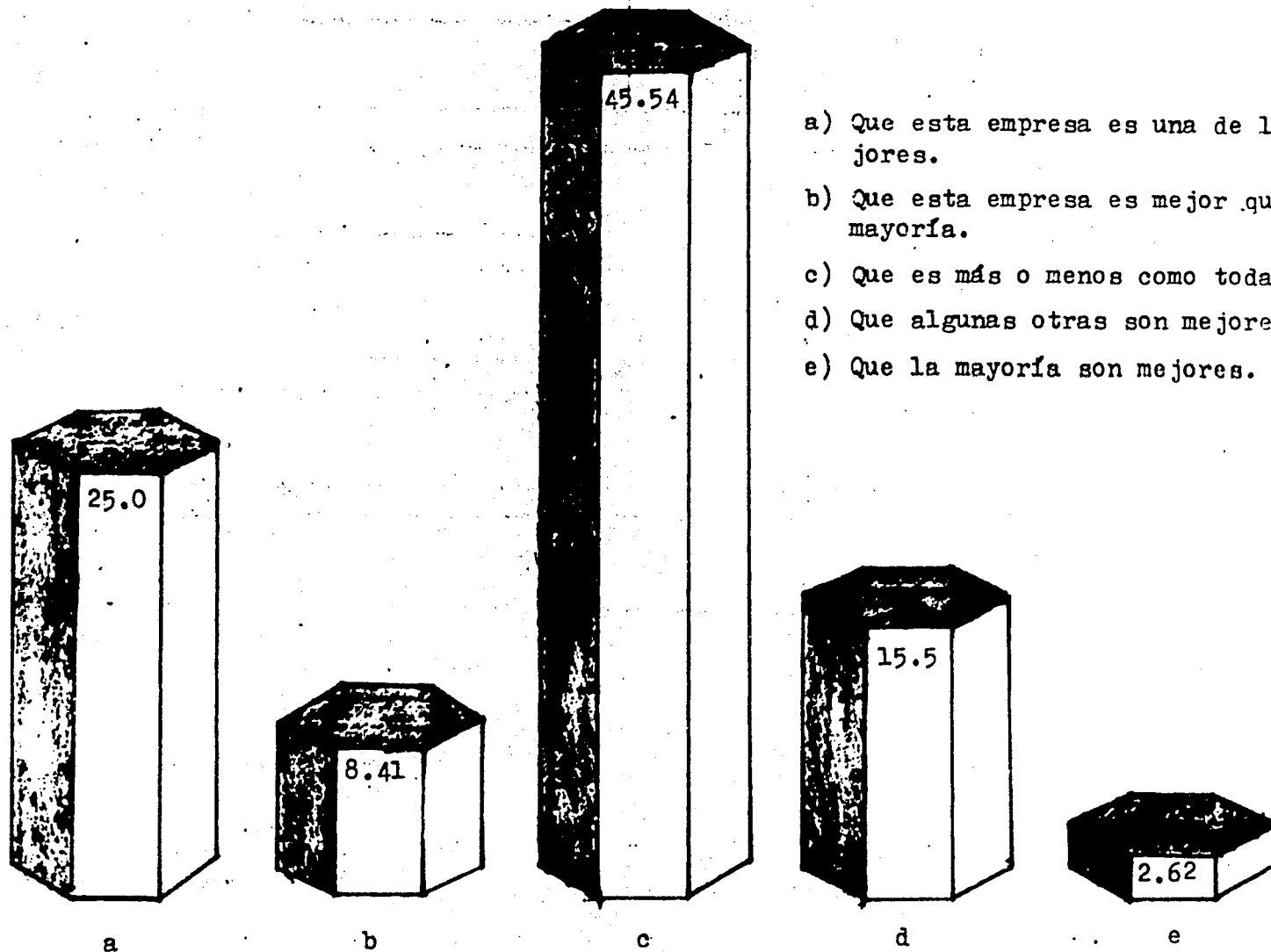
(Anexo # 3 - Gráfica 9)

- a) Son superiores a otras empresas.
- b) Piensa que son las mismas.
- c) Están por abajo de otras empresas.
- d) Las desconoce en su mayoría.



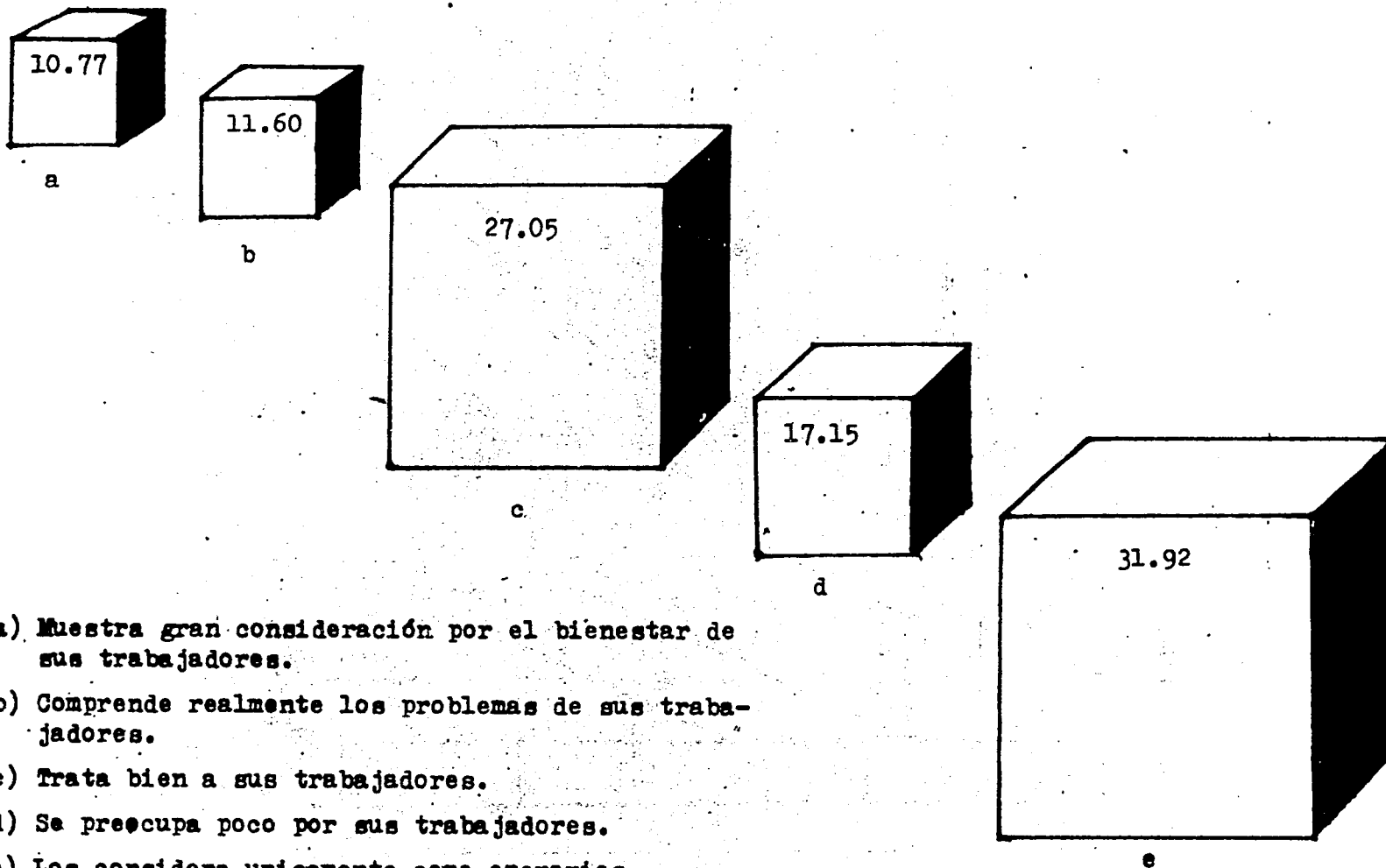
QUE PIENSA DE LA EMPRESA CON RELACION A OTRAS EMPRESAS.

(Anexo # 3 - Gráfica 10)



- a) Que esta empresa es una de las mejores.
- b) Que esta empresa es mejor que la mayoría.
- c) Que es más o menos como todas.
- d) Que algunas otras son mejores.
- e) Que la mayoría son mejores.

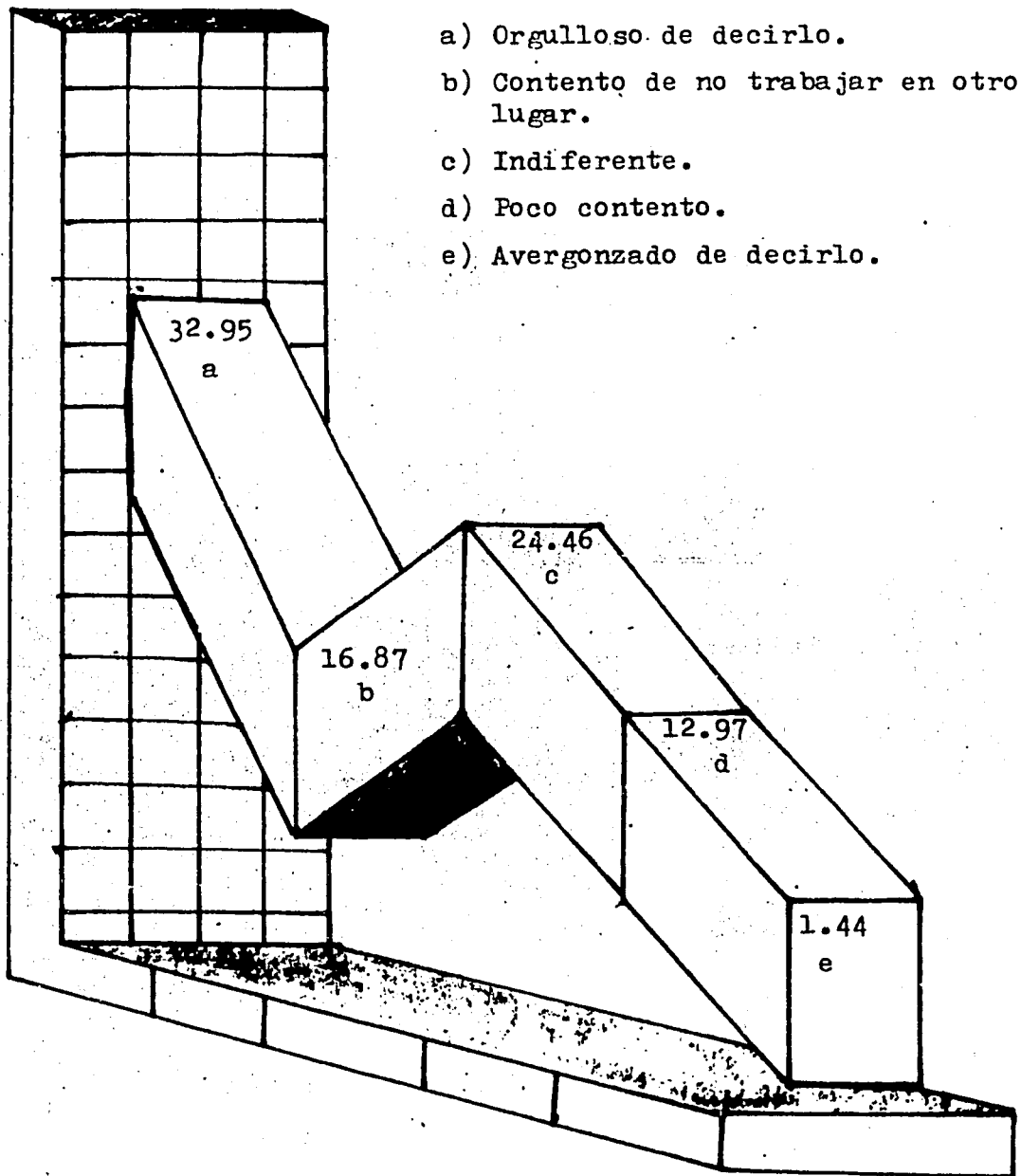
CREE QUE LA EMPRESA.
(Anexo # 3 - Gráfica 11)



- a) Muestra gran consideración por el bienestar de sus trabajadores.
- b) Comprende realmente los problemas de sus trabajadores.
- c) Trata bien a sus trabajadores.
- d) Se preocupa poco por sus trabajadores.
- e) Los considera únicamente como operarios.

