

35
20



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
"CUAUTITLAN"

"DISEÑO DE UN DEPARTAMENTO PARA EL CONTROL DE
EQUIPO Y MATERIALES FOTOGRAFICOS EN EL
GIRO PERIODISTICO"

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

T E S I S

que para obtener el título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

p r e s e n t a :

JERONIMO VARGAS MILLAN

ASESOR: LIC. FRANCISCO RAMIREZ ORNELAS



CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.

1992

V N A M



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 está 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.

I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION.....	1.
OBJETIVO.....	2.
CAPITULO 1. ANTECEDENTES Y BREVES COMENTARIOS DEL PERIODISMO	
1.1 Importancia.....	3.
1.2 En el Mundo.....	7.
1.3 En México.....	10.
CAPITULO 2 ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO	
2.1 Estructura del departamento de equipo y mate rial.....	16.
2.2 Descripción del puesto.....	29.
2.3 Procedimientos administrativos.....	33.
2.4 Políticas.....	43.
CAPITULO 3 METODO DE INVESTIGACION APLICADO	
3.1 Identificación del problema.....	46.
3.2 Demarcación del fenómeno.....	46.
3.3 Formulación de hipótesis.....	46.
3.4 Fijación de objetivos.....	47.
3.5 Determinación de variables independientes y dependientes.....	48.
3.6 Determinación de variables de control.....	48.

	Pág.
3.7 Ajuste a la hipótesis original y a sus variables.....	52.
3.8 Estudio de muestreo estadístico.....	52.
3.9 Desarrollo de la fórmula.....	53.
3.10 Diseño de la investigación.....	54.
3.11 Construcción del cuestionario.....	54.
3.12 Realización de entrevistas.....	58.
3.13 Interpretación de los resultados.....	58.
3.14 Recolección de los resultados.....	59.
3.15 Comprobación de hipótesis.....	74.
3.16 Evaluación final.....	75.
CONCLUSIONES.....	76.
BIBLIOGRAFIA.....	77.

I N T R O D U C C I O N

Dada la complejidad de las organizaciones provocada por el crecimiento, así como el alza constante en precios de los productos y siendo la maquinaria, materiales y productos renglones muy importantes en el balance general, es preocupación del administrador - perfeccionar con una debida planeación un sistema que llegue a - resultados satisfactorios.

Siendo el tema de la siguiente Tesis "Diseño de un Departamento para el Control de Equipo y Materiales Fotográficos en el Giro Periodístico", se propone un diseño de un departamento que conlleve al cumplimiento del objetivo para el cual fue creado, el de controlar equipo y materiales fotográficos utilizados en una empresa del giro periodístico.

En el primer Capítulo, se mencionan brevemente los antecedentes - del periodismo, su importancia tanto en el mundo como en México.

En el segundo Capítulo, se refiere a los pasos necesarios para el diseño de un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, partiendo del levantamiento de la información hasta su implantación.

En el último Capítulo, se presenta el método de investigación apli- cado en donde se indican los puntos comprendidos en él, partiendo del planteamiento del problema hasta la comprobación de la hipótesis y evaluación final.

Es importante señalar que este trabajo a manera de tesis, trata de aportar experiencias y conocimientos a estudiantes de la carrera de Licenciado en Administración, así como a todas aquellas personas interesadas en el tema.

O B J E T I V O

El objetivo del siguiente trabajo a manera de tesis, será el de apoyar y proveer un marco de referencia para el diseño de un departamento debidamente organizado, programado y documentado para el control de equipo y materiales fotográficos utilizados en una empresa del giro periodístico.

El contar con un control de equipo y materiales fotográficos ayudará a reducir al máximo el desperdicio de recursos materiales, logrando con ello una mayor capacidad financiera de la organización, así como su sano desarrollo.

Ya que actualmente uno de los principales problemas a que se enfrentan las empresas del ramo periodístico es sin lugar a dudas al desperdicio de los recursos materiales, principalmente a los utilizados en el renglón de artes gráficas por su alto costo de adquisición y por el uso sin medida que regularmente se les da, no siendo ésta la justificación para cumplir con las necesidades de la empresa.

ANTECEDENTES Y BREVES COMENTARIOS DEL PERIODISMO

1.1. IMPORTANCIA

El concepto más difundido sobre la importancia del periodismo, está expresado en la conocida frase "La prensa es el cuarto poder."

A este respecto, Juan Lazarte dice: "Existe un poder más fuerte que muchos otros poderes, cuyo rol en el mundo moderno es de una importancia trascendental. Nos referimos a la gran fuerza histórica sin la cual no pueden vivir las naciones civilizadas ni el hombre moderno: La prensa." (1)

El Periodismo tiene el fin específico de difundir objetivamente hechos e ideas de interés general a través del periódico o de cualquier otro medio de comunicación de masas, hechos e ideas que son considerados, en un momento dado, como noticias.

De acuerdo con este planteamiento inicial, podemos afirmar que la información de actualidad (o Periodismo) es, por consiguiente, un fenómeno social de interrelación entre individuos y grupos sociales.

Enseguida se proponen los rasgos particulares que debe contener la información periodística:

1. Los fines de la información de actualidad son específicamente informativos u orientadores.
2. La información de actualidad está asentada, tanto desde el punto de vista técnico como científico sobre una concreta y precisa teoría de la noticia.

(1) Reseña Histórica del Periodismo Mexicano. Edit. Porrúa, S.A. México 1968, Moises Ochoa Campos. cit. pág. 17.

3. Un correcto planteamiento de lo que debe ser la información de actualidad presupone en los sujetos promotores del proceso informativo deberán tener una cierta disposición psicológica hacia la objetividad. La objetividad debe ser entendida como una meta que hay - que conseguir en el ejercicio profesional.
4. La honestidad intelectual, requisito indispensable para que se dé una verdadera información de actualidad o Periodismo. Debe quedar realmente reflejada en el sincero respeto que los promotores del proceso tengan por la libertad de respuesta de los sujetos receptores. Libertad de respuesta para adherirse o para rechazar los contenidos de la polarización que se ofrecen a su consideración a través del medio de información.

La importancia de los rasgos particulares del periodismo se manifiesta en el hecho de que a partir de lo anterior mencionado, se puede contar con un contraste suficientemente preciso y seguro para saber cuando un hecho social determinado debe ser considerado como una auténtica manifestación periodística o más bien correspondería a otra variante como Fattorello la llama información publicista. Propaganda, Publicidad o Relaciones Públicas.

Por lo tanto, los fines informativos los vamos a dividir como a continuación se representan:

A) FINES COMERCIALES:

- a) Distraer a la clientela.

B) FINES ESPECIFICAMENTE PERIODISTICOS:

- a) Informar acerca de acontecimientos.
- b) Servir de instrumentos para la libre comunicación de estos acontecimientos.

C) FINES SOCIALES:

- a) Educar a los públicos.
- b) Servir de instrumento para la libre comunicación - de las opiniones.

De acuerdo a lo anterior, se deduce que según sea la teoría o filosofía política acerca de la Prensa, imperante - en una particular comunidad política, los medios de información pueden inclinarse preferentemente hacia los fines puramente comerciales (comunidad política regida por el sistema liberal-capitalista) o por los fines sociales (comunidad política regida por el sistema comunista). Pero por encima de estas diferencias ideológicas, cualquier actividad periodística se centra en el logro y consecución de los dos roles que integran el apartado de los fines específicamente periodísticos: dar noticias acerca de los hechos comprobables (informar) y emitir juicios de valor acerca de la importancia y trascendencia de estos acontecimientos que son noticia.

En consecuencia, desde el punto de vista comercial, el periodismo es una industria y el periódico es una mercancía, pero desde el punto de vista social, el periodismo pasa - de su aspecto puramente comercial, para convertirse en una función pública.

Resumiendo todo lo anterior, podemos decir que el periodismo, por su ejercicio altamente calificado, es una profesión, por su índole, es una actividad técnica; por su aspecto comercial, es una industria y por su función social, es un servicio público.

Para complementar estos conceptos sobre la importancia - del periodismo, agregaremos tres párrafos elocuentes del ya citado Juan Lazarte en su libro "Crisis de las Democracias".

"El gran poder de la prensa, su grandísima influencia en la opinión pública, proviene de una creencia, de la fé universal y nueva en lo escrito. Vivimos un tiempo en que - todos leen diarios, revistas, folletos, libros, etc., pero la acción ejecutiva pertenece al periódico".

Concretando, podemos decir que la mayor importancia del - periodismo es su influencia para formar la opinión pública.

1.2 EN EL MUNDO.

La aparición de la escritura fue un acontecimiento de enorme importancia; tan grande que ha sido tradicional conceder a ese hecho el carácter de signo que permite distinguir la Historia propiamente dicha, de la Prehistoria, por más que haya, en esto discusiones y puntos de vista discrepantes.

Como frutos del desenvolvimiento de la escritura, surgieron los libros, marcando rutas cada vez más fecundas en la cultura, pero diferentes de las que el periódico tuvo que recorrer por su parte.

Los anales y las crónicas de carácter histórico contribuyeron a algunas muestras de periodismo, así tenemos que en Pekin, capital de China, ya entrada la Edad Media se llegó a publicar, según se sabe, el Kin Pao, cuya finalidad era la de dar a conocer las cuentas y disposiciones imperiales como una especie de "periódico oficial". Era manuscrito, y aparecía a intervalos muy irregulares que testimoniaban como se había tomado aún conciencia del sentido de periodicidad característico de las informaciones para el público en forma institucional.

Más tarde, en el año 750, aparece lo que con mayor propiedad puede calificarse como el primer periódico chino llamado "Gaceta de Pekin", que si bien en sus comienzos se publicó con mucha irregularidad, con el correr del tiempo y en gradual sucesión, llegó a ser mensual, y cuando desapareció, en 1400 se publicaba diariamente, teniendo ya mayores vistas de periodismo.

La investigación corrobora que fue en el ámbito romano en donde aparecieron los primeros ávidos de un periodismo más

firme y mejor perfilado en Occidente.

Julio César fue quien primeramente reconoció el valor de la opinión pública y, por esto, en el año de su consulado (59 A.J.C.), hizo resumir diariamente, para utilidad general, las noticias de los acontecimientos más importantes, así apareció el Diario Romano (Diurna Urbis Acta), cuya - publicación obedecía más que al propósito de realizar una información, al de dar las noticias en tal forma que la - opinión pública quedara influida en sentido gubernamental.

