

879324⁵25-



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO**

CLAVE 8793-24

TESIS:

**DEPARTAMENTO DE INFORMACION Y RELACIONES
PUBLICAS DE LA REFINERIA "ING. ANTONIO M.
AMOR".**

PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PRESENTA:

Amelia Martínez Gasca

ASESOR

Lic. Jorge De La Rocha Ledezma

CELAYA, GTO., ENERO DE 1999.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

271648



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.

INDICE

ABREVIATURAS-----

INTRODUCCION-----

1.- EXPLICACION GENERAL DEL AREA DE TRABAJO-----

2.- MOTIVO DE LA PRACTICA-----

3.- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PRACTICA PROFESIONAL-----

I MEMORIA

A) ACTIVIDADES DE PLANEACION Y ORGANIZACIÓN----- 1

B) ACTIVIDADES PRACTICAS-----8

C) APRECIACION PERSONAL EN CUANTO A:

AMBIENTE LABORAL-----21

RELACION DE LA EMPRESA Y SUS EMPLEADOS CON EL ALUMNO

PRACTICANTE-----22

II ANALISIS DE LA EXPERIENCIA PERSONAL

1.-EL PETROLEO Y LA EXPROPIACION-----25

2.-PEMEX REFINACION-----34

A) MISION-----34

B) OBJETIVOS-----34

C) ORGANIZACIÓN Y PERSONAL-----35

D) INFRAESTRUCTURA-----36

E) PRODUCCION-----37

F) DISTRIBUCION-----39

G) COMERCIALIZACION-----	39
H) INTEGRACION COMUNITARIA-----	41
I) APOYO A LAS COMUNIDADES-----	42
3.-REFINERIA "ING. ANTONIO M. AMOR"-----	43
A) UBICACIÓN GEOGRAFICA-----	44
B) MISION-----	46
4.-DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y RELACIONES PUBLICAS-----	47
A) ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL DEPARTAMENTO-----	48
B) ANALISIS PERSONAL DESDE UN PUNTO DE VISTA TEORICO-----	50

III PROPUESTAS

A) EN CUANTO A LAS ACTIVIDADES-----	54
B) EN CUANTO A LAS FORMAS DE EVALUACION-----	62

CONCLUSIONES GENERALES

1) EN CUANTO A LA FORMACION PROFESIONAL DEL SUSTENTANTE-----	75
2) EN CUANTO A UNA APRECIACION PERSONAL DE LA EXPERIENCIA-----	76

BIBLIOGRAFIA-----	79
--------------------------	-----------

HEMEROGRAFIA-----	82
--------------------------	-----------

ABREVIATURAS

LCC -----	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
DIRP -----	DEPARTAMENTO DE INFORMACION Y RELACIONES PUBLICAS
PEMEX -----	PETROLEOS MEXICANOS
PROFECO -----	PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
RIAMA -----	REFINERIA "ING. ANTONIO M. AMOR"
RP -----	RELACIONES PUBLICAS
STPRM -----	SINDICATO DE TRABAJADORES PETROLEROS DE LA REPUBLICA MEXICANA

INTRODUCCION

Petróleos Mexicanos es un organismo descentralizado del Gobierno Federal de carácter técnico, industrial y comercial, con personalidad jurídica y patrimonio propio, de acuerdo a la ley reglamentaria del artículo 27 constitucional en el ramo del petróleo y sus derivados.

Su objetivo es explorar, explotar, transformar, almacenar, distribuir y realizar las ventas de primera mano del petróleo, el gas natural y los productos que se obtengan de la transformación de estos, es decir todas las actividades de orden técnico, industrial y comercial que constituyendo las industrias petrolera y petroquímica, se realizan en el país.

A principios de la década de los 40, la Administración de Petróleos Mexicanos cumpliendo con sus compromisos de abastecer de productos energéticos el mercado interno, realizó estudios en varias entidades del centro del país para la construcción de una refinería, eligiéndose Salamanca, Guanajuato por su estratégica ubicación; así como por las magnificas vías de comunicación de que disponía.

En 1943 se adquirieron los terrenos, en 1945 se empezaron los trabajos de construcción, y el 30 de Julio de 1950 se inició la operación en el centro de trabajo designándose oficialmente a la refinería con el nombre del reconocido Ingeniero petrolero Antonio Manuel Amor.

La refinería, es la más completa de Latinoamérica pues está conformada por 53 plantas de proceso, las cuales elaboran 42 productos terminados para su comercialización en el área de influencia de este centro de trabajo.

Así mismo, es una de las 6 refinerías que integran la subsidiaria **PEMEX-REFINACION**, siendo la única que elabora los aceites básicos para uso industrial y automotriz en el país.

Es la más compleja en relación a las otras cinco refinerías, en primer lugar por el número de plantas y en segundo por la variedad de productos que elabora.

AREA DE TRABAJO.

PEMEX-REFINACION, es una empresa subsidiaria de **PETROLEOS MEXICANOS**, a la cual pertenece la Refinería Ing. Antonio M. Amor, ubicada en Salamanca Guanajuato desde el 30 de Julio de 1950.

El Departamento de Información y Relaciones Públicas, se encuentra en el edificio administrativo de la RIAMA (Refinería Ing. Antonio M. Amor), y es precisamente en el área administrativa donde llevó a cabo las practicas profesionales, realizando actividades propias del Licenciado en Ciencias De La comunicación, como son: Elaboración de boletines, redacción de artículos para la revista Cambio 2000, cartas de felicitación, condolencias, monitoreo de medios masivos (periódico principalmente), proporcionar información a los medios que así lo requieran, organizar ruedas de prensa, atender visitas, dar información sobre la empresa a la comunidad en general (principalmente estudiantes), dar solución a peticiones de permisos de tipo comercial.

Estas actividades tienen como propósito construir o conservar una buena relación con los clientes, empleados, sindicato, gobierno, ambientalistas, miembros de la comunidad y con grupos de tipo social y cultural.

MOTIVO DE LA PRACTICA.

Desde la nacionalización de la industria petrolera en 1938, a **PETROLEOS MEXICANOS** se le encomendaron las labores relativas a la exploración y explotación de los hidrocarburos de nuestro país, es el ente responsable de producir los energéticos, petroquímicos y lubricantes en proporción directa a las necesidades de la industria y del autotransporte de México, dando vida a las actividades productivas que desarrolla cada uno de los mexicanos.

La aportación de **PETROLEOS MEXICANOS** a los ingresos fiscales a llegado a ascender a los 107 mil millones de pesos por concepto de impuestos y derechos federales, los cuales se canalizan a sectores bien definidos, calificados como prioritarios para el desarrollo de la nación.

En Salamanca la presencia de la Refinería es determinante en el perfil económico, desde que esta fue inaugurada ha participado en pro de la sociedad y actualmente existe una profunda huella de **PEMEX-REFINACION**; prueba de ello es la pavimentación de calles, instalación de drenajes, perforación de pozos de agua potable, construcción de plantas para tratamiento de aguas residuales, construcción de escuelas urbanas y rurales, donación de terrenos y edificios, entre otros.

En conclusión, **PETROLEOS MEXICANOS** es una de las industrias más importantes en el país y en consecuencia en Salamanca, no solamente en el ámbito económico, sino también en el laboral.

Tomando en cuenta lo anterior, es como nace la inquietud de laborar como practicante en la Refinería "Ing. Antonio M. Amor", específicamente en el Departamento de Información y Relaciones Públicas, ya que es esta una de las áreas donde el comunicólogo puede desenvolverse con pleno conocimiento de las actividades propias del departamento, además de aportar los conocimientos adquiridos en la universidad a lo largo de 4 años de carrera.

Otro motivo, es el enriquecimiento intelectual que se da a través de las situaciones reales

Con las que se enfrenta el practicante a lo largo de 6 meses de practicas profesionales.

El último y más importante de los motivos, es el obtener experiencia en una de las áreas que más me interesa, donde en un futuro realizare una maestría y donde me gustaría laborar al termino del compromiso contraído con PETROLEOS MEXICANOS en el Departamento de Información y Relaciones públicas.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PRACTICA PROFESIONAL.

El trabajar como practicante en el departamento de Información y Relaciones Públicas, tiene efectivamente sus desventajas y sus ventajas, siendo afortunadamente estas últimas las que predominan.

VENTAJAS:

_La principal ventaja, es que el comunicólogo esta capacitado para desempeñar las labores propias del Departamento de Información y Relaciones Públicas.

_Información y Relaciones Públicas es un Departamento donde se puede poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Universidad, con la plena confianza de que estamos en un terreno que no nos es desconocido.

_Otra ventaja es que el egresado de Ciencias de la Comunicación, puede distinguir entre la teoría de la de la escuela y la práctica de un centro laboral.

_Debido al mi conocimiento en el área en la que me desempeño (Información y Relaciones Públicas), es factible adquirir una plaza definitiva.

_El Departamento no cuenta con gente especializada en un área a fin al departamento de Información y Relaciones Públicas (se forman de manera empírica), y esto me abre espacio ya que yo cuento con formación académica.

_ Relacionarme con gente de todos los medios y de todos los ámbitos: Político, social, cultural, religioso, industrial, sindical, etc.; esta gente puede reconocer nuestro trabajo y proporcionarnos trabajo en un futuro.

_Conocer más a fondo todo lo relacionado a las Relaciones Públicas y su manejo.

_Una ventaja muy importante es el involucrarme de lleno en lo que es PETROLEOS MEXICANOS, ya que es la columna vertebral de la economía Salmantina.

DESVENTAJAS:

_El desaprovechar oportunidades de trabajo que surgen en el transcurso de los 6 meses que duran las prácticas profesionales

_Encontrar en el área de trabajo gente que ante su incapacidad intelectual, se siente en peligro de ser remplazada y pone trabas al practicante, evitando así el pleno uso de sus conocimientos.

_Ser visto como un " Joven " profesional sin experiencia.

_El trabajar con gente que por su experiencia cree tener la razón en absolutamente todo y por lo tanto limita los conocimientos del practicante.

I MEMORIA

A continuación, se presenta una descripción de las actividades que se realizaron durante los seis meses de práctica profesional que se llevaron a cabo en el DIRP de la REFINERÍA "ING. Antonio M. Amor".

A) EN CUANTO A ACTIVIDADES DE PLANEACION Y ORGANIZACIÓN.

- 1 Plan de actividades a realizar por el DIRP.
- 2 Planeación y organización de exposición fotográfica seis décadas por México.
- 3 Planeación y organización de exposición en la Fiestas de Primavera, Salamanca 98.
- 4 Realización de directorio de funcionarios internos y externos (onomástico, cumpleaños, aniversarios, domicilio particular, teléfono, etc.).
- 5 Organización de ruedas de prensa.
- 6 Planeación de programa para fortalecer los vínculos con la sociedad.
- 7 Planeación de programa de fortalecimiento de vínculos internos (trabajadores de la RIAMA).



Gerente y trabajadores de la RIAMA en uno de los cuartos de control

CARACTERISTICAS	TIEMPO EMPLEADO	RECURSOS UTILIZADOS	APROVECHAMIENTO	IMPORTANCIA PARA LA FORMACION PERSONAL DEL ALUMNO.
<p>1.- Es una propuesta que se le envía al Gerente, de las actividades que realizará el DIRP, correspondientes al trimestre Enero-Marzo de 1998.</p> <p>Las actividades se dividen en las propias de RP y las de información; y se calendarizan marcando el o los meses en que se va a realizar la actividad. Esta propuesta, surgió a partir de otra ya</p>	Una semana	<ul style="list-style-type: none"> - El anterior programa de actividades. - Las fechas más significativas o representativas para la Refinería. - Las peticiones del Gerente. 	El nivel de aprovechamiento al realizar esta actividad, fue bastante bueno.	Ninguna

establecida, solo sufrió modificaciones , para una optimización de resultados.				
<p>2.- Es una exposición que se realiza por lo general cada año, para conmemorar el aniversario de la expropiación petrolera. Casi siempre se monta en el interior de la Refinería, para ser mas exactos en el edificio administrativo. El nombre de la exposición se cambia año con año.</p>	Una semana	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografías de las diversas plantas de la Refinería, así como de las instalaciones en general. - Libros, revistas y folletos con información sobre la expropiación y la RIAMA. - Colaboración de personal del taller de patios y maniobras y del taller de pintura. 	Bueno	Ninguno
<p>3.- Es cada año y se realiza en un stand propio (de la</p>	Tres semanas	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografías de las instalaciones de la RIAMA. 	Bastante bueno	Es importante, en cuanto a que me proporciona

<p>Refinería), ubicado dentro de las instalaciones de la Feria de Salamanca. Cuenta con tres áreas: producción, seguridad y ecología. Se presentan audiovisuales inductivos y se cuenta con edecanes que dan información a quien lo solicita.</p>		<p>Material inductivo de la refinería.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Videos. - Libros y revistas con información histórica de la Refinería y de PEMEX. - Equipo de seguridad, proporcionado por el taller de contra incendio. - Personal de patios y maniobras y de pintura, así como de un arquitecto que tubo a cargo la remodelación del stand. 		<p>mas facilidad a la hora de entablar una relación.</p>
<p>4.- Es una especie de agenda, que cuenta con los nombres, onomásticos,</p>	<p>Una semana</p>	<p>- El principal, fue la colaboración de los departamentos de</p>	<p>Bueno</p>	<p>Bastante importante, ya que toda actividad que de alguna forma me</p>

<p>cumpleaños, aniversarios, dirección, teléfono, etc. Se utiliza a menudo, para estar chequeando cuando se tiene que mandar una felicitación a funcionarios con los que la empresa tiene que llevar buenas relaciones..</p>		<p>comunicación social o Relaciones Públicas de las diversas empresas que de alguna manera tiene contacto con la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relación de empresas con las que se tiene contacto y con las que no. - Teléfonos y direcciones de dichas empresas. 		<p>mantenga en contacto directo con la gente, enriquecerá mi formación personal.</p>
<p>5.- Son actividades que no se realizan dentro de la empresa, con mucha frecuencia. El DIRP tiene a cargo su completa organización.</p>	<p>Tres días.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Directorio de medios regionales. - Edecanes. - Material de inducción y de seguridad. - Fotografías y boletines. - Información referente a la 	<p>Bastante bueno</p>	<p>..</p>

Se realizan por lo general cuando se tiene programada la visita de un alto funcionario, ya sea de PEMEX, de otra empresa, o del gobierno.		<p>actividad o al visitante.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equipo audio-visual. - Equipo de cafetería. 		
6.- Es un programa con actividades que bien realizadas, puede generar un ambiente de convivencia cordial con el entorno de la empresa, y lograr la integración plena con la sociedad.	Dos semanas	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de actividades que se realizaban con este fin. - Monitoreo de medios, para ver la aceptación de la empresa en la sociedad. 	Bastante bueno	..
7.- Es un programa que sirve para	Tres semanas	- La visualización de problemas	Bastante bueno	..

fortalecer vínculos con los trabajadores. Es algo a que la empresa no le presta mucho importancia.		internos .		
--	--	------------	--	--

B) ACTIVIDADES PRACTICAS.