CUANDO DICE EN DONDE TRABAJA SE SIENTE:

(Anexo # 3 - Gráfica 12)



a) Orgulloso de decirlo.

b) Contento de no trabajar en otro lugar.

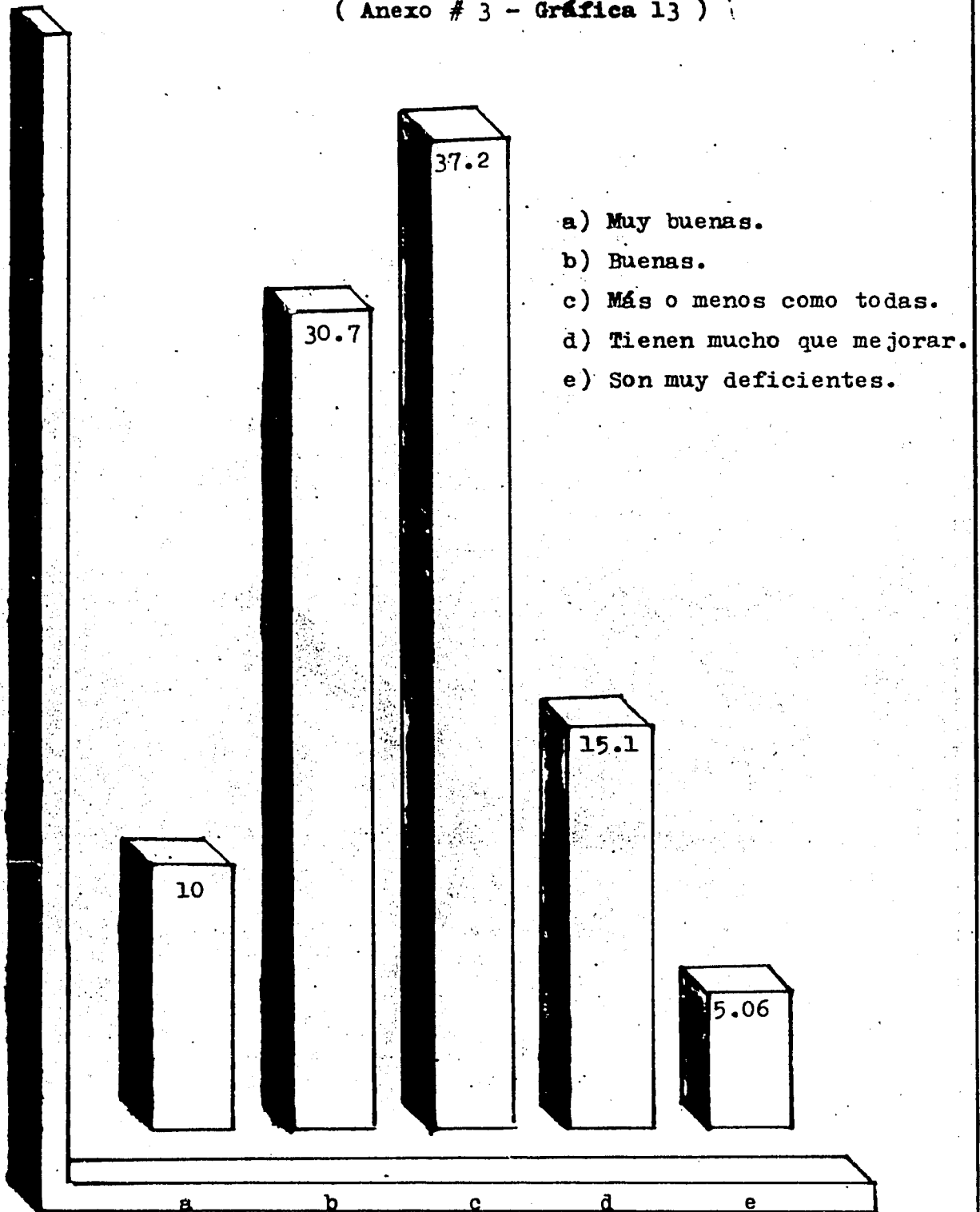
c) Indiferente.

d) Poco contento.

e) Avergonzado de decirlo.

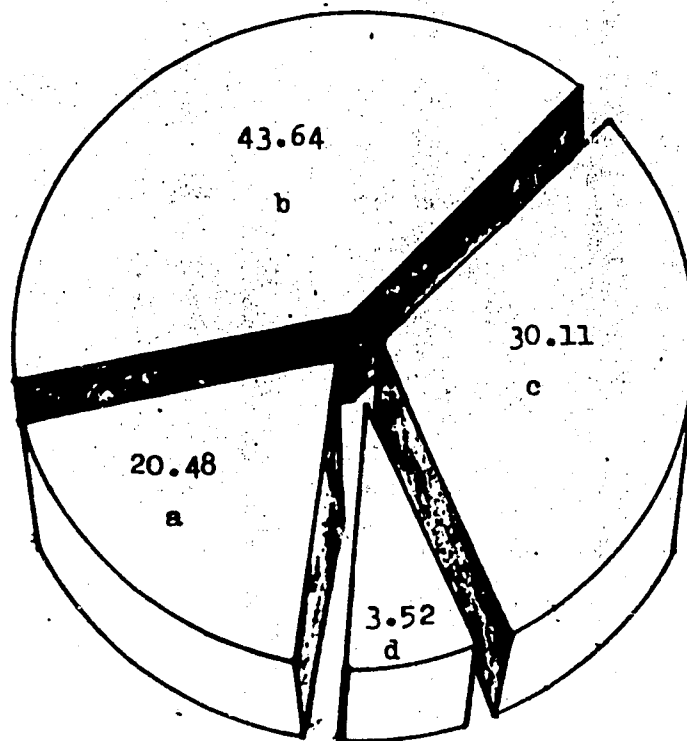
LAS RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA EMPRESA.

(Anexo # 3 - Gráfica 13)



COMUNICACION CON SU JEFE INMEDIATO.
(Anexo # 3 - Gráfica 14)

- a) Muy buena.
- b) Buena.
- c) Regular.
- d) Mala.



RELACIONES CON SUS COMPAÑEROS DE
TRABAJO.

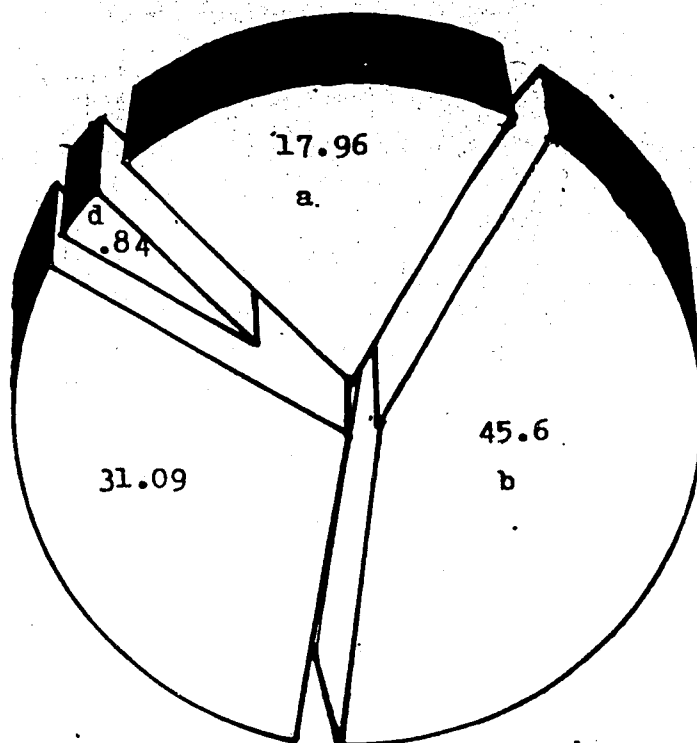
(Anexo # 3 - Gráfica 15)

a) Muy buenas.

b) Buenas.