El uso del papel y la invención de la imprenta fueron los hechos determinantes que influyeron decisivamente para que el periodismo alcanzara, en la Edad Media, un rango destacado.

El periodismo se desarrolló, a partir de entonces, hasta obtener dimensión y profundidad indudables, saltando por encima de los indicios y antecedentes citados antes, para seguir, desde el Siglo XV una carrera más fecunda y llena de perspectivas. La aparición del periodismo bajo la forma impresa fue concomitante con la apertura de las rutas oceánicas llevada a cabo por portugueses y españoles y la dilatación de los esfuerzos económicos de los tiempos nuevos.

El pergamino sirvió en los años previos, cuando el escribir era lento y los materiales costosos; pero la importancia de hacer accesible los conocimientos a mayor número de personas, permitieron que el papel cuyo uso era conocido desde antes, fuese mejor aprovechado y sirviera para la - preparación de libros o para la elaboración de los periódicos en sus expresiones nuevas.

Con el progreso de las vías de comunicación, desde 1844 - en que Samuel F.B. Mores inauguró el telégrafo; desde 1850 en que se tendió el primer cable submarino; desde 1876 en que Alejandro Graham Bell puso en práctica la invención - del teléfono y desde 1897 en que Marconi llevó a la práctica la idea de la telegrafía inalámbrica, se han podido desarrollar los servicios informativos impulsando la difusión de las noticias y dando importancia nacional e internacional a los periódicos. Este es el otro aspecto del periodismo: el de su carácter de servicio público.

Al requerirse en nuestra época un conocimiento teórico - práctico para ejercer las actividades periodísticas como profesión, en muchos países se han establecido escuelas - de periodismo. Una de estas escuelas, quizá la más importante del mundo, es la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia, E.U.A. En la Universidad Nacional Autónoma de México también existe una importante Escuela de Periodismo. Todo esto contribuirá para que, en el futuro, - las nuevas generaciones aporten su bagaje teórico práctico, pero no debemos despreciar, a la vez, el periodismo forjado en la Universidad de los propios periódicos, pues los más brillantes genios del periodismo, se han formado en el escalafón del mismo ejercicio periodístico.

1.3 EN MEXICO.

Al correr del Siglo XVIII, el arte de imprimir contaba ya con una larga tradición en México.

La imprenta había sido introducida desde 1539 por JUAN PA BLOS, gracias a las gestiones de FRAY JUAN DE ZUMARRAGA y del Virrey DON ANTONIO DE MENDOZA.

JUAN B. INIGUEZ en su libro "La Imprenta de la Nueva España", asienta que la imprenta estuvo en el "Empedradillo" y que de esas prensas, salió en 1722, durante los meses de enero a junio, la "GACETA DE MEXICO", primer periódico regular que apareció en la capital, que fundó y dirigió el Dr. Juan Ignacio Maria de Castorena, canónigo de la catedral y después Obispo de Yucatán.

Es a JOSE ANTONIO ALZATE, a quien debemos los primeros intentos serios para dar vida al periodismo literario, como producto de su esfuerzo en tal sentido, logró publicar el "DIARIO LITERARIO", que apareció de marzo a mayo de 1768.

El "DIARIO LITERARIO" dirigido por ALZATE, estuvo consagrado a la literatura, y como asentamos, en su género señala un rumbo que sería seguido con igual o mayor brillo, en la segunda mitad del Siglo XIX, al cultivarse el periodismo literario con la publicación de "EL RENACIMIENTO" de ALTAMIRANO y más tarde con la circulación de la Revista Azul de Gutiérrez Najera.

En el Siglo XVIII, se publicó también nuestro periódico de divulgación científica llamado "El Mercurio Volante" - que trataba sobre cuestiones de Física, Química y Medicina.

BARTOLACHE es el iniciador del periodismo mexicano enfocado a la divulgación de las ciencias a partir del 17 de octubre de 1762, fecha en que salió a la circulación "Mercurio Volante".

De fines del Siglo XVIII, a principios del XIX, continúan apareciendo en México las Gacetas Informativas de las más importantes de éstas, fue la "Gaceta de Valdez".

A principios del Siglo XIX, la Gaceta de LOPEZ se convirtió de hecho, en el órgano periodístico oficial del gobierno virreinal.

El 10. de octubre de 1805, es la fecha de nacimiento del DIARISMO MEXICANO. Ese día apareció el primer número de "EL DIARIO DE MEXICO", dirigido por los abogados J. DE VILLAUURUTIA Y CARLOS MARIA DE BUSTAMANTE, Editado por don Nicolás de Calera e impreso en los talleres de doña María Fernández de Jauregui. El Diario de México se publicó - hasta el 4 de enero de 1817, saliendo sin interrupción 11 años y su colección consta de 25 tomos. Informó sobre - ciencias, literatura, noticias sociales, política, etc., su redactor principal fue Juan Wenceslao Bandueta. Don Carlos Maria de Bustamante, junto con Jacobo de Villaurrutia, puede ser considerado como el primer DIARISTA MEXICANO.

Al "DIARIO DE MEXICO" siguieron otros que se editaron en provincia, como "El Jornal Económico Mercantil de Veracruz", publicado el 10. de marzo al 31 de julio de 1806.

Dos años después, salió "El Diario Mercantil de Veracruz", editado por José Mariano Almanza (372 números a partir del 6 de julio de 1803.

Los periódicos ajenos a los problemas del momento, que ve getaran en los primeros lustros del Siglo XIX, habían ido muriendo uno tras otro. Sin embargo, justo es recordar - los 26 años de vida de la GACETA DE MEXICO de Manuel Anto nio Valdez; El Correo Semanario "Político Mercantil" (1809-1811) y la vasta obra periodística de don Juan Wenceslao Sánchez de la Barquera, que publicó 5 periódicos entre - 1808 y 1821, entre éstos, "El Semanario Económico de No- ticias Curiosas y Eruditas sobre Agricultura y Demás Artes y Oficios" (1808-1810) y "El Correo de los Niños" (1813), la primera publicación infantil.

Al consumarse la Independencia, la prensa se constituyó - en la más alta tribuna en la que se debatían los arduos - problemas nacionales, y casi no hubo hombre público y po- lítico de relieve, que no combinara la acción con el pe- riodismo.

Siguen apareciendo otros diarios como El Pensador, El Fe- deralista Mexicano, El Gallo Pitagórico, El Observador de la República Mexicana, El Siglo, El Monitor Republicano, La Revista El Renacimiento, la Revista Azul de Gutiérrez Nájera.

A fines del Siglo XIX, se editaron en México algunos dia- rios, como El Correo de las doce (1822-1888), muchos sema narios dedicados a las damas y a los niños, varias bisema narias entre éstas "La Calandria de Ambrosio" y una que - otra publicación mensual de arte, literatura y ciencias.

En toda la prensa reinaba el silencio y como en la época colonial estaba prohibido hablar de nuestra realidad.

Existieron otros periódicos en la época de la dictadura y de la revolución como "El Imparcial", "El Debate", "La Re pública", "El Reeleccionista", y "El Porfirista".

En 1913 la prensa revolucionaria sufrió persecuciones nuevamente. "El Imparcial", "La Nación", "El País", "El Obrero de Tepic" y el "Kaskabel de Guadalajara", defendieron al Huertismo, pero la bandera revolucionaria se sostuvo - en la "Aurora" de Roque Estrada y la "Revancha" de Salvador Saucedo, "El Sur", publicado en Morelos por el movimiento Zapata.

Existieron otros diarios como "El Mexicano", "El Pueblo" y "Revista de Revistas" de la Capital, "El Demócrata" de Monterrey y la Revolución de Puebla.

El gran periódico "El Demócrata" cierra una etapa del diario mexicano contemporáneo.

Actualmente el periodismo mexicano ha alcanzado un alto desarrollo, han abierto la brecha en largos años de trabajar afanosamente, los cuatro diarios capitalinos, "EL UNIVERSAL", fundado por Félix F. Palavicini el 10. de octubre de 1916, "EL EXCELSIOR", fundado por Rafael Alducin - el 18 de marzo de 1917, "LA PRENSA", fundada el 30 de agosto de 1928 y el "NOVEDADES", fundado por Ignacio F. Herreras el 21 de noviembre de 1939.

A estos diarios se suman actualmente otros importantes cotidianos, como "EL SOL DE MEXICO", "EL HERALDO", "LA AFICION", "CUESTION", "DIARIO DE MEXICO", "ESTO", "EL FINANCIERO", "LA JORNADA", "OVACIONES", "EL DIA", "EL NACIONAL", "UNO MAS UNO", y los diarios del medio día y de la tarde.

En provincia también se ha desarrollado extraordinariamente el diarismo, actualmente se publican 365 diarios en - las diversas entidades de la República.

Haremos comentarios sobre la Radiodifusión, que también - como el periodismo, ha contribuido a la difusión de las - noticias.

Por otro lado, la televisión ha hecho una gran labor en - apoyo a la difusión de noticias, como ejemplo de ello el programa actual de "ECO", que se presenta diariamente, al canzando éxito en las noticias.

C A P I T U L O 2

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO

2.1 Estructura del Departamento de Equipo y Material

EDITORIAL X, S. A.

GRAFICA DE ORGANIZACION

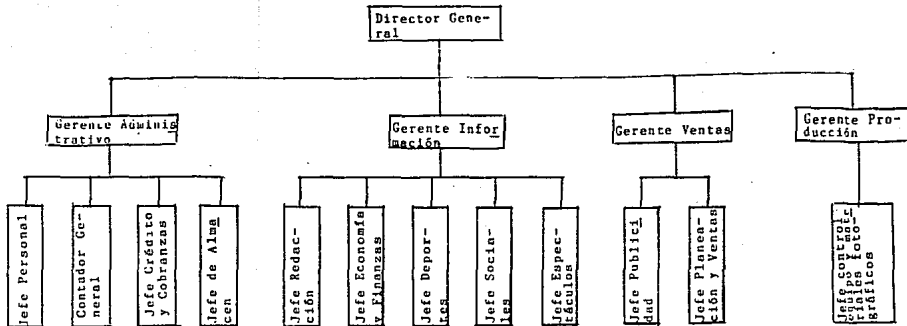


Fig. No. 2.1

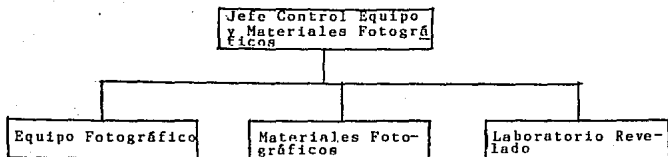


Fig. No. 2.2

EQUIPO FOTOGRAFICO:

Equipo necesario para ser utilizado por los Reporteros Gráficos y así poder desarrollar sus funciones de proporcionar la información gráfica oportuna y eficientemente a las diferentes secciones de una empresa periodística; el equipo se compone de:

- Cámaras fotográficas, Monopie y Tripie.
- Lentes, Reproductor de transparencias a internegativos.
- Telefotos, Telextender.
- Flashes.
- Transiveros para la transmisión de fotografías.

