

8793248
23



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE
ESCUELA DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION



Con estudios incorporados a la
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
Clave: 8793-24

EL MANEJO DE LOS MEDIOS INTERNOS
DE COMUNICACION EN LA COMPAÑIA
TELEFONOS DE MEXICO
EN LA CIUDAD DE CELAYA, GTO.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PRESENTA:
LUZ MARIA PAOLA VELAZQUEZ SEGURA

ASESOR:
LIC. JUAN JOSE DE LA ROCHA LEDESMA

CELAYA, GTO.

JUNIO DE 1999.

276827

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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

INTRODUCCION

I. Compañía Teléfonos de México, S.A. de C.V.

A) Historia y evolución de la Compañía Teléfonos de México, S. A. de C.V.	2
B) Breve historia de la Compañía Telmex-Celaya.....	10
C) Departamento de Recursos Humanos.....	12
1) Ubicación del departamento de Recursos Humanos.....	12
2) Recursos Humanos del departamento.....	13
3) Recursos Materiales del departamento.....	14
4) Especificación de puesto y tareas.....	15
D) Relación con el Sindicato.....	16
E) Medios de comunicación interna utilizados por Telmex-Celaya.....	19

II. Comité de Bienestar Social

A) Descripción.....	22
B) Importancia.....	23
C) Presupuesto.....	24
D) Actividades semestrales en orden cronológico.....	24
1) Obra de teatro "La vida que nos quedó".....	26
2) Obra de teatro "La Malinche".....	31
3) Concurso de Altar de muertos.....	33
4) Platica motivacional "Conócete a ti mismo...".....	36
5) Calendarización semestral.....	37
6) Posada decembrina.....	40
7) Carrera del pavo y Feria de la Salud.....	42
8) Suspensión de actividades.....	45
9) Día del niño.....	46

III. Revista "Red Telmex"

A) Características.....	48
B) Objetivo.....	48
C) Misión.....	49
D) Visión	49
E) Directorio.....	49
F) Experiencia Personal.....	50
G) Cuestionario de valoración.....	51
H) Informe de resultados.....	52

IV. Pizarrón de avisos

A) Características.....	56
B) Importancia.....	56
C) Organización.....	57

V. Frases semanales

A) Características.....	60
B) Importancia.....	60
C) Organización.....	61
D) Costos.....	61
E) Frases semanales para todo el año.....	62

VI. Otras actividades

A) Video Promocional Telmex-98.....	67
B) Video CONSAR.....	69
C) Video Red.....	71
D) Actualiza tu credencial.....	73
E) Seguro de Vida.....	74
F) Colecta anual de la Cruz Roja.....	75

Conclusión y Propuesta

Bibliografía

Introducción

La Compañía Teléfonos de México ha sido líder en el ramo de las comunicaciones en nuestro país desde hace ya más de medio siglo; su llegada a Celaya significó un gran avance para nuestra ciudad tanto en el ámbito cultural y social como en el industrial y comercial; en estos años Telmex ha ido evolucionando con sus usuarios, buscando siempre ofrecerles el más alto nivel de atención y calidad en sus servicios.

En el presente trabajo se intenta mostrar algunos aspectos de la comunicación interna de la Empresa, específicamente en el área de Celaya.

En el capítulo uno se describe la historia y evolución de la Empresa tanto a nivel nacional como local, también se hace una breve descripción del departamento de Recursos Humanos el cual realiza algunas de las funciones del departamento de comunicación dentro de la Compañía; la relación con el sindicato tiene también lugar en este capítulo considerando a este organismo como parte fundamental de la Compañía, resaltando la importancia de la comunicación para una mejor relación con éste.

En el capítulo dos se aborda una parte esencial en el cuidado y motivación del personal, el Comité de Bienestar Social; éste tiene a su cargo contribuir en la formación y el crecimiento individual del personal de Telmex y su familia. Primeramente se realiza una descripción, se resalta la importancia de este grupo para la Compañía y después se mencionan las actividades realizadas en el semestre, así como la participación en cada una de ellas.

El capítulo tres está conformado por las características de la revista "Red Telmex", el objetivo primordial, su misión y visión; cuestiones que nunca antes habían sido explícitas textualmente, así mismo incluye su directorio, la experiencia personal y finalmente un cuestionario que se realizó con el fin de poder medir la presencia de la Revista entre su público, anexando los resultados.

El capítulo cuatro se extiende a uno de los medios más importantes de la comunicación interna de Telmex Celaya, el Pizarrón de Avisos; se describen sus características, su función en lo que al flujo de mensajes se refiere y nuevamente la experiencia personal en relación a éste.

En el capítulo cinco se incluyen, las frases semanales; como parte de los Pizarrones de avisos se implementó una manera más de motivación e integración del personal; de estos pequeños pero interesantes pensamientos se mencionan las características, su importancia, los costos anuales, además de incluir la recopilación realizada para el año 1999.

Y por último, en el capítulo 6, se hace mención de las actividades esporádicas realizadas en el semestre; esto quiere decir, actividades que tomaron poco tiempo y a las cuales no se les dio seguimiento por su misma naturaleza, lo cual no excluye su importancia para la Compañía y su personal.

Capítulo I.

Compañía de
Teléfonos de México,
S. A. de C.V.

A) Historia y Evolución de la Compañía Teléfonos de México, S.A. de C.V.

1) Nacimiento de la telefonía

Después del descubrimiento de la electricidad y su aplicación a las máquinas, las comunicaciones exigían también una evolución que permitiese agilizar sus procesos y lograr así una manera diferente y más efectiva de enviar y recibir mensajes.

El alemán Philipp Reis inventó en 1860 un aparato al que se le denominó **teléfono**, esta palabra proviene del griego, significa "hablar a lo lejos", con el nuevo invento se logró la transmisión de sonidos captados en breves intervalos de tiempo.

Un poco más tarde, dos científicos trabajaban en Estados Unidos y de manera independiente llegaron al mismo resultado: la creación material del aparato, el cual permitiría darle un giro evolutivo a las comunicaciones; este aparato, por fin, consintió que dos personas se comunicaran directamente a viva voz, filtrando así las barreras de la distancia. Elisha Gray y Alexander Graham Bell se disputaron este grandioso logro durante varios años; sin embargo, después de largos tramites donde se analizaron las evidencias, por decisión judicial se atribuyó el descubrimiento al escocés Alexander Graham Bell.

El 8 de abril de 1876, después de haber continuado con sus valiosas investigaciones, Alexander Graham Bell, registra la patente número 178399; bajo el nombre de "Receptores telegráficos telefónicos"; el 6 de junio de 1877 le fue concedida, ganándose así la admiración y el respeto de la sociedad norteamericana en un principio; sin retardo la sociedad europea del mismo modo aplaudía su creación.

La primera comunicación de larga distancia, el 12 de febrero del año siguiente; la realizó precisamente el Sr. Bell, al charlar desde Boston con un periodista que se encontraba en Salem a 25 Km de lejanía.

"A partir de entonces el avance no ha cesado. El teléfono ha cambiado radicalmente los servicios, el comercio, la defensa y seguridad de las naciones, la cotidianidad misma del ser humano, que vio cumplido al fin el sueño de sus remotos antepasados: rebasar con su voz las distancias". (1)

2) Instauración del servicio Telefónico en México

México no tardó mucho tiempo para ponerse a la vanguardia en lo que a comunicaciones se refiere; gran parte de este avance se dio durante el Gobierno presidido por el General Porfirio Díaz; el 15 de marzo de 1878, casi un año después de que Alejandro Graham Bell obtuviera la concesión de su patente, se llevó a cabo la primera comunicación telefónica en nuestro país; entre la ciudad de México y Tlalpan, a una distancia de 16 kilómetros; la segunda prueba se realizó una semana después en la Administración Central de Telégrafos y sus propias oficinas en Cuautitlán.

El Gobierno de México seguía sumamente interesado en este adelanto y otorgó concesiones a varias compañías extranjeras, así pues se construyeron en promedio 700 kilómetros de vías férreas por año, surgió la Compañía Transatlántica Mexicana, y la red telegráfica aumentó 30,000 kilómetros.

(1) Página Internet, Teléfonos de México. <http://www.telmex.com>. México 1988, P. 2

En 1878 todavía, Alfred Westrup aportó a México un nuevo modelo de aparato telefónico, éste pues se instaló solamente en las comisarías de policía que en ese entonces eran sólo 6, y a su vez se unieron telefónicamente con la Inspección General, la oficina del Gobernador de México y el Ministerio de Gobernación.

Un año después, el General Díaz cede la Presidencia de la República a su compadre Manuel González, pero permanece en el gobierno como Ministro de Fomento; y desde ese cargo otorga la concesión para instalar la primera red telefónica en la ciudad de México, al Señor Greenwood, reconocido empresario estadounidense, con este hecho inició el tendido del cableado público; esto provocó la protesta de los habitantes capitalinos, ya que no estaban de acuerdo con la instalación de los postes y alambres; los cuales terminarían con el buen aspecto de su ciudad; después de sutiles explicaciones se logró la aceptación de los ciudadanos.

Así pues se siguieron otorgando concesiones a diferentes compañías extranjeras. En abril de 1881 nació la primera empresa en territorio nacional Mexican National Bell Telephone; debido a los numerosos intereses para ofrecer el servicio telefónico, esta compañía nunca se consolidó; México se había convertido ya un atractivo mercado para los inversionistas extranjeros gracias a las facilidades otorgadas por el gobierno.

Para 1882, la Compañía Telefónica de Boston, subsidió a la Compañía Telefónica Mexicana (CTM), fundada precisamente ese año; seguida por una serie de compañías privadas como la Mexican Bell Telephone, Telegrafía del Norte, etc. Poco tiempo después la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas otorga la concesión a la CTM para instalar el servicio del teléfono público en Guadalajara, Jalapa, Mérida,

Monterrey, Oaxaca, Orizaba, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Luis Potosí, Tampico y Veracruz. Otra concesión fue otorgada en 1903, al británico John Sizenstatter; para explotar el servicio público en el Distrito Federal durante 30 años; sin gran éxito Sizenstatter dos años más tarde, cedió sus derechos a la compañía sueca Telefonaktiebolaget L.M. Ericcson; este consorcio creó a su vez una filial llamada Compañía de Teléfonos Ericcson (CTE), comenzando con 500 suscriptores en 1907. A fines de esta década la Compañía Telefónica Mexicana (CTM) se convirtió en la CTTM, Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana.