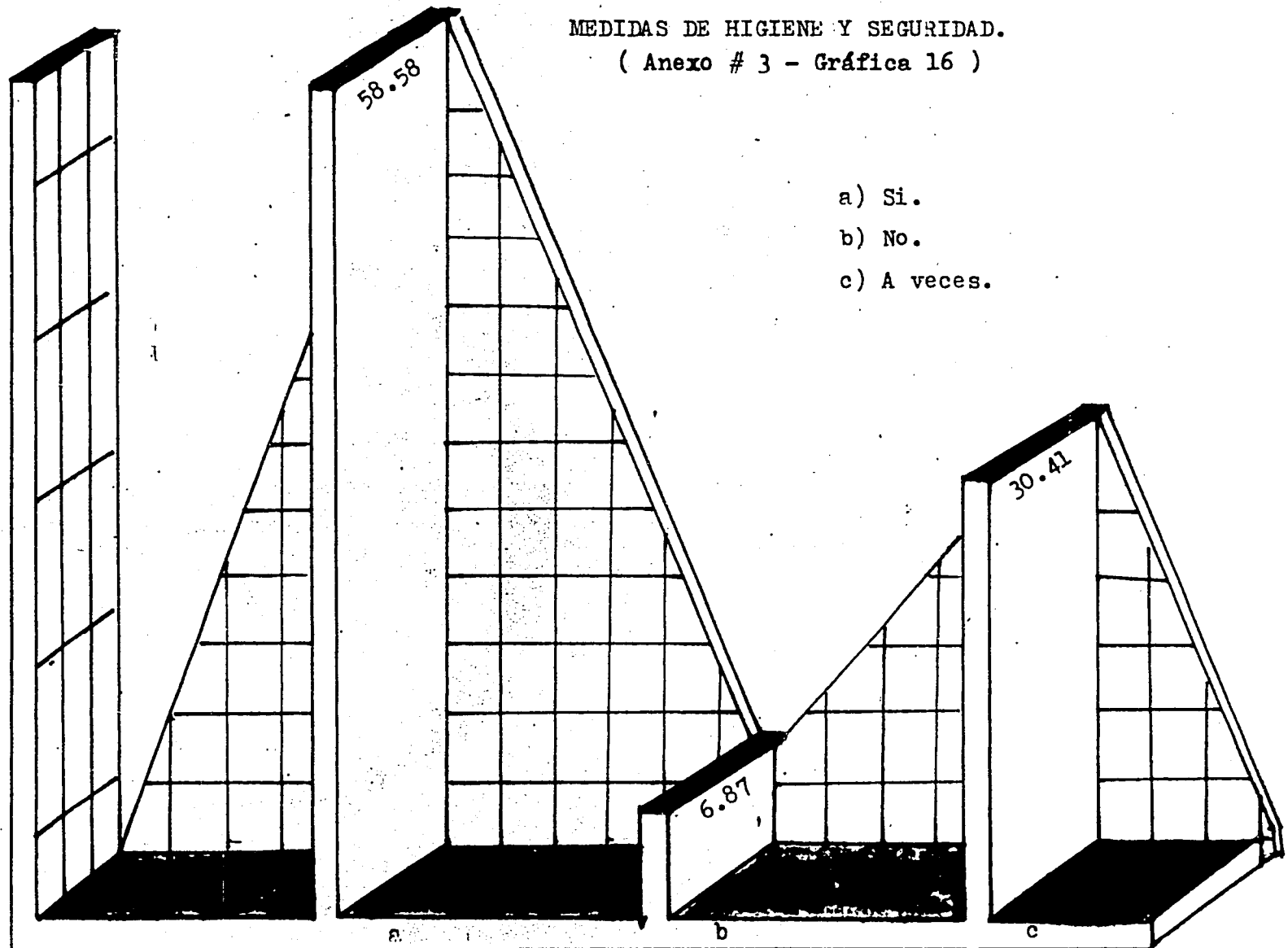
c) Regulares.

d) Malas.



MEDIDAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD.

(Anexo # 3 - Gráfica 16)



SINDICATO.

(Anexo # 3 - Gráfica 17)

71.74

Pertenecen al
sindicato.

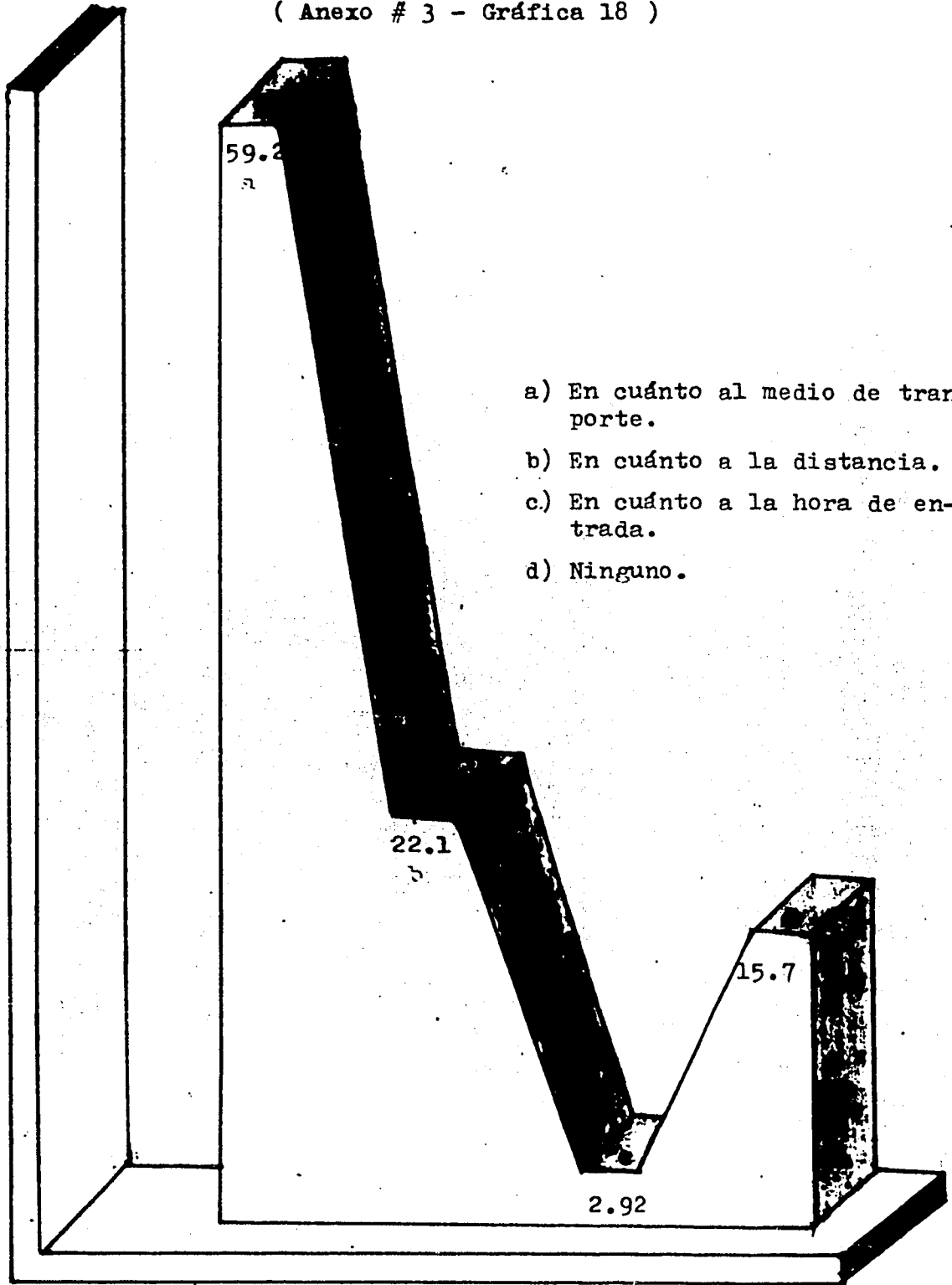
a

25.61

No pertenecen al
sindicato.

b

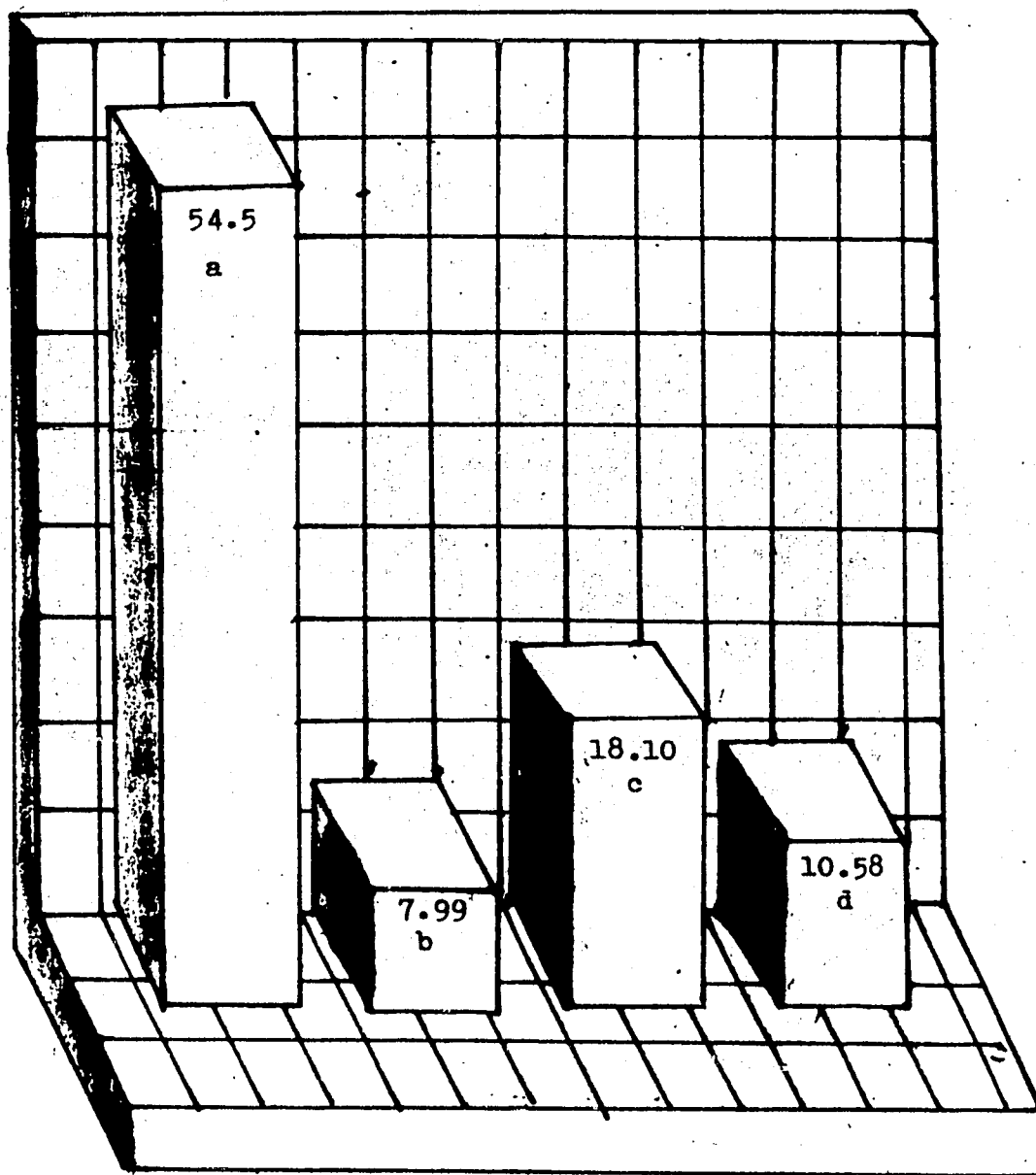
PROBLEMAS PARA LLEGAR A SU TRABAJO.
(Anexo # 3 - Gráfica 18)