MATERIALES FOTOGRAFICOS:

Para la utilización del equipo antes mencionado, se necesitará de materiales para obtener la información solicitada, que en este caso, sería la fotografía; los materiales se conforman de:

- Rollos de película de transparencia en color.
- Rollos de película de negativo blanco y negro.
- Químicos para el revelado de rollos en color y blanco y negro.
- Papel fotográfico para la impresión de fotografías en blanco y negro.

LABORATORIO DE REVELADO:

Es el lugar en donde se procesan los rollos, tanto en color como en blanco y negro para obtener la información requerida (fotografías), para tal efecto, se necesitará de equipo y materiales adecuados para llevar a cabo dicho proceso y consisten en:

EQUIPO:

- Tanques y carretes para el revelado de rollos de blanco y negro.
- Ampliadoras para la impresión de fotografías en blanco y negro.
- Secadora de negativos de color y blanco y negro.
- Satinadora para el secado de fotografías en blanco y negro.

MATERIALES:

- Químicos para el revelado de rollos en color y blanco y negro.
- Papel fotográfico para la impresión de fotografías.
- Charolas especiales para el depósito de químicos.

ITINERARIO DE LA NOTICIA.

Le denominamos itinerario con el propósito de cubrir las instancias y secuencias del tránsito que se opera cuando un hecho o noticia pasa de la fuente que lo origina, hasta el receptor que lo interpreta y redacta para que sea difundido en un medio de información impreso (periódico), es decir, el recorrido mecánico que realiza la noticia hasta llegar al objetivo final que sería el lector.

Para considerar un hecho en noticiable, debemos considerar los siguientes factores que intervienen en esta metamorfosis:

- En primer lugar, que el hecho no sea familiar, que no forme parte de la rutina diaria.
- En segundo lugar, que afecte el interés colectivo, ya sea en lo económico, político, moral, religioso, etc., o simplemente que active los mecanismos psíquicos de los seres humanos, especialmente en los sentimientos de solidaridad e instintos de conservación, emulación y sentimientos de amor, odio, venganza, etc. Tienen lugar aquí todas las formas de interés concebibles.
- En tercer lugar, que alguien le asigne al hecho el valor de noticia.
- Y por último, que ese valor sea compartido por un número más o menos apreciable de personas.

En conclusión, podremos decir que el hecho se convierte en "noticia", cuando algún ser humano percibe que en las señales físicas del acontecimiento hay algo nuevo, interesante, que le afecta directa e indirectamente y le incita a actuar en el rol de comunicador.

El sujeto, testigo del acontecimiento, puede ser un profesional de la información; en el caso nuestro, un periodista. La situación original varía, porque las percepciones de éste son más -

agudas que las del observador común. El periodista está entrenado, tecnificado para extraer elementos del hecho con criterio profesional, y tiene, frente al ciudadano común, mayor capacidad manipuladora de los datos. Pero esto no significa que el periodista quede a cubierto de experimentar sensaciones y percepciones idénticas a las de un individuo cualquiera, puesto que es un ser humano. Del control ejercido sobre las emotividades, creencias e intereses individuales, dependerá que el profesional alcance una visión objetiva de los hechos.

El suceso noticiable adquiere el valor de noticia en el momento en que sus componentes sistémicos denotan una cualidad emergente manejable para su divulgación por un medio impreso. El periodista, entonces, inicia su intervención tecnificada en el material que tiene enfrente y que él considera un hecho noticiable.

- El primer paso en la secuencia de la noticia con relación - reportero-medio informativo, se inicia con los dos comportamientos siguientes:

1) El reportero procesa el material por sí mismo y vierte los datos desordenados en una estructura periodística, para darle forma de mensaje, mediante el uso de un código también periodístico.

2) En caso de corresponsal o enviado especial, pasa la información por escrito o en el segundo caso personalmente -- por teléfono.

En esta segunda forma, se trata de una nueva interpretación para un nuevo intermediario, y cada una de las modalidades es, al mismo tiempo, un proceso diferente de comunicación - entre el reportero y el receptor.

El receptor del diario tiene que traducir ahora lo que el - enviado o corresponsal tradujo para él, de los datos obtenidos en la fuente. La intervención del redactor añade al - proceso las influencias resultantes del redactor, sobre un hecho que él conoce por referencia.

- El siguiente paso consiste en la evaluación de los datos para determinar su importancia noticiosa. En esta etapa del itinerario, intervienen varios factores:
 - Criterio del reportero-redactor.
 - Criterio del redactor.
 - Línea del periódico.
 - Tipo de periodicidad.
 - Cantidad y calidad de otros acontecimientos del día.
 - Espacio disponible en razón de la cantidad de avisos.
 - Censura.
 - Autocensura y otros.

No existe una regla para medir la importancia del hecho noticiable; sin embargo, por comodidad conceptual, podemos establecer una escala ideal que nos ayude a comprender los niveles de selectividad práctica. Supongamos una regla marcada del cero a 10. El valor cero está representado por la noticia menos trascendente o los sueltos que se colocan en los diarios para rellenar huecos dejados por fallas de cálculo en diagramación. El valor 10 lo adjudicamos a la noticia más importante del momento. Hay que tomar en cuenta que razones externas a la institución del medio presionan, a menudo, para que el valor noticioso resulte exagerado por la extensión o la caracterización tipográfica, o que expectativas y compromisos económicos, políticos, religiosos y de otra índole llevan al periódico a desfigurar la importancia del hecho amplificándolo o minimizándolo.

Los mismos factores anotados tienen que ver con la selección del material publicable; siendo el jefe de redacción quien tiene a su cargo esta tarea.

- En la siguiente fase tomada la decisión de publicar algo, el redactor elabora el original correspondiente conforme a un

código periodístico matizado por el vocabulario del autor, elimina lo que juzga superfluo y destaca lo que considera - relevante. El hecho original se ha transformado cuantitativa y cualitativamente.

Después de haber redactado el mensaje, corresponde al jefe de redacción verificar lo escrito y si es necesario en el mensaje; cambia palabras, introduce nuevas acepciones, elimina palabras, frases o párrafos. Y por lo general, se reserva el derecho de rearmar el párrafo de entrada.

Cabe hacer mención también que el original recibe el título de presentación dentro de las normas periodísticas de atracción del interés del receptor, síntesis apretada del hecho, etc., Y dentro de las disponibilidades de espacio y acomodo estético, - del material, el título, por su dimensión y caracteres tipográficos, puede hacer variar el valor noticioso del acontecimiento.

Actualmente, la mayoría de los diarios cuenta con un sistema de computación para la edición del periódico, en donde desde pantalla al momento de redactar la información, se puede detectar si existe error de ortografía.

- En el siguiente paso corresponde a los diagramadores jerarquizar la información presentándola de la mejor manera en un formato de plana completa que se elabora en pantalla, la cual ya estando formada, se envía al sistema central para su impresión en papel fotográfico.
- A partir de la siguiente fase, intervienen elementos técnicos de taller, en donde la plana ya impresa es recibida por el departamento de Fotomecánica para proseguir a elaborar los negativos en blanco y negro, así como también recibe las fotografías que serán publicadas para hacer el mismo proceso anterior, lo mismo es para fotografías y/o anuncios en color.

Una vez que ya se tienen los negativos, con ayuda de máquinas denominadas transportadores de láminas y de substancias químicas, gravan los negativos en las láminas que tienen la misma dimensión de la plana del periódico. Una vez en prensa, depende del estado de la maquinaria y de la eficiencia de los prensistas el que el mensaje mantenga la nitidez de sus señales impresas en láminas de aluminio, para posteriormente pasar a rotativas.

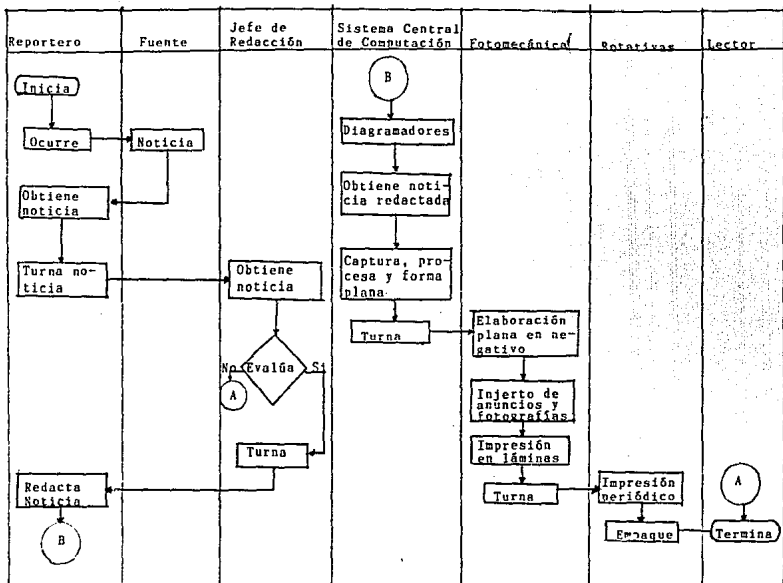
- Cuando ya se tienen las láminas reveladas necesarias, éstas serán entregadas al departamento de rotativas en donde serán colocadas en los rodillos de las máquinas o prensas en las cuales se imprimirá el periódico.

Desde luego que este departamento en el cual culmina el aspecto productivo del periódico, deberá recibir las placas - (láminas) en las condiciones técnicas requeridas y con el tiempo apropiado para que el periódico se imprima técnicamente correcto y pueda salir a la circulación a su debido tiempo.

- En la última etapa, el producto de medio está listo para ser empacado y remitido a los centros de distribución para el público.

Esto es, a grandes rasgos, el recorrido o las etapas más importantes de un hecho noticioso desde su fuente de producción hasta su arribo a manos del lector común.