3) Los conflictos revolucionarios en México

Mientras la historia daba un giro; en 1915, Venustiano Carranza tomó los bienes de estas empresas (Compañía de Teléfonos Ericcson y Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana) permaneciendo controladas por el gobierno hasta 1925.

En 1927, la CTM instaló las primeras líneas de servicio de larga distancia con Estados Unidos y Canadá y en 1928 con Europa.

En 1936 Lázaro Cárdenas promulgó la primera Ley de Vías Generales de Comunicación.

4) Consolidación de Teléfonos de México.

En 1947 el gobierno de Miguel Alemán se apropió de la mayoría de las acciones de la CTTE; y crea **Teléfonos de México** el 23 de diciembre del mismo año. En 1950 el gobierno de Miguel Alemán compró el resto de la CTTM y la incorporó a Telmex; en este mismo año concluyó la integración de las redes.

A pesar de la unificación de la empresa lograda por el gobierno, se permitió a las empresas transnacionales conservar el 37.5% de las acciones. Mientras la parte gubernamental se encargaba de la operación y reparación de líneas, la Teleindustria Ericsson se dedicó a la construcción de aparatos telefónicos, los cables y las centrales.

En 1953 Telmex otorga acciones y obligaciones a sus nuevos usuarios, lo que permitie incrementar sus recursos, a pesar de la apertura a los nuevos socios; la mayoría de las acciones pertenecía aún a la CTTM y a la CTE; en 1958 el Sr. Carlos Trouyet y un grupo de inversionistas mexicanos las compraron y dos años más tarde las introdujeron a la Bolsa Mexicana de Valores.

5) 1965-1985.

No fue sino hasta 1965 que se da el Servicio de Larga Distancia Automática Nacional; y en 1969 se abre hacia Estados Unidos y Canadá, arrancando nueve años más tarde con el resto del mundo.

El gobierno de Luis Echeverría en 1971, compró un gran conjunto de acciones, lo que convirtió al Estado en el mayor accionista de Telmex.

"Al cumplirse el primer centenario de la invención del teléfono, el 10 de marzo de 1976, TELMEX recibió de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la renovación de la concesión para continuar ofreciendo el servicio telefónico por 30 años más; a su vez, la empresa quedaría incorporada al sector comunicaciones y transportes, de conformidad con lo dispuesto en la nueva Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. Se fundó el Centro de Investigación y Desarrollo de Teléfonos de México, y se realizó la instalación del aparato número 3 millones". (2)

(2) Ibid P. 13

En 1980 Telmex llega al número 12 en la lista de las principales empresas del país; y ese mismo año da un nuevo paso hacia la modernización con el uso de los sistemas digitales; y más aún, en 1981 se lleva a cabo la primera instalación para enlaces con fibra óptica.

"Las fibras ópticas representan el medio más adecuado para transmitir las ondas luminosas. Son delgados filamentos del material eléctrico, transparente (vidrio o plástico) que pueden guiar o confirmar la luz a través de grandes distancias. Los sistemas de transmisión por fibras ópticas constan básicamente de un transmisor (emisor luminoso) o fotoemisor, al cual le llega una señal eléctrica y la convierte en una señal de luz, que pasa a la fibra por medio de conectores ópticos y posteriormente llega al empalme, que es la unión de fibra con fibra y ésta se realiza con un proceso de fusión". (3)

6) Telmex en la actualidad

1985, un año trágico para los mexicanos debido al sismo de 8.1 grados en la escala de Richter que afectó a la capital de la República; fue un año de involución para la empresa siendo una de las más afectadas con "...14,500 líneas locales...destruidas". (4)

En 1987, Teléfonos de México comienza con la instalación de los teléfonos públicos de alcancía; permitiendo el acceso a larga distancia mediante las claves LADA 91 (Nacional), LADA 95 (Estados Unidos Y Canadá) y LADA 98 (Europa y el resto del mundo).

(3) Torres, Rafael. "Enlace de telecomunicaciones por fibras ópticas", Revista Voces, Teléfonos de México, núm. 289, México, 1986.

(4) Op. Cit. Teléfonos de México, Pag 13.







1988 fue un año de grandes logros para Teléfonos de México; el 10 de febrero se inauguró el servicio LADA 800 de larga distancia y por medio del cual se cobra a las empresas suscritas para que cuando sus clientes les llamen, le cueste a éstas y no a su público; también se llegó a los 8 millones de instalaciones privadas.

En septiembre, se realizó la primera videoconferencia telefónica entre las autoridades de Telmex y las del Banco Nacional de México. Los servicios digitales fueron también incorporados durante 1988 permitiendo a los usuarios utilizar dos líneas telefónicas al mismo tiempo; lo que comúnmente ha sido denominado "Llamada en espera"; cabe señalar que estos beneficios se han ido implementando poco a poco hasta llegar a cubrir a la gran mayoría de los usuarios de Telmex.

Para entonces, Teléfonos de México figuraba en el lugar décimo cuarto en la lista internacional; refiriéndose al número de teléfonos instalados, sumando así, 8.8 millones de teléfonos en servicio.

Al siguiente año, Telmex ofrece los servicios celulares a través de su filial Radiomovil Dipsa, S. A. de C. V.

En Septiembre de 1989, el Gobierno del Lic. Carlos Salinas de Gortari anuncia su decisión de privatizar la compañía; bajo los siguientes argumentos:

-  Mantener la soberanía del Estado en el sector.
-  Conservar la mayoría del capital en manos de empresarios mexicanos.
-  Garantizar la expansión continua de la red.
-  Permitir la participación de los trabajadores en el capital de la empresa.
-  Elevar la calidad del servicio hacia niveles internacionales.
-  Fortalecer la Investigación y el desarrollo tecnológico.

"El año de 1990 fue de modernización y de cambios en el país. Lo fue también de modo muy señalado, en el terreno de las telecomunicaciones. El desarrollo tecnológico ha modificado las condiciones tradicionales de organización existentes en el sector. Varios países, que por muchos años optaron por mantener a las telecomunicaciones en un régimen de propiedad estatal, han procedido a abrirlas a la competencia y a encomendar la parte medular de ellas al sector privado. El esfuerzo de México y de TELMEX se inscribe, pues, en esta tendencia internacional". (5)

El 9 de diciembre de 1990, el gobierno federal dio a conocer el consorcio que ahora se ocupa de Telmex; dicha sociedad está integrada por el grupo Carso, Southwestern Bell International Holdings y France Cables et Radio.

"La participación en TELMEX de estos socios tecnológicos es garantía para que el país pueda desarrollar una red de telecomunicaciones más moderna que impulse el progreso económico de México" (6).

En 1991, como parte del compromiso que tiene Telmex con sus trabajadores de elevar sus conocimientos y capacidades, puso en marcha el Instituto Nacional Tecnológico; donde se imparten los cursos internos.

El proceso mundial de globalización alcanza el ámbito de la telefonía en nuestro país, así, el 1ero. de 1998 la competencia se hace pública por primera vez al mercado que antes había sido sólo para Teléfonos de México; las nuevas compañías son: Avantel S.A., Iusatel S.A. de C.V., Marcatel S.A. de C.V., Investcom S. A., Bestel S.A. de C.V., Miditel S.A. de C.V., ALESTRA Sistemas Telefónicos de la República S.A. de C.V., TELINOR Telefonía Inalámbrica del Norte S.A de C.V.

(5) Ibid. Pag. 22

(6) Ibid. Pag. 24

B) Breve historia de la compañía Teléfonos de México en Celaya.

En 1908 el gobierno del estado de Guanajuato, presidido por el Sr. Joaquín Obregón González otorgó a Don Nemesio Ponce una concesión para erigir la primera instalación telefónica de todo el estado en Celaya. En 1922 las oficinas se encontraban ubicadas en la calle de Allende, posteriormente las cambiaron a la calle de Zaragoza esquina con Bravo; desde las 7 de la mañana hasta las 8 de la noche se daba el servicio de telefonía pública con un conmutador de 50 líneas, había una sola empleada para realizar este trabajo.

En el año de 1932, la compañía de Teléfonos de México fue adquirida por la compañía de Teléfonos Ericsson.

Después de una gran labor de parte de Don Nemesio Ponce y su hijo Salvador, para 1933 ya existían en Celaya 80 teléfonos, el Sr. Ponce tuvo que cambiar sus oficinas a un lugar más grande y fue precisamente en la misma calle de Ignacio Zaragoza número 11; un poco más tarde, se incorporaron a esta empresa: Victoria Domenzaián, Ma. Dolores Ruíz, María Roaro, Ma. Teresa Melecio, Mercedes Mancera, Flora Moreno; entre otras.

Después de la instalación telefónica en el Estado de Guanajuato, Don Nemesio se dio a la tarea de hacerlo ahora en los estados de Aguascalientes, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas; cedió la Gerencia a su hijo Salvador.

Fueron necesarias instalaciones más amplias por lo que Don Salvador Ponce compró la casa que se encuentra en la calle de Corregidora esquina con la calle del Carmen, esta casa pertenecía al señor Luis

Roaro; originalmente era sólo de un piso; Don Salvador mandó construirle un segundo; ésta se convirtió en la Central Corregidora como hasta la fecha se le conoce.

En 1965 el Sr. Salvador Ponce se jubila y fue sucedido por el Sr. Hinojosa y más tarde por el Sr. Herrera Horta.

Cuando el servicio de Larga Distancia se instaló en nuestra ciudad, se construyó una de las torres más importantes de la República en cuanto a comunicaciones se refiere, esto aumenta el prestigio de la compañía y sobre todo de nuestra ciudad al verse favorecida con este útil instrumento para el avance tecnológico.