1.- Distribución y archivado de boletines de prensa enviados por la Gerencia de Información y Relaciones Públicas:

- Contrato de suministro de propileno
- Apertura de ofertas económicas para proyecto Cadereyta
- Programa de inversión
- Plan integral de monitoreo
- Planeación económica e infraestructura de ductos
- Inversión para modernizar el sistema nacional de refinación
- Producción de petróleo crudo y gas
- Renuncia el Lic. Humberto Lira Mora
- Incremento a gasolinas
- Gira de trabajo de Lajous Vargas
- Ajustes a los precios de los crudos mexicanos de exportación
- Caída de los precios de crudo
- Gasolina PEMEX-Premium es puesta a la venta
- Convenio entre PEMEX-REFINACION y la PROFECO
- Ajuste a los precios del crudo mexicano por COCEP
- Participa PEMEX en la compañía petrolera Mobil
- Nombramiento del Lic. Manuel Gómez Peralta como Director Corporativo de Administración
- Participan PEMEX-GAS y PETROQUIMICA-BASICA en el mercado interno de gas natural
- Estudio de medición de reservas en yacimientos de la región sur
- Fuga de gasolina en el poliducto Tula-Toluca
- Contrato de suministro con clark USA Inc
- Declaración de Adrián Lajous Vargas respecto a la volatilidad de los precios del crudo
- Producción de PEMEX-GAS y PETROQUIMICA BASICA
- Construcción de nueva planta criogénica en Ciudad PEMEX

- Proyecto para construir cavernas para almacenar gas licuado
- Gasoducto transfronterizo Hueco-Samalayuca
- Emisión global en bonos, llevada a cabo por PEMEX

2.-Elaboración de boletines de prensa:

- Programa para la detección del cáncer cervicouterino y mamario
- Acuerdo entre RIAMA y STPRM Sección 24
- Inauguración de instalaciones sanitarias en la Escuela Primaria Artículo 123
- Desarrollo de Simulacro en la planta de Amoniaco II
- Total de simulacros realizados en RIAMA durante 1997
- Valor de los recursos Humanos
- Entrega de motobomba a Contra Incendio
- Visita de los estudiantes de los estados de Oaxaca y Jalisco
- Visita de militares de la 16ava. Zona a la Refinería
- Calidad de gasolinas elaboradas en RIAMA
- Programa de fomento a la identidad nacional
- Proyecto de modernización y obras nuevas
- Programa de desparacitación por parte de la gerencia de Servicios Médicos
- Programa de limpieza al Río Lerma
- La seguridad en la empresa
- Conmemoración de la Expropiación Petrolera
- Exposición Seis Décadas por México
- Visita del Embajador del Japón en México
- Niveles de excelencia en la seguridad de RIAMA

3.- Elaboración de artículos para la Revista Cambio 2000:

- Qué Sabes de... La expropiación Petrolera?
- Qué Sabes de... RIAMA?
- Los Mejores Combustibles

4.- Cobertura periodística de actos y eventos locales

- Apoyo altruista de Damas Promotoras de PEMEX
- Entrega de reconocimientos a trabajadores petroleros
- Visita de deportistas
- Décimo aniversario del Centro de Desarrollo Infantil
- Programa para la detección del cáncer cervicouterino y mamario
- Séptimo foro de interpretes de la canción
- Inauguración de instalaciones sanitarias en la Escuela Primaria Artículo 123
- Simulacro en la planta Amoniaco II
- Entrega de motobomba a contra incendio
- Visitas de estudiantes de los Estados de Oaxaca y Jalisco
- Visita de militares de la 16ava. Zona
- Programa de fomento a la identidad nacional
- Programa de desparasitación por la Gerencia de Servicios Médicos
- Conmemoración de la Expropiación Petrolera
- Seis Décadas por México
- Visita del Embajador del Japón en México

5.- Grabación en video de simulacro llevado a cabo en la planta de Amoniaco II

6.- Monitoreo diario de medios periodísticos:

- Sol de Salamanca
- Nacional
- Heraldos
- Financiero

7.- Corrección de estilo y distribución de la revista Cambio 2000

8.- Atención a periodistas

9.- Atención a visitantes

10.- Exhibiciones de videos de inducción de la Refinería:

- RIAMA rumbo a la calidad
- Una historia con futuro para los...

11.- Visitas guiadas al interior de la Refinería a estudiantes de diversas escuelas:

- Preparatoria Oficial de Jalisco
- CeBetis 123 de Oaxaca
- Colegio del Bosque
- Universidad Autónoma de Coahuila

12.- Archivo de documentos enviados al DIRP

13.- Elaboración de documentos como:

- Reportes de tiempo extra
- Reporte trimestral de actividades del DIRP
- permisos

14.- Atención a personal que labora en la empresa

15.- Redacción de carta gerencial de felicitación dirigida a los trabajadores de la empresa:

- Con motivo de Año Nuevo
- Por el Día del Maestro

16.- Elaboración de esquela

17.- Recepción de habitaciones en los hoteles de la localidad, para funcionarios de PEMEX que por motivos de trabajo tienen que hospedarse en Salamanca.



Entrega de reconocimientos al "Trabajador distinguido" de la RIAMA ²

CARACTERIS- TICAS	TIEMPO EMPLEADO	RECURSOS UTILIZADOS	APROVECHA- MIENTO	IMPORTANCIA PARA LA FORMACION PERSONAL DEL ALUMNO
1.- Se reciben por lo menos tres a la semana. Tratan asuntos de importancia para la empresa. Se le	De 10 a 20 minutos.	- Copias del original. - Información sobre el boletín - Archivo.	Aparentement e poco, pero si se analiza, se puede llegar a la conclusión de que es demasiado, ya que esta actividad fue fundamental	Ninguna

² Baltazar Ramirez, Josué. Fotografía de entrega de reconocimientos al "Trabajador distinguido" de la RIAMA, 1998

proporcionan a la Gerencia para mantenerla informada.			para aprender lo concerniente a la empresa: en cuanto a política y en cuanto a funcionamiento	
2.- Se elaboran por lo menos cada tercer día. Se distribuyen entre la prensa local. Se maneja información concerniente a PEMEX.	De 20 a 40 minutos.	- Material de información. - Boletines que ya han sido publicados	Bastante bueno, mas que nada en cuanto a redacción.	Bastante, ya que me permite relacionarme de manera eficiente con las personas de la prensa y de la gerencia.
3.- Son elaborados cada tres meses (pues la revista es trimestral). En su mayoría son artículos con temas referentes a la Refinería, pero también los	De una a dos semanas.	- Revistas anteriores, para asegurar que no se repita ningún artículo. - Manual de inducción, conozca RIAMA, libros sobre la expropiación y	Bastante bueno	Ninguna

hay de interés general.		la refinería, y todo lo referente a esta.		
4.- Son realizados con cierta frecuencia. La mayoría son internos, y por lo general son visitas, evaluación de resultados, apoyo a la comunidad o programas puestos en marcha por la Refinería.	De 2 a 3 horas.	<ul style="list-style-type: none"> - Información del evento - Cámara fotográfica - Grabadora de audio 	Bastante bueno	Bastante, pues esta actividad permite apreciar lo que uno tiene como persona y como profesional, a través de personas con las que se tiene trato en este tipo de eventos.
5.- esta actividad no es nada frecuente, pues a pesar de que se realizan varios simulacros al año dentro de la refinería, es poco probable que se realicen	2 Horas	<ul style="list-style-type: none"> - Una videograbador a - Un informe sobre el riesgo que representa la actividad. 	Bastante. Bueno	Demasiado, pues debido a esta actividad, me percate del riesgo permanente en el que se encuentran todos los trabajadores que laboran en la

dos en una misma planta.				empresa,.
<p>6.- Esta actividad se realiza todos los días sin excepción. Todos los diarios locales son revisados. Se localizan las notas que tengan que ver con la empresa. Se recortan y se les saca copia.</p>	De 1 a 2 horas.	-Todos los periódicos de la localidad.	Bastante bueno, pues me permite estar informada diariamente de lo que acontece no solamente en la empresa, sino en todo México.	Bastante
<p>7.- Cada tres meses, se reciben artículos de trabajadores para la revista. Se revisa cada uno de los artículos y si es necesario, se les corrige estilo y ortografía</p>	De una a dos semanas.	<p>- Artículos para la revista, que son proporcionados por trabajadores de la empresa.</p> <p>- los números telefónicos de los talleres y departamentos de la</p>	Regular	Ninguno

Ya cuando la revista esta terminada, se procede a llamar a todos los departamentos para que pasen a recogerla..		Refinería.		
8.- La atención a periodistas se da de manera regular. Puede ser telefónica o personal. Siempre es con respecto a información de la RIAMA.	De 30 a 60 minutos.	- informes diarios de las actividades que se realizan en la RIAMA.	Bastante	Bastante
9.- La atención a visitantes es bastante frecuente. Son visitas de funcionarios de otras empresas o de gobierno.	De 1 a 2 horas	- información de la empresa a la que pertenece el visitante, del visitante y del área a la que se va a dirigir.	Bastante	Bastante
10.- Estos videos se le proyectan a la	1 hora.	- El video de inducción, información de	Bastante	Bastante

<p>gente que tiene interés en conocer lo referente al petróleo y a la empresa. Su principal público son los estudiantes.</p>		<p>la gente a la que se le va a proyectar para saber como dirigirme a ella, e información de lo que le interesa saber a la gente sobre La empresa.</p>		
<p>11.- Las visitas guiadas son todos los sábados, se programan mínimo con dos semanas de anticipación. Consisten en la proyección de un video, sesión de preguntas y respuestas y un recorrido por el interior de la refinería.</p>	<p>De 2 a 3 horas.</p>	<p>- video de inducción, material de apoyo como: conozca RIAMA, Manual de inducción y revista cambio 2000. - programa de recorrido.</p>	<p>Bastante</p>	<p>Bastante</p>
<p>12.- Diariamente, el departamento</p>	<p>De 10 a 20 minutos.</p>	<p>- los documentos que se van a</p>	<p>Regular.</p>	<p>Ninguna.</p>

<p>recibe documentación de otras áreas, de otras refineras, de escuelas y de diversas organizaciones o empresas.</p> <p>La documentación recibida se guarda diariamente, en un archivo correspondiente.</p>		<p>archivar.</p>		
<p>13.- Son documentos que se realizan de forma frecuente y corresponden al área administrativa.</p>	<p>De 10 a 60 minutos.</p>	<p>- documentos realizados con anterioridad.</p>	<p>Bastante bueno, pues eran actividades que desconocía en su totalidad.</p>	<p>Ninguna.</p>
<p>14.- La atención a personal de la empresa, es diaria y a toda hora. Consiste mas</p>	<p>De 10 a 30 minutos.</p>	<p>- Información de todo tipo.</p>	<p>Bastante.</p>	<p>Bastante.</p>

que nada en dar información con respecto al Departamento y a la empresa.				
<p>15.- La redacción de cartas gerenciales no es muy frecuente. Por lo general son dirigidas a funcionarios de otras empresas o a amigos del Gerente, aunque también las hay para los trabajadores.</p>	De 30 a 60 minutos.	<p>- pensamientos o frases de libros de literatura.</p> <p>- informe gerencial del motivo de la carta.</p>	Regular	Regular.
<p>16.- Afortunadamente esto no es muy frecuente y son publicadas en uno de los diarios de mayor</p>	De 10 a 20 minutos.	- Información sobre la persona fallecida.	Regular.	Regular.

<p>circulación en la localidad. Se pueden realizar por orden de la Gerencia o por solicitud de otro departamento.</p>				
<p>17.- Las recepciones en hoteles, se realizan únicamente cuando funcionarios de otras refineras tienen que permanecer en Salamanca por motivo de trabajo.</p>	<p>De 5 a 10 minutos.</p>	<p>- Información referente a las personas a las que se les va a hacer la reservación: cuantos días van a estar, como quieren la habitación, etc.</p>	<p>Regular.</p>	<p>Ninguna.</p>

C) APRECIACION PERSONAL EN CUANTO A.