DIAGRAMA DE FLUJO
LA NOTICIA EN UN MEDIO IMPRESO



PROCESO DE LA PUBLICIDAD Y/O ANUNCIOS

Publicidad es un atributo del público, calidad de divulgación de un mensaje entre el público. Alrededor de este fenómeno se ha desarrollado la base de la ciencia publicística que tiene por objeto el estudio de las formas de comunicación con los públicos y de éstos entre sí; una rama de la ciencia de la comunicación con objetivos y métodos propios.

Para la publicística es publicidad todo mensaje que se difunde por cualquier medio: noticias, comentarios, ideas, sentimientos, entretenimiento, educación, anuncios comerciales, etc.

En el caso del periodismo impreso, este punto de vista se afianza en el principio de acceso público, sin el cual no es posible la existencia de periodismo como sistema de comunicación de masas.

- Como primer paso del proceso para la publicación de un anuncio, mencionaremos que existen tres diferentes formas de presentación en los medios de difusión impresos los cuales son:

1. Por agencias de publicidad.
2. Por agentes (internos y externos).
3. Clientes directos.

Agencias de publicidad. Elaboran sus propias órdenes con formato y diseño propio de cada una de ellas, en la cual se indican fecha de publicación, medida del anuncio, precio, forma de facturar y en donde cobrar, en cuya orden se anexa el negativo original o copia fina.

Agentes de publicidad. Usan normalmente órdenes con formato y diseño propio del periódico, indicando todos los datos del

punto antes mencionado; fecha de publicación, medida del anuncio, forma de facturar, etc.

Los agentes de publicidad se clasifican en:

- a) Agentes Internos.- Los que trabajan dentro del mismo diario.
- b) Agentes Externos.- Los que trabajan fuera o en otros diarios.

Clientes Directos.- El cliente envía directamente al periódico su orden o carta orden, en la cual especifica forma y condiciones de su anuncio.

- El siguiente paso del proceso es llevado a cabo por el departamento de Roll Técnico, el cual se encarga de la recepción de las órdenes y materiales, para posteriormente bajo previa presentación y autorización del Departamento de Crédito y Cobranzas con respecto al otorgamiento de crédito, - procede a la elaboración de esquemas prediseñados para esta función; en las cuales se le debe anotar el nombre del cliente, medida, la gufa del anuncio, producto o tema principal.

Una vez que el anuncio reuna todos los requisitos para su publicación, se archiva de acuerdo al día que se vaya a publicar.

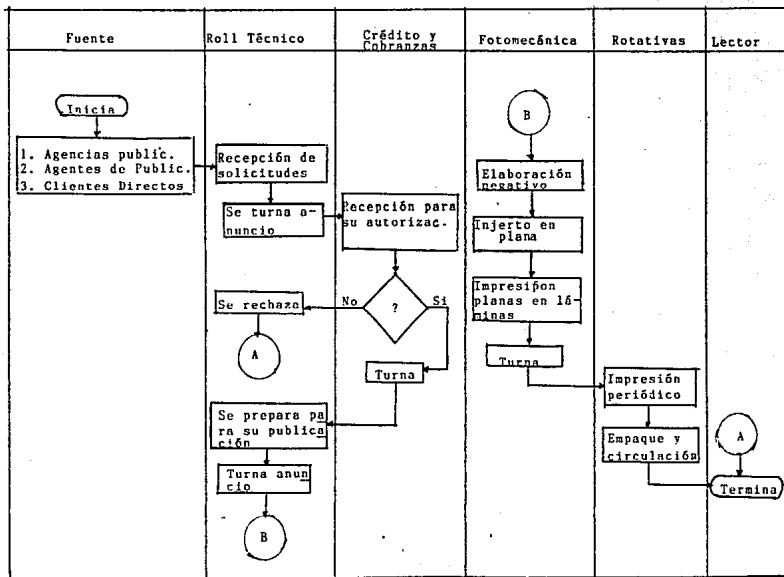
- Posteriormente corresponde al Departamento de Fotomecánica recibir el departamento de Roll Técnico los originales o copias finas para elaboración de los negativos correspondientes.
- Una vez teniendo los negativos, corresponde al Departamento de Injerto colocar o "injertar" los negativos en número de página que se le haya asignado y sección del periódico.

- Una vez que se haya obtenido la plana completa en negativo incluyendo los anuncios con la demás información, es recibida por el Departamento de Láminas, en donde los negativos se gravan en láminas de aluminio, las cuales tienen la misma dimensión a la plana del periódico; dicho proceso es llevado a cabo por medio de sustancias químicas, las cuales hacen que el mensaje mantenga la nitidez de sus señales.

- Cuando ya se tienen las láminas reveladas, éstas serán entregadas al Departamento de Rotativas, en donde serán colocadas en los rodillos de las máquinas o prensas en las cuales se imprimirá el periódico.

- Posteriormente, toca al Departamento de Circulación recibir el periódico para ser empacado y remitido a los centros de distribución para el público.

DIAGRAMA DE FLUJO
PUBLICIDAD EN UN MEDIO IMPRESO



2.2 DESCRIPCION DEL PUESTOI.- IDENTIFICACION DEL PUESTO

- 1) TITULO DEL PUESTO: Jefe Departamento en control de Equipo y Materiales fotográficos.
- 2) NUMERO DE PLAZAS: Unica.
- 3) PUESTOS AFINES: Jefe de Laboratorio y Equipo.
- 4) LOCALIZACION FISICA: Av. Cuautitlán No. 332 Col. Nva. Santa María C.P. =2530. Oficina 527.
- 5) UBICACION EN EL ORGANIGRAMA: 3er. Nivel
- 6) REPORTA A: Gerente de Producción.
- 7) SUBORDINADOS: Laboratoristas.
- 8) TIPO DE PUESTO: Administrativo 70% Operativo 30%
- 9) CLASIFICACION DEL PUESTO: Confianza X Sindicalizado
Base Honorarios Especial
- 10) MATERIAL Y/O EQUIPO UTILIZADO EN EL PUESTO:
- a) MATERIAL.- Formatos para el control de Equipo y Material, Artículos de oficina (hojas blancas, cleeps y tabulares).
- b) EQUIPO.- Equipo de Oficina (Escritorio, silla, calculadora, máquina de escribir, archiveros y ventilador)
- 11) ASPECTOS CONFIDENCIALES: Reportajes fotográficos.
- 12) SUELDO: Mercado 2'200,000 Organización: 1'050,000.
- 13) PERIODO DE REVISION: Anual.

II.- F U N C I O N E S

- 1) **FUNCION GENERICA.-** Control y optimización en el manejo de equipo y material.
- 2) **FUNCION ESPECIFICA:**
- a) Entrega de material a fotógrafos (Rollos de película en transparencia de color, rollos en negativo blanco y negro y - de pilas alcalinas para cámara y flash.
 - b) Entrega a laboratoristas de químicos para el revelado de rollos y papel fotográfico para la impresión de fotos.
 - c) Control de equipo a cargo de reporteros gráficos.
 - d) Supervisión en cuanto al buen uso de material y equipo que le den tanto fotógrafos como laboratoristas.
- 3) **INFORMES Y REPORTE:** Son presentados cada fin de mes ante el Gerente de Producción, en el cual se especifica la cantidad de material utilizado para llevar a cabo las funciones asignadas al departamento.

III.- R E L A C I O N E S D E L P U E S T O

- 1) **RELACIONES INTERNAS.-**
- a) **PERMANENTES:** Gerente de Producción y Subordinados.
 - b) **PERIODICAS:** Jefaturas de Información Gral. y Financieras, Deportes, Sociales y Espectáculos.
 - c) **EVENTUALES:** Gerente de Ventas.

2) RELACIONES EXTERNAS.-

- a) PERMANENTES: No tiene
 b) PERIODICAS: No tiene
 c) EVENTUALES: El puesto no las requiere.

IV.- REQUERIMIENTOS DEL PUESTO.

1) INHERENTES AL PUESTO:

ESCOLARIDAD.- Pasante a Nivel Licenciatura (L.A.E.)

EXPERIENCIA.- 1 año en el área o puesto similar.

EDAD.- 25-35 años.

SEXO.- Indistinto.

CONOCIMIENTOS ESPECIALES.- Materiales fotográficos.

2) INHERENTES AL PROSPECTO:

DON DE MANDO: Poder para dirigir a otros para que hagan - determinadas actividades apropiadas para la realización de los fines o propósitos del - departamento.

HABILIDAD.- Capacidad para poder desarrollar las funciones asignadas al puesto.

RESPONSABILIDAD:

La obligación de cumplir con las actividades encomendadas al puesto.

V.- CONDICIONES DE TRABAJO.

- 1) INSTALACIONES a) Paredes de oficina son de color blancas, con pisos de loseta e iluminación con - lámparas blancas.
 b) El área del departamento ventilada.
 c) Laboratorio de revelado en rollos de color acondicionado para que no se filtre la luz (cuarto oscuro), con ventilador y extractor de aire.

- d) Laboratorio de revelado en blanco y negro con luz intinica de color ambar para protección de materiales sensibles.

2) RIESGOS:

a) PERSONALES:	Altos ___	Medios <u>X</u>	Bajos ___
b) MATERIALES:	Altos <u>X</u>	Medios ___	Bajos ___
c) ECONOMICOS:	Altos ___	Medios ___	Bajos <u>X</u>

2.3 PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

2.3.1 REPOSICION DE MATERIAL DEL ALMACEN GENERAL

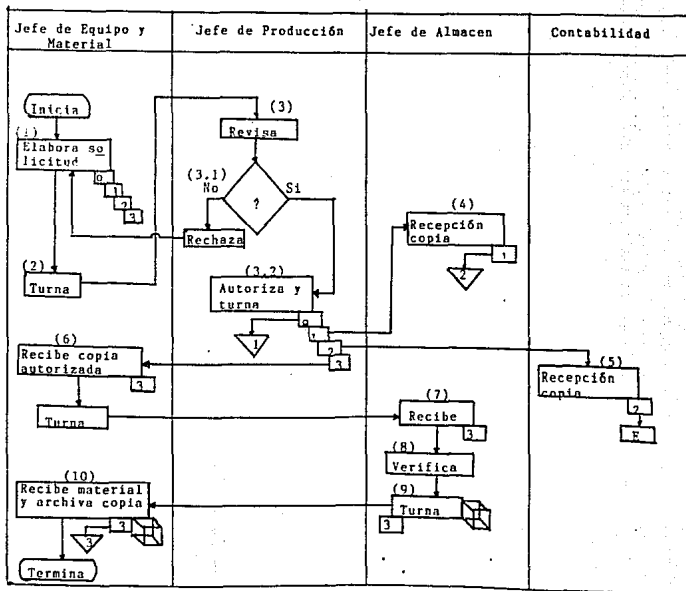
PROPOSITO: Guiar al usuario en las actividades relacionadas con la obtención oportuna de material y/o equipo necesario para proporcionar el servicio.