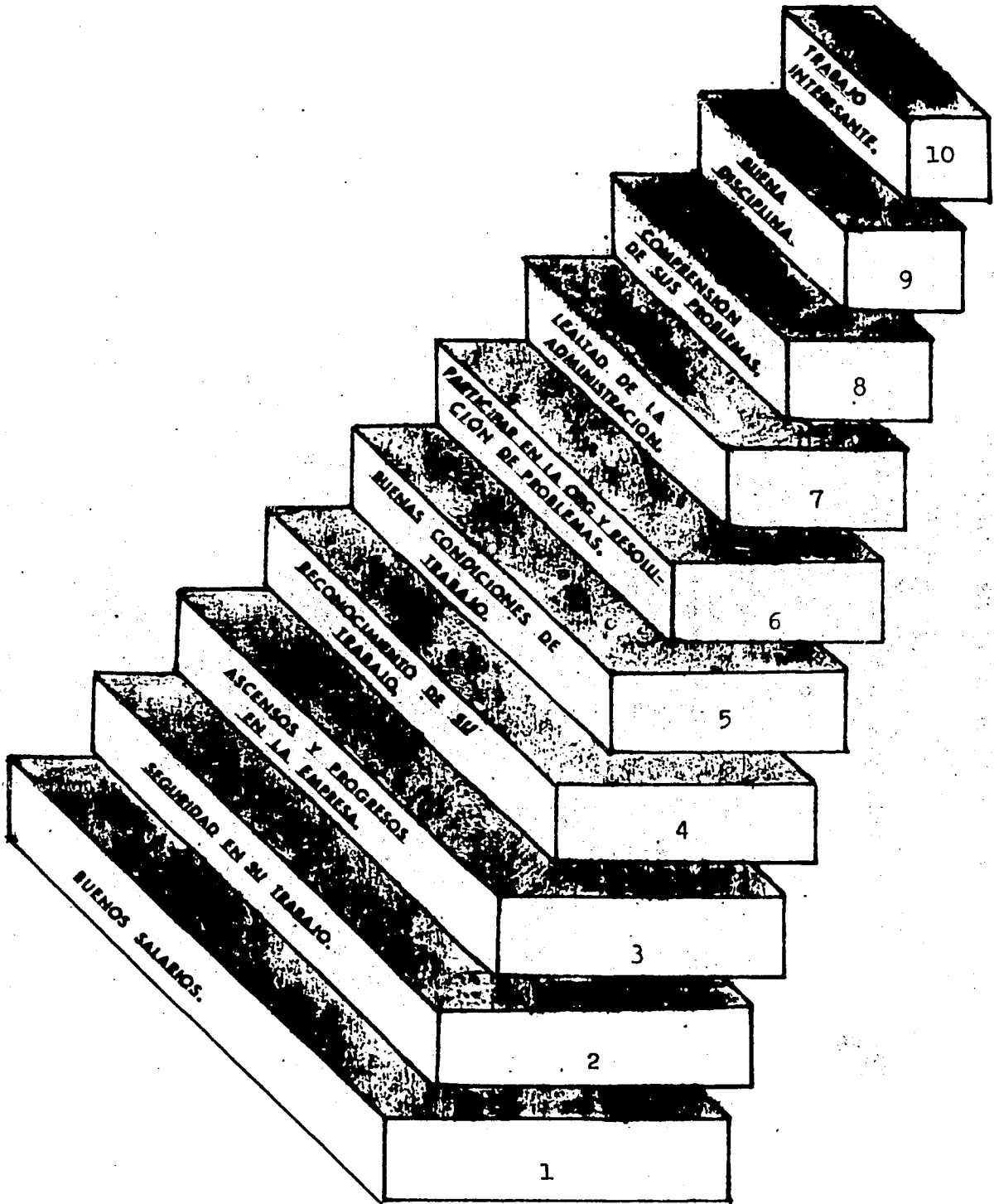
- a) En cuánto al medio de transporte.
- b) En cuánto a la distancia.
- c) En cuánto a la hora de entrada.
- d) Ninguno.

QUIEN LE TIENE MAYOR CONSIDERACION.
(Anexo # 3 - Gráfica 19)

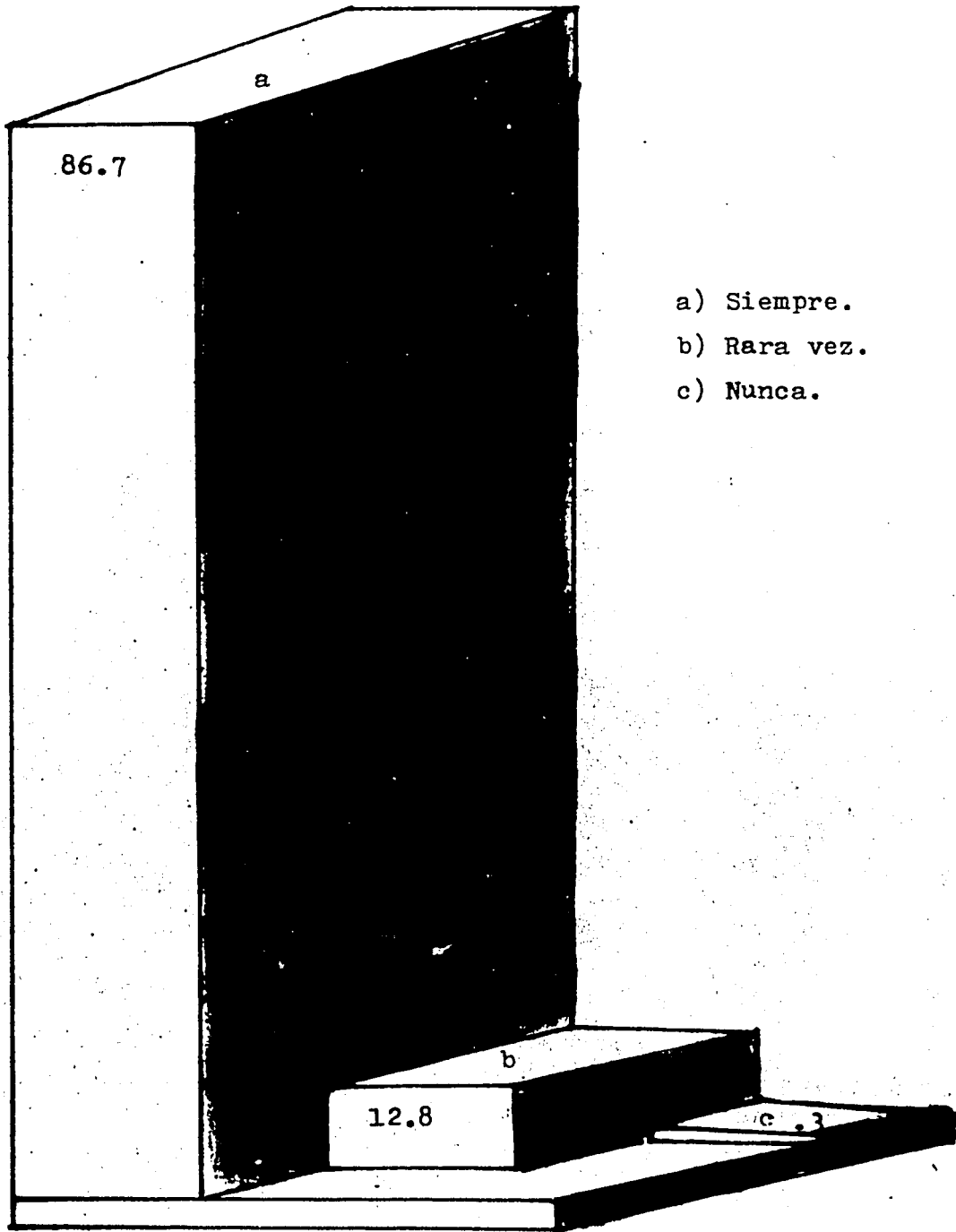
- a) Su jefe.
- b) El que manda a su jefe.
- c) El dueño.
- d) El que representa al dueño.



QUE ESPERA DE SU TRABAJO.
(Anexo # 3 - Gráfica 20)

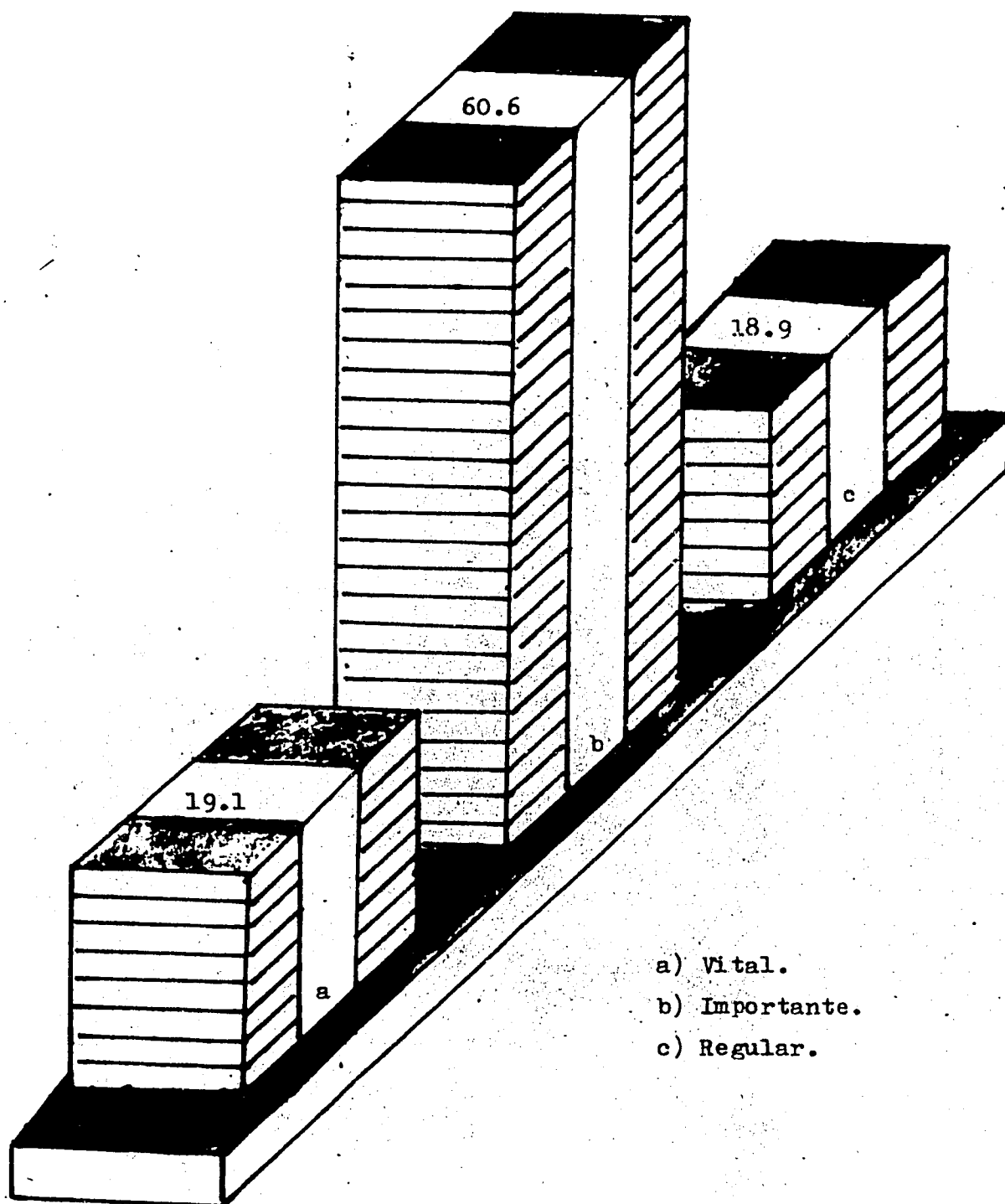


LE SATISFACE SU TRABAJO.
(Anexo # 3 - Gráfica 21)



- a) Siempre.
- b) Rara vez.
- c) Nunca.