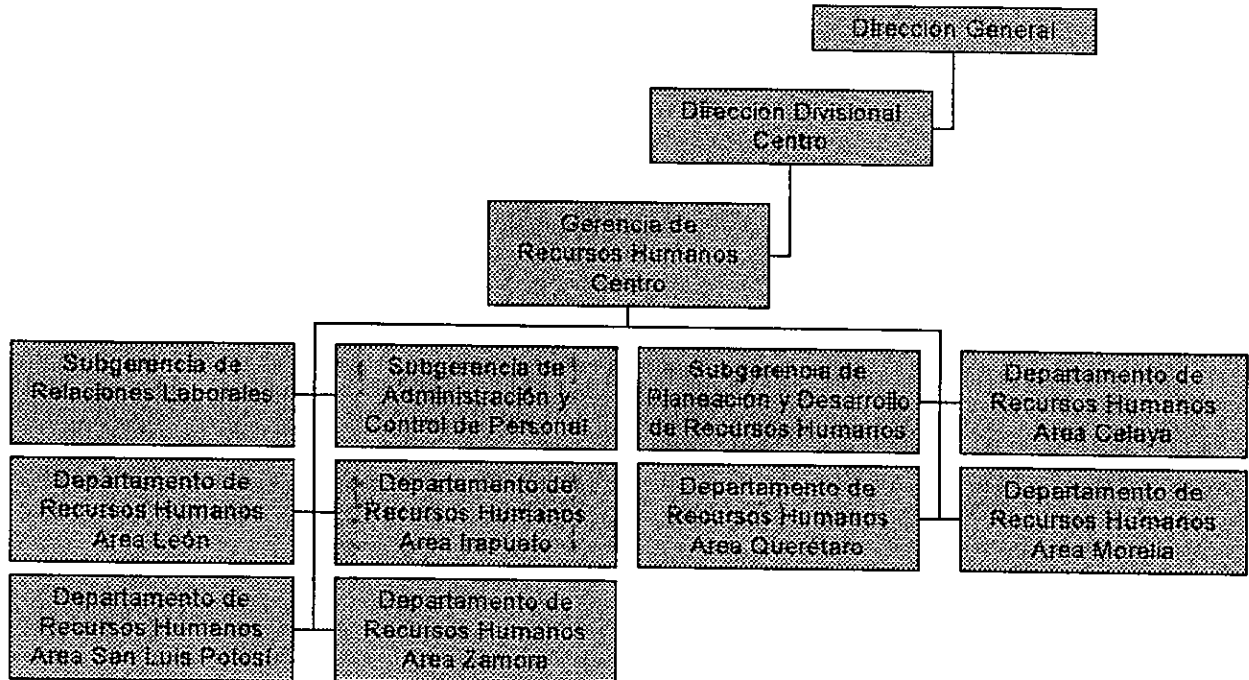
Los siguientes años fueron de gran importancia para el crecimiento local de la Compañía adquiriendo cada vez un mayor número de usuarios. En la década de los 90, Teléfonos de México inaugura el más grande y moderno de sus edificios en nuestra ciudad, El Centro de Trabajo Aztecas, donde se encuentran ahora los departamentos de Inttelmex, Tráfico, Reparación y Mantenimiento, Larga Distancia, Comercial, Almacén, entre otros. El Centro de Trabajo Aztecas, se encuentra ubicado en Albino García esquina con Av. Las Fuentes.

C) Departamento de Recursos Humanos

La tarea básica del Departamento de Recursos Humanos, según el modelo de Miles, llamado precisamente así, "Recursos Humanos" (1965), es:

"crear un medio ambiente en el que los empleados puedan contribuir, con todo su talento y su capacidad, al logro de los objetivos de la organización". (7)

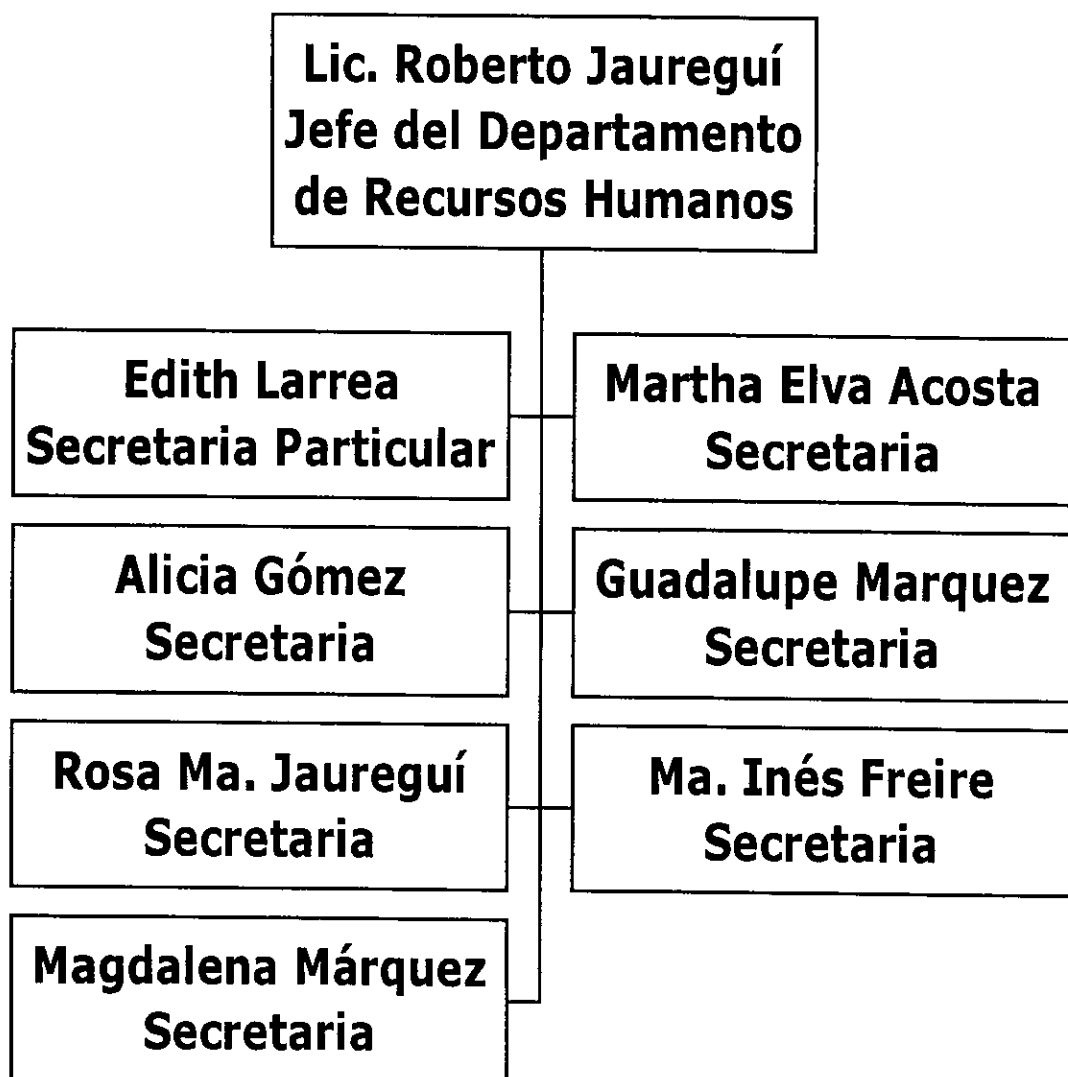
1) Ubicación del departamento de Recursos Humanos Área Celaya



(7) Goldhaber, Gerald, "Comunicación Organizacional". Ed. Diana, México, 1984. Pag. 69

2) Recursos Humanos del Departamento

El Departamento de Recursos Humanos de Telmex-Celaya; está conformado por un jefe, una secretaria particular y seis secretarias, su organigrama queda de la siguiente manera:



Cada una de las secretarías tiene funciones específicas;

Edith Larrea: Lleva la Agenda del Lic. Jaureguí; tramita el pago de las vacaciones para los empleados, y apoya constantemente en la organización de los eventos del Comité de Bienestar Social.

Martha Elva Acosta: Realiza la tramitación de viáticos para los viajes laborales de los trabajadores; así como el Reporte de Gastos del Departamento.

Alicia Gómez: Elabora las bases de datos con las referencias de todos los trabajadores, lleva el control del personal sindicalizado y los puestos vacantes; y ejecuta los cambios de categoría de puestos.

Guadalupe Márquez: Se encarga de controlar las peticiones de préstamo, anticipos, expedición y renovación de credenciales, así como las cartas de amonestación de parte de la empresa.

Rosa Ma. Jaureguí: Está al pendiente de las suspensiones sindicales a los trabajadores, lleva el registro de los grupos de análisis y de la productividad de los trabajadores.

María Inés Feire: Tramita los requisitos del Seguro Social, FONACOT, INFONAVIT y AFORES.

Magdalena Márquez: Gestiona otra parte del IMSS, además se encarga de los formatos para nómina y de las relaciones con el personal, las cartas de felicitación, etc.

3) Recursos Materiales.

El Departamento de Recursos Humanos, se encuentra ubicado en el Centro de Trabajo Corregidora; con el domicilio, Corregidora 114-1er. Piso, Zona Centro.

Las secretarías se encuentran en un mismo espacio; alrededor de éste existen 3 salas de junta además de la oficina del Lic. Jaureguí. Cada una

de las secretarías cuenta con su computadora personal; así como el Jefe de Dpto.; 4 impresoras que se comparten; 1 copiadora y 4 líneas telefónicas. Durante el periodo de trabajo se tuvo la oportunidad de disfrutar del acceso a todos estos aparatos, lo cual fue sumamente útil para la realización del presente trabajo.

4) Especificación de puesto y tareas.

En Teléfonos de México área Celaya, desafortunadamente no existe un departamento de comunicación, el lugar para realizar las tareas fue el departamento de Recursos Humanos el cual se encarga de contribuir en la emisión de los diferentes tipos de mensajes; para Gerald Goldhaber, existen tres tipos de mensajes dentro de una organización:

☎ **Los mensajes de tarea**, son aquellos que están relacionados con los intereses especiales para la organización, como la calidad de los productos, el mejoramiento del servicio al cliente, los reportes del departamento de ventas, los avances tecnológicos utilizados o diseñados por la misma empresa, etc.

☎ **Los mensajes de mantenimiento**, entre estos mensajes coinciden las órdenes, los dictados, procedimientos y los controles necesarios para poder alcanzar los objetivos pronosticados por la empresa.

☎ **Los mensajes humanos**, como su nombre lo indica, este tipo de mensajes están dirigidos al corazón de la organización, los seres humanos, y van precisamente encaminados a velar por sus sentimientos buscando su satisfacción y realización personal.