NORMAS DE OPERACION:

- a) Todas las solicitudes de material deberán ser mediante el formato de "Salida de Almacén" en original y tres copias, en donde se especifica la cantidad, unidad y descripción del material solicitado.
- b) La requisición debe estar debidamente autorizada por el Jefe de Producción.

DIAGRAMA DE FLUJO

SOLICITUD DE MATERIAL (PARA EL DEPARTAMENTO DE EQUIPO Y MATERIAL)



2.3 PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

No.	RESPONSABLE	DESCRIPCION
1	JEFE DE EQUIPO Y MAT.	- Si la reserva de material llega a su límite permitido, elabora la solicitud de material en original y 3 copias.
2	"	- Turna solicitud al Jefe de Producción para su aprobación.
3	JEFE DE PRODUCCION	- Recibe solicitud de material para su autorización.
3.1	"	- En caso de ser rechazada, se turna al Jefe de Equipo y materiales.
3.2	"	- En caso de ser aprobada, distribuye copias del formato para realizar la operación, reteniendo el original para su control.
4	JEFE DE ALMACEN GRAL.	- Recibe del Jefe de Producción copia No. 1 de la solicitud de material.
5	CONTABILIDAD	- Recibe del Jefe de Producción copia No. 2 de la solicitud para su control.
6	JEFE DE EQUIPO Y MAT.	- Recibe del Jefe de Producción copia No. 3 de la solicitud debidamente autorizada para su presentación al Jefe del Almacén General.
7	JEFE DE ALMACEN GRAL.	- Recibe del Jefe de Equipo y materiales la copia No. 3 de la solicitud.
8	"	- Verifica que la copia No. 3 de materiales corresponda a la copia No. 1.
9	"	- Una vez que compara las copias y se comprueba que corresponde a la misma solicitud, entrega materiales y copia 3.
10	JEFE DE EQUIPO Y MAT.	- Recibe material solicitado y archiva copia No. 3 para su control en cuanto a materiales recibidos.

RELACION DE ARCHIVOS ADMINISTRATIVOS

No.	RESPONSABLE	USO	TIPO ARCHIVO	CLASE	DURACION(HASTA)
1	JEFE PRODUCCION	Control al uso de materiales	DEFINITIVO	CRONOLOGICO	1 AÑO
2	JEFE ALMACEN	Control de salidas de material	DEFINITIVO	NUMERICO	1 AÑO
3	JEFE CONTROL EQUIPO Y MATERIALES FOTOGRAFICOS	Reposición de materiales	DEFINITIVO	CRONOLOGICO	1 AÑO
4	CONTABILIDAD	Para su control	DEFINITIVO	CRONOLOGICO	1 AÑO

FORMATO UTILIZADO:

SALIDA DE ALMACEN					No. (1)
EDITORIAL X, S.A.					
DEPARTAMENTO (2)			FECHA (3)		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	CLAVE	COSTO UNITARIO	IMPORTE
(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
(10) RECIBIO		(11) ENTREGADO		(12) AUTORIZO	

PRESENTACION: Original y tres copias
 DISTRIBUCION: Original - Jefe de Producción
 c.c.1 - Jefe de Almacén
 c.c.2 - Contabilidad
 c.c.3 - Jefe Control Equipo y Materiales Fotográficos

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO	A N O T A
1	FOLIO	- Número de folio
2	DEPARTAMENTO	- Nombre del Departamento solicitante.
3	FECHA	- Día, Mes y Año en que se elabora solicitud.
4	CANTIDAD	- Número de piezas que se necesiten.
5	UNIDAD	- Especificar si es caja, pieza, kilos y/o metros.
6	DESCRIPCION	- Nombre genérico con el cual se maneja el material.
7	CLAVE	- Asignada al material solicitado por el Departamento de Contabilidad.
8	COSTO UNITARIO	- Importe por unidad controlada por el Departamento de Contabilidad.
9	IMPORTE	- El resultado de multiplicar la cantidad por el costo unitario para obtener el importe total.
10	RECIBIO	- Firma de quien recibe.
11	ENTREGA	- Firma de quien hace la entrega (Jefe de Almacén General).
12	AUTORIZO	- Firma del Jefe del Departamento solicitante.

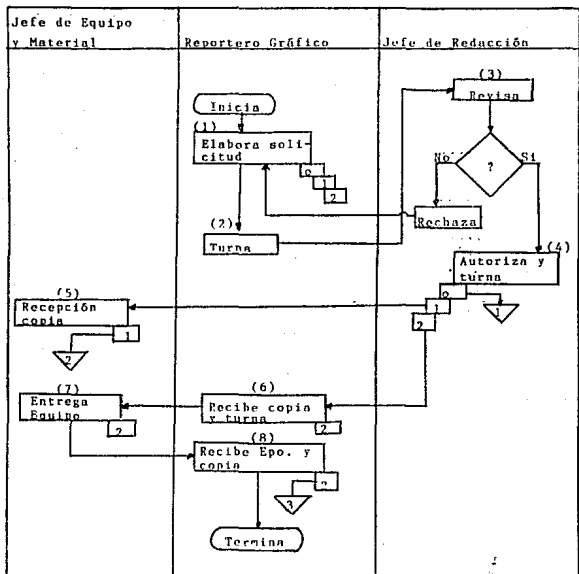
2.3.2.- PRESTAMO DE EQUIPO

PROPOSITO.- Proporcionar al Reportero Gráfico del equipo necesario para brindar el servicio de aportar la noticia gráfica para apoyar la información escrita de las diferentes Secciones.

NORMAS DE OPERACION:

- a) El préstamo estará respaldado con el llenado del formato "Préstamo de Equipo" en original y dos copias en donde se anotará descripción de equipo, fecha, nombre y firma del solicitante.
- b) El formato de "Préstamo de Equipo" debe estar autorizado por el Jefe de Redacción y por el Jefe de Equipo y Material.
- c) Es responsabilidad del solicitante (Reportero Gráfico) en cuanto al buen uso y cuidado del equipo.
- d) En el momento de la devolución de equipo, este deberá encontrarse en buenas condiciones y en la misma cantidad enunciada en el formato de "Préstamo de Equipo".

DIAGRAMA DE FLUJO
PRESTAMO DE EQUIPO A REPORTEROS GRAFICOS



PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

No.	RESPONSABLE	DESCRIPCION
1	REPORTERO GRAFICO	- Elabora formato de "Préstamo de Equipo" en original y dos copias.
2	REPORTERO GRAFICO	- Turna solicitud al jefe de Redacción Gral.
3	JEFE DE REDACCION	- Recibe solicitud para revisión, si es rechazada, se regresa al Reportero Gráfico.
4	JEFE DE REDACCION	- Autoriza solicitud de "Préstamo de Equipo" reteniendo el original del formato para su control y distribuye las dos copias restantes.
5	JEFE DE EQUIPO Y MATERIAL	- Recibe copia No. 1 debidamente autorizada para entregar equipo.
6	REPORTERO GRAFICO	- Recibe copia No. 2 autorizada para recoger Equipo solicitado.
7	JEFE DE EQUIPO Y MATERIAL	- Entrega Equipo de acuerdo a lo estipulado en formato autorizado.
8	REPORTERO GRAFICO	- Termina el procedimiento para el préstamo de Equipo, al recibir lo solicitado y copia del formato.

RELACION DE ARCHIVOS ADMINISTRATIVOS

No.	RESPONSABLE	USO	TIPO ARCHIVO	CLASE	DURACION(HASTA)
1	JEFE DE REDACCION	Autorización del préstamo	DEFINITIVO	CRONOLOGICO	DEVOLUCION DE EQUIPO
2	JEFE CONTROL EQUIPO Y MATERIALES	Control en Salida	DEFINITIVO	CRONOLOGICO	DEVOLUCION DE EQUIPO
3	REPORTERO GRAFICO	Entrega de equipo	DEFINITIVO	CRONOLOGICO	DEVOLUCION DE EQUIPO

FORMATO UTILIZADO

EDITORIAL "X", S.A.

PRESTAMO DE EQUIPO FOTOGRAFICO A REPORTEROS GRAFICOS

RELACION DE EQUIPO FOTOGRAFICO, QUE SE ENTREGA PARA EL USO DE CADA UNO DE LOS REPORTEROS GRAFICOS, QUEDANDO BAJO SU RESPONSABILIDAD LA CONSERVACION Y CUIDADO DEL MISMO.

Cámara. (1) _____	Número _____
Lente. (2) _____	Número _____
Cámara. _____	Número _____
Lente. _____	Número _____
Lentes Extras. (3) _____	Número _____
_____	Número _____
_____	Número _____

Flash Electrónico (4) _____ Número _____

RECIBI: (5) _____

México, D.F., (6) _____

Observaciones: (7) _____

Autorizó (8) _____ Entregó (9) _____
Jefe de Producción Jefe de Equipo y Mant.

PRESENTACION: Original y dos copias
DISTRIBUCION: Original - Jefe de Redacción
Copia 1 - Jefe de Equipo y Material
Copia 2 - Reportero Gráfico.

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	DATO	A N O T A
1	CAMARA	-Marca de Cámara con número de serie.
2	LENTE	-Marca del lente con número de serie.
3	LENTES EXTRAS	- Registrar las marcas y números de series en caso de entregarse más lentes.
4	FLASH	- Marca de Flash y número de serie.
5	RECIBI	- Nombre y firma de quien recibe el Equipo.
6	FECHA	- Registrar día, mes y año en que se efectúa el préstamo.
7	OBSERVACIONES	- Este espacio queda libre para futuras aclaraciones como por ejemplo las descompostura de algún Equipo.
8	AUTORIZO	- Firma de quien autoriza el préstamo (Jefe de Producción).
9	ENTREGO	- Firma de quien entrega (Jefe de Equipo y Materiales).

2.4 POLITICAS

Las empresas que logran el éxito y obtienen buenas utilidades son las que se preocupan por planear sus actividades. Una de las principales bases la constituye el establecimiento de políticas que han de sustentar las operaciones futuras de la empresa.