PARTICIPACION EN LA PRODUCCION.

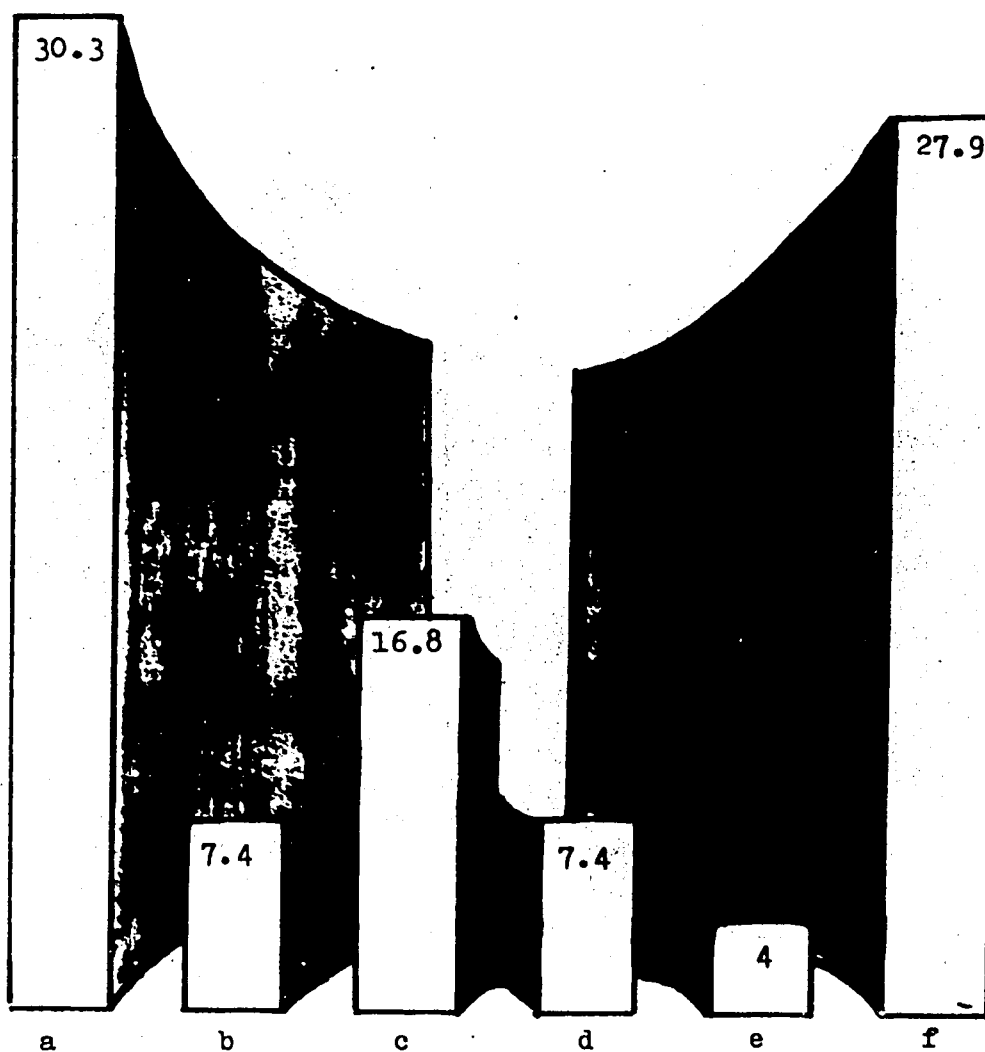


- a) Vital.
- b) Importante.
- c) Regular.

(Anexo # 3 - Gráfica 22)

PODRIA SER MAS PRODUCTIVO SI
TUVIERA:

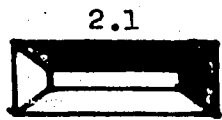
- a) Mejor maquinaria.
- b) Horarios comodoss
- c) Mejor trato de sus jefes.
- d) Herramientas adecuadas.
- e) Mejores condiciones de
higiene y seguridad.
- f) Mayor sueldo.



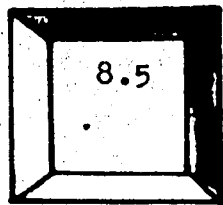
(Anexo # 3 - Gráfica 23)

GRADO DE PRODUCTIVIDAD...
(Anexo # 3 - Gráfica 24)

- a) De 0 a 25 %
- b) De 26 a 50 %
- c) De 51 a 75 %
- d) De 76 a 100 %



a



b



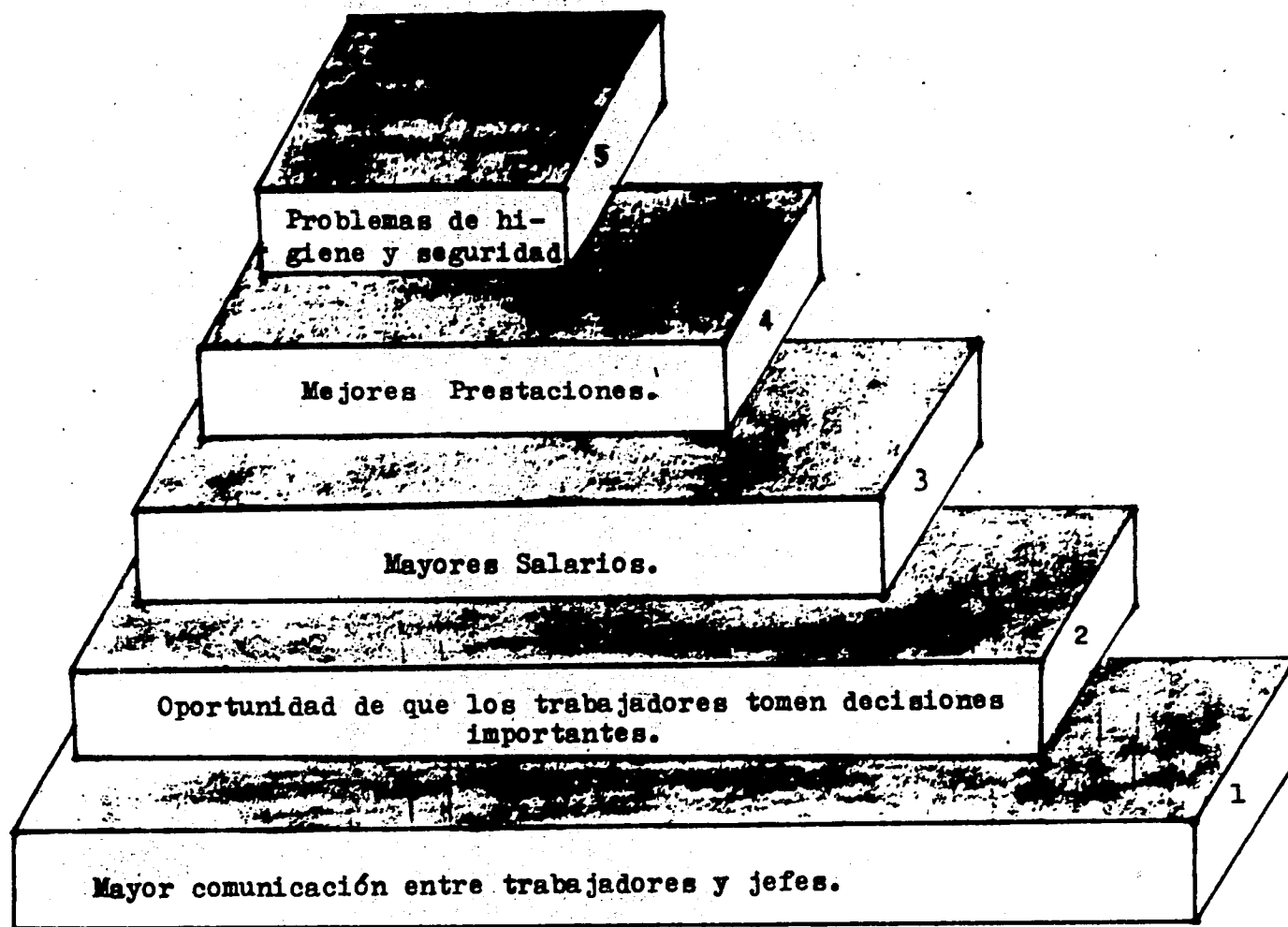
c



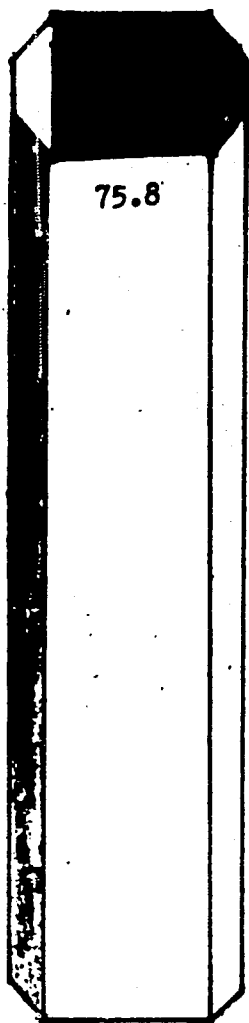
d

QUE ATENDERIA EN ORDEN DE IMPORTANCIA SI FUERA JEFE EN LA EMPRESA.