La tarea fue darle seguimiento al diseño de estas tres clasificaciones de mensajes; así como buscar las estrategias más adecuadas a la empresa para transmitirlos, y llegar al mayor número de personas anheladas.

D) La relación con el Sindicato.

Para Wayne Mondy y Robert Noe, autores del libro Administración de Recursos Humanos; el sindicato es:

"Grupo de empleados que se ha reunido con el propósito de negociar colectivamente con su patrón". (8)

Estos mismos autores afirman que cada uno de estos grupos tiene objetivos específicos, sin embargo, hay varios objetivos comunes que identifican al movimiento trabajador como un todo y son los siguientes:

- Asegurar y mejorar las condiciones de vida y el nivel económico de sus miembros.
- Elevar y garantizar la seguridad individual contra amenazas que pudiesen venir de cambios tecnológicos o decisiones gerenciales.
- Influir en las decisiones de poder en el sistema social favoreciendo así sus intereses y los de sus miembros.
- Adelantar el beneficio de las personas que trabajan para vivir, no importando si son miembros o no del sindicato.
- Crear mecanismos para protegerse contra el empleo de políticas arbitrarias y caprichosas en el lugar de trabajo.

En México el "STRM" Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana tiene una larga trayectoria desde la creación de la Compañía Telefónica Mexicana en 1882 hasta la consolidación de lo que ahora conocemos como la Compañía Teléfonos de México S. A. de C. V.

(8) Mondy, Wayne y Noe, Robert. Administración de los Recursos Humanos, Ed. Mc Graw Hill, México, 1998.

Aparte de los beneficios que ha aportado a la clase obrera, la lucha de los telefonistas tiene una importancia en particular, y es su lucha contra la intromisión de las empresas trasnacionales.

"En la historia del capital extranjero en México, las empresas telefónicas privadas han constituido históricamente, una de las fracciones más reaccionarias y autoritarias, representativas de un tipo específico de la dominación e intervención transnacionales en áreas económicas y políticas estratégicas de interés y seguridad nacionales". (9)

Las relaciones que establece la gerencia con el sindicato deben ser de especial cuidado para no crear malos entendidos, que a su vez podrían ser el blanco de mayores conflictos; los medios de comunicación interna son sumamente importantes para lograr las buenas negociaciones con éste; en Teléfonos de México área Celaya, la comunicación con el sindicato se realiza principalmente a través de actividades escritas tales como memorándums, cartas, boletines, informes, etc.; lo que permite dejar bien claro lo que se quiere decir además de guardarlo como una prueba para cualquier intento de falsificación o actos de ese estilo; cualquier escrito que se envíe debe mandarse con una copia para que ésta sea sellada de recibido lo que a su vez da mayor credibilidad, sabiendo que efectivamente ese mensaje ha llegado a su destino en la fecha adecuada.

Cuando existe algún problema en particular, con alguno de los trabajadores sindicalizados, entonces se reúnen el Jefe de Recursos Humanos, con el Secretario General del Sindicato, el Secretario de Trabajo y las partes en conflicto para intentar mediante este tipo de comunicación cara a cara buscar soluciones para ambas partes.

(9) López, María. El Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana Doce años 1976-1988, Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana, México, 1989.

La gerencia debe mostrar un fuerte interés por sus trabajadores para que precisamente estos, no sean influidos por los intereses sindicales si es que existieran; para Mondy y Noe (1998), esto puede reflejarse hasta en un simple boletín y su encabezado, la gerencia debe hacer sentir a los trabajadores parte esencial de esta misma; en lugar de comenzar diciendo 'A todos los empleados', mejor hacerlo 'A todos nuestros empleados'.

Teléfonos de México Celaya comienza a preocuparse por cuidar estos aspectos en la comunicación descendente y la prueba está en las frases semanales que se publican en los tableros de avisos sobre las habla en uno de los capítulos siguientes.

E) Medios de comunicación interna utilizados por Telmex-Celaya.

Los medios que Teléfonos de México área Celaya utiliza para su comunicación interna, son sumamente variados implicando los dos métodos que Goldhaber cita en su libro Comunicación Organizacional:

"el hardware, depende de una fuente de energía (eléctrica o mecánica) para su funcionamiento, el software depende de la capacidad y habilidad de comunicarse de individuos implicados, (por ejemplo, hablar, escuchar, escribir)". (10)

- | | |
|----------------|----------------------|
| ☎ Boletín | ☎ Intranet |
| ☎ Carta | ☎ Manual |
| ☎ Cartel | ☎ Memorándum |
| ☎ Circular | ☎ Pizarrón de avisos |
| ☎ Convocatoria | ☎ Reporte |
| ☎ Fax | ☎ Revista |
| ☎ Folleto | ☎ Telfax |
| ☎ Informe | ☎ Video |

Intranet: éste es, relativamente un nuevo medio de comunicación en nuestro país que comienza a ser implantado en la mayoría de las compañías; consiste en un sistema que mantiene en red a los ordenadores de la empresa para que el personal pueda estar comunicado a través de una dirección individual asignada; la mayor ventaja de este medio es su bajo costo, añadiendo a esto el contacto directo que las personas pueden tener con una rapidez impresionante.

(10) Op. Cit Goldhaber, Pag. 124

Telfax: es un escrito enviado precisamente a través de intranet, con calidad de urgencia; es recibido por los jefes de departamento quienes a su vez lo publican en los pizarrones de avisos, generalmente son noticias relacionadas con los avances y oportunidades de la Compañía.

NOTA: Si se desea una mayor información acerca de los medios que no fueron descritos, se puede consultar el libro Vehículos de la lengua, del Lic. J. Manuel Chabolla, Instituto Tecnológico, Celaya, Gto., 1996; así como Publicidad, de Otto Kleppner's, Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, S. A., Novena Edición, México, 1988.

Capítulo II.

Comité de Bienestar Social

A) Descripción

"El área de Bienestar Social de Teléfonos de México, busca contribuir al desarrollo humano integral del telefonista y su familia, a través de la realización de programas de salud, de recreación y de formación, encaminados a buscar nuestro bienestar social y formándonos como ciudadanos responsables de nuestro crecimiento personal, familiar, laboral y social, a la vez comprometiéndonos a colaborar con el progreso de Teléfonos de México y de nuestro país." (1)

La organización Telmex, consciente de su necesidad de contribuir en el proceso de humanización de las relaciones de trabajo, se da a la tarea de formar el Comité de Bienestar Social; éste promueve el desarrollo humano de su personal, por un lado, a través de la capacitación, lo que permite al empleado avanzar en su aspecto intelectual, técnico y administrativo, facilitando a su vez su desempeño y productividad laboral; y por otro lado, a través de las actividades recreativas y de salud, considerando siempre lo que para el Comité de Bienestar Social constituye los 8 aspectos de la superación personal:

- | | |
|----------------|---------------|
| 1. Físico | 5. Económico |
| 2. Afectivo | 6. Estético |
| 3. Intelectual | 7. Moral |
| 4. Social | 8. Espiritual |

(1) Informativo de Bienestar Social, Telmex, 1998.

El programa general de Bienestar Social, está estructurado con base en los 3 ejes de subprogramas de acción antes mencionados: Salud, Recreación y Formación Personal; estos a su vez se difunden a través de:

- ♦ **Salud.** Organización de cursos, pláticas, talleres y seminarios orientados a aspectos de salud, creación de campañas preventivas y educativas de salud utilizando los medios gráficos e impresos, fomento de eventos, grupos y actividades deportivas.

Las áreas de incidencia en el proceso de desarrollo humano son: Física, Intelectual y Social.

- ♦ **Recreación.** Organización de eventos culturales, artísticos y recreativos como obras de teatro, conciertos, espectáculos de danza, funciones de cine, charreadas, eventos de temporada (día del niño, noche mexicana, altar de muertos, posada, etc.).

Las áreas de incidencia en el desarrollo humano son: Social, Afectiva, Espiritual e Intelectual.

- ♦ **Formación Personal.** Organización de cursos, pláticas, talleres y seminarios orientados a aspectos de desarrollo humano individual, familiar, laboral y social; talleres de formación artística y manual.

Las áreas de incidencia en el desarrollo humano son: Intelectual, Económica, Estética, Afectiva, Moral, Espiritual y Social.

B) Importancia

"Hoy en día los problemas en recursos humanos son enormes y parece que se amplían cada vez más... A causa de la naturaleza crucial de los temas de recursos humanos, estos están recibiendo una atención mayor de la alta dirección". (2)

(2) Op. Cit. Administración de los Recursos Humanos, Pag. 4

Precisamente el Comité de Bienestar Social, funge como un apoyo en la compañía, para dar una salida a estas dificultades a través de sus áreas prioritarias; recreación social, salud y formación personal.

Para el comité de Bienestar Social es esencial:

- ✓ Responder a las necesidades reales y concretas de la población en general.
- ✓ Estar basados en la suma de esfuerzos de la Empresa y del Sindicato.
- ✓ Dirigir las acciones al personal activo y jubilado junto con sus familias.
- ✓ Promover la integración del personal.
- ✓ Incidir en los problemas sociales que afecten el desempeño personal, familiar y laboral de la familia Telmex.

C) Presupuesto.

Desde la creación del Comité de Bienestar Social, Teléfonos de México ha destinado sin medida un alto presupuesto para la realización de estas actividades, año con año el presupuesto aumenta y esto permite la organización de más y mejores eventos a lo largo de la República; para 1999, el presupuesto de Bienestar Social es mayor a los 8 millones de pesos.

D) Actividades Semestrales en Orden Cronológico.

Después de conocer la alineación general del Comité de Bienestar Social, se prestó apoyo en la organización de sus eventos, así como en su difusión buscando siempre una manera profesional de hacerlo, esto se refiere específicamente a la realización de los carteles, algunos de estos fueron enviados directamente del Comité; sin embargo se realizaron cambios en

cuanto a los colores, la fuente de la letra y el acomodo del texto, para obtener así una mayor atracción, y por lo tanto un mejor resultado en cuanto a la asistencia se refiere; cabe señalar que aunque los carteles eran de suma importancia, las invitaciones particulares a los delegados y jefes de departamento, así como al mayor número de personal posible fueron fundamentales para hacerlos sentir parte importante de estos eventos, lo que a su vez se vio reflejado también en la asistencia.