AMBIENTE LABORAL:

El ambiente laboral que se vive por lo general dentro de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor", resulta un tanto pesado; ya que la mayoría de las personas que laboran en la refinería, son del sexo masculino, de clase social media y con estudios a nivel medio (secundaria), esto provoca que entre ellos se hablen con palabras altisonantes y se falten al respeto (aun con las mujeres), en el momento en que están desempeñando sus labores.

Esto cambia, cuando es una persona que tiene un nivel superior al de ellos (dentro de la empresa, se manejan niveles para clasificar al trabajador y un profesionalista, tiene por lo general un nivel mas alto que un obrero, a menos que el obrero tenga ya varios años de antigüedad), el trato se vuelve cordial y siempre se dirigen a uno con respeto, con mayor razón si se trata de un profesionalista del sexo femenino, y si esta se dirige a ellos de la misma forma.

Cuando de desempeñar sus labores se trata, los trabajadores ponen el mayor de sus esfuerzos (y con mayor razón ahora que están siendo desplazados por trabajadores de compañías contratistas), y colaboran de manera eficiente cuando se les solicita; es importante señalar, que el trabajo que realizan los obreros, es un trabajo pesado que requiere sobre todo de la totalidad de capacidad física.

Dentro del área administrativa de la RIAMA (que es el área donde labore) las cosas cambian totalmente, pues aquí se supone laboran únicamente personas que cuentan con un título, y digo se supone, por que PEMEX no podía ser la excepción, y como en otros lugares u otras empresas, pude constatar que aquí también se dan los favoritismos o lo que conocemos como "palancas", y podemos encontrarnos con personas que no tienen un título profesional o que de plano no cuentan ni con los estudios suficientes; si menciono esto, no es con el afán de

hacer notar los malos manejos de los altos funcionarios de la empresa, sino para que de alguna forma se comprenda un punto importante que tocara a continuación.

Podría calificar el ambiente laboral como perfecto de no ser por cuestiones o mejor dicho personas que con actitud grotesca, dañan la tranquilidad y el buen ambiente del entorno en el que se desempeña el trabajo; esto, por que como mencione en líneas atrás, no cuentan ni con la preparación, ni con el conocimiento suficiente para ocupar el puesto que tienen, y lógicamente se sienten en peligro ante las personas que si tienen capacidad y sobre todo un título que los respalda, pero esto pasa a segundo termino, ya que cuentan con el respaldo de alguien "importante" que los mantiene ahí.

Esta actitud grotesca, utilizada como medio de defensa, decrece el ambiente laboral, pues los demás trabajadores, están siempre a la expectativa o a la defensiva cuando una de estas personas aparece por su área de trabajo.

Hay que decir también, que afortunadamente estos casos son contados, y que son mas las personas que además de tener preparación, tienen educación y una magnifica disponibilidad para trabajar y sobre todo cooperar con los demás cuando se les requiere.

RELACION DE LA EMPRESA Y SUS EMPLEADOS CON EL ALUMNO PRACTICANTE.

Desde un principio, cuando me dirigí a la empresa solicitando su consentimiento para la realización de mis practicas profesionales, la relación fue lo más cordial y amable posible.

En el Departamento de Información y Relaciones Públicas fue fácil mantener un ambiente de cordialidad, primero por que es un número reducido de personas las que se encuentran laborando ahí y segundo porque siempre me trataron con

respeto y amabilidad, además de que fueron bastantes pacientes y me mostraron las instalaciones del Edificio Administrativo, así como de la Refinería.

La mayoría de los trabajadores, estaban enterados de que era una egresada de la carrera de Ciencias e la Comunicación y siempre me trataron como tal, tomaban en cuenta mi opinión y solicitaban mi ayuda cuando sabían que era algo en lo que yo les podía auxiliar.

No obstante, también había trabajadores que no estaban enterados de que yo laboraba únicamente como practicante, y hubo quien penso que debía estar ocupando mi lugar, pues el tener mas antigüedad les da derecho de ocupar un buen puesto, y el mío lo era.

Este fue motivo para que los que se sentían desplazados, me hicieran malas caras y se dirigieran a mí en forma despótica.

Entonces, si bien es cierto que fui objeto de malos tratos, también es cierto que en la mayoría de los casos y por la mayoría de las personas, fui tratada muy bien, me proporcionaron apoyo y algo muy importante, su amistad.

II ANALISIS DE LA EXPERIENCIA PERSONAL

1. -EL PETROLEO Y LA EXPROPIACION

La industria petrolera de México fue un monopolio de la Waters-Pierce Oil Company hasta 1901. Esta empresa distribuidora no producía petróleo en México, sino que lo importaba, pagando un impuesto sobre las cantidades que introducía.

Weetman Pearson, famoso ingeniero inglés, fue invitado a México en ese año para que planeara el corte del Gran Canal del Desagüe. Interesado en las posibilidades de México como país productor de petróleo, empezó a explorar la zona de Capoacan. Hacia 1906, Pearson había comprado ya 600 mil acres de terrenos petrolíferos y tomando en arrendamiento 200 mil o 300 mil más. En 1906, el Presidente Díaz otorgó a Pearson una concesión monopolística para explorar las tierras nacionales en varios estados, en busca de petróleo, junto con el privilegio de exención de impuestos sobre las mercancías importadas para el desarrollo de la industria. En la compañía de Pearson, El águila, y en su consejo de administración figuraban abogados y políticos amigos del general Porfirio Díaz, entre ellos Limantour, su Secretario de Hacienda, y el propio hijo de Díaz.

Así, en 1910 Waters-Pierce no podía hacer frente a la competencia con el impuesto que gravaba el petróleo importado. Entre tanto, El Águila había descubierto los grandes pozos que convirtieron a México en un importante país productor de petróleo.

En febrero de 1907 se formó la Huasteca Petroleum Company of Delaware, propiedad de Edward L. Dohene. Los terrenos de la Huasteca le pertenecían en dominio absoluto, y, por consiguiente, en su explotación no existían concesiones de ninguna clase. Entre 1901 y 1911 México exportó unos 4 millones de metros cúbicos (25.2 millones de barriles) de petróleo sin pagar un solo centavo de impuesto. Entre las numerosas compañías que se organizaron para explotar el petróleo figuraban la Transcontinental, la Richmond Petroleum Company of México, la California Estándar oil Company de México y la General Petroleum

Corporation of California. Más tarde, en 1912, se organizó en México la Compañía Petrolera del Agwi, S. A.

La Mexican Gulf Oil Company, se organizó en Delaware, en 1912, mientras que la New England Fuel Oil Company quedo instituida en 1911. La Texas Company of México, S. A. fue organizada en México en 1917. En 1916 adquirió el control de todo el grupo Doheny la Pan American Petroleum and Transport Company of Delaware.

En 1912 se organizó la Penn-Mexican Fuel Company of Delaware; en 1911 se estableció la Continental Mexican Petroleum Company. Estas fueron las primeras compañías petroleras norteamericanas establecidas en México que, junto con el Aguila, formaron los mas importantes grupos explotadores.

El Gobierno de Díaz favoreció abiertamente los intereses de Pearson, que tenían estrecha relación con los Ferrocarriles Nacionales de México, en los cuales Henry Clay Pierce, de la Waters Pierce Oil, era el principal tenedor de valores. Pierce estaba enfrascado en una enconada lucha con la Estándar Oil Company para mantener el control de la Waters-Pierce Oil Company en los Estados Unidos y había empezado ya a tomar medidas para eliminar de México a la Standard Oil. Por otro lado, Pierce y Gustavo Madero habían formulado un plan minucioso por medio del cual esperaban conseguir el control de los Ferrocarriles Nacionales y reformar el consejo de administración de los mismos, expulsando de él al grupo Díaz-Pearson. En estas circunstancias, no debe sorprender que Francisco I. Madero contara con el apoyo de la Waters-Pierce Oil Company en su movimiento de oposición a Díaz. El favoritismo de Díaz hacia el Aguila dio como resultado que las empresas norteamericanas apoyaran a la oposición política en 1910.

En el período 1917-1922 alcanzaron su punto máximo la producción, las ganancias y la actividad petrolera en México. La producción potencial del país en 1917 fue de 581 350 100 barriles; mientras que la producción mundial, en el

mismo año, fue de 500 651 086 barriles. La Mexican Petroleum Company de Doheny produjo 17 587 138 barriles, obtuvo una ganancia de 17 457 229 dólares en ese año y en 1918 duplicó sus dividendos

La Standard Oil, con sus 77 pozos suministraba petróleo para dos refinerías, con una capacidad conjunta de 29 425 barriles. El número total de compañías petroleras registradas en México en 1920, era de unas 500, y había 343 pozos en producción.

En la Constitución de Querétaro de 1917 se decretaron los impuestos de 1918 sobre el petróleo y se negaron los permisos de perforación a las compañías que rehusaron pagar los impuestos. En 1919, las compañías petroleras interpusieron 80 demandas de amparo ante los tribunales mexicanos contra los decretos de 1918. El Departamento de Estado norteamericano protestó en 1919 ante el Gobierno mexicano por negar permiso de perforación a compañías norteamericanas. Carranza defendía su política diciendo que la falta de medios de transporte limitaba la producción de petróleo a sólo el 10% de la producción potencial diaria, y como no se utilizaba una proporción tan elevada de la producción potencial, no era necesario realizar nuevas perforaciones.

En 1920 había 86 compañía productoras, y 17 exportaban mas de un millón de barriles cada una. México exportó en 1918 el 81% de su producción, pero este porcentaje aumentó hasta 99% en 1922. La producción aumentó siete veces de 1914 a 1922, pero el petróleo exportado en este último año fue diez veces mayor que en 1914.

Después de 1921 disminuyó de manera constante la producción anual hasta 1933. En Texas, la producción siguió una marcha opuesta durante el periodo considerado. No se produjo en México el aumento previsto de la producción debido, tal vez, a que el Gobierno norteamericano no siguió sin vacilar la política de que el interés nacional, independientemente de la ventaja incidental a favor de algunos propietarios privados, exigía que las compañías petroleras

norteamericanas fueran estimuladas con todo el apoyo de su Gobierno para que adquirieran fuentes de petróleo donde quiera que éstas se encontraran.

Los factores que precipitaron la baja de la producción después de 1921 fueron numerosos. Según un grupo de productores, las causas fueron los precios bajos; el agotamiento de algunos yacimientos petrolíferos, la incertidumbre y las restricciones de la legislación mexicana y los impuestos elevados. La baja tuvo sus causas también por la sobreproducción mundial después del descubrimiento de yacimientos en Texas, California y Oklahoma, por la mayor producción de Rusia y Venezuela y por la creciente actividad política de los petroleros mexicanos a cuya sindicalización se oponían las compañías. Esto redujo el personal y limitó la expansión. Otro factor en el descenso de la producción mexicana fue el retraso para otorgar las concesiones legalmente solicitadas.

México tenía en 1925 dos de las refinerías más importantes del mundo, con una capacidad diaria de 113 220 y 140 mil barriles diarios. En total había 19 plantas refinadoras, y su capacidad total era de 461 390 barriles diarios.

El Gobierno mexicano encontró poco satisfactoria la aplicación de la ley de 1925 sobre el petróleo, y llegó a considerarla como contraria al espíritu del Artículo 27 porque permitía la adquisición de enormes extensiones sin que mediara obligación de trabajarlas.

Hasta 1929 las compañías petroleras no utilizaron en sus trabajos de exploración procedimientos científicos y Poza Rica no fue descubierta sino poco después. Las compañías extrajeron el petróleo con un descuido criminal durante los quince años anteriores. Entonces, en 1929, México figuraba todavía como el cuarto productor mundial con una producción de 44 687 887 barriles; pero fue afectado, como los demás países, por la crisis económica posterior a 1930.

Más del 40% de las exportaciones en el periodo 1931-1932, se enviaron a Estados Unidos, mientras que el principal importador en 1934-1935 fue Inglaterra. El número de refinerías que trabajaban disminuyó hasta cinco, con una capacidad diaria de 195 mil barriles en 1930. Lo que parecía ser el final de la lucha con las compañías petroleras y los inversionistas en México resultó, tan sólo un final aparente. Fue un nuevo movimiento obrero la mecha que encendió la reanudación de la lucha encaminada a promover reformas revolucionarias.

En 1935, los productos derivados del petróleo exportados ascendieron a 22 445 972 barriles, de los cuales el 38% era petróleo crudo. Estados Unidos importó el 21%, mientras que Inglaterra absorbió el 37.7% y Alemania el 9.5%. El Aguila manejó el 61.64% de la cantidad total exportada; la Huasteca exportó el 20.18%.

Poco después, el Congreso Mexicano aprobó la ley de noviembre de 1936 sobre la expropiación, y en enero de 1937 se redujo a 6 años el plazo constitucional de la Suprema Corte de Justicia haciéndole idéntico al del Presidente. En Estados Unidos había sido reelegido Franklin D: Roosevelt por una mayoría abrumadora, y se había convocado la Conferencia de Buenos Aires en un esfuerzo por reforzar la unidad interamericana en caso de que se presentara una guerra europea. Para conseguir esa armonía, Estados Unidos hizo a un lado el derecho de intervenir en América Latina y desechó también la interpretación unilateral y la imposición de la Doctrina Monroe. Los acontecimientos ofrecieron a México una situación preciosa y una nueva oportunidad.