(Anexo # 3 - Gráfica 25)

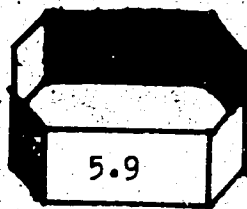


SE DEDICA A SU OFICIO PORQUE.
(Anexo # 3 - Gráfica 26)

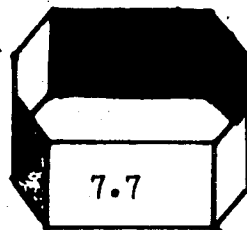


a

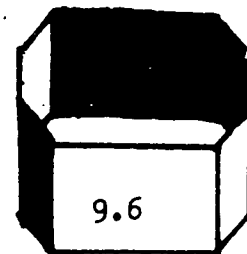
- a) Le agrada y se siente conforme con su trabajo.
- b) Porque se lleva bien con sus compañeros.
- c) Por costumbre o rutina.
- d) Porque no tiene otra cosa.



b

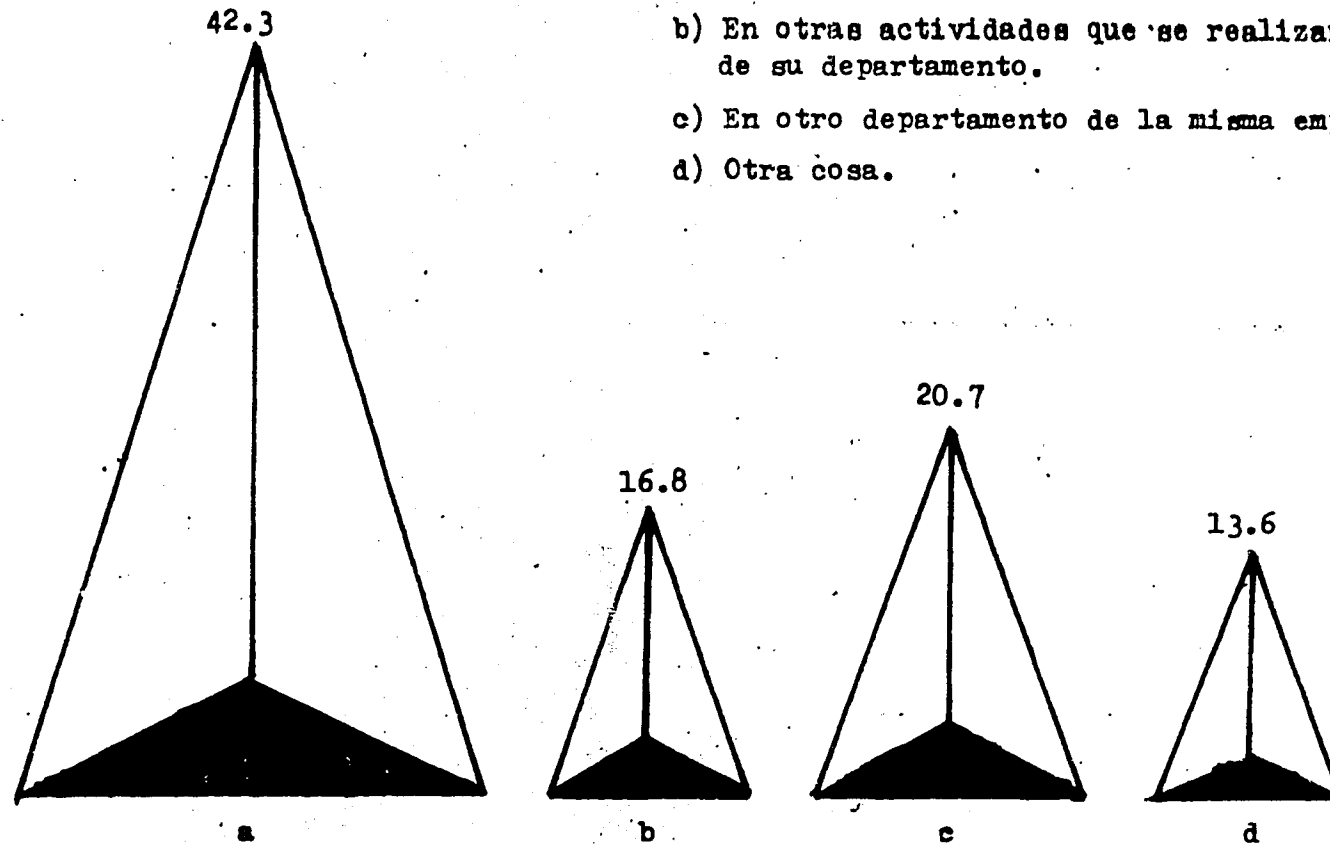


c



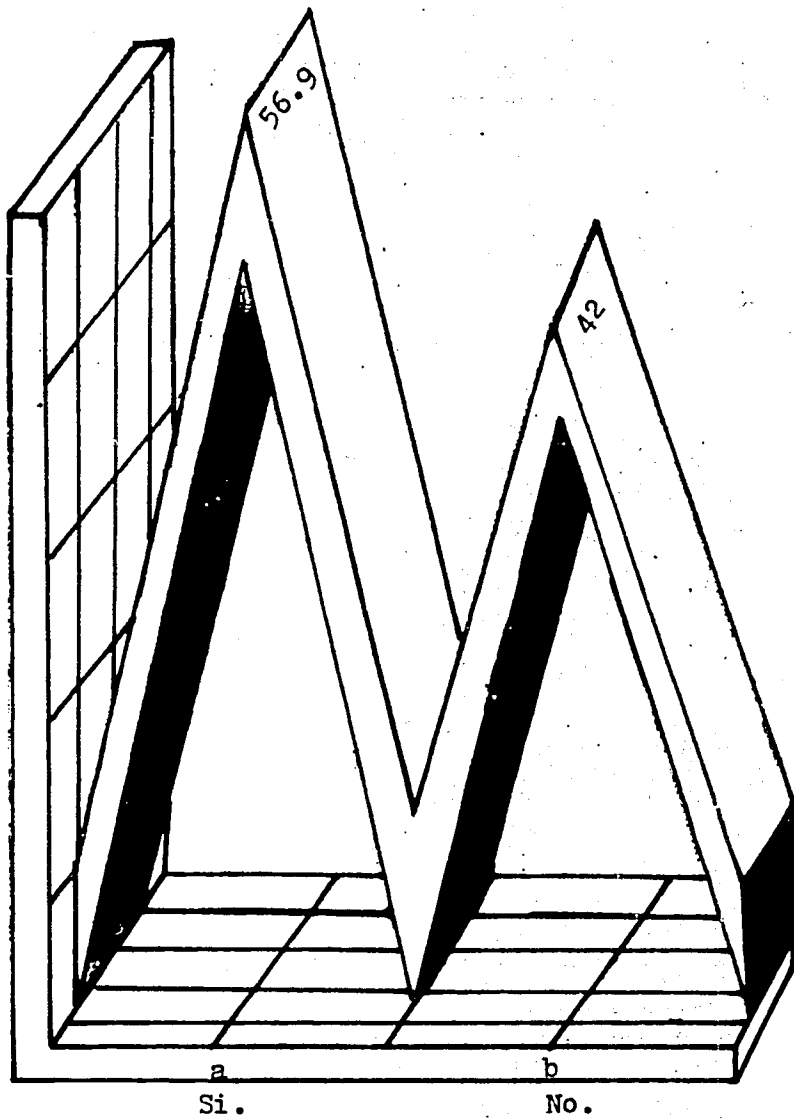
d

SI TUVIERA OPORTUNIDAD DE CAMBIAR DE TRABAJO PENSARIA EN.
(Anexo # 3 - Gráfica 27)

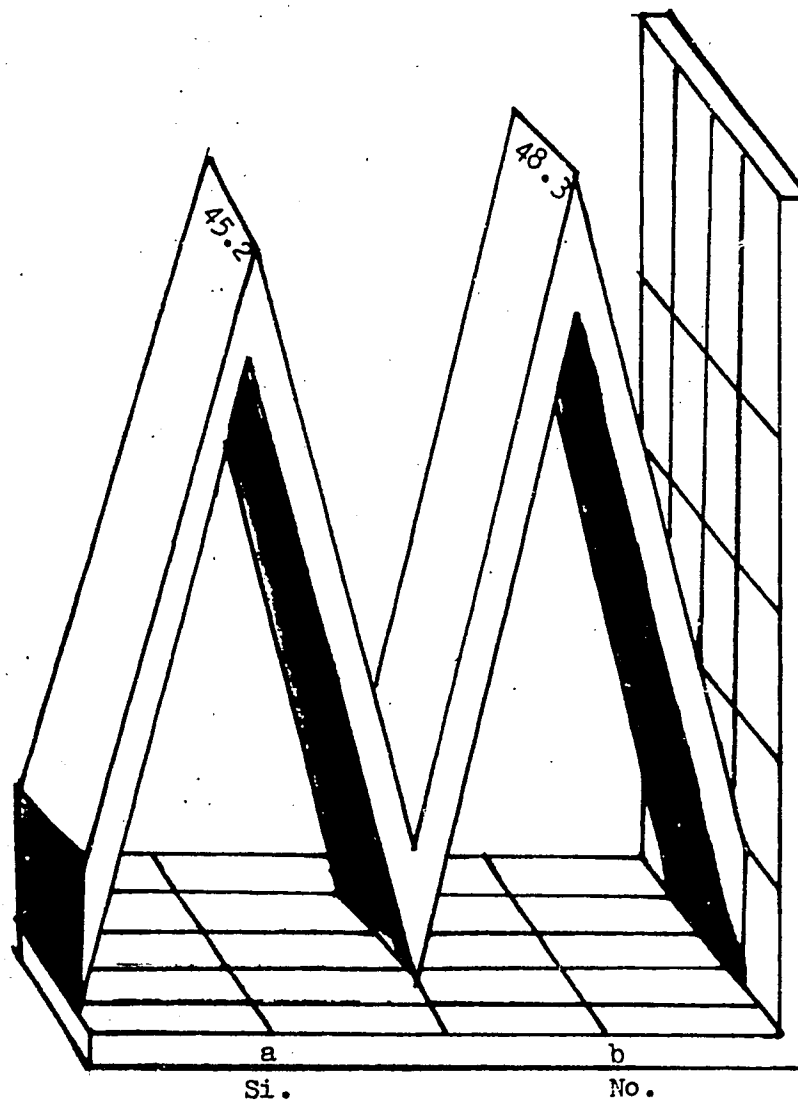


- a) Otra empresa.
- b) En otras actividades que se realizan dentro de su departamento.
- c) En otro departamento de la misma empresa.
- d) Otra cosa.