OBJETIVO

El establecimiento de políticas enfocado a nuestro estudio, será el de controlar el uso de equipo y material fotográfico, - así como las actividades del personal que forma parte del departamento, para que se lleve a cabo todas las disposiciones - emitidas por la Dirección General y con su aplicación se logre ser eficiente para lograr los objetivos señalados de antemano por la organización.

A continuación enunciaremos las siguientes políticas que apoyarán al Departamento de Equipo y materiales fotográficos a cumplir eficaz y oportunamente con sus funciones, disminuyendo los desperdicios y aprovechando al máximo el material utilizado.

POLITICAS DE SERVICIO.

- Para la realización de un evento u orden de trabajo, deberá ser solicitado por escrito y debidamente autorizado por el Jefe de Redacción según la sección correspondiente (Información General y Financiera, Deportes, Sociales y Espectáculos).
- El Jefe de Equipo y materiales fotográficos es la persona - autorizada y encargada de la entrega de equipo y material a usuarios, para la realización de sus órdenes de trabajo.

- Se definirá al usuario del material en cuanto a las necesidades fundamentales del Jefe de Redacción de la sección correspondiente al cubrir una orden de trabajo; para así utilizar únicamente el material necesario y evitar desperdicios.
- El revelado de rollos fotográficos y la impresión de fotografías será responsabilidad única y exclusiva del laboratorista, el cual se encargará de registrar los rollos recibidos para su revelado e impresión de fotografías para cada uno de los reporteros gráficos; para el control en cuanto a la cantidad de material utilizado por cada usuario.
- La recepción del material utilizado en las órdenes de trabajo (fotografías), estará a cargo del Jefe de Redacción de la sección correspondiente; encargado de su evaluación para su publicación.

POLITICAS DE RESERVA.-

- Para evitar el agotamiento de las existencias de material, debe mantenerse una reserva mayor a la cantidad consumida - en promedio durante dos días, considerando las altas y bajas de demanda provocado por las variaciones en su utilización, al aumentar o disminuir las órdenes de trabajo.
- La reserva de Equipo Fotográfico deberá ser no menos de cuatro juegos para cubrir el mismo número de usuarios (Reporteros Gráficos); esto es, con la finalidad de proteger el servicio que brinda el departamento ante cualquier eventualidad como las fallas o el servicio de limpieza y mantenimiento que se llegara a efectuar a algún equipo.

POLITICA DE REPOSICION.-

La reposición de equipo y materiales fotográficos se realizará en el momento en que se haya llegado al límite establecido en la política de reserva, y la efectuará el Jefe de Equipo y materiales, previniendo así las posibilidades de paro del servicio por falta de equipo y material.

POLITICAS DE CONTROL

- La Dirección General con apoyo del Jefe de Producción determinará el presupuesto en cuanto al volumen máximo, en consumo de material por mes.
- Periódicamente se le practicará a cada usuario (Reportero - Grafico) un Balance en cuanto a la cantidad de rollos fotográficos entregados para realizar sus órdenes de trabajo, - contra la cantidad de rollos recibidos por el laboratorista para su revelado, y así detectar las diferencias mayores - que pudieran tener, la cual no debe rebasar en más de dos - rollos por cada usuario; y así evitar la posible tentativa de robo o el diferente uso que les pudieran dar no relacionadas con las actividades periodísticas de la empresa.
- De igual manera, periódicamente se tomará un inventario físico de equipo a cada usuario, para verificar que lo conserva completo y en buenas condiciones de acuerdo a lo registrado en el formato de "Préstamo de Equipo".
- El Jefe de Equipo y materiales es el encargado de elaborar los reportes mensuales sobre el consumo de materiales, informando a la Dirección General y al Jefe de Producción.
- El Jefe de Equipo y materiales será el responsable de la vigilancia para el cumplimiento de las políticas, informando a la Dirección General y al Jefe de Producción cualquier - desviación que se presente.

C A P I T U L O 3

METODO DE INVESTIGACION APLICADO

3.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.

El progreso que se ha venido presentando en México y en especial el de las organizaciones, es algo que nos interesa a todos los que colaboramos con ese desarrollo, por tal motivo, se ha determinado la siguiente problemática:

- La falta de un departamento debidamente diseñado, programado y documentado para llevar a cabo el control de Equipo y materiales fotográficos en una organización del giro periodístico, se manifiesta en el desperdicio de esfuerzos relacionados con los recursos humanos, materiales y por consiguiente económicos con que se cuentan.

3.2 DEMARCACION DEL FENOMENO

Basado en las consideraciones anteriores, se determina que el fenómeno se presenta en:

- Las empresas dedicadas al giro periodístico.
- Dependencias Gubernamentales que cuenten con un departamento de información gráfica.

3.3 FORMULACION DE HIPOTESIS

Habiendo establecido los objetivos y analizado aquellos elementos que mediante la aplicación de técnicas de análisis cimienten soluciones, se generan las siguientes hipótesis:

- El contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, ayudará a incrementar la productividad y eficiencia en sus funciones.
- El Licenciado en Administración, es el profesionista que por sus características y conocimientos, podrá enfrentar la problemática que enmarca la falta de un departamento debidamente documentado para el control de equipo y materiales fotográficos en empresas que cuenten con un departamento para el servicio de información gráfica.

3.4 FIJACION DE OBJETIVOS

Los principales objetivos a considerar para este estudio de acuerdo con las hipótesis planteadas son los siguientes:

- Proporcionar al Departamento de Equipo y Materiales Fotográficos, una herramienta administrativa que le auxilie en el desarrollo de sus actividades.
- Dar a conocer el apoyo que brinda el Lic. en Administración a las organizaciones para el diseño de un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos.
- Por medio de la investigación, dar a conocer el índice de organizaciones en las que existe un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos.
- Comparar el grado de eficiencia entre las empresas que cuentan con un Departamento para el Control de Equipo y Materiales Fotográficos y de las que carecen del mismo.

3.5 DETERMINACION DE VARIABLES INDEPENDIENTES Y DEPENDIENTES

Para poder determinar las variables, independientes y dependientes, fue necesario considerar los elementos de análisis con que se cuentan, de tal manera que se obtuvieron las siguientes variables:

a) Variables independientes.

Si en toda organización periodística es utilizado un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, debidamente diseñado, programado, documentado e implementado ayudará a:

b) Variables dependientes

- Mejorar la organización.
- Aumentar la productividad.
- Evitar tiempos improductivos.
- Aprovechar mejor los recursos materiales, económicos y humanos.
- Reducir al mínimo el índice de desperdicios.
- Formulación de reportes necesarios que permitan a la Dirección de la empresa contar con información confiable para tomar buenas decisiones.

3.6 VARIABLES DE CONTROL

Una vez formulada la hipótesis con sus respectivas variables (independientes y dependientes) y siguiendo con el método de investigación, el siguiente punto consistirá en determinar las variables de control.

Dichas variables serán como sigue:

- ¿Cuál es el giro de su organización?
- ¿Qué antigüedad tiene?

- ¿En cuánto a su tamaño, como considera su organización?
- ¿Cuál es el número de empleados?
- ¿Qué profesión considera usted necesaria para diseñar un Departamento para el Control de Equipo y Materiales Fotográficos?
- ¿Considera usted que el Lic. en Administración al diseñar un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, propiciará una buena optimización de las actividades ejecutadas por la organización?
- Cuenta con algún departamento para el control de equipo y materiales fotográficos su organización.?
- ¿El personal que lo diseña cuenta con título profesional?
- ¿Todas las organizaciones deberían contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?
- ¿Al incrementar la productividad, repercutiría una mayor eficiencia en sus actividades?
- ¿La considera usted una herramienta administrativa?

A continuación mencionaremos las variables de control seleccionadas, cuyo contenido va de acuerdo con el de nuestra investigación, mismas que formarán parte en nuestro cuestionario y que aplicaremos en la práctica de campo.

- a. Nombre de la organización.
- b. Giro de la organización.
 - a) Industrial.
 - b) Servicios.
 - c) Otros.
- c. ¿Cuál es la antigüedad de su organización?
 - a) 1 a 5 años.
 - b) 5 a 10 años.
 - c) 10 a más años.

- d. ¿Cuál es el tamaño de su organización?
- a) Pequeña
 - b) Mediana.
 - c) Grande.
- e. ¿Cuál es el número de empleados?
- a) Menos de 100
 - b) De 100 a 500.
 - c) De 500 a 1000
 - d) Más de 1000.
- f. ¿Cuenta la organización con un Departamento para el Control de Equipo y Materiales Fotográficos?
- a) Si
 - b) No
- g. ¿Si cuenta con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, en que porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?
- Rangos: 10-20-30-40-50-60-70-80-90 y 100%.
- h. ¿Considera usted que todas las organizaciones periódicas deberían contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?
- a) Si
 - b) No
- i. ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?
- a) Necesaria
 - b) Indispensable
 - c) Ninguna.
- j. ¿La obtención de reportes se genera?
- a) Diario
 - b) Semanal
 - c) Quincenal
 - d) Mensual
 - e) Otros

k. ¿A qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia
- b) Departamento
- c) Sección
- d) Encargado.

3.7 AJUSTE A LA HIPOTESIS ORIGINAL Y A SUS VARIABLES

Habiendo considerado que tanto la hipótesis original, así como sus variables fueron bien determinadas, se ha decidido continuar sin modificación alguna, en virtud de que éstas se apegan adecuadamente al objetivo del estudio.

3.8 ESTUDIO DE MUESTREO ESTADISTICO

El propósito es determinar por medio de cuestionarios cual es el porcentaje de empresas periodísticas que cuentan con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos ubicadas dentro del Area Metropolitana, a fin de confrontar de manera razonable las hipótesis planteadas en base al análisis efectuado y al diseño de la investigación.

De acuerdo a información recabada, existen alrededor de 400 organizaciones periodísticas, distribuidas en los diferentes Estados de la República y Distrito Federal; tomaremos esta cantidad para fijar nuestro Universo.

Para efecto de nuestro estudio, seleccionaremos y enumeraremos a 15 organizaciones periodísticas representativas más importantes ubicadas dentro del Area Metropolitana y que tengan circulación nacional y de 5 Dependencias Gubernamentales que cuenten con un departamento de Información Gráfica.