La clase obrera, en pie de lucha empezó a influir en la industria petrolera en la década de los treinta. La industria petrolera, en 1934, tenía 35 sindicatos independientes, pero ni una sola compañía se organizó por trabajadores sindicalizados hasta 1935. Existían diferentes contratos en las refinerías, e incluso en una misma refinería; había contratos con 15 de las principales compañías petroleras y con 3 empresas embarcadoras; se convocó a una reunión de los diferentes grupos obreros para organizar el Sindicato de Trabajadores Petroleros, y en la primera convención, celebrada en 1936, se preparó un contrato general

para toda la industria. El Sindicato de Trabajadores Petroleros se afilió a la CTM y el nuevo contrato se envió por correo a los gerentes de casi todas las compañías petroleras; el documento llegó a su destino en noviembre de 1936, casi al mismo tiempo que fue aprobada la ley de expropiación por la Cámara de Diputados.

El contrato llevaba anexa una amenaza de huelga que abarcaría a toda la industria si aquél era rechazado. Se calcula que el costo total de la mano de obra, con arreglo al contrato propuesto, llegaba a 65 474 840 dólares; de esa cifra sólo 28 149 360 dólares correspondían a aumentos en los salarios. La gerencia de las compañías rechazó de inmediato el contrato, afirmando que hubiera aumentado los costos de la mano de obra y las prestaciones sociales en 500%, en tanto que el calculo del sindicato preveía un aumento en los gastos de las compañías en sólo 133%. Era indudable que el contrato propuesto contenía demandas superiores a las posibilidades económicas de las compañías, pero también es indiscutible que las compañías no se esforzaron por evitar el conflicto que siguió.

Después de una espera, el sindicato declaró una huelga general que debía comenzar el 27 de noviembre de 1936, pero el Presidente Cárdenas intervino, pidiendo que se aplazara el movimiento durante 6 meses, mientras el sindicato y las compañías negociaban un arreglo bajo la dirección del Gobierno. Cuando en el mes de febrero de 1937, estuvieron a punto de romperse las negociaciones, Cárdenas intervino de nuevo, y prometió dar validez a cualquier contrato que acordaran las partes y hacerlo obligatorio; y se fijó un plazo límite de 4 meses para que terminaran las negociaciones. Fueron pasando los meses y las discusiones sobre el contrato sólo produjeron un acuerdo sobre 21 de las 250 cláusulas que figuraban en el contrato. Las compañías presentaron su última proposición.

Al ser rechazado el plan de las compañías por los diferentes sindicatos a los que fue presentado se declaró una huelga: debía esta empezar el 18 de marzo de 1937 y afectaría a toda la industria petrolera. El sindicato presentó a las compañías una oferta conciliatoria el 29 de mayo de ese mismo año, en la que se

reducían muchísimo las demandas originales, las cuales se convirtieron en 34 proposiciones principales; pero esta oferta fue rechazada por las empresas, las que abandonaron por completo las negociaciones.

El sindicato apeló, el 7 de junio de 1937, a la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje para que calificara el conflicto, considerándolo como económico, por lo cual el único punto en discusión era si las compañías se hallaban en condiciones económicas de aceptar el contrato.

Fue el 18 de Marzo de 1938, cuando el pueblo mexicano escuchó las palabras de su primer mandatario, dando a conocer la decisión del Gobierno de nacionalizar la industria del petróleo, expropiándola de manos extranjeras por causas de utilidad pública.

Había más voluntad que experiencia, más carencias que recursos económicos, pero una decisión inquebrantable de vencer la adversidad, respaldada por leyes y gobernantes forjados por la lucha.

Este acto constituyó un paso importante hacia la liberación económica del país, ante el cual **PETROLEOS MEXICANOS** contrajo desde entonces la responsabilidad de satisfacer sus necesidades de productos petroleros.

Conscientes los mexicanos de la deuda contraída por la expropiación pusieron a disposición del Gobierno su dinero, joyas y objetos de valor, en un desesperado afán de demostrar su deseo de salvar a la industria clave del país, esfuerzo que los trabajadores petroleros se han encargado de demostrar no fue en vano.

Fue necesaria la participación de técnicos y trabajadores mexicanos entrenados someramente en las labores de exploración, perforación, explotación y distribución del petróleo y sus derivados para, con un esfuerzo que puede considerarse heroico dado el estado de las instalaciones dejadas por las

compañías extranjeras, mantener y sacar adelante la industria nacionalizada implementando en forma paralela los sistemas necesarios para administrarla.

El tiempo transcurrió dejando tras de sí un balance venturoso para nuestra industria y fue así como diez años después comenzó a gestarse con la participación de administradores, técnicos y trabajadores del Sindicato de Trabajadores Petroleros de la República Mexicana la construcción del primer centro industrial petrolero que habría de ser en este ámbito el primer fruto de considerable importancia de la decisión del señor General Lázaro Cárdenas del Río.

PETROLEOS MEXICANOS es hoy la empresa mas grande de México y una de las diez mas grandes del mundo, tanto en términos de activos como de ingresos con base en el nivel de reservas y su capacidad de extracción y refinación se encuentra entre las cinco compañías petroleras más importantes a nivel mundial.

El crecimiento de la industria petrolera nacional, hizo necesario acelerar su proceso de transformación . Por ello dentro del marco del Programa Nacional de Desarrollo 1984-1994 y como parte del Programa de Modernización del Sector Energético 1990-1994, en julio de 1992 se modificó la estructura tradicional de las Subdirecciones Creativas de Petróleos Mexicanos, para convertirlas en divisiones especializadas, estructuradas por líneas integradas de negocios y dotándolas de mayor poder de decisión y autonomía de gestión con el propósito de auspiciar la descentralización.

Con la aprobación del Poder Legislativo, el 17 de julio de 1992 entró en vigor la Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos y Organismos Subsidiarios, la cual crea las cuatro empresas subsidiarias que son: PEMEX-EXPLORACION Y PRODUCCION, PEMEX-GAS Y PETROQUIMICA BASICA, PEMEX-PETROQUIMICA Y PEMEX-REFINACION.

PEMEX-EXPLORACION Y PRODUCCION: Tiene a su cargo la exploración y explotación del petróleo y gas natural.

PEMEX-GAS Y PETROQUIMICA BASICA: Procesa el gas natural y los líquidos del gas natural; distribuye y comercializa gas natural y gas lp; produce y comercializa productos petroquímicos básicos.

PEMEX-PETROQUIMICA: Elabora, distribuye y comercializa una amplia gama de productos petroquímicos secundarios.

PEMEX-REFINACION: Produce, distribuye y comercializa combustibles y demás productos.

"ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS, PROPIEDAD DEL ESTADO Y CONTROLADOS POR ESTE, CON PERSONALIDAD JURIDICA Y PATRIMONIO PROPIOS, ESTRUCTURADOS COMO EMPRESAS SUBSIDIARIAS PARA APOYAR Y ROBUSTECER A PETROLEOS MEXICANOS EN EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA INDUSTRIA PETROLERA ESTATAL, OBSERVANDO CABALMENTE EL MANDATO CONSTITUCIONAL DE LA EXCLUSIVIDAD DEL ESTADO EN EL MANEJO DE ESTA AREA ESTRATEGICA". ³

³ Instituto Mexicano del petróleo. Esto es PEMEX Refinación. p. 5-6

2.-PEMEX REFINACION



Refinería "Ing. Antonio M. Amor" en Salamanca, Gto. 4

MISION

En el marco de este proceso de modernización y conforme a los requerimientos de fortalecimiento operativo y administrativo de **PETROLEOS MEXICANOS**, la misión de **PEMEX-REFINACION** se definió de la siguiente manera:

Procesar y refinar crudo para la producción de petrolíferos y materias primas básicas, garantizando la distribución de estos productos y su abasto a nivel nacional, haciendo el intercambio internacional más adecuado, en un contexto de comercialización que responda a las fuerzas del mercado y con la plena satisfacción de los clientes; lograr estándares internacionales de eficiencia productiva, administrativa y de calidad, que permitan operar con rentabilidad y competitividad en un marco de seguridad industrial, protección ecológica, innovación tecnológica, desarrollo integral de su personal e **imagen pública fortalecida**.

OBJETIVOS

A fin de lograr esta misión, se establecieron siete objetivos estratégicos que sustentan la visión del cambio de **PEMEX-REFINACION**:

4 Baltazar Ramírez, Josué. Fotografía de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" Salamanca, 1997

- Alcanzar las especificaciones de calidad ecológica para los productos.
- Garantizar el abasto de la demanda nacional de productos petrolíferos.
- Ser líder en el cumplimiento de estándares ambientales y de seguridad en las instalaciones.
- Lograr niveles de eficiencia y rentabilidad internacionalmente competitivos.
- Desarrollar plenamente mercados nacionales e internacionales.
- Implementar un enfoque de actividades orientadas hacia el mercado y los clientes.
- Desarrollar íntegramente los recursos humanos.

ORGANIZACIÓN Y PERSONAL

Antes de la creación de **PEMEX-REFINACION, PETROLEOS MEXICANOS** operaba bajo un esquema funcional de alto grado de centralización. En este esquema existían la Subdirección de Transformación Industrial, responsable de la operación de las refinerías y centros petroquímicos, y la Subdirección Comercial, cuyo ámbito de competencia principal era la distribución y venta de productos.

Con la creación de **PEMEX REFINACION**, como organismo subsidiario de **PETROLEOS MEXICANOS**, se integran las subdirecciones antes mencionadas, con excepción de las áreas involucradas en la industria petroquímica que fueron asignadas a los organismos subsidiarios **Pemex-Gas y Petroquímica Básica y Pemex Petroquímica**.

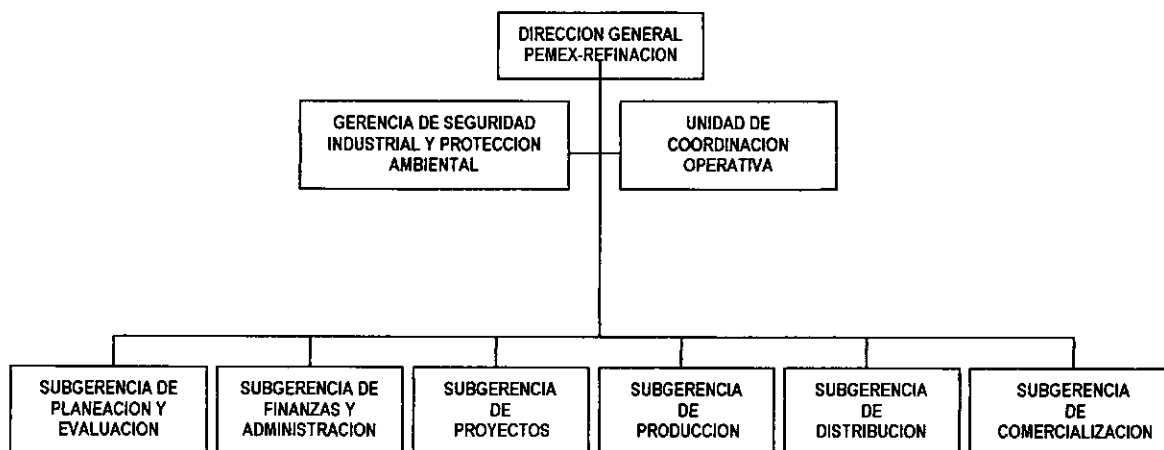
Asimismo, se reciben parte de las áreas administrativas de finanzas y de proyectos y construcción de obras, anteriormente centralizadas, así como las correspondientes al personal encargado de la operación de la red de oleoductos y poliductos de la Institución.

Con base en lo anterior, y con el propósito de asegurar la integración operativa, la orientación al mercado y el fortalecimiento de los servicios de

apoyo, se diseñó alrededor de las áreas funcionales una nueva estructura para el organismo, que considera además un enfoque geográfico y por producto.

La actual plantilla de personal, resultado de las transferencias efectuadas de y hacia el organismo, así como de la cancelación de plazas y reducción de las contrataciones extraordinarias, es del orden de 47 mil trabajadores, de los cuales más de 43 mil son personal de campo que laboran en las instalaciones de producción, distribución y comercialización, distribuidas a todo lo largo y ancho del territorio nacional.

ACTUAL ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE PEMEX-REFINACION ⁵



INFRAESTRUCTURA

La satisfacción oportuna y eficiente de la demanda de combustibles derivados del petróleo en todo el país, constituye un objetivo fundamental de **PEMEX-REFINACION**. Para lograrlo, es necesaria la operación de un sistema de gran extensión y complejidad, que va desde el transporte del petróleo crudo a los centros de procesamiento, hasta el recibo por parte de los consumidores de los productos requeridos.

⁵ DIRP, Manual de Inducción. Organigrama Estructural Básico de PEMEX Refinación. P 12

Cabe mencionar que la transportación del petróleo crudo se realiza a través de una red de oleoductos de más de 4 mil kilómetros de longitud, hasta las seis refinerías del sistema ubicadas en: Cadereyta, Nuevo León; Ciudad Madero, Tamaulipas; Minatitlán, Veracruz; Salina Cruz, Oaxaca; Tula, Hidalgo y Salamanca, Guanajuato, en donde se obtienen los productos que el mercado demanda.

Estos productos se distribuyen a 76 centros de venta, ubicados en toda la República, que cuentan con una capacidad de almacenamiento superior a los 19 millones de barriles. Para ello, se dispone de una compleja red de transporte integrada por alrededor de 4 mil autotanques, 750 carros de ferrocarril, 39 buquetanques y más de 9 mil kilómetros de poliductos. La utilización del transporte marítimo, por su parte, implica la operación de quince terminales marítimas, ocho instalaciones costa afuera y 123 embarcaciones menores. Asimismo, se cuenta con el apoyo de 170 distribuidores y aproximadamente de 3 mil 400 estaciones de servicio.