ORDENES DE VARIAS PERSONAS.
(Anexo # 3 - Gráfica 28)

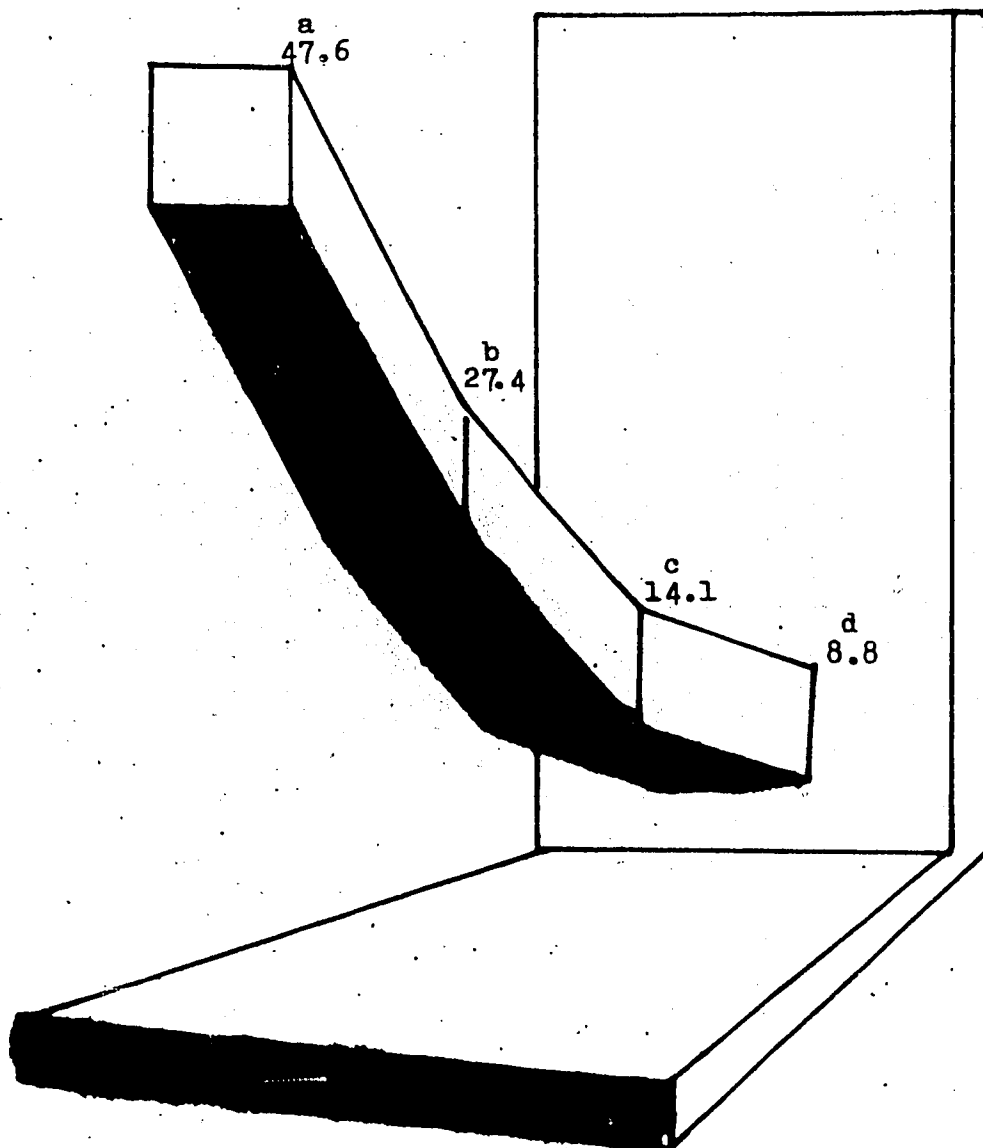


ORDENES CONTRADICTORIAS.
(Anexo # 3 - Gráfica 29)



QUE PIENSA DE TRABAJAR HORAS EXTRAS.
(Anexo # 3 - Gráfica 30)

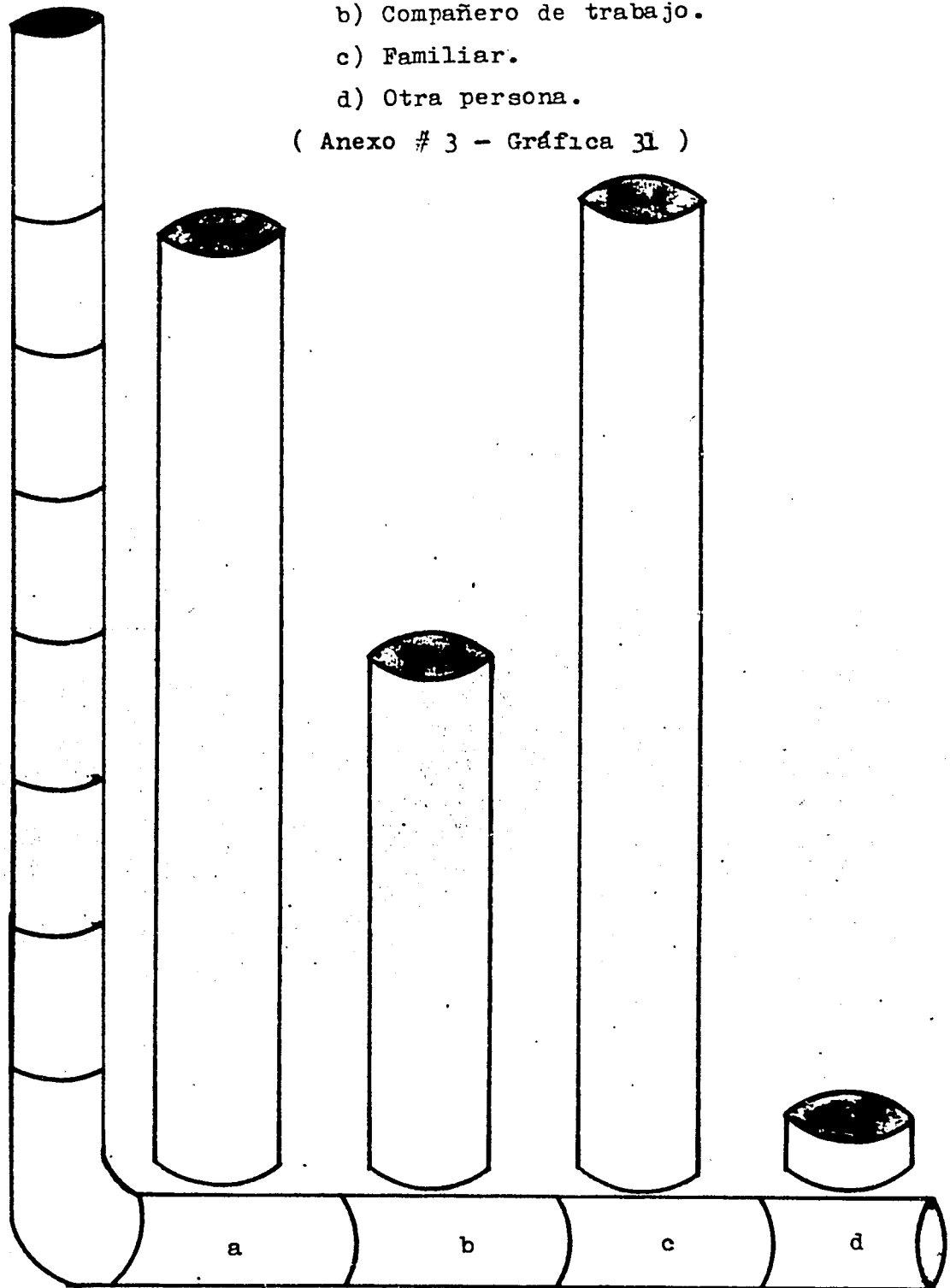
- a) Me gusta siempre.
- b) Soy indiferente.
- c) No me importa ocasionalmente.
- d) No me gusta en absoluto.



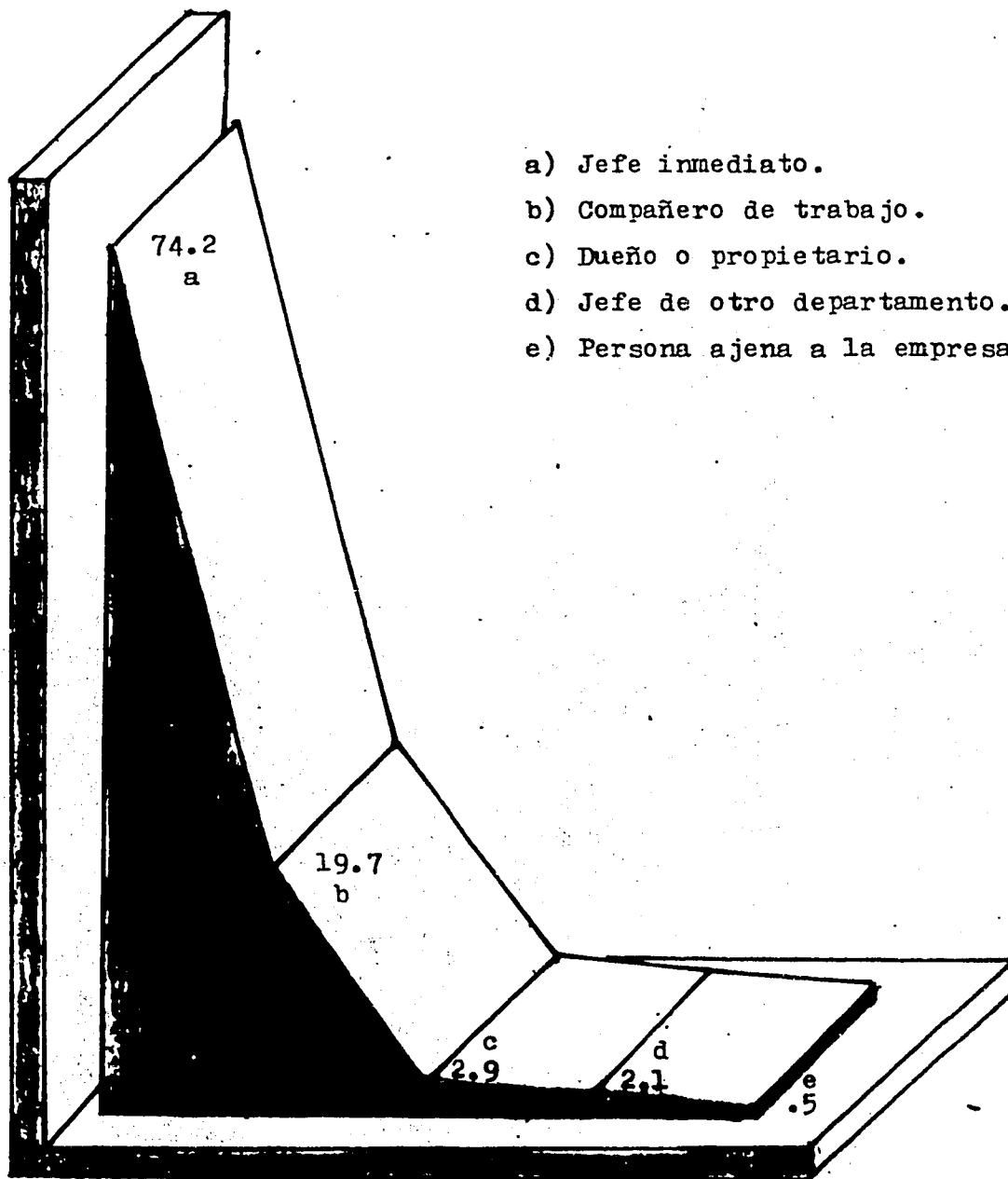
LA PERSONA QUE MAS CONFIANZA LE TIENE.