Los eventos en los que se tuvo oportunidad de participar fueron los siguientes:

☎ "La vida que nos quedó"	Obra de teatro.	Auditorio Preparatoria	6 de Oct.
☎ "La Malinche".	Obra de teatro.	Teatro Juárez (Gto.)	22 de Oct.
☎ "Altar de Muertos"	Concurso.	Centro Aztecas	30 de Oct.
☎ "Plática Dra. Olivo"	Conferencia.	Esc. Enfermería.	13 de Nov.
☎ "Calendarización"	Plan Semestral.	El Marqués (Qro.)	23 de Nov.
☎ "Posada"	Evento social.	Quinta Angelina.	11 de Dic.
☎ "Carrera del Pavo"	Evento deportivo.	Centro Aztecas	19 de Dic.
☎ "Feria de la Salud"	Evento de salud.	Centro Aztecas	19 de Dic.

A continuación se hace una breve reseña de cada uno de estos eventos; incorporando también en algunos casos los carteles publicados.

1) "La vida que nos quedó"

Pocos días después de haber comenzado las actividades en Telmex, el Comité de Bienestar Social organizó la presentación de una obra teatral en Celaya; ésta misma ya se había llevado de gira en diferentes Centros de Trabajo de la República.

El objetivo principal de esta pieza fue aportar un mensaje de unión familiar, precisamente a la familia Telmex; sin embargo, después de haber considerado el estilo de la producción, con un fuerte mensaje dirigido a los jóvenes entre los 13 y los 20 años, se abrió la invitación de manera escrita para algunas escuelas secundarias y preparatorias de la ciudad de Celaya, además de la Universidad Lasallista Benavente; lo que acrecentó el beneficio de la difusión de este mensaje. Además de las cartas que se enviaron a los directores de los institutos, se realizó un cartel para reafirmar la invitación.

La publicidad interna para esta obra fue sobre todo por medio de carteles, los cuales fueron colocados en los pizarrones de avisos que se encuentran en cada uno de los pisos que conforman el Centro de Trabajo Aztecas, así como en la Zona Industrial y en el Centro de Tampico y Pachuca. Las llamadas personales también formaron parte de esta difusión.

Para este evento de Bienestar Social invitamos a los diferentes medios de comunicación escrita, el periódico "El Sol del Bajío" y el "A.M.", así como a la Televisora Cultural de Celaya "Canal 11", con el fin de hacer del conocimiento de la ciudadanía el gran interés de Teléfonos de México por contribuir con el bienestar de nuestra sociedad.

Al inicio el evento, se repartió el programa de la obra, éste incluía su nombre, el del autor y los actores y un breve pensamiento referente al mensaje de la pieza.

Al finalizar la obra se realizó un breve cuestionario para poder medir la aceptación de este evento entre el público asistente.

Para la muestra se consideró al 50 % de la población total, lo que dio oportunidad de obtener respuestas tanto del personal de Telmex, como de las personas ajenas a la Empresa.

La asistencia fue de aproximadamente 140 personas, entre los alumnos de las diferentes escuelas invitadas y el personal de la propia Compañía. El total de los encuestados respondió afirmativamente al reactivo principal, donde se cuestionaba la buena calidad de la obra; sin embargo, la asistencia de los telefonistas fue sumamente escasa, cerca del 10% del público total, lo cual constata que en esta ocasión el fin que el Comité de Bienestar Social persigue no fue plenamente alcanzado.

**Te invitamos a disfrutar de
una sensacional e impactante
Obra de Teatro**

La vida que nos quedó

**“Ama, y haz lo que quieras . . .
Ama, pero fíjate bien lo que
merece amarse . . .”**

Agustín de Hipona

De Alejandro Celia



Cartel para la promoción de la obra

**Te invitamos a disfrutar de
una sensacional e impactante**

Obra de Teatro

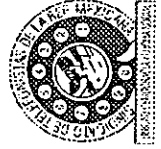
LA VIDA QUE NOS QUEDA

que nos queda

De Alejandro Celia

“Ama, y haz lo que quieras . . .
Ama, pero fijate bien lo que
merece amarse . . .”

Agustín de Hipona



Programa de la pieza de teatro

Si tuviéramos que definir la palabra libertad, se podría recurrir a cualquier diccionario filosófico:

"La libertad es una cualidad de la voluntad, por la cual siempre elegimos un bien con preferencia a otros".

Sin embargo, definirla no es suficiente. Es necesario vivirla, y además, vivirla bien, pues el ser humano siempre tiene que elegir y cuando elige, se elige a sí mismo, construye su propia vida".

En este sentido la libertad no es una facultad para elegir entre el bien y el mal, sino una facultad para elegir bien o para elegir mal.

Carlos Herrero
Catedrático
1997

Malatesta

¡Gracias por acompañarnos!

Mamá	Mónica Coronel
Luis Miguel	Alejandro Celia
Musicalización	Tato Dorantes
Iluminación	Arturo Vivanco
Dirección	Alejandro Celia
Asistente de Dirección	Arturo Vivanco
Asistente de Producción ...	Adela Mangas



2) La Malinche

Cada año, la Empresa ofrece a sus trabajadores una visita al tradicional Festival Cervantino, en esta ocasión el evento al que asistieron fue la pieza de teatro "La Malinche", presentada por el grupo Teocalli de la ciudad de México; este evento tuvo lugar en el principal Centro Cultural de la ciudad de Guanajuato, el Teatro Juárez.

Como todos los años, la difusión de este viaje, no tiene la mayor ciencia, la gente lo está esperando, y el cupo es limitado, sólo hay 80 boletos y se pueden repartir máximo 2 por trabajador, el boleto no tiene costo alguno, el único gasto que se realiza es el del pasaje ida y vuelta a la ciudad de Guanajuato.

Una semana antes se publicó el cartel en el pizarrón de avisos, en éste se hacía mención de la importancia de comunicarse al Departamento de Recursos Humanos para confirmar su asistencia; sin mayor problema los lugares se repartieron y el personal realizó su viaje cultural bajo la organización del Comité de Bienestar Social, con gran éxito.

¡Vamos al Cervantino!

Nosotros te invitamos el boleto, para que tú disfrutes de una estupenda obra de teatro

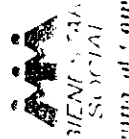
"La Malinche"

Teatro Juárez,
ciudad de Guanajuato,
jueves 22 de octubre,
a las 4:30 p.m.

Salida Central Aztecas

Terminamos la noche con una románticísima Callejoneada por la ciudad de las leyendas.

El único costo es el de transporte, 60 pesos por persona; el evento es únicamente para adultos.



Aparta tu lugar, nuestro cupo es limitado,
2.18.01 S.T.R.M y 2.90.40 R. H..

3) Altar de Muertos

Lograr la participación directa del personal fue un verdadero reto, con esto me refiero, a lograr convencer a las personas de los diferentes departamentos de que ellas mismas consiguieran desde las cajas de cartón, las veladoras, la fruta, el pan, las fotografías; en fin, todos los detalles para montar su altar. Desde hace muchos años la participación no había sido tan afluente, de los 14 departamentos que conforman Telmex Celaya, 11 participaron.

La difusión de este evento se realizó básicamente a través de llamadas telefónicas y visitas personales tanto a los Delegados de los Departamentos como a los mismos trabajadores y en algunos casos hasta a los jefes, esto con el fin de ofrecer el apoyo de parte del departamento de Recursos Humanos para cualquier detalle que pudiera ofrecerse. Cabe señalar que el apoyo ofrecido fue requerido por varios departamentos a los cuales se les atendió de manera eficaz y oportuna; lo que incremento la confianza en la organización de dicho concurso.

Los carteles y la convocatoria al concurso, pegados en los pizarrones de avisos una semana antes del evento, fueron usados como complemento a nuestra invitación directa previamente realizada.

El día del concurso a las 10 de la mañana estaba todo listo para recibir al comité evaluador, es merecedor de remarca el trabajo de los equipos fuera de su horario de labores.

Este comité fue integrado por un representante de la empresa, el Licenciado Roberto Jaureguí, Jefe del Dpto. de Recursos Humanos; un representante del Sindicato, Adrián Guerrero, Secretario del Trabajo y un representante del Comité de Bienestar Social, la Licenciada María Eugenia Navas; así pues fueron visitados cada uno de los altares, donde el personal hizo una breve explicación de los detalles, como el

número de los escalones, las diferentes frutas utilizadas, los colores; así también hablaban acerca de la persona a quien estaba dedicado el altar, entre ellas, algunas personalidades como la Madre Teresa de Calcuta y Pedro Infante, sin embargo la gran mayoría estuvieron dedicados a su mismos compañeros, lo que se hizo aún más emotivo al encontrar los objetos reales con los que el difunto tenía contacto todos los días en su lugar de trabajo.

Al terminar la visita de los altares se entregó como detalle un pan de muertos por equipo, así como 1 prendedor representativo de la empresa a cada uno de los participantes.

El Primer lugar fue otorgado al departamento de Reparación y Mantenimiento; el Segundo a la Gerencia de Operación y el Tercer lugar fue para el departamento de Comercial.

Es remarcable la intervención de un departamento en este concurso; el departamento de Almacén, el cual está constituido en su mayoría por hombres y nadie creía en su participación, ni siquiera ellos mismos hasta que lo vieron terminado y verdaderamente bien realizado.

¡Ayúdanos a rescatar nuestras tradiciones!

Te invitamos a participar
en nuestro popular
concurso de :

Altar de Muertos

Organízate con tus compañeros; a los mejores Altares se les entregará un
reconocimiento especial.

Este viernes 30, nuestros jurados pasarán a tu departamento.

ISUERTE!

4) Conócete a ti mismo

Este fue el título de la plática motivacional de la Dra. Berenice Olivo el 13 de noviembre de 1998 en el Auditorio de la Escuela de Enfermería de la ciudad de Celaya; la Dra. Berenice Olivo es una reconocida psicóloga con una larga trayectoria en terapia familiar e individual.

La plática motivacional como le llamó el Comité de Bienestar Social de Querétaro, "Conócete a ti mismo", tuvo como objetivo principal, apoyar el proceso de unión y armonía entre los trabajadores tanto sindicalizados como de confianza hablando de la personalidad que cada uno hemos venido desarrollando; de los roles que tomamos en la casa, el trabajo, en las actividades sociales, etc. y cómo estos pueden influir en nuestras relaciones con las demás personas.