PRODUCCION

PEMEX-REFINACION procesa más de 1 millón 300 mil barriles diarios de crudo, obteniendo como resultado alrededor de 1 millón 360 mil barriles por día de productos.

Adicionalmente, en las refinerías de Ciudad Madero y Minatitlán se procesan del orden de 20 mil barriles diarios de líquidos, de los cuales se obtienen gas licuado y gasolinas, y se reciben cerca de 20 mil barriles diarios de gasolinas amorfas del Complejo Petroquímico La Cangrejera. En total, la elaboración de productos en el organismo asciende a más de 1 millón 400 mil barriles diarios.

Las cifras históricas de proceso de crudo y elaboración de productos muestran un continuo crecimiento. Esto ha sido posible gracias, por una parte, a las políticas de operación y mantenimiento adoptadas para lograr un mejor aprovechamiento de la capacidad instalada de los distintos procesos de refinación, que han permitido alcanzar índices en la ocupación de nuestras

plantas muy similares a los estándares internacionales de operación, y por otra, a la entrada en operación de nuevas plantas.

En efecto, con el propósito de llevar a cabo la modernización integral del sistema nacional de refinación, se ha iniciado la modificación del número y tipo de plantas de proceso de las actuales estructuras productivas de las refinerías, es decir, se comenzó a cambiar la "configuración" de las instalaciones. Este cambio, mediante la adición de nuevas unidades, permite la elaboración de un volumen de productos de mayor calidad ecológica, a la vez que incrementa la rentabilidad del organismo. Cabe señalar que durante los últimos años, los avances logrados en este proceso de cambio han sido numerosos.

Con el fin de integrar mejor los esquemas de refinación existentes en Salina Cruz y Tula, entraron en operación, en ambas refinerías, las plantas catalíticas núm.(FCC), con capacidad de 40 mil barriles por día, y las plantas de azufre Núm. 2, con capacidad de 80 toneladas diarias.

Asimismo, en la refinería de Tula iniciaron sus operaciones una planta reformadora de naftas, una hidrosulfuradora de naftas y dos hidrosulfuradoras de destilados intermedios. Mientras que en las refinerías de Salina Cruz y Cadereyta entraron en operación dos plantas reductoras de viscosidad de residuales. Por su parte, en la refinería de Salamanca entraron en operación las siguientes plantas: La planta primaria Núm. 5, una planta estabilizadora de gasolina y la planta de destilación al vacío Núm. 3. Con la finalidad de incrementar la capacidad de producción de gasolinas, iniciaron su operación los módulos para la regeneración continua de catalizador de las plantas reformadoras de naftas, en las refinerías de Cadereyta, Minatitlán, Salamanca, Salina Cruz y Tula.

Cabe señalar que en cuanto a capacidad de refinación se refiere, **PEMEX-REFINACION** se ubica en el lugar número once a nivel mundial y mantiene un primer lugar dentro de los países de Latinoamérica.

DISTRIBUCION

Para abastecer en su totalidad la demanda nacional de productos petrolíferos, se intensificaron las acciones de modernización y mantenimiento de las instalaciones de distribución, así como de los medios de transporte, lo que permitió una mayor flexibilidad para movilizar, oportunamente y en los volúmenes requeridos, los diversos energéticos que comercializa el organismo.

Durante los últimos años se han implantado diversas medidas de carácter logístico, que al mismo tiempo que permiten elevar la eficiencia y la confiabilidad del abasto nacional, propician considerables ahorros en los gastos por concepto de fletes terrestres y arrendamiento de embarcación.

Como resultado de la puesta en marcha del Plan de Modernización y Renovación de la Flota Mayor, actualmente se encuentran en operación 27 buquetanques propios y 12 rentados, debido ha que se han dado de baja cinco embarcaciones de la denominada "flota japonesa", y se han sustituido por otras contratadas a largo plazo con Pabellón Mexicano.

Por otra parte, el proceso de sustitución de las embarcaciones de mayor antigüedad ha permitido al organismo obtener importantes beneficios, al contar con embarcaciones modernas que cumplen estrictamente con las disposiciones internacionales en materia de seguridad y ecología, reduciéndose la edad promedio del total de embarcaciones de 16 a 12 años, e incrementándose su capacidad promedio en más de 17 mil barriles; no obstante, que cuenta con menos unidades. Esto ha permitido un ahorro de 23 millones de dólares anuales por la disminución en los costos de operación y mantenimiento de la flota propia, a pesar de haberse incrementado el volumen transportado.

COMERCIALIZACION

El mercado interno de los productos del petróleo ha mostrado, en general, una tendencia creciente durante los últimos años. Las instalaciones de

comercialización han estado sujetas a un permanente proceso de crecimiento, reubicación y, muy especialmente, de modernización, mediante la implantación de esquemas de automatización y el desarrollo de sistemas de seguridad y protección ambiental.

Anualmente se realizan auditorías de riesgo en las instalaciones de comercialización, como una eficiente alternativa para prevenir y controlar los accidentes, coadyuvando a mantener altos niveles de seguridad y reduciendo costos de operación.

La adecuada atención y solución a las anomalías detectadas durante dichas auditorías, conjuntamente con la aplicación de los Programas Preventivos de Accidentes, la Formación de los Comités de Seguridad en cada uno de los centros de trabajo y el análisis técnico de los incidentes y accidentes ocurridos, ha repercutido en una notable disminución en el índice de frecuencia acumulado.

Por otra parte, a efecto de tener un mejor control en las operaciones de los centros de trabajo, se han instalado sistemas de alarmas, de paros de emergencia, de telemedición de tanques de almacenamiento y de medición y calibración de autotanques.

En lo relativo a la protección del medio ambiente, casi el 100 por ciento de las instalaciones dispone ya de los sistemas para el "llenado por el fondo" de los autotanques, mientras que el 82 por ciento de 232 tanques de almacenamiento de gasolinas cuenta con membranas internas flotantes que reducen hasta en 95 por ciento la evaporación y escape a la atmósfera de los hidrocarburos. Asimismo, se instalan sistemas de captación, tratamiento y recirculación de aguas residuales, con un avance del 94 por ciento.

Con la finalidad de satisfacer oportunamente la demanda nacional de productos petrolíferos, se han construido tanques en los centros de venta,

ampliándose la capacidad de almacenamiento de productos a 19 millones 210 mil barriles en 1994.

En los últimos años se han reubicado los centros de venta de Chihuahua, Ciudad Victoria, Irapuato y Zamora; se terminó la construcción de las terminales de Guadalajara y Azcapotzalco; mientras que la de Veracruz está sometida a un completo proceso de remodelación.

PEMEX-REFINACION adoptó un novedoso esquema para construir y operar nuevas terminales, alentando una mayor participación de capital privado, que construirá y dará mantenimiento integral a las instalaciones, las cuales arrendará al organismo, ofreciéndole la opción de compra después de quince años de renta obligatoria. Así **PEMEX-REFINACION** dispondrá de nuevas y modernas instalaciones de almacenamiento y distribución.

Bajo este esquema, se están construyendo las nuevas terminales de Mexicali, Reynosa, Zacatecas y Aguascalientes, y se han asignado los contratos correspondientes para la construcción de otras dos en Durango y Morelia.

Se ha iniciado ya el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio, con el fin de elevar la calidad de los servicios al público, mejorar la imagen constitucional, incrementar los márgenes de seguridad y de protección ecológica de la red de gasolineras del país, y propiciar el establecimiento de nuevas estaciones de servicio que satisfagan el crecimiento de la demanda nacional.

INTEGRACION COMUNITARIA

PEMEX-REFINACION retoma los esfuerzos realizados por **PETROLEOS MEXICANOS** respecto a atender el desarrollo regional y social de las comunidades vecinas a sus instalaciones, creando la Unidad de Integración Comunitaria, cuyo objetivo principal es generar un ambiente de convivencia cordial con su entorno, lograr la integración plena con la sociedad, y coadyuvar a que **PEMEX-REFINACION** sea un

agente del crecimiento económico y del progreso, por su adecuada incorporación a la dinámica regional.

Entre las actividades de este organismo está la realización de estudios de impacto socio-económico, que ayudan a la toma de decisiones para prevenir y controlar los efectos provocados por la derrama económica de las inversiones de **PEMEX-REFINACION** en las regiones donde opera.

APOYO A LAS COMUNIDADES

Con frecuencia **PEMEX-REFINACION** recibe solicitudes de apoyo de las diferentes instancias de gobierno y de las comunidades ubicadas en zonas de influencia petrolera, así como de diferentes instituciones y organizaciones civiles.

En respuesta a dichas solicitudes, la empresa realiza diversas acciones de apoyo, entre las que destacan el otorgamiento de donativo en recursos financieros y en especie (como asfalto, tubería y productos petrolíferos), los cuales son destinados para impulsar programas y acciones que mejoran el medio ambiente; obras de infraestructura, equipamiento y servicios urbanos en las regiones donde se encuentran ubicadas las refinerías.

Asimismo, en cuanto a necesidades de tipo social de los trabajadores petroleros se refiere, **PEMEX-REFINACION** impulsa diversos programas de desarrollo que contribuyen a elevar su nivel de vida y el de sus familias.

Con estas acciones, **PEMEX-REFINACION** colabora en el fortalecimiento de los municipios y comunidades donde realiza sus actividades, apoyando la consolidación de polos de desarrollo que mejoren el nivel de vida de la población en general, y propiciando con ello una relación armónica con su entorno.

3.-REFINERIA "ING. ANTONIO M. AMOR"

Hasta el siglo x1x, el petróleo se había utilizado casi exclusivamente en la medicina. En Estados Unidos, Samuel M. Kier había abierto un establecimiento en Pittsburgh en 1847, donde vendía petróleo embotellado con el nombre de "carbón oil", bajo el señuelo de que curaba todos los padecimientos en los seres humanos y en los animales. Kier penso que el petróleo podría tener otros usos e impulsado por esta idea partió hacia Filadelfia para consultar a un prominente químico, regresando convencido de que de la destilación del producto podría obtenerse un buen iluminante. Esto lo decidió a construir un alambique y comenzó a destilar el primer barril de petróleo en 1850, convirtiéndose así, por el chispazo de su visión, en el precursor de la refinería en América.

En 1912, M. J. Trumple ideó la primera refinería en proceso continuo, que posteriormente llevaría su nombre. Actualmente, las refinerías continúan siendo conectadas una con otra; a fin de obtener fracciones específicas y en ocasiones sustancias puras al final del tren de destilación.

En México la construcción de las refinerías se inició en 1909, en Minatitlán, Veracruz, pero no fue sino hasta finales de los veintes cuando se realizaron los primeros diseños para plantas de destilación primaria, con base a un crudo de una composición determinada. Estas instalaciones estaban diseñadas para trabajar rígidamente con un crudo sintético o mezclas preparadas con crudos de diferentes orígenes pero que al final debían llegar a las refinerías con una composición predeterminada.

En estas condiciones se manejaron las primeras plantas de las refinerías de Azcapotzalco, Madero, Minatitlán y **SALAMANCA**.

Ubicación Geográfica



6

Este proyecto se concibió con el fin de atender los requerimientos del centro de la República y fue así como se pensó en un lugar estratégico en su localización, con terrenos apropiados, con mantos acuíferos abundantes, clima templado y comunicaciones ferroviarias y carreteras. Todos estos requisitos los satisfizo la ciudad de Salamanca, situada en el estado de Guanajuato y fue en ella que se instaló y aún opera la refinería "Ing. Antonio M. Amor".



Puerta 1 de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" 7

6 DIRP, Manual de Inducción. Organigrama Estructural Básico de PEMEX-REFINACION. P 14

7 Baltazar Ramirez, Josué. Fotografía de la Puerta 1 de la RIAMA, 1998

La ciudad de Salamanca era por el año de 1948 una ciudad eminentemente agrícola, con una población de 20 mil habitantes, con un ambiente provinciano completamente ajeno a la vorágine del desarrollo industrial. La presencia de **PETROLEOS MEXICANOS** en el suelo de ella, precedida por la adquisición de los terrenos necesarios por la construcción de las plantas de proceso y de todas las instalaciones de servicio y de soporte de la producción, provocando una reacción violenta, pero el tiempo se ha encargado de demostrar que los mexicanos, sea cual fuere su actividad, pueden convivir en completa armonía, coadyuvando entre ellos al fin común, que es y debe ser el del engrandecimiento de nuestro país.

La Refinería "**Ing. Antonio M. Amor**", está situada en el centro del país. Empezó a operar desde 1947, inaugurándose el 30 de julio de 1950. Procesa dos tipos de crudo:

- I. Crudo, mezcla que proviene de los campos de Nuevo Teapa, Tabasco y es enviado por un oleoducto de 20 pulgadas siendo utilizado como base para elaborar productos energéticos.
- II. Crudo pozoleo o crudo Poza Rica, que es la base para aceites lubricantes, el cual es enviado por un oleoducto de 16 pulgadas desde lo que se conoce, como la faja de oro en los estados de Tamaulipas y Veracruz.

Cuenta con una producción diaria de 240 mil barriles diarios que abastece al corredor industrial del bajío y los estados de Durango, Nayarit, Colima, Michoacán, Jalisco, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí, Querétaro y Guanajuato.



Mapa del área de influencia de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor"

Posee una extensión territorial de 404 hectáreas y cuenta con una estructura autorizada de 4,519 plazas; 344 corresponden al personal de confianza y 4,175 al personal sindicalizado; además de una población flotante de trabajadores eventuales y personal de compañías contratistas que trabajan en la construcción de las nuevas plantas y proyectos.