Resumiendo lo anterior tendremos:

Universo = 400 organizaciones

Muestra = 20 organizaciones

Y así podremos aplicar la siguiente fórmula:

$$M = \frac{4 P q N}{S^2(P-1) + 4 P q}$$

donde:

M	= tamaño de la muestra.	
P	= Probabilidad de ocurrencia del evento	70%
q	= Probabilidad de que no ocurriera el evento	30%
N	= Tamaño de la población	20
S	= Error permitido en el cálculo del tamaño de M.	5%

3.9 DESARROLLO DE LA FORMULA

$$M = \frac{4 (.70) (.30) (20)}{.05^2 (20-1) + 4(.70)(.30)}$$

$$M = \frac{4 (.210) 20}{.0025(19) + 4(.210)}$$

$$M = \frac{.84 \times 20}{.0475 + .84}$$

$$M = \frac{16.8}{.8875}$$

$$M = 19$$

Por lo tanto, la determinación de la muestra será de 19 - entrevistas a realizar.

3.10 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Una vez hecho el estudio de muestreo y teniendo el número de empresas a encuestar, se realizó una investigación documental, para ubicar a los principales diarios del Area Metropolitana, así como de aquellas Dependencias Gubernamentales que cuentan con un departamento de información gráfica.

Elegido el cuestionario como herramienta auxiliar y debidamente diseñado para la recolección de información, se procederá a la realización de las entrevistas al personal de las organizaciones responsables del departamento de equipo y materiales fotográficos. Se recolectarán los datos proporcionados por el entrevistado y se tratarán sistemáticamente, para obtener la información, que ayudará a interpretar los resultados obtenidos y hacer la evaluación final, con el fin de aprobar o desaprobado las hipótesis.

3.11 CONSTRUCCION DEL CUESTIONARIO

Determinadas las hipótesis, los objetivos y el diseño de la investigación, además de contar con el tamaño de la muestra, se procedió a la integración del cuestionario, técnica de investigación que nos servirá para cubrir el objetivo del estudio, tanto para poder clasificar, como cuantificar las respuestas.

Una vez establecido el cuestionario para nuestra investigación, se consideraron en su diseño los siguientes parámetros:

- a) Se elaborarán 19 cuestionarios que conformarán el tamaño de la muestra en nuestro caso de estudio.

- b) Se entregará al entrevistado una carta de presentación que especifique brevemente el objetivo de nuestro estudio.
- c) Con el fin de darle validez a la información recabada, se pedirá al entrevistado que los cuestionarios sean sellados o firmados.
- d) No se influirá con el entrevistado para que sus respuestas sean confiables.

CUESTIONARIO

Nombre de la organización _____

1.- ¿Cuál es el giro de la organización?

- a) Industrial ()
- b) Servicios ()
- c) Otros ()

2.- ¿Qué antigüedad tiene?

- a) 1 a 5 años ()
- b) 5 a 10 años ()
- c) 10 a más años ()

3.- En cuanto a su tamaño. ¿Cómo considera a su organización?

- a) Pequeña ()
- b) Mediana ()
- c) Grande ()

4.- ¿Cuál es el número de empleados?

- a) Menos de 100 ()
- b) De 100 a 500 ()
- c) De 500 a 1000 ()
- c) Más de 1000 ()

5.- Cuenta la organización con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?

- a) Si ()
- b) No ()

6.- Si cuenta con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, en qué porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?

Narque el rango 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___
100 ___ %.

7.- ¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas de
berían contar con un departamento para el control de equipo y
materiales fotográficos?

- a) Si ()
- b) No ()

8.- ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el
control de equipo y materiales fotográficos?

- a) Necesaria ()
- b) Indispensable ()
- c) Ninguna ()

9.- ¿La obtención de reportes se genera?

- a) Diario ()
- b) Semanal ()
- c) Quincenal ()
- d) Otros ()

10.- ¿A qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento
de equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia ()
- b) Departamento ()
- c) Sección ()
- d) Encargado ()

F I R M A

S E L L O

OBSERVACIONES: _____

3.12 REALIZACION DE ENTREVISTAS

La entrevista consistió en la obtención de la información por parte del personal de mayor jerarquía involucrado con el manejo de equipo y materiales fotográficos, al cual se le explicó el motivo de la entrevista de una manera cordial y afectuosa, misma que se reflejó en los buenos resultados obtenidos.

El tipo de entrevista que se llevó a cabo fue del tipo - dirigido, considerando para su desarrollo el propio cuestionario.

Cabe hacer mención que, en algunas empresas, el entrevistado no pudo atenderme en el momento por estar ocupado, teniendo que dejar el cuestionario para, posteriormente recogerlo ya resuelto, y en otros casos por políticas internas se negaron a sellar el cuestionario presentado.

3.13 INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Realizadas las entrevistas y aplicados los cuestionarios, se procedió a centralizar los datos a fin de obtener mediante relaciones porcentuales, bases para sustentación de la hipótesis. En función al tamaño de la muestra, los resultados obtenidos se expresan de la siguiente manera:

<u>Organizaciones Visitadas</u>	<u>Cuestionarios Resueltos</u>	<u>Organizaciones que no atendieron</u>
19	17	2
100%	89%	11%

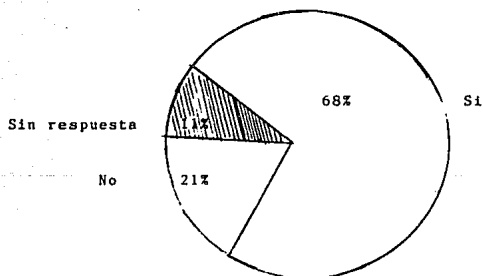
Para la obtención de porcentaje, se tomó como base el total de cuestionarios que fue de 19.

3.14 RECOLECCION DE LOS RESULTADOS

- Cuestionarios resueltos	17
- No proporcionaron información	<u>2</u>
Total de la muestra	19 Entrevistas

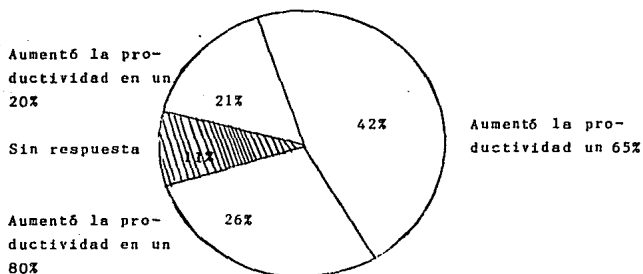
A continuación se representan gráfica y porcentualmente los resultados obtenidos a las preguntas de mayor importancia del cuestionario:

¿Cuenta la organización con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?



Esta gráfica nos muestra que el 68% de las empresas visitadas, si cuenta con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, el 21% no cuentan con el control de equipo y materiales fotográficos, mientras que el 11% del total de nuestra muestra no nos proporcionó ninguna respuesta.

Si cuenta con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, ¿en qué porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?



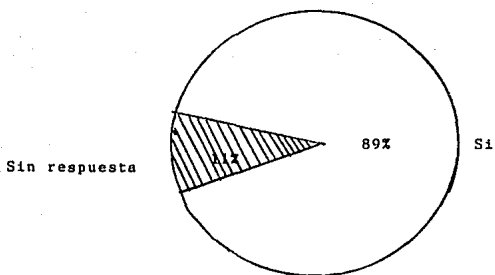
Esta gráfica nos especifica que del 42% de las empresas encuestadas aumentó la productividad en un 65%.

Del 26% de las empresas encuestadas, aumentó la productividad en un 80%.

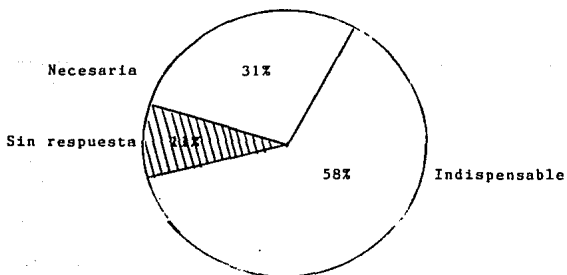
Del 21% de las empresas encuestadas, aumentó la productividad en sólo un 20%.

Del 11% de las empresas de nuestra muestra no nos proporcionó ninguna respuesta.

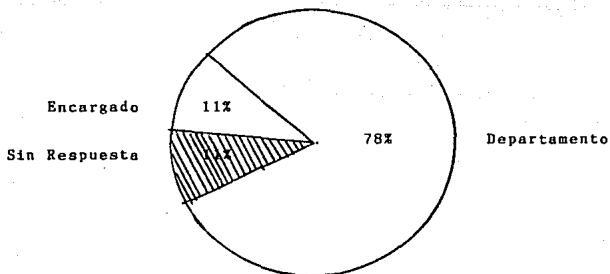
¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas deberían contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?



¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos?

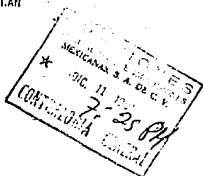


¿A qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de equipo y materiales fotográficos



Después de analizados los cuestionarios, se incluyen a continuación 5 cuestionarios de algunas empresas encuestadas.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN



A QUIEN CORRESPONDA:

Como alumno de esta Facultad de Estudios, estoy realizando un trabajo de investigación administrativa a manera de Tesis, para lo cual hemos diseñado un cuestionario que nos permite conocer el departamento en donde esta utilizando Equipo y materiales fotográficos.

Agradecemos la atención prestada y al mismo tiempo hacemos de su conocimiento que la información que nos proporcione, será manejada estrictamente con fines académicos.

ATENTAMENTE

JERONIMO VARGAS MILLAN
Cta. NO. 8089373-4

Autor de Tesis:
Lic. Francisco Ramírez Arellano
Tel.: 872-33-10 Ext. 247
Cubículo NO. 18

CUESTIONARIO

Nombre de la organización _____

1.- ¿Cuál es el giro de la organización?

- a) Industrial ()
- b) Servicios (X)
- c) Otros ()

2.- ¿Qué antigüedad tiene?

- a) 1 a 5 años ()
- b) 5 a 10 años ()
- c) 10 a mas años (X)

3.- En cuanto a su tamaño, ¿Cómo considera a su organización?

- a) Pequeña ()
- b) Mediana ()
- c) Grande (X)

4.- ¿Cuál es el número de empleados?

- a) Menos de 100 ()
- b) De 100 a 500 ()
- c) De 500 a 1000 (X)
- d) Más de 1000 ()

5.- ¿Cuenta la organización con un departamento para el control de Equipo y materiales fotograficos?

- a) Si (X)
- b) No ()

6.- ¿Si cuenta con un departamento para el control de Equipo y materiales fotograficos, en que porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?

marque el rango 10 _____ 20 _____ 30 _____ 40 _____ 50 _____ 60 _____ 70 (X) _____ 80 _____ 90 _____ 100 _____

7.- ¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas deberían contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Si (X)
b) No ()

8.- ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Necesaria (X)
b) Indispensable ()
c) Ninguna ()

9.- ¿La obtención de reportes se genera?