Para este evento la publicidad fue enviada desde el Comité de Bienestar Social de Querétaro, sólo hubo necesidad de cambiarle algunos datos como el lugar la fecha y la hora; así pues se imprimieron boletos personales para una mayor difusión entre los empleados de Telmex Celaya.

5) Calendarización Semestral de Actividades

El 23 de noviembre se llevó a cabo la reunión para planear las actividades semestrales del Comité de Bienestar Social, en dicho encuentro estaban presentes representantes de la Compañía, del Sindicato y lógicamente del Comité de Bienestar Social; las localidades concurrentes fueron Celaya, León, Morelia, Querétaro y San Juan del Río; cabe señalar que los representantes del Sindicato de algunas de estas ciudades no asistieron, entre ellas Celaya.

Para esta planeación no se había tomado en cuenta al personal de la Compañía; para John Burnett, autor del libro Promoción: Conceptos y Estrategias es sumamente importante conocer a las personas a quienes se está uno dirigiendo;

"cómo influyen en los consumidores la cultura, la clase social, y el grupo de referencia... sus características psicológicas, sus motivaciones, actitudes y personalidades" (3)

Me parecía imposible llegar a esta reunión con las manos vacías en cuanto a las preferencias del personal, para quien precisamente se organizan todas estas actividades; en esta planeación yo me sabía con una gran responsabilidad ya que la Empresa y el Comité me ofrecía la oportunidad de asistir y al mismo tiempo de opinar en ella; además en los dos meses que tenía realizando este trabajo, ya había detectado una escasa asistencia a las actividades realizadas por el Comité; así pues realice un cuestionario con el fin de conocer un poco más acerca de los gustos y preferencias de los trabajadores; y poder con argumentos, emitir una opinión que fuese de utilidad para la planeación de este nuevo semestre.

(3) Burnett, John. Promoción: conceptos y estrategias, Ed. Mc Graw Hill, Santa Fé de Bogotá, Colombia, 1996.

Cuestionario para la Calendarización de Actividades del
Comité de Bienestar Social.

Querido compañero; al personal de Bienestar Social, nos interesa saber su opinión acerca de los eventos que organizamos cotidianamente en su honor. Por esta razón, le pedimos que conteste a las siguientes preguntas.

Edad: _____ Sexo: _____

1.- ¿Ha asistido a los eventos de Bienestar Social?

Sí _____ No _____

¿Con qué frecuencia? _____

2.- ¿Cómo califica estos eventos?

Buenos _____ Regulares _____ Malos _____

¿Qué es lo que más le agrada cuando asiste? _____

¿Qué tipos de eventos prefiere?

a) Cursos de formación personal _____

b) Pláticas de desarrollo humano _____

c) Talleres de formación artística _____

d) Talleres de capacitación manual _____

e) Conciertos _____

f) Espectáculos de danza _____

g) Eventos deportivos _____

h) Obras de teatro _____

i) Funciones de cine _____

j) Eventos de ocasión (Noches mexicanas, altares de muerto, posadas, etc.) _____

k) Viajes _____

l) Otros (especifique) _____

4.- ¿Considera importante que estos eventos se sigan organizando?

Sí _____ No _____

¿Para qué? _____

5.- ¿Cree que estas actividades fomentan la unión entre el personal y a su vez crean un ambiente más agradable de trabajo?

Sí _____ No _____

6.- Agregue la hora y el día que le parezcan más convenientes para la realización de dichos eventos, excluyendo el horario de trabajo. _____

¡Muchas gracias!

La muestra esperada era de 50 empleados; la muestra real, fue solamente de 25 personas, esto debido al escaso tiempo para su realización; contando con un solo día para elaborar la encuesta, obstaculizada por un lado, debido a la falta de detalles de la celebración de dicha reunión; y por otro al puente realizado desde el viernes 20 de noviembre hasta el lunes 23.

Para la realización de este sondeo se consultó a Jorge Ríos, en su libro Relaciones Públicas (4), el cual cita los siguientes pasos:

1. La muestra debe ser de manera estratificada, buscando a los empleados de distintos niveles jerárquicos, de los diferentes departamentos, de ambos sexos, de los diferentes turnos, etc.
2. Las preguntas serán de ambos tipos, tanto cerradas como abiertas, pensando en que puedan ser útiles para la obtención de datos.
3. A los entrevistados se les debe ofrecer la confianza de que los datos que ellos aporten serán sumamente confidenciales, para así lograr datos verdaderos.

Se pudo corroborar el interés del personal para concurrir a estos eventos; cada uno de ellos ha asistido por lo menos a una de las actividades; todos los calificaron como eventos de buena calidad; al igual, todos consideran importante que se sigan realizando, ya que en ellos encuentran entretenimiento y distracción; así mismo, los perciben importantes ya que elevan su nivel cultural y arraigan nuestras tradiciones, hacen partícipe a toda la familia y fomentan la unión y comunicación con sus compañeros.

(4) Ríos, Jorge. Relaciones Públicas. Ed. Trillas. México, 1996. Pág. 25

6) POSADA DECEMBRINA

El 11 de diciembre se realizó la tradicional Posada para todo el personal de Teléfonos de México, de la ciudad de Celaya.

Después de una breve reunión de los representantes del Comité de Bienestar Social, de la Empresa y del Sindicato, se llevó a cabo la organización de este evento; el lugar, la comida, los rezos y cánticos navideños; sin faltar las originales piñatas hechas por cada uno de los departamentos; en fin, todos los detalles para esta gran fiesta, de las últimas en el año.

Desde los primeros días de diciembre se llamó por teléfono a los Delegados y Jefes de Departamento para hacerles la invitación y pedirles de manera muy especial, que a su vez invitarán al personal bajo su cargo.

Esta época de fiestas está considerada como muy importante para la Compañía ya que es aquí, donde se comienzan las reflexiones del año en termino y se comienzan los nuevos propósitos; (cita de Navidad); precisamente por este motivo se planeo una fiesta en grande para reunir al mayor número de trabajadores posible, así como a sus familiares.

La difusión contribuyó de manera importante en la asistencia del personal; se diseño un cartel tamaño carta, de color verde y rojo, colores alusivos a la Navidad; éste contenía toda la información del evento; lugar, fecha y hora, y una breve descripción del programa y fue colocado en los pizarrones de avisos de cada departamento.

*Ya se acerca NAVIDAD, y nosotros
queremos festejarte,
te invitamos a nuestra tradicional,*

POSOADA

*este viernes 11 de diciembre, en la Quinta
Angelina, habrá pozole, tamales, buñuelos,
atole, piñatas
y mucho más. ¡ahí nos vemos!*

Recepción, 6:00pm, Inicio, 6:30pm



7) Carrera del Pavo y Feria de la Salud.

Una semana después de la Posada, se realizó una de las dos Ferias de la Salud que se organizan al año; esta feria se inicia justamente al terminar la Carrera del Pavo.

La Carrera del Pavo junta alrededor de 300 personas entre los trabajadores de Teléfonos y sus familiares los cuales participan corriendo en diferentes categorías de la carrera obteniendo un enorme pavo para Navidad en los 1eros., 2dos y 3eros. lugares.

La carrera empieza desde las 8 de la mañana y es normalmente el Sindicato el responsable de la organización; dura aproximadamente 2 horas y la gente se queda para empezar con la Feria de la Salud.

La Feria de la Salud 1998, comprendió nueve módulos, siete de ellos ofrecidos como un gran apoyo de parte del Instituto Mexicano del Seguro Social; bajo la coordinación del Dr. Zúñiga, Director de la Clínica 49.

Los módulos fueron :

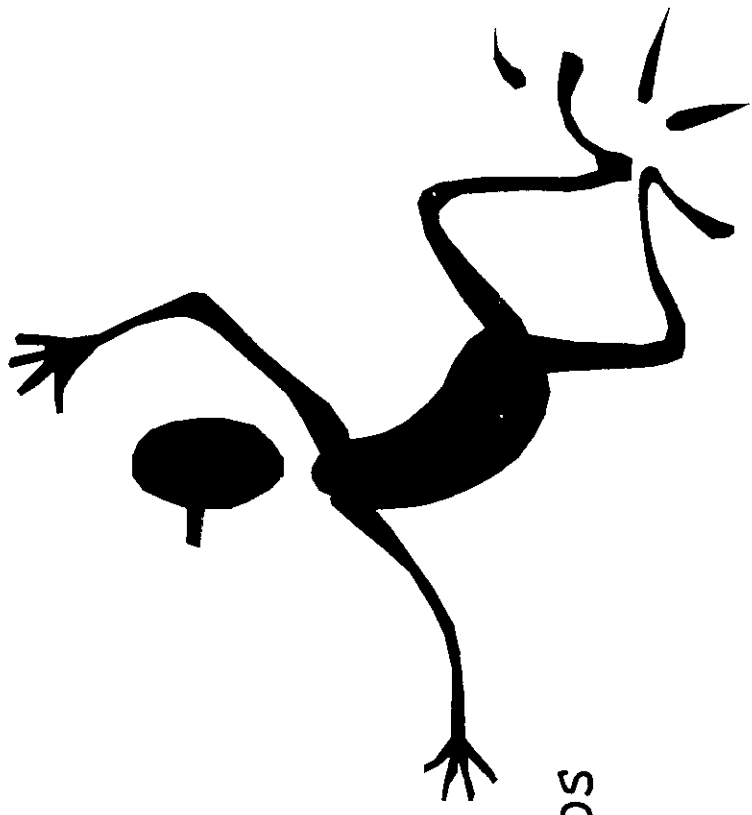
- **Examen de la vista**, en este módulo se practicaba una revisión de los órganos visuales con aparatos de medición especializada.
- **Planificación familiar**, aquí se informaba acerca de los métodos anticonceptivos que existen y se daba orientación personalizada dependiendo de las características de cada pareja.
- **Revisión dental**, uno de los módulos con mayor éxito, visitado sobre todo por los niños, a quienes se les aplicaba una porción de flúor y se les regalaba un cepillo de dientes, después de haber sido revisados.