SU MISION ES:

Producir lubricantes para todo el país y los energéticos que demanda la zona agrícola industrial mas importante de México a través de la mejor tecnología, esfuerzo y talento de los que laboran en la refinería mas completa de Latinoamérica.

Actualmente la Refinería "**Ing. Antonio M. Amor**" está constituida por:

- 53 PLANTAS DE PROCESO
- 36 POZOS DE AGUA

- 477 TANQUES DE ALMACENAMIENTO
- 1 LABORATORIO CENTRAL
- 1 EDIFICIO DE SERVICIOS
- 1 EDIFICIO ADMINISTRATIVO



Edificio Administrativo y Departamento de Información y Relaciones Públicas de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" ^{9 v 10}

4.-DEPARTAMENTO DE INFORMACION Y RELACIONES PUBLICAS.

El Departamento de Información y Relaciones Públicas surge en la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" el 26 de Junio de 1979, teniendo como principal objetivo dar la versión oficial de la empresa, en lo concerniente a los accidentes que en ella ocurrían.

A segundo termino pasaba el mantener una relación de cordialidad tanto con el gobierno como con clubes de servicio, instituciones y sociedad en general.

Información y Relaciones Públicas dio inicio teniendo como titular al Ingeniero Luis Humberto Rosado Baeza, y contando en ese entonces con 13 trabajadores (10 de ellos sindicalizados y 3 de confianza).

9 y 10 Martínez Gasca, Amelia. Edificio Administrativo y Departamento de Relaciones Públicas de la RIAMA, 1998

Actualmente el departamento cuenta con 3 empleados (dos sindicalizados y 1 de confianza), y su objetivo fundamental es "fomentar una imagen verdadera de **PETROLEOS MEXICANOS** y mas concretamente de le Refinería "**ING. ANTONIO M. AMOR**" ubicada en la ciudad de SALAMANCA GUANAJUATO; además de servir de mediadores entre la empresa **PEMEX-REFINACION** y las diversas dependencias con las que tiene contacto.

LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN EL DIRP DE LA RIAMA SON LAS SIGUIENTES:

1. Difusión Informativa:

1.1. Boletines de Prensa

1.2 Publicación de Información en Prensa Escrita (convocatorias, desplegados, etc.)

1.3 Elaboración de Información para Radio

1.4 Elaboración de Reportajes y Artículos

2 Fortalecimiento de vínculos con la Prensa

2.1 Entrevistas conferencias y ruedas de prensa

2.2 Respuesta a solicitudes de Información de Prensa Local

2.3 Reuniones con los representantes de los medios locales

2.4 Cobertura periodística de actos y eventos locales

3 Actividades extraordinarias

3.1Elabopración y Distribución de la Revista Cambio 2000

3.2 Elaboración diaria de la página Intranet (noticias) de RIAMA

3.3 Atención a visitantes

4 Difusión de Campañas Institucionales

4.1 Difusión local en radio, t.v. y prensa de Campañas Institucionales

5 Servicios de Comunicación Social

5.1 Grabación de eventos, toma de fotografías, grabación de audio, exhibición de videos.

5.2 Exhibición de Documentales (principalmente a visitantes)

6 Relaciones institucionales

6.1 Participación de la empresa en ferias, exposiciones u otros eventos de la localidad

6.2 Apoyo a visitas Técnicas a Instalaciones locales

6.3 Visitas Guiadas al interior de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor"

7 Atención al Público

7.1 Orientación e información acerca de la empresa a personas que lo soliciten

7.2 Asistencia a eventos en representación de la empresa

7.3 Acercamiento con dependencias en todas las esferas de Gobierno

8 Recursos Materiales y Servicios de Apoyo

8.1 Reservación de hospedaje en hoteles, casa de visitas, hotel de solteros
PEMEX, alimentación, servicio de transportación local

9 Administración de Recursos Humanos

9.1 Reporte de tramites de personal efectuados como: vacaciones, permisos, renovaciones, reportes de tiempo extra, cuenta de gastos, anticipo de viáticos.

ANALISIS PERSONAL, DESDE UN PUNTO DE VISTA TEORICO.

"Las Relaciones Públicas son un esfuerzo general y global de comunicaciones por parte de una organización, y su finalidad es influir en las actitudes de varios grupos ante ella"¹¹. Estas actividades tienen como propósito construir o conservar una relación con sus "públicos". Estos últimos pueden ser clientes, empleados, accionistas, sindicatos, gobierno, grupos ambientalistas, miembros de la comunidad local o algún otro grupo de la sociedad.

"En pocas palabras, las Relaciones públicas son el elemento de comunicación que crea la imagen de la empresa ante sus distintos auditorios".¹²

Como es sabido, existe el especialista en Relaciones Públicas, si embargo hay profesiones afines a esta carrera tales como: Ciencias de la Comunicación, Publicidad, Periodismo, Administración de Empresas y Relaciones Industriales.

¹¹ Chaumely, Jean y Huisman, Denis. Las relaciones Públicas. P 88

¹² Lougovoy C: y LInon M. Las relaciones Públicas; Función de Gobierno, De la Empresa y De la Administración. P 120

"El personal que labore en Relaciones Públicas, debe ser calificado y competente, pues es muy peligroso querer dedicarse a las relaciones públicas simplemente porque se tiene la impresión de ser bueno para ello".¹³ "Las Relaciones Públicas no pueden constituir una profesión más que a partir del momento en que poseen una doctrina. No pueden reducirse, simplemente, como otros oficios, a un cierto número de fórmulas. Se puede aprender a practicar la información, se puede aprender a imprimir, a pronunciar conferencias, sin tener una doctrina básica: se trata de técnicas. Ahora bien, en las Relaciones Públicas no puede uno pura y simplemente basarse en la sola puesta en marcha de las técnicas".¹⁴

En esta área solo se puede triunfar teniendo una profesión a fin y contando con los conocimientos de las técnicas habladas y escritas.

Por esto el Licenciado en Ciencias de la Comunicación se presume competente en esta área, pues cuenta con el conocimiento teórico adquirido a través de la preparación académica, y no solo de las técnicas adquiridas por la práctica y el tiempo. Esto garantiza el buen, adecuado y correcto funcionamiento del Departamento de Relaciones Públicas en cualquier empresa, pero más específicamente en la Refinería "Ing. Antonio M. Amor".

Reiteramos entonces, que no es labor de un Licenciado en Derecho, o de un Ingeniero en cualquiera de sus especialidades, el encargarse de dicho departamento, pues estas personas podrán contar con la técnica, pero no con la preparación teórica o académica que se requiere en el mencionado departamento.

III PROPUESTAS

A) EN CUANTO A LAS ACTIVIDADES.

Como ya lo vimos con anterioridad, las actividades que realiza el departamento de Información y relaciones Públicas, se distinguen 5 grandes funciones, y en ello nos basaremos para analizar las tareas que se llevan a cabo en cada una de estas, valorar y proponer actividades que mejoren el desempeño del Departamento de Relaciones Públicas de la Refinería "ING. ANTONIO M. AMOR".

LAS FUNCIONES SON:

- Información
- Relaciones con la prensa
- Comunicación Social
- Relaciones Públicas
- Actividades administrativas

INFORMACION:

La función informativa responde ante todo a la necesidad de la empresa de dar a conocer a la sociedad en general los logros, actividades, reconocimientos y planes de la misma; esto con el fin de que dicha sociedad tenga conciencia de lo que es y lo que hace **PETROLEOS MEXICANOS** a través de la Refinería "ING. ANTONIO M. AMOR" en beneficio de Salamanca y de México.

Esta función la lleva a cabo a través de diversas actividades, como son: Elaboración de boletines de prensa que se distribuyen por lo general cada tercer

día entre semana, desplegados, reportajes, artículos, entrevistas, conferencias y ruedas de prensa, respuestas a solicitudes de información de la prensa local, reuniones con representantes de los medios locales.

La información interna (destinada a los trabajadores) es mas limitada, se elabora la página Intranet de RIAMA, a la cual solo tienen acceso los trabajadores que laboran en oficinas y que cuentan con computadora; se distribuye la revista Cambio 2000, realizada en el Departamento de Información y Relaciones Públicas, en la cual puede laborar cualquier trabajador que así lo desee, sin embargo esta revista cuenta con un tiraje de tan solo 2mil ejemplares, que se reparten entre los 4,519 trabajadores que laboran en la empresa.

PROPUESTA

Poner más atención a lo que es la información interna, ya que esto permite mejorar las relaciones entre el trabajador y la gerencia de la Refinería, que en este caso es el alto mando.

Esto se mejoraría tomando medidas como: Aumentar el tiraje de la revista Cambio 2000, para que así llegue a manos de mas trabajadores y estos puedan estar enterados de lo que sucede dentro de la empresa.

Elaborar y repartir boletines en el interior de la refinería, informando asuntos importantes (que no pueden esperar a que sean publicados en la revista, ya que esta es trimestral), como visitas de personalidades de importancia,

reconocimientos obtenidos, decisiones tomadas por la Gerencia, el Sindicato o entre ambos que afecten directamente al trabajador, reparaciones que estén por realizarse en alguna de las plantas de la Refinería, etc.

Hacer uso de los periódicos murales instalados en cada taller, para que la Gerencia de instrucciones, plantee problemas, resuelva dudas y principalmente mantenga informado al trabajador.

En cuanto a información de tipo descendente-ascendente se refiere, existen buzones de sugerencias a la Gerencia (ubicadas estratégicamente en toda la Refinería) que pueden ser utilizados por cualquier trabajador; para que estos funcionen adecuadamente, el Gerente debe leer la correspondencia y hacerle saber al trabajador, que efectivamente la leyó y que se le es tomado en cuenta.

RELACIONES CON LA PRENSA

Es ésta, una delicada función, que implica unas relaciones estrechas y muy cordiales con los periodistas especializados. Ya que el "público" de la empresa debe estar informado, el titular del Departamento de Información y Relaciones Públicas, debe mantener relaciones francas y amistosas con los periodistas, mediante la comunicación de informaciones objetivas.

Para esto, se llevan a cabo reuniones con los representantes de cada uno de los medios locales, se les conceden entrevistas cada vez que así lo solicitan, se les da información vía telefónica cuando la requieren, y se les compra espacio en sus

medios cuando la empresa lo necesita (difusión de campañas institucionales, convocatorias, licitaciones, felicitaciones, condolencias, etc.), cabe señalar que esto es en forma continua.

PROPUESTA

Las reuniones deben ser efectivamente con todos los representantes de la prensa local y en fechas representativas para ambas partes: Aniversario de Expropiación Petrolera, Aniversario de la Fundación de la Refinería, conmemoración de la Libertad de Expresión, Aniversario de la Fundación de alguno de los medios, etc.; mandar una carta de felicitación por motivo de cumpleaños a cada uno de los periodistas que tienen como fuente **a PETROLEOS MEXICANOS.**

Dar la Información adecuada, en el momento preciso en que es solicitada.

Hacer o permitir que los periodistas constaten la veracidad de la información que les proporciona el Departamento de Información y Relaciones Públicas.

COMUNICACIÓN SOCIAL

Esta función, cumple principalmente la tarea de apoyar a los demás funcionarios que laboran en el área administrativa, para facilitarles su trabajo, a través de material como: Fotografías, grabación de eventos, exhibición de videos, proyección de audiovisuales y apoyo con equipo audiovisual.

Otras de sus tareas es mantenerse en contacto con gente especializada en la realización de videos y/o documentales, para cuando sus servicios sean requeridos. Cabe señalar que el departamento de Información y Relaciones Públicas, no se encarga de la realización de los videos, ni de los guiones para los mismos.

PROPUESTA

Contar dentro del Departamento con gente que tenga conocimiento para realizar las funciones que aquí se requieren (pre-producción, producción y post-producción de material audiovisual); esto con el fin de agilizar el trabajo y ahorrar costos a la empresa, además de obtener mejores resultados; ya que al realizar el trabajo gente que labora en la empresa, tiene más conocimiento de la misma y sabe cuales son las expectativas a cumplir.

RELACIONES PUBLICAS

El objeto de esta función es el de tocar al gran público lo más amplia y directamente posible, inducirlo a interesarse en las principales actividades, logros y planes de la empresa; crear un ambiente de cordialidad, respeto y sobre todo, una imagen positiva de lo que es **PETROLEOS MEXICANOS** en Salamanca.

Para esto se creo un programa de relaciones institucionales y atención al público, en el cual se le da respuesta positiva a invitaciones recibidas a participar

en ferias, exposiciones y otros eventos realizados por las diversas instituciones de la localidad; se da apoyo a compañeros de trabajo del área administrativa cuando hay visitas de tipo técnico y corresponde a ingenieros especializados dar información acerca del tema; se atienden visitas guiadas al interior de la Refinería, a estudiantes de diversos niveles académicos que así lo soliciten; se da atención al público en general para resolverles dudas que en cuanto a la empresa tengan; se asiste a eventos de tipo social, cultural, etc. En representación de la empresa; se mantiene un acercamiento constante en todas las esferas de Gobierno.

PROPUESTA

No basarse únicamente en las relaciones públicas externas, y prestarle más atención a un punto muy importante: el trabajador y el sindicato, o sea a las relaciones publicas internas.

El personal que labora en la empresa debe estar informado y sentir que le interesa a su jefe o patrón (en este caso al gerente de la refinería), para que así el trabajador adquiera un compromiso con la empresa y sienta afecto por la misma, esto se verá reflejado en las actividades que realice y por lo tanto en la productividad de la empresa.

Los medios que deben utilizarse para dicho fin son:

Boletines, folletos, trípticos, revistas, periódicos murales (en cada taller o departamento), visitas abiertas al personal y su familia, reuniones informativas, cartas personalizadas; esto con el fin de mantener informado al trabajador de lo

que acontece dentro de la empresa y hacerlo participe de los logros alcanzados por la misma. Manifestarle una felicitación o una condolencia cuando se requiera.

Los sindicatos constituyen, evidentemente, una gran fuerza dentro de la empresa, por lo tanto el Departamento de Información y Relaciones Públicas tiene el deber de entrar en contacto con los representantes del sindicato (en este caso con el Sindicato de Trabajadores Petroleros de la República Mexicana, Sección 24), si bien es cierto que no es directamente con Relaciones Públicas que el sindicato trata sus problemas, también es cierto que si es Relaciones Públicas el que debe propiciar un trato de cordialidad entre ambas partes, además de armonía en el ambiente laboral, esto con el fin de evitar conflictos entre el sindicato y la empresa, y erradicar por completo marchas y mítines de protesta que lo único que hacen es dañar la imagen de la misma.

ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

Esta sección tiene a su cargo los asuntos especiales. Se ocupa de todo lo concerniente a la gestión administrativa, reporta los tramites de personal como: Vacaciones, permisos, renovación de contrato, reportes de tiempo extra, cuenta de gastos, anticipo de viáticos, reservación de hospedaje, etc.

PROPUESTA

Contar con una persona en el Departamento, que se haga cargo única y exclusivamente de estas funciones.

B) EN CUANTO A LAS FORMAS DE EVALUACION

Actividad	Quien la realiza y que puesto ocupa	Como la Realiza	Propuesta para mejorar
Realización de boletines de prensa.	Lic. En Derecho Alfonso García Moreno Encargado B	Elabora por lo general un boletín de prensa cada tercer día entre semana. La información es repetitiva y casi siempre sin trascendencia. Se basa en boletines realizados en años anteriores y en ocasiones son transcritos textualmente. Utiliza en ocasiones, un lenguaje demasiado técnico, que no siempre es necesario	Realizar los boletines con menos frecuencia, y si es posible únicamente cuando se tenga algo realmente importante que comunicar. Redactar en forma sencilla y utilizar lo menos posible tecnicismos que impidan a su "publico" la comprensión plena de la información. Ser creativo y buscar información novedosa, en lugar de utilizar boletines publicados con anterioridad.
Reportajes y Artículos.	..	Estos son muy esporádicos y se utilizan tanto para la revista, como para distribución en la prensa en lugar del boletín. Para la realización de los reportajes y artículos, pide apoyo a trabajadores de otros departamentos involucrados en el tema que se maneja. Por lo general, estos se realizan sobre un tema que en el momento es de interés tanto para la empresa como para la sociedad en general.	Conseguir la información necesaria para la redacción de los reportajes y artículos con anticipación, ya que aunque el pedir apoyo a otros departamentos es bueno (así se da una información más precisa y detallada), esto implica el retraso del trabajo.

Boletines para radio.	.. .	Se utilizan los mismos boletines de prensa para radio. Aunque los boletines de radio se utilizan cada tercer día y se distribuyen a los periódicos, no siempre se distribuyen en las radiodifusoras, a menos que estas lo soliciten.	Realizar un boletín diferente para las radiodifusoras, ya que por el tiempo de que estas disponen a la hora de transmitir, los boletines deben ser mas concisos.
Entrevistas Radiofónicas.	.. .	Únicamente sirve como intermediario para poner en contacto a la radiodifusora con el Gerente de la empresa, ya que es este el que concede las entrevistas.	Ya que es el porta voz oficial de la empresa, debe fungir como tal. Esta obligado a mantenerse informado de todo cuanto acontece dentro y fuera de la Refinería relacionado con la misma. Puede ser él, en representación del gerente quien conceda las entrevistas, sin que por esto se les reste interés o credibilidad.
Condolencias.	.. .	Son poco utilizadas y casi siempre son manifestadas a través de cartas personalizadas. Pocas veces se recurre a las condolencias públicas por medio del periódico. El departamento no puede manifestarlas sin el consentimiento de la Gerencia o de otro Departamento que se haga cargo del gasto que implica.	El Departamento debe contar con presupuesto propio para este tipo de acontecimientos, ya que de lo contrario se ve imposibilitado a actuar de forma efectiva. Debe utilizar las dos formas (personalizadas y publicas), y manifestarlas cada vez que lo crea conveniente; esto con la finalidad de fortalecer vínculos con las distintas esferas sociales, industriales y

			gubernamentales.
Felicitaciones	..	Al igual que las condolencias, son poco utilizadas y por lo general se manejan de forma personalizada. Casi siempre los aniversarios, conmemoraciones, celebraciones, cumpleaños, etc., pasan desapercibidos. Cuando esto no sucede, las felicitaciones se hacen llegar por lo regular tarde.	Se debe de tener una agenda o calendario, donde estén marcadas las fechas mas significativas o importantes; para así hacer llegar una felicitación de manera oportuna. Es bueno que cuando se pueda, estas se hagan de forma personalizada, pero también es bueno que se publiquen en las ocasiones que así lo ameriten (Informes de Gobierno, Día del Maestro, etc.).
Entrevistas	..	Concede entrevistas a la prensa local de manera informal, y esto ocasiona que se le hagan cuestionamientos sobre temas que por el momento desconoce. Por otra parte, también realiza entrevistas a trabajadores de la empresa, estas son utilizadas para la elaboración de artículos y reportajes para la revista Cambio 2000.	Debería tener un control sobre las visitas que recibe en la oficina de la empresa, ya que a pesar de que existe una oficina que funge como recepción, en esta dan libre acceso al periodista por el solo hecho de serlo. Una opción es que la recepcionista cuestione el motivo de la visita y proceda a informarla al Departamento, para que en este se resuelva si es o no conveniente el accederles la entrada.

			<p>Esto evitaría que el periodista haga preguntas que en el momento se desconocen, y daría oportunidad al encargado de esto, de investigar sobre el tema para posteriormente llamar al periódico y proporcionar la información o formalizar una cita.</p> <p>En cuanto a las entrevistas que realiza, puede manejar preguntas de mas interés, estar mejor preparado sobre el tema que se esta tratando o sobre la persona a la cual se esta entrevistando.</p>
Conferencias y Ruedas de Prensa	..	<p>Se encarga mas que nada de avisar a los medios de información local, sobre las conferencias y ruedas de prensa que se vayan a llevar a cabo dentro de la empresa.</p> <p>En las conferencias o ruedas de prensa, participa únicamente proporcionando material de apoyo a la prensa (carpetas, hojas, lápices, plumas, revistas, trípticos, etc.). También proporciona material informativo: un boletín que realiza previo al evento y fotografías que respaldan la información.</p>	<p>Debe tomar su papel de porta voz oficial de la empresa y participar mas activamente tanto en la organización de las conferencias y ruedas de prensa, como en la realización de las mismas.</p> <p>Convocar oportunamente a todos los medios posibles y atenderles adecuadamente (recibirlos, instalarlos, ver que estén cómodos y no les falte nada, agradecerles y despedirlos).</p>

<p>Cobertura periodística de eventos y actos relacionados con la empresa.</p>	<p>..</p>	<p>Acude al acto o evento, graba el audio y después con los datos obtenidos elabora un boletín que posteriormente manda a los medios informativos locales.</p>	<p>No conformarse con lo que escucha en el acto o evento y obtener mas información oficial al respecto, para que así los boletines sean mas completos y no tengan que recurrir a los boletines que se realizaron en años pasados para complementar la información. Mandar un informe a la Gerencia, dando a conocer paso a paso lo sucedido en el acto o evento, con el fin de mantener a la Gerencia Informada.</p>
<p>Reuniones con los Representantes de los medios.</p>	<p>Lic. En Administración de Empresas, Víctor Deschamps Lugo Jefe del departamento de Información y relaciones Públicas.. Lic. En Derecho, Alfonso García Moreno Encargado B Sr. Josué Baltazar Ramírez Agente de información. Edecán.</p>	<p>Estas reuniones, no son muy frecuentes y siempre acuden las tres personas que laboran en el departamento y representantes de tres de los medios locales. Casi siempre se aprovecha un evento, rueda de prensa o conferencia, para después pasar a algún lugar y efectuar la reunión.</p>	<p>Tomar en cuenta fechas significativas para ambas partes (prensa-Refinería), para la realización de las reuniones . Deben tomarse en cuenta a todos los representantes de los medios y no solamente a los tres de siempre. Deben ser un poco mas frecuentes y no tan rutinarias.</p>

<p>Elaboración de la revista Cambio 2000.</p>	<p>Lic. Víctor Deschamps Lugo. Lic. Alfonso García Moreno. Sr. Josué Baltazar Ramírez.</p>	<p>Pide la colaboración de los trabajadores a través de artículos, para su publicación en la revista. Captura los datos de los artículos y se encarga de la formación de la revista. Toma las fotografías necesarias para la revista, incluyendo la de la portada. La revista se atrasa por lo general de un mes a mes y medio; se supone que es trimestral.</p>	<p>Debe salir exactamente cada tres meses, ya que su atraso le resta seriedad. Se debe empezar a trabajar en el número siguiente, en cuanto se termina de repartir el actual.</p>
<p>Apoyo de difusión de eventos llevados a cabo por organismos subsidiarios.</p>	<p>Lic. Alfonso García Moreno. Encargado B.</p>	<p>Realiza boletines informativos que distribuye a la prensa local.</p>	<p>Estos eventos son realizados por organismos subsidiarios y son dirigidos principalmente a los trabajadores petroleros; entonces lo adecuado es realizar desplegados o boletines que se distribuyan a nivel interno principalmente, para que garantice la adecuada información de los trabajadores.</p>
<p>Filmación y/o grabación de eventos.</p>	<p>Sr. Josué Baltazar Ramírez Agente de Información, Ede cán.</p>	<p>Para las grabaciones y/o filmaciones, se utiliza equipo de aficionado. La persona encargada, no cuenta con preparación profesional, por lo tanto no cuida tomas ni elabora guiones.</p>	<p>La persona encargada de esta labor, debe tener el conocimiento adecuado para la realización de esta función.</p>

Grabación de audio.	Lic. García Moreno Encargado B.	<p>La grabación de audio se realiza al igual que las filmaciones, en eventos representativos para la empresa. Para esta actividad, se pide apoyo a Telecoms, ya que ellos cuentan con el equipo necesario para hacer las grabaciones. El Departamento proporciona el material necesario y da instrucciones sobre los eventos que se requiere grabar.</p>	<p>Ya que Telecoms cuenta con el equipo necesario, se le debe solicitar apoyo únicamente con el equipo, y debe ser el Departamento quien se encargue de realizar el trabajo. Esto con el fin de optimizar resultados, ya que si el personal de Telecoms tiene en ese momento trabajo que le corresponde a su departamento, obviamente tendrá como prioridad por sacar el trabajo que les corresponde.</p>
Proyección de Videos	..	<p>Se les proyecta a visitantes, ya sean estudiantes, funcionarios de Petróleos Mexicanos, funcionarios del Ayuntamiento, a personal de empresas contratistas y a proveedores principalmente. Se cuenta con videos de diversos tipos y depende del objetivo que tenga la proyección, el material que se les proyecte. Da una introducción antes de empezar con la proyección del video.</p>	<p>Además de basarse en el objetivo que tiene la proyección, debe de fijarse muy bien a que público va dirigido, ya que proyectan un mismo video a estudiantes de Ingeniería, que a estudiantes de primaria. La introducción debe ser algo concreto, rápido y eficaz.</p>

Participación en Ferias	<p>Lic. Víctor Deschamps Lugo Jefe del Departamento Lic. Alfonso García Moreno Encargado B Sr. Josué Baltazar Ramírez Agente de Información .Edecán</p>	<p>PEMEX-REFINACION, es la única empresa que cuenta con stand propio, dentro de la Feria de Primavera de Salamanca. Es el departamento quien se encarga de hacer los arreglos necesarios (en conjunto con Ingenieros y otros trabajadores), para que el stand se encuentre en las debidas condiciones para que el evento se lleve a cabo. Proporciona lugar en el stand al departamento de seguridad, que es el que consecutivamente participa exponiendo su equipo y dando demostraciones de lo que se hace dentro de la empresa. Selecciona el material y a gente que estará atendiendo.</p>	<p>Todos los arreglos, deben hacerse con anticipación y no dos o tres días antes del evento. Delegar responsabilidades y ver que se cumplan . Ser creativo e innovar año con año, ya que siempre se presenta lo mismo.</p>
Exposiciones	..	<p>Por lo general son exposiciones fotográficas. Localizan el lugar donde se va a llevar a cabo la exposición, seleccionan las fotografías y piden apoyo al taller de mantenimiento para que acondicione las mampara o lo que se vaya a ocupar para montar la exposición.</p>	<p>Realizar otro tipo de exposiciones, como por ejemplo de productos terminados elaborados en la Refinería. Montar las exposiciones dentro y fuera de la empresa. Planearlas con tiempo y organizar adecuadamente.</p>