- a) Diario (X)
b) Semanal ()
c) Quincenal ()
d) Otros ()

10.- ¿Qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia ()
b) Departamento (X)
c) Sección ()
d) Encargado ()

F I R M A

S E L L O

OBSERVACIONES:

7.- ¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas deberían contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Si (X)
b) No ()

8.- ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Necesaria ()
b) Indispensable (X)
c) Ninguna ()

9.- ¿La obtención de reportes se genera?

- a) Diario ()
b) Semanal ()
c) Quincenal (X)
d) Otros ()

10.- ¿A qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia ()
b) Departamento (X)
c) Sección ()
d) Encargado ()



P.P. 
FIRMA

OBSERVACIONES: _____

CUESTIONARIO

Nombre de la organización

Movida del Editor es S. A.

1.- ¿Cuál es el giro de la organización?

- a) Industrial (X)
b) Servicios ()
c) Otras ()

2.- ¿Qué antigüedad tiene?

- a) 1 a 5 años ()
b) 5 a 10 años ()
c) 10 a mas años (X)

3.- En cuanto a su tamaño. ¿Cómo considera a su organización?

- a) Pequeña ()
b) Mediana ()
c) Grande (X)

4.- ¿Cuál es el número de empleados?

- a) Menos de 100 ()
b) De 100 a 500 ()
c) De 500 a 1000 ()
d) Más de 1000 (X)

5.- ¿Cuenta la organización con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Si (X)
b) No ()

6.- ¿Si cuenta con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos, en que porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?

marque el rango 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

7.- ¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas deberían contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Si (X)
b) No ()

8.- ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Necesaria ()
b) Indispensable (X)
c) Ninguna ()

9.- ¿La obtención de reportes se genera?

- a) Diario (X)
b) Semanal ()
c) Quincenal ()
d) Otros ()

10.- ¿Qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia ()
b) Departamento (X)
c) Sección ()
d) Encargado ()



FIRMA

SELLO

OBSERVACIONES:

CUESTIONARIO

Nombre de la organización Compañía Periódística del Sol de México,

1.- ¿Cuál es el giro de la organización?

- a) Industrial ()
- b) Servicios ()
- c) Otros (X)

2.- ¿Qué antigüedad tiene?

- a) 1 a 5 años ()
- b) 5 a 10 años ()
- c) 10 o mas años (X)

3.- En cuanto a su tamaño, ¿Cómo considera a su organización?

- a) Pequeña ()
- b) Mediana (X)
- c) Grande ()

4.- ¿Cuál es el número de empleados?

- a) Menos de 100 ()
- b) De 100 a 500 (X)
- c) De 500 a 1000 ()
- d) Más de 1000 ()

5.- ¿Cuenta la organización con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Si (X)
- b) No ()

6.- ¿Si cuenta con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos, en que porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?

marque el rango 10 30 30 40 50 60 70 80 90 100 %

7.- ¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas deberían contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Sí (X)
b) No ()

8.- ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Necesaria ()
b) Indispensable (X)
c) Ninguna ()

9.- ¿La obtención de reportes se genera?

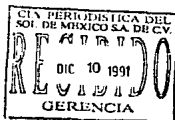
- a) Diario (X)
b) Semanal ()
c) Quincenal ()
d) Otros ()

10.- ¿A qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia (X)
b) Departamento ()
c) Sección ()
d) Encargado ()



FIRMA



SELLO

OBSERVACIONES: _____

CUESTIONARIO

Nombre de la organización EL NACIONAL S A.

1.- ¿Cuál es el giro de la organización?

- a) Industrial ()
- b) Servicios ()
- c) Otros ()

2.- ¿Qué antigüedad tiene?

- a) 1 a 5 años ()
- b) 5 a 10 años ()
- c) 10 a mas años (/)

3.- En cuanto a su tamaño. ¿Cómo considera a su organización?

- a) Pequeña ()
- b) Mediana (/)
- c) Grande ()

4.- ¿Cuál es el número de empleados?

- a) Menos de 100 ()
- b) De 100 a 500 ()
- c) De 500 a 1000 (/)
- d) Más de 1000 ()

5.- ¿Cuenta la organización con un departamento para el control de Equipo y materiales fotograficos?

- a) Si (/)
- b) No ()

6.- ¿Si cuenta con un departamento para el control de Equipo y materiales fotograficos, en que porcentaje considera usted ha aumentado la productividad?

marque el rango 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

7.- ¿Considera usted que todas las organizaciones periodísticas deberían contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Si (/)
b) No ()

8.- ¿Qué importancia tiene el contar con un departamento para el control de Equipo y materiales fotográficos?


- a) Necesaria (/)
b) Indispensable ()
c) Ninguna ()

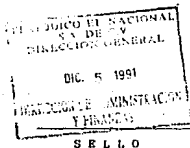
9.- ¿La obtención de reportes se genera?

- a) Diario ()
b) Semanal (/)
c) Quincenal (/)
d) Otros ()

10.- ¿A qué nivel jerárquico se ubica el responsable del departamento de Equipo y materiales fotográficos?

- a) Gerencia ()
b) Departamento (/)
c) Sección (/)
d) Enfargado (/)


F I R M A



OBSERVACIONES: _____

3.15 COMPROBACION DE HIPOTESIS

Una vez que hemos analizado e interpretado la información obtenida de los cuestionarios aplicados, el siguiente paso es la comprobación de la hipótesis.

Nuestra hipótesis planteada nos señala que:

- El contar con un departamento debidamente organizado para el control de equipo y materiales fotográficos, ayudará a incrementar la productividad y eficiencia en sus funciones.

Tomando como base la información obtenida, nos dará la pauta para comprobar que la hipótesis planteada es verdadera y está fundamentada por lo siguiente:

- El 68% de las organizaciones encuestadas cuentan con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos.
- El 42% de las organizaciones han visto incrementada la productividad en un 65%.
- El 26% de las organizaciones han visto incrementada la productividad del trabajador en un 80%.

El porcentaje señalado marca la pauta para sustentar la hipótesis planteada que dice:

El Lic. en Administración es el profesionalista, que por sus características y conocimientos podrá enfrentar la problemática que enmarca la falta de un departamento debidamente diseñado para el control de equipo y materiales fotográficos.

3.16 EVALUACION FINAL.

Con los resultados obtenidos en la investigación de campo y a fin de dar respuesta a las interrogantes que se suscitaron durante el desarrollo de la misma, concluimos lo siguiente:

El contar con un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos, ayudará a incrementar la productividad y eficiencia en sus funciones.

El Lic. en Administración, es el profesionista que, por sus características y conocimientos, es la persona idónea para el diseño de un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos; y así ayudará al sano desarrollo de las organizaciones.

De acuerdo a las conclusiones mencionadas anteriormente, queda comprobada la hipótesis.

C O N C L U S I O N E S

De la investigación realizada, pueden formularse las siguientes Conclusiones:

- A) Los resultados obtenidos confirman la existencia del problema planteado, la eficiencia del departamento para el control de equipo y materiales fotográficos puede y debe ser mejorado.
- B) El control es ejercido de una manera regular, lo que nos sugiere un deficiente crecimiento de la propia organización.
- C) Instrumentos de apoyo, tales como los procedimientos de operación para el mejor control, tienen un uso reducido, por lo que nos habla de una debilidad en la organización.

De acuerdo a lo antes mencionado, se puede observar la importancia que tiene el contar con un departamento debidamente diseñado, programado y documentado para llevar a cabo el control de equipo y materiales fotográficos en organizaciones del giro periodístico; sin embargo, el propósito principal se ha cumplido, ya que se cubrieron los requisitos necesarios que servirán de base para que el estudiante de la carrera de Licenciado en Administración tenga una guía de apoyo práctico para el diseño de un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos.

En base a los resultados obtenidos, no todas las organizaciones cuentan con un departamento especializado para el control de equipo y materiales fotográficos, así como el personal especializado por lo que queda comprobado que el Licenciado en Administración, es el profesional idóneo para el diseño de un departamento para el control de equipo y materiales fotográficos.

B I B L I O G R A F I A

- 1.- BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO. Edit. Jus, S.A., México, 1982
Carlos Alvear Acevedo.
- 2.- RESEÑA HISTORICA DEL PERIODISMO MEXICANO. Edit. Porrúa, S.A.
México, 1968
Moisés Ochoa Campos.
- 3.- EL MENSAJE INFORMATIVO. Edit. A.T.E. Barcelona-México, 1968.
José Luis Martínez Albertos.
- 4.- PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACION CIENTIFICA Y ADMINISTRACION IN
DUSTRIAL Y GENERAL. Edit. Ateneo, 1973.
Frederick W. Taylor y Henry Fayol.
- 5.- LAS RELACIONES PUBLICAS EN LAS EMPRESAS MODERNAS.
Edit. Galaxia, México, 1958.
Agustín de la Llera y Luis Haro Leeb.
- 6.- PROBLEMAS DE LA ADMINISTRACION DE LAS EMPRESAS. Edit. Limusa-
Wiley, S.A. México, 1982.
Isaac Gúzman Valdivia.
- 7.- ADMINISTRACION INTEGRAL. Edit. CECSA 3a. Edición. México, -
1982.
Francisco Javier Laris Casillas.
- 8.- ALMACENES PLANEACION ORGANIZACION Y CONTROL. Edit. Trillas, -
1a. Edición. México 1986.
Alfonso García Cantó.
- 9.- ENFOQUES PRACTICOS PARA LA PLANEACION Y CONTROL DE INVENTARIOS.
Edit. Trillas 2a. Edición. México, 1986.
Alfonso García Cantó.
- 10.- TEORIA MODERNA DE LA ADMINISTRACION. Edit. Aguilar, 1973.
Paul de Bruyne y José Ma. Payas Navarro.
- 11.- POLITICA EMPRESARIAL CON ANALISIS DE CASOS. Edit. McGraw-Hill
México, 1968.
Thomas J. MacNichols.
- 12.- POLITICAS DE ADQUISICIONES Y GESTION DE STOCK. Edit. El Ateneo,
1972
Julio César Young Oliver.

- 13.- ADMINISTRACION DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCION
Edit. Limusa, S.A. 4a. Edición. México, 1980.
Gustávo Velázquez Mastreta.