- **Corte de cabello**, otro módulo sumamente concurrido, la gente se acercaba para cambiar de imagen con un corte y secado de cabello.
- **Degustación alimenticia**, en esta muestra se tenían preparados diferentes platillos con ingredientes económicos y de buena calidad, a la gente se le hacía probar el alimento y después de les proporcionaba la receta.
- **Tratamientos antiparasitarios**, aquí se orientaba a la gente acerca de lo que son las enfermedades de este tipo, así como sus causas y la manera de prevenir y atacarlas.
- **Vida Suero Oral**, uno de los tratamientos más efectivos y baratos es este tipo de suero, así pues se explicaba lo que es y para que sirve; este módulo fue de especial interés para las mamás de pequeños críos.
- **Inmunizaciones**, el resultado de este módulo fueron algunos lloriqueos de parte de los pequeños quienes recibieron vacunas contra los diferentes tipos de gérmenes.
- **Multidetecciones**, se aplicaban diferentes métodos para realizar estudios y poder descubrir cualquier tipo de anomalía o irregularidad física.

Cabe señalar que la compañía logró la participación de dos módulos, que el Instituto Mexicano del Seguro Social no podía proporcionar, por el tipo de atención al que se refería, estos son, el corte de cabello y el examen de la vista. Se agradece la valiosa participación de la "Academia de Belleza Rossy" y la "Optica Rex".

"GRAN FERIA DE LA SALUD"

- Examen de la vista
- Planificación familiar
- Revisión dental
- Corte de cabello
- Degustación alimenticia
- Tratamientos antiparasitarios
- Vida Suero oral
- Inmunizaciones
- Multidetecciones



Te esperamos,

sábado 19 de Dic. a las 10 a.m.

en el estacionamiento subterráneo.

8) Suspensión de actividades

Se dice que el Comité de Bienestar Social está mucho más allá de los conflictos laborales, ideas políticas o religiosas y actitudes personales. Según el Artículo número 1 del Reglamento del Comité de Bienestar Social:

"La orientación y el contenido de los proyectos deberán enmarcarse fuera de cualquier connotación política y/o religiosa. En general mantenerse ajenos a temas polémicos". (5)

Sin embargo desde el mes de enero de 1999, las relaciones del Comité con el Sindicato se vieron afectadas por intereses individuales, lo que provocó la suspensión de todas las actividades planeadas para este semestre; no fue sino hasta el mes de marzo que comenzaron nuevamente las conversaciones entre ambos organismos y es en el mes de abril con la Feria del Día del Niño que se retomaron los compromisos con los trabajadores, quienes fuera de los malos entendidos que se sufrieron, deseaban seguir asistiendo a estos eventos.

(5) Op. Cit. Informativo de Bienestar Social.

9) "Feria del Día del Niño"

Después de una serie de conflictos presentados entre el Sindicato y el Comité de Bienestar Social, por fin las actividades de salud, recreación y formación personal vuelven a organizarse como estaban planeadas. La Feria del Día del Niño es un evento muy parecido al de la Feria de la Salud, con la participación del Instituto Mexicano del Seguro Social ofreciendo los módulos de:

- Planificación familiar
- Revisión dental
- Degustación alimenticia
- Tratamientos antiparasitarios
- Vida Suero oral
- Inmunizaciones
- Multidetecciones

A cargo de la Empresa estuvieron nuevamente los módulos de Corte de cabello y Examen de la vista.

Además del aspecto de salud, se encuentra muy presente el de la recreación y sobre todo para los niños en su día, así que se alquila una gran cantidad de juegos mecánicos para la diversión de los hijos y familiares de los telefonistas.

El Sindicato apoya con la comida y bebida para todo el público asistente. Para la Feria del Día del Niño, el departamento de Comunicación Interna a nivel Nacional realizó unos carteles alusivos a esta fecha y dentro de ellos, se colocó provisionalmente la información referente a la Feria.

Capítulo III.

Revista "Red Telmex"

A) Características

"RED TELMEX" es el boletín informativo de uso exclusivo en la Comunicación Interna de la Compañía Teléfonos de México.

Derechos Reservados "RED TELMEX", es una publicación bimestral, editada por Teléfonos de México, S. A. de C. V., con domicilio en Parque Vía 190, Col. Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06500. Coordinada por la Dirección Divisional Centro. Certificado de Licitud de Título número 6635, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación, con fecha 30 de mayo de 1996. Certificado de Reserva Derechos al uso exclusivo del Título "Red Telmex" y expedido por la Dirección General del Derecho de autor de la Secretaría de Educación Pública, con fecha 26 de junio de 1996.

Red Telmex es una revista publicada para la región que comprende entre otras las siguientes ciudades: Acambaro, Celaya, Cortazar, Moroleón, Querétaro, Salvatierra y San Juan del Río. Este boletín no contaba con la redacción de su objetivo, misión ni visión, por tal motivo se buscó la manera de indagarlos y tratar de dejarlos plasmados para una mejor comprensión de esta obra. Así mismo, se desconocen las preferencias del público meta de esta publicación, las formas más adecuadas de su distribución y la penetración que ésta pueda tener; es por estas razones que se realizó la prueba piloto de un cuestionario que pudiese medir estos puntos.

B) Objetivo

"RED TELMEX" tiene como objetivo primordial crear una cultura de comunicación entre el personal tanto de confianza como sindicalizado de nuestra Compañía; mediante la difusión de las actividades más sobresalientes que la misma Empresa promueve, como: eventos

sociales (donaciones, concursos de calidad, inauguraciones de nuevos centros de trabajo y ayuda a becarios), avances tecnológicos que la Compañía cumple día con día (servicios digitales, automatización y videoconferencias); así como artículos de interés general (superación personal, avances en la medicina y presentaciones artísticas) para la Gran Familia Telmex.

C) Misión

Fomentar la superación personal de cada uno de los trabajadores de Telmex, a través de un conocimiento más profundo de sí mismos y del medio ambiente que les rodea; para que de esta misma manera se pueda incrementar la satisfacción en su vida cotidiana dentro y fuera de sus actividades de trabajo.

D) Visión

A través de "RED TELMEX" el personal de la Compañía de Teléfonos de México intensificará su orgullo de pertenecer a esta gran Empresa Mexicana, incrementándose así la calidad de sus relaciones interpersonales y el nivel de su vida social, económica y cultural.

E) Directorio

Director Divisional : Ing. Jorge Luis Suástegui Esquivel.

Gerente de Recursos Humanos : Ing. Wenceslao Becerra Sierra.

Gerente de Comunicación: Lic. Fernando Pérez Valdez.

Coordinador de Información : Lic. Pedro Rangel Jasso.

F) Experiencia Personal

A lo largo de estos meses se han visto circular dos boletines informativos "RED TELMEX"; sin embargo, se han encontrado en pocas manos; las preguntas son ¿cuál es la penetración que tiene Red Telmex entre los trabajadores, para quien precisamente está dirigido?, ¿si sus métodos de distribución son los adecuados? y ¿cuáles son los artículos más atractivos para el personal? atendiendo a estos puntos, realicé la prueba piloto de este cuestionario el cual fue contestado por 50 trabajadores dado que la muestra aleatoria sería de 253 empleados de Telmex Celaya; buscando la respuesta del personal de todos los departamentos que conforman esta área, según la formula tomada del libro Metodología de la Investigación. (1)

(1) Fernández, Carlos y Hernández, Roberto. Metodología de la Investigación, Ed. Mc Graw Hill, México, 1991, Pag. 216.

G) Cuestionario "RED TELMEX"

1.-¿Conoce Ud. el boletín informativo "RED TELMEX"?

Sí _____ No _____

2.- En el transcurso de este año, ¿Cuántos números de "RED TELMEX" ha recibido?

1 _____ 2 _____ 3 _____

3.- ¿Dónde adquiere normalmente "RED TELMEX"?

A) En su mismo Dpto. de trabajo _____

B) En otro Dpto. de Telmex _____

C) Otro (especifique) _____

4.- ¿Quién le hace entrega de este boletín?

A) Su jefe _____ B) La secretaria del jefe _____

C) Un compañero _____ D) Otro (especifique) _____

5.- ¿Lee Ud. el boletín "RED TELMEX"?

Sí _____ No _____

6.- ¿Con qué frecuencia lo hace?

A) Seguido _____ B) Algunas veces _____ C) Casi nunca _____

7.- ¿Dónde lee "RED TELMEX"?

A) En el trabajo _____ B) En su casa _____ C) Otro (especifique) _____

8.- Numere del 1 al 5 en orden de importancia (1+ 5-) la información que más le agrada de "RED TELMEX".

A) Artículos culturales _____ B) Artículos de Superación Personal _____

C) Avances Tecnológicos _____ D) Reportajes médicos _____

E) Actividades Sociales _____ F) Otros (especifique) _____

9.- Cite los dos últimos artículos que más hayan llamado su atención

A) _____

B) _____

10.- Si Ud. no lee "RED TELMEX", ¿podría citar dos motivos por los cuales no lo hace?

A) _____

B) _____

H) Informe de Resultados

Esta prueba piloto sirvió para identificar algunos reactivos que no fueron necesarios, así como otros que serán de utilidad para cuando este cuestionario se aplique a la muestra total.

En la primera pregunta ¿Conoce Ud. el boletín informativo "RED TELMEX"?, se descartó al 14% del número total de encuestados, los cuales no lo conocen; lo que quiere decir, que estas personas no siguieron contestando el cuestionario.

A partir de la segunda pregunta, el 86% que sí conoce el boletín se toma como el total, o sea el 100%.

En el transcurso de este año, ¿cuántos números de "RED TELMEX ha recibido?, deliberadamente existían tres opciones: 1, 2, y 3; automáticamente las personas que contestaran 2 y 3, confirmarían su desinterés por el cuestionario al inventar la respuesta, ya que en éste año, se ha publicado un solo número; sin embargo un punto interesante será el de incluir en las opciones 'Ninguno', ya que las personas lo contestaron así aunque no estuviese como alternativa, el porcentaje de esta opción fue bastante alto.

En el tercer reactivo, ¿Dónde adquiere normalmente "RED TELMEX"?, el 65% lo hace en su mismo departamento, otro 35, lo adquiere en otro departamento; así que la opción otro, está siendo muy repetitiva, y de hecho un 0% respondió a ésta; sin embargo, se encontró que los otros departamentos son Recursos Humanos e Inttelmex; los que a su vez reciben el boletín y lo envían por paquetería a los diferentes Dptos. del área Celaya.

El cuarto reactivo resultó ser muy significativo en cuanto a la distribución se refiere; se pudo hallar la importancia que tienen las secretarías de los jefes, quienes normalmente reciben la paquetería para la distribución del boletín; sin embargo la presencia de los

departamentos de Recursos Humanos e Inttelmex sigue siendo muy significativa, y mucha gente lo recibe directamente a través de estos.

La pregunta número cinco ¿Lee Ud. el boletín "RED TELMEX"?, parecería muy ligada a la 1, donde se cuestiona el conocimiento del boletín; sin embargo el que las personas lo conozcan, no significa que efectivamente acostumbren leerlo; y así se demuestra con el 28% de la gente que si lo conoce, y contesta negativamente a esta pregunta.

¿Con qué frecuencia lo lee?, es la cuestión número 6, y demuestra que a pesar de conocerlo y leerlo, hay un 48% que lo hace sólo algunas veces, otro 33% que casi nunca lo lee y sólo un 19% que lo lee continuamente.

¿Dónde lee "RED TELMEX"?, es remarcable el resultado de esta pregunta, ya que se partió de la creencia de que al personal no le interesaba llevarse el boletín hasta su casa; no obstante el 69% tachó la opción de su casa, y sólo un 31% en el trabajo, nuevamente la opción 'otro', queda descartada, y en esta ocasión no arrojó ninguna otra opción para sustituirla.

Numere del 1 al 5 en orden de importancia (1+ 5-) la información que más le agrada de "RED TELMEX", a pesar de que las respuestas otorgan a las opciones porcentajes muy similares, si aporta esta pregunta deducciones interesantes como lo poco atrayente que puede ser para los lectores, los artículos publicados que se refieren a las actividades sociales; y lo importante que pueden ser los reportajes de avances tecnológicos, o los artículos de superación personal.

La pregunta número 9, se realizó con el fin de saber que tanto recuerdan las personas los artículos incluidos en el boletín, lo que habla de que tan significativos pueden ser; con las respuestas a esta pregunta

se confirmó el resultado de la pregunta anterior, sobresaliendo los artículos de avances tecnológico y superación personal.

Si Ud. no lee "RED TELMEX", ¿podría citar dos razones por las cuales no lo hace?, las personas que citaron estas razones dieron varias frases, como: "Nunca sé cuando sale", " Los ejemplares siempre nos llegan retrasados", "Nunca llega al Centro", "Nunca me la entregan", "No llega a mis manos", "No llega al departamento donde yo estoy"; no cabe duda que la distribución no está siendo la adecuada; entiéndase por distribución adecuada, según la definición de José María Llamas en su libro Estructura Científica de la Venta, "*...que el producto llegue al consumidor en el momento adecuado, en el lugar preciso...*" (2)

Así pues, si se desea un mayor éxito en cuanto a la lectura de esta revista, indiscutiblemente se deberá realizar una investigación que pueda reflejar los procesos de distribución más convenientes para la Compañía, al mismo tiempo que se les deberá dar seguimiento para de esta manera, poder reflejar entre el personal una mejor imagen de Red Telmex.

(2) Llamas, José. Estructura Científica de la Venta, Ed. Limusa, México, 1998, Pag. 29

Capítulo IV.

Pizarrón de Avisos

A) Características

Los pizarrones de avisos son parte fundamental para la comunicación interna de Telmex, estos pizarrones miden un metro y medio de ancho por un metro de largo; su color es azul rey con las orillas plateadas, intentando hacer referencia a los colores institucionales de Teléfonos de México; en el se pueden colocar avisos para los empleados, carteles, telfax, frases semanales, etc.

B) Importancia

Este medio de comunicación no existía hasta hace apenas un año; el Lic. Roberto Jaureguí, jefe del Dpto. de Recursos Humanos mandó colocar dos en cada piso del Centro de Trabajo Aztecas, dos en los Centros Industrial y Tampico y dos más en Central Corregidora; la razón de haber colocado dos pizarrones, uno a lado de otro, es precisamente para darle un poco de organización manteniendo la información de la Empresa por un lado y la del Sindicato en otro, ya que ambas partes colocan al menos tres avisos a la semana; en el caso de la Empresa es en atención a todo el personal y en el caso del Sindicato solamente para los empleados que están afiliados a éste. Sin estos pizarrones, la información era pegada en cualquier sitio, sin respetar los muros donde la pintura era maltratada con los pedazos de cinta adhesiva que al momento de ser despegados se traían una capa de ésta.

Goldhaber, menciona precisamente en su libro Comunicación Organizacional la importancia que tiene el medio ambiente como transmisor de las conductas no verbales; *"El diseño de los edificios, habitaciones y mesas puede ser un factor muy importante para inhibir o alentar las comunicaciones..."* (1)

(1) Goldhaber, Gerard. Comunicación Organizacional, Ed. Diana, México, 1984.

El contar con los pizarrones de avisos le ha dado a los Centros de trabajo un aspecto mucho más limpio, cuidado y sobre todo organizado.

C) Organización

A pesar de que estaban colocados los dos pizarrones, no se tenía claro su uso, así que el Sindicato seguía pegando información en el de la Empresa y viceversa; para evitar que siguiese pasando esto, se rotularon los pizarrones del Sindicato con sus siglas S.T.R.M., en la parte superior central; de esta manera el Sindicato sabe ahora cuales son los pizarrones que le pertenecen y puede hacer uso de ellos de la mejor manera, en beneficio tanto de ellos como del personal mismo, ya que ahora para los empleados está más claro cual es la información enviada por el Sindicato y cual por la Empresa.

El pizarrón de la Empresa necesita de movimiento, a través de la observación pude percibir que la gente ya ni siquiera volteaba a verlos, la información tenía varias semanas o hasta meses pegada en el mismo lugar; pensando en una solución se pidió al Sr. Martín Hernández quien forma parte del personal de mantenimiento, que nos apoyara en el reciclaje del contenido de los pizarrones; para facilitarle el trabajo se publicó una circular avisando que está prohibido pegar cualquier tipo de información en estos tableros sin que sea autorizada previamente por el departamento de Recursos Humanos quien a su vez publicará la información que considere bienvenida a la empresa con una fecha de caducidad, así pues, el Sr. Hernández sabrá cuando deberá quitarse de los pizarrones, se considera que de esta manera se percibirá al pizarrón de forma más dinámica lo que provocará un mejor resultado incrementando sus lectores.

Sin ningún tipo de prueba probabilística se ha podido observar el avance gracias a la opinión del mismo personal, quien asegura que el pizarrón es ahora mucho más agradable y sencillo de leer.

Celaya, Gto. Enero de 1999

COMPAÑERO (A)

Si deseas que en este tablero aparezca algún aviso o información, por favor ponte en contacto con el departamento de Recursos Humanos.

sí también si deseas alguna copia de los mensajes que están colocados en los pizarrones de avisos, solicítanosla, nosotros te la facilitaremos.

Atentamente

Departamento de Recursos Humanos.

Circular publicada en enero de 1999, para una mejor organización de los pizarrones.

Capítulo V.

Frases Semanales

Las frases semanales, forman parte de la labor que realiza el departamento de Recursos Humanos, en cuanto a que contribuyen a la formación del personal. Estas frases tienen como objetivo primordial coadyuvar un clima de amabilidad y respeto entre el personal; según T.J. Larkin, la información de tipo informal contribuye a lograrlo, afirma que es más probable que los sistemas informales contribuyan en el aumento en la cordialidad, amabilidad y sinceridad.

A) Características

Las frases semanales empezaron a ser publicadas en el mes de febrero de este año en la parte superior derecha de los pizarrones de avisos; están realizadas en el programa PowerPoint de Windows98, impresas en una hoja tamaño carta a color, utilizando ciertamente los colores de acuerdo con la temporada del año, con un anexo que expresa 'Frase Semanal, Recursos Humanos'; las frases fueron tomadas de varios libros motivacionales, pero sobre todo de libros de Comunicación en las Empresas, Liderazgo y Desarrollo Humano.

B) Importancia

Las frases semanales le han dado vida a los pizarrones de avisos, ahora la gente se acerca a seleccionar la información que desea leer, motivados en muchos casos por estas frases; la opinión de los empleados ha sido muy positiva en cuanto a este hecho, la gente desea mandar las frases de su agrado para que sean publicadas, y justamente se estarán recibiendo en el departamento de Recursos Humanos para irlo haciendo de acuerdo al orden de su llegada; así mismo, se han recibido varias peticiones de los trabajadores para que se les regale una copia de su frase predilecta.

(1) Larkin, T.J. y Larkin Sandar. Communicating change, Ed. Mc Graw Hill. E.U., 1994.

C) Organización

Se publican en este extremo de los pizarrones por ser, precisamente éste el más vistoso cuando las personas abandonan el ascensor; y se determino un lugar en especial para crear el hábito en los trabajadores de leerlo continuamente, así pues el horario y fechas de cambio son muy importantes, todos los lunes por la mañana se renuevan las frases, como si fuese parte de un ritual de bienvenida de la compañía hacia sus empleados.

Las frases para todo 1999 ya están impresas y cada viernes se envían del Dpto. de Recursos Humanos ha los diferentes Centros de Trabajo.

D) Costos

Es verdaderamente barato realizar una acción como esta, sobre todo cuando se cuenta con algunos de los materiales en la misma empresa como la impresora y la copiadora que fueron indispensables para la realización de este trabajo; el presupuesto para todo el año fue de: 250.00

Hañiendo el desglose quedaría de la siguiente forma:

Hojas de máquina a color:	120
Tinta para la impresión:	80
Copias:	<u>50</u>
Total:	250

E) Frases Semanales para todo el año

1. "Soy de la opinión de que mi vida pertenece a toda la comunidad y que mientras viva, es privilegio hacer por ésta lo que pueda". Stephen Covey.
2. "Para toda disciplina existe una recompensa múltiple". Jim Rohn.
3. "El que se encastilla en sus propias opiniones, no hallará muchos que estén de acuerdo con él". Lao-Tse, Tao Te King.
4. "Haz lo que puedas, con lo que tengas, estés donde estés". Roosevelt.
5. "Es la mente la que hace el bien o el mal, la que hace mísero o infeliz, rico o pobre". Edmundo Spencer.

6. CREDO