<p>Visitas guiadas a la Refinería.</p>	<p>Lic. Alfonso García Moreno. Encargado B</p>	<p>El recorrido empieza en el Auditorio de la Gerencia, ubicado en el edificio administrativo, ahí se procede a darles la bienvenida, para posteriormente proyectarles un video sobre lo que es y lo que hace la Refinería; salen del edificio administrativo para abordar una unidad y empezar el recorrido por las instalaciones de la empresa. La persona encargada del recorrido, designa un área segura, donde los visitantes pueden descender de la unidad. Después de esto, el resto del recorrido se realiza a bordo del vehículo, y desde ahí, se muestran las instalaciones y se les va dando respuesta a las preguntas que puedan surgir. Al termino del recorrido, se les agradece por su visita y se les despide.</p>	<p>Asegurarse de que el vehículo que tiene disponible la empresa para la realización del recorrido este disponible ese día; que de no ser así, se tendrá que usar el de los visitantes. En caso de que los visitantes cuenten con vehículo: No es el transporte adecuado, sus ventanas son reducidas y no se aprecia como debiera las instalaciones de la Refinería. En caso de que los visitantes no cuenten con vehículo y el de la empresa no este disponible: No se podrá llevar a cabo el recorrido y los visitantes se tendrán que conformar con la proyección del video. Tomando en cuenta que la mayoría de los visitantes vienen de otras ciudades y la mayoría de las veces de otros estados, no es justo que regresen a su lugar de origen sin haber visto las instalaciones de la Refinería, ya que por lo general es este el principal motivo de la visita.</p>
--	--	--	--

<p>Asistencia a eventos en representación de la empresa</p>	<p>Lic. Víctor Deschamps Lugo Jefe del Departamento Lic. Alfonso García Moreno Encargado B</p>	<p>Es uno de los dos, los que acuden a los eventos en representación de la empresa. Esto se hace cuando el Gerente por algún motivo no puede acudir. El Gerente les avisa momentos antes del evento que no podrá acudir y que quiere que se presente alguno de ellos en su representación. Ellos deben estar enterados con anticipación de lo que se va a tratar el evento y que postura deben de tomar.</p>	<p>El Gerente cuenta con una agenda donde tiene apuntadas todas sus actividades, y por lo tanto sabe con anticipación si va a poder o no acudir al evento, lo mejor es que desde ese momento les notifique que tendrán que ir en su lugar, esto hará que se preparen para el evento y no vayan desprevenidos.</p>
<p>Acercamiento con dependencias del gobierno</p>	<p>..</p>	<p>Acuden a eventos a los cuales son invitados por estas dependencias.</p>	<p>Mantener una comunicación constante con los representantes de estas dependencias, contar con un directorio que contenga información general de los representantes (incluyendo fecha de cumpleaños), manifestarles una felicitación, etc. Invitarlos a eventos que se realicen en la empresa.</p>
<p>Reservación de hospedaje.</p>	<p>Lic. Alfonso García Moreno Encargado B</p>	<p>Por medio de una llamada telefónica, hace reservaciones en el hotel que se le indique y para las personas que se le indique.</p>	<p>Sin comentarios.</p>

Distribución de la revista Nosotros los Petroleros.	..	A pesar de que es una actividad que se reporta como realizada en el Informe de Desempeño, nunca vi que se llevara a cabo.	Sin comentarios.
Periódico Mural "Nosotros los Petroleros".	..	Es esta otra de las actividades reportada como realizada en el Informe de Desempeño que no vi que se llevara a cabo.	Sin comentarios.
Monitoreo de Medios y elaboración de síntesis informativa.	..	<p>Se revisan todos los periódicos locales y a veces algunos de los nacionales.</p> <p>Se les saca copia a las notas que tengan que ver con la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" y en general con PETROLEOS MEXICANOS.</p> <p>Después de esto, se procede a elaborar la síntesis con las notas que se obtuvieron ese día.</p> <p>Ya terminada la síntesis, se le lleva al Gerente para que este enterado de todo lo relacionado con la empresa.</p> <p>Cabe mencionar que a la síntesis se le incluyen las notas completas, recortadas del periódico de donde se tomo.</p>	<p>Ser constantes y procurar tener la síntesis siempre lista a la misma hora.</p> <p>Es una muy buena actividad que creo se debe conservar.</p>

<p>Realización de la Pagina Intranet de RIAMA</p>	<p>..</p>	<p>Así como en el Departamento se realiza una síntesis, en México la Gerencia de Información Y Relaciones Públicas también realiza la suya, solo que esta no es a nivel local, sino nacional. La Gerencia de Información manda su síntesis por correo electrónico, y cuando el Lic la. Tiene en su maquina, procede a darle forma.</p>	<p>Aunque aquí lo que se hace es modificar la forma en que se envía la información, para que esta sea mas atractiva e interesante para las personas que accesan a intranet, es importante manifestar que se hace un buen trabajo, y que sería sino imposible, si demasiado complicado la elaboración plena de la página; ya que para esto se emplearía demasiado tiempo del cual no se dispone.</p>
---	-----------	--	---

CONCLUSIONES GENERALES

1) EN CUANTO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL SUSTENTANTE.

A lo largo de seis meses de prácticas profesionales, llevadas a cabo en el departamento de Información y Relaciones públicas de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor" **PETROLEOS MEXICANOS**, he confirmado la utilidad del Licenciado en Ciencias de la Comunicación, dentro de esta área.

Si bien es cierto que el comunicólogo no es especialista en Relaciones Públicas, también es cierto que si cuenta con los conocimientos que se requieren para el buen funcionamiento del Departamento, puesto que, a través de los años empleados a lo largo de la carrera, se adquirió una preparación basada en la teoría de los libros y en la práctica de los trabajos.

Ahora bien, obviamente la práctica que se realiza en la Universidad, es muy pobre, por lo tanto el que se hayan aceptado las prácticas profesionales como una forma de titulación, es una buena oportunidad que el pasante de la carrera de comunicación debe aprovechar para reafirmar sus conocimientos y llevarlos a cabo en situaciones reales.

En cuanto a las actividades propias del departamento, tuve la oportunidad de realizarlas o por lo menos participar en ellas, y esto fue un factor importante para visualizar mis alcances; las acciones que se me dificultan y las que por el contrario se me facilitan, y darme cuenta de que, efectivamente, con mayor o menor grado de dificultad, todas las actividades son realizables, y mas aun contando con el respaldo académico que nos proporciona el concluir una carrera a nivel superior, aunque claro esta, que el laborar ya en forma, proporciona las tablas y la seguridad necesarias que en conjunto con el conocimiento, forman una mancuerna perfecta, dando por resultado al encargado perfecto para el Departamento de Relaciones Públicas.

Por otra parte, creo que las funciones de Relaciones Públicas que son elaboradas en el Departamento de la refinería "Ing. Antonio M. Amor", son las adecuadas, ya que estas fueron implementadas por un Licenciado en Relaciones Públicas que laboró ahí hace ya algún tiempo; el problema radica en que se minimiza la importancia que se le da a estas funciones, tanto por la Gerencia (que es la autoridad máxima en la Refinería), como por el mismo personal que se encarga del Departamento.

Lo conveniente en este caso, es conscientizar primero que nada a los "altos" mandos de la RIAMA (incluyendo a la Gerencia), de lo que se puede llegar a conseguir por medio de las Relaciones Públicas, y de su importancia tanto para esta, como para cualquier otra empresa a la cual le interese tener una buena imagen dentro del ámbito en el cual se desenvuelve.

Deben contar en el Departamento con personas que sepan lo que hacen,, que estén conscientes de las responsabilidades que tienen, que cuenten con la capacidad necesaria, que se le de la importancia debida a sus funciones, y sobre todo que tenga muchas ganas de trabajar y de hacer lo mejor en beneficio de su empresa, en este caso PETROLEOS MEXICANOS.

2) EN CUANTO A UNA APRECIACIÓN PERSONAL DE LA EXPERIENCIA.

Uno de los principales problemas a que se enfrenta el egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación, es el desconocimiento de la mayoría de la gente en cuanto a la carrera: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿En que área se puede desempeñar?, ¿Cuáles son sus funciones? ; estas son sólo algunas de las interrogantes a las que tuve que hacer frente al solicitar el permiso para las prácticas profesionales dentro de la Refinería "Ing. Antonio M. Amor"

Ya despejadas las incógnitas, la misión es demostrar la capacidad que tiene el comunicólogo para desempeñarse en esta o en cualquier otra área afín a la carrera, cuales son sus funciones, y como y en donde las puede llevar a cabo.

Por otro lado, es importante mencionar que me fue proporcionada la información y la ayuda que requería para la realización de ciertas actividades; nuestro trato fue amable, cordial y de respeto mutuo. Hasta cierto punto me alentaron a realizar actividades, y llegaron a valorar mi trabajo, aunque es preciso señalar que en ocasiones prescindían de mi ayuda, quizá por que como dije anteriormente, desconocen cual es la capacidad del comunicologo y cuales son las funciones que puede desempeñar; o quizá, por el temor a que la falta de experiencia en mi persona, me llevara a cometer algún error que repercutiera en su trabajo.

Es preciso señalar que el laborar en una empresa con la Magnitud de **PETRÓLEOS MEXICANOS** (aunque sea solamente como practicante), da grandes satisfacciones y proporciona un sin número de enseñanzas:

SATISFACCIONES:

Por el simple hecho de laborar en una empresa de tan grandes dimensiones (en todos los aspectos), que es no solamente conocida sino también reconocida en México y el mundo.

Por ser la columna vertebral de la economía en México y por ende en Salamanca.

Por ser la empresa donde ha laborado la mayoría de mi familia, y donde laboran la mayoría de las familias salmantinas.

Por que el portar un uniforme de **PETRÓLEOS MEXICANOS** es simplemente motivo de orgullo.

ENSEÑANZAS:

La función de la Refinería, el número de plantas con las que cuenta, los productos que se elaboran, su principal mercado, la importancia de los productos y de la Refinería, y muchos otros aspectos de la RIAMA que ahora, después de seis meses de labores, puedo decir que conozco, aunque claro está que no en su totalidad.

En cuanto al conocimiento adquirido en el DIRP, fue bastante sustancioso,; principalmente en cuanto a como se manejan los intereses de la empresa a través del Departamento, como se manejan y quien los maneja.

Estos son solo algunos de los motivos por los que puedo confirmar, que efectivamente, las practicas profesionales cumplen sus objetivos: que el egresado de la Carrera de ciencias de La Comunicación, reafirme sus conocimientos por medio de la practica, y que a su vez obtenga la experiencia necesaria, para que posteriormente pueda laborar en el área que más le convenga (o interese); llegando así a la formación plena del Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

BIBLIOGRAFIA.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

CHAUMELY, JEAN Y HUISMAN, DENIS

LAS RELACIONES PUBLICA

1996, 7°. EDICION

DRUCKER.

LA GERENCIA DE EMPRESAS

EDITORIAL SUDAMERICANA, 1970

FERNANDEZ ESCALANTE

RELACIONES PUBLICAS: FUNDAMENTOS CIENTIFICOS Y APLICACIONES

PRACTICAS O.E.L., 1988

LOPEZ ´PORTILLO, JOSE Y WEBER

EL PETROLEO DE MEXICO

SU IMPORTANCIA Y SUS PROBLEMAS

FONDO DE CULTURA ECONOMICA, MEXICO 1990

LOUGOVOY C. Y LINON M.

RELACIONES PUBLICAS

FUNCION DE GOBIERNO, DE LA EMPRESA Y DE LA ADMINISTRACION

EDITIA MEXICANA, MEXICO 1986

LOZADA, JAVIER

TEMPLE Y DESTELLO

50 ANIVERSARIO PEMEX

PETROLEOS MEXICANOS, 1988

MANGANARO ROSAS, DANIEL
TECNICAS DE PERSUASIÓN Y RELACIONES PUBLICAS
BUENOS AIRES, PLUS ULTRA 1993

MEYER, LORENZO Y MORALES, ISIDRO
PETROLEO Y NACION (1987-1990)
LA POLITICA PETROLERA EN MEXICO
FONDO DE CULTURA ECONOMICA EN MEXICO, SECRETARIA DE ENERGIA,
MINAS E INDUSTRIA PARAESTATAL, PETROLEOS MEXICANOS Y EL COLEGIO DE
MEXICO.
MEXICO 1990

ROSADO BAEZA, LUIS H.
MEMORIA DE LA REFINERIA ING. ANTONIO M. AMOR
SALAMANCA, GTO. 1980
DIVISION EDITORIAL DE LA SUBDIRECCION DE DESARROLLO PROFESIONAL
DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

OTRAS FUENTES

EL PETROLEO EN MEXICO Y EN EL MUNDO
CIENCIA Y DESARROLLO
CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA
2º. EDICION, MEXICO 1990

EL PETROLEO DE MEXICO
50 ANIVERSARIO PEMEX
EDICION CONMEMORATIVA, MEXICO 1988
TOMO I Y II

HEMEROGRAFIA

GARCIA MORENO, ALFONSO

CUANDO SE MARCO LA HISTORIA DE SALAMANCA CON PETROLEO

CAMBIO 2000

AÑO 0, VOLUMEN 1, NUMERO 3, TRIMESTRAL

JULIO DE 1996, PAGES. 23 Y 24

MOCTEZUMA CID, JULIO RODOLFO

LA EXPROPIACION PETROLERA

NOSOTROS LOS PETROLEROS

AÑO 4, NUMERO 4, 1982, MENSUAL

DEPARTAMENTO DE INFORMACION Y RELACIONES PUBLICAS, SALAMANCA

CONOZCA RIAMA

EDITORIAL SALAMANCA, 1997

DEPARTAMENTO DE INFORMACION Y RELACIONES PUBLICAS, SALAMANCA

MANUAL DE INDUCCION

EDITORIAL SALAMANCA, 1997

INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

ESTO ES PEMEX REFINACION

TALLER DE PUBLICACIONES DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

EDICIÓN UNICA, 1994