- a) Jefe inmediato.
- b) Compañero de trabajo.
- c) Familiar.
- d) Otra persona.

(Anexo # 3 - Gráfica 31)



CUANDO TIENE DUDAS EN EL TRABAJO RECURRE A.
(Anexo # 3 - Gráfica 32)

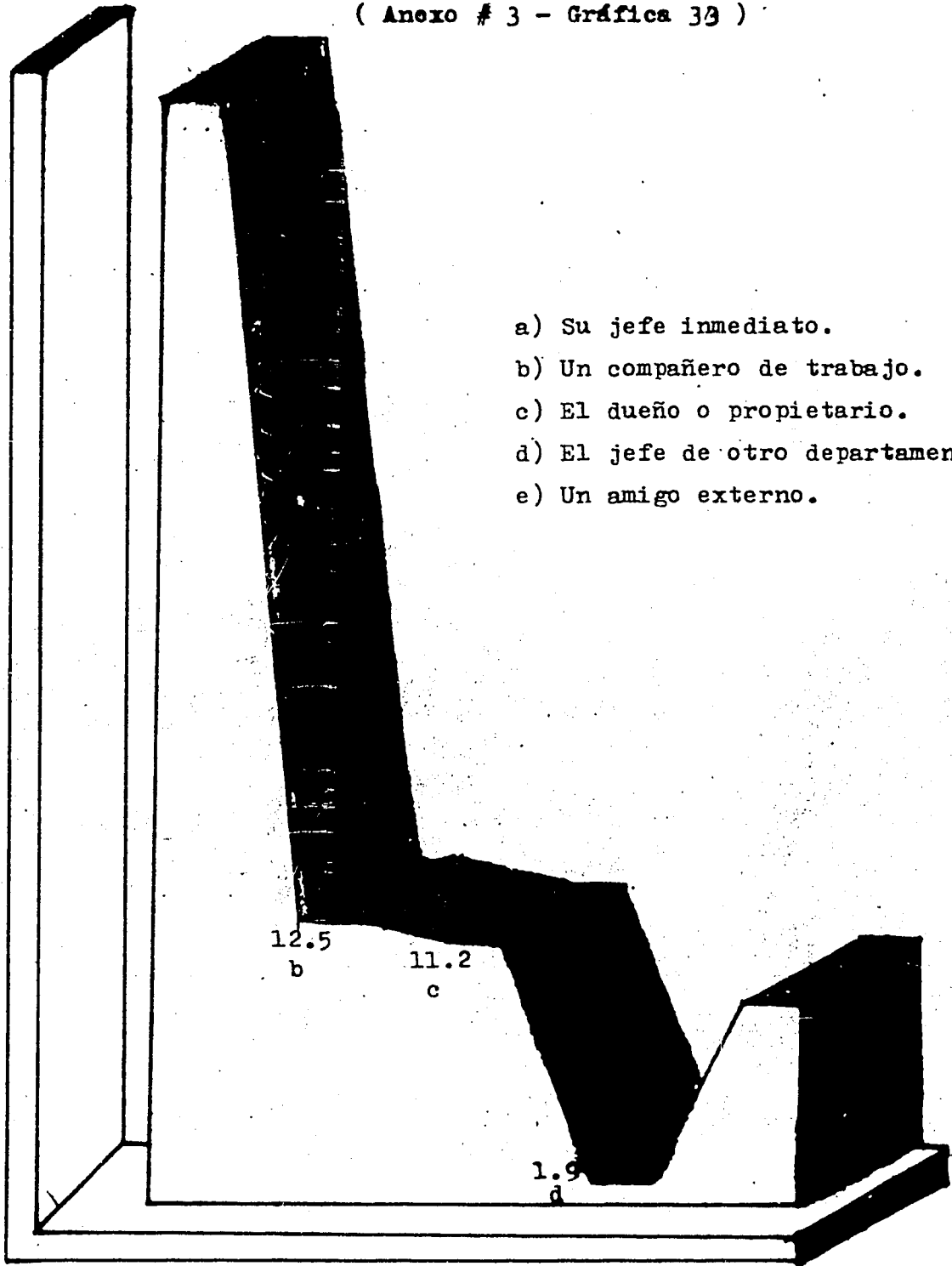


- a) Jefe inmediato.
- b) Compañero de trabajo.
- c) Dueño o propietario.
- d) Jefe de otro departamento.
- e) Persona ajena a la empresa.

CUANDO TIENE PROBLEMAS EN LA EMPRESA PARA RESOLVERLOS

RECURRE A.
(Anexo # 3 - Gráfica 33)

- a) Su jefe inmediato.
- b) Un compañero de trabajo.
- c) El dueño o propietario.
- d) El jefe de otro departamento.
- e) Un amigo externo.

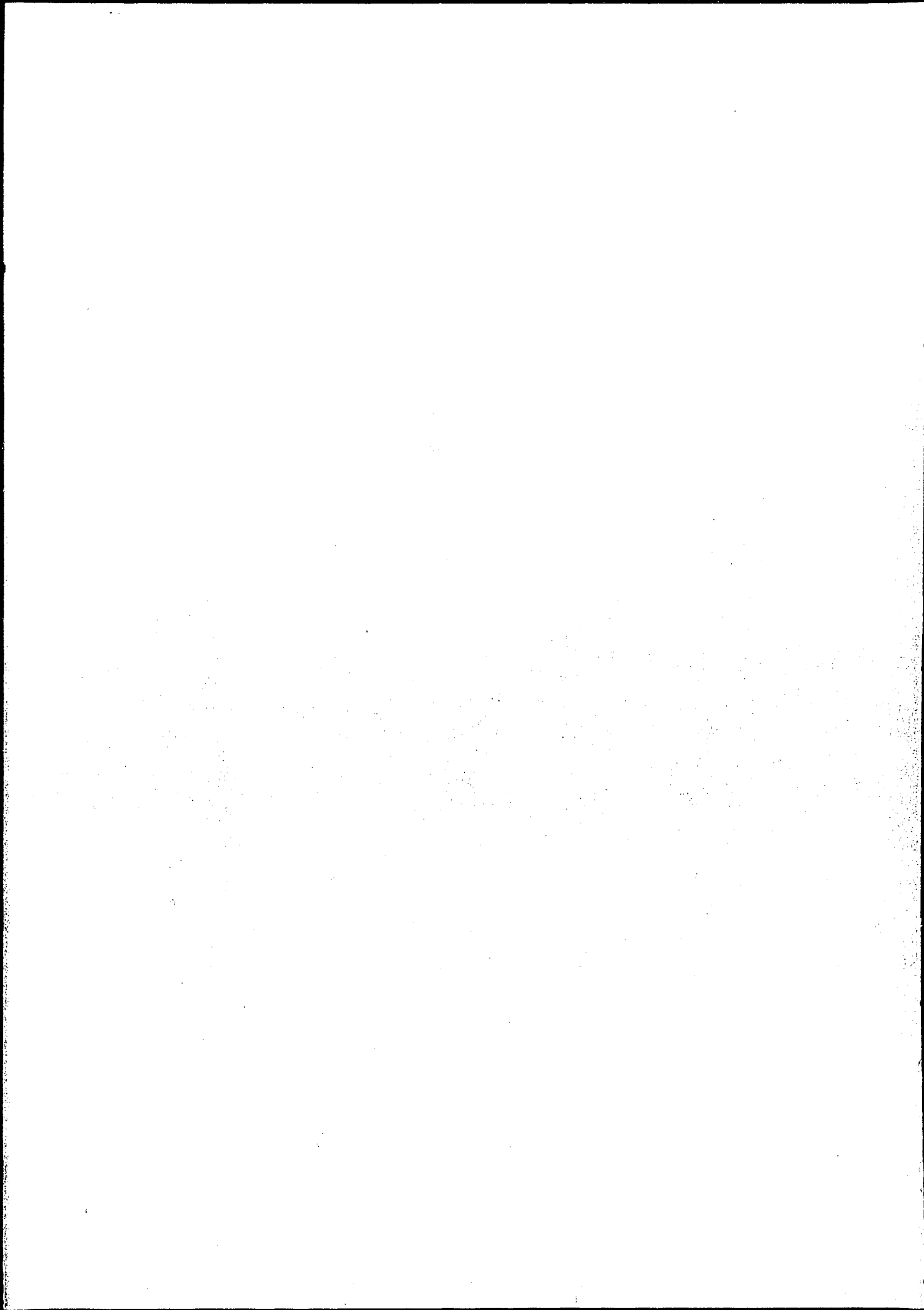


19

BIBLIOGRAFIA.

- Libros.

- Anuarios y Publicaciones Diversas.



BIBLIOGRAFIA.

LIBROS:

- Arias Galicia Fernando. Administración de Recursos Humanos. México: Trillas, 1978.
- Arias Galicia Fernando. Introducción a la Técnica de Investigación en Ciencias de la Administración y del Comportamiento. México: Trillas, 1978.
- Douglas McGregor. El Aspecto Humano de las Empresas. México: Diana, 1969.
- Hartley E. Jackson. Introducción a la Práctica de las Artes Gráficas. México: 1981.
- Herzberg F., Mausner, B y Snyderman Barbara. The Motivation to Work. Nueva York: Wiley, 1965.
- Kazmier J., Leonard. Estadística Aplicada a la Administración y a la Economía. Mc. Graw-Hill de México. México, 1978.
- Kenneth H. Blanchard y Paul Hersey. La Administración y el Comportamiento Humano. México: Editorial Técnica S.A. 1975.
- Levin Jack. Fundamentos de Estadística en la Investigación Social. México: Harla, 1979.
- Linton C. Freeman. Elementos de Estadística Aplicada. Madrid, España. Euramérica S.A.
- Maslow Abraham. A Theory of Human Motivation. Psychological Review, Vol. 50. 1943.
- R. Randolph Karch. Manual de Artes Gráficas. México: Trillas, 1978.
- Shao Stephen. Estadística para Economistas y Administradores de Empresas. México: Herrero Hnos. 1972.

ANUARIOS Y PUBLICACIONES DIVERSAS:

- Apuntes de la Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Contaduría y Administración. Estadística.
- Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas. Revistas bimestrales. No. 46 al 49. 1977.

Dirección General de Estadística. Censos Generales VIII, IX y X. 1965, 1970 y 1975. Secretaría de Programación y Presupuesto. México, D.F.

Enciclopedia Larousse. Ediciones Larousse. México. 1975.

Enciclopedia Temática. Editorial Richards S.A. Panama. México. 1970.

La Capacitación y el Adiestramiento en la Industria Editorial Mexicana. Colmenares Grünberger Manuel. Edamex. México. 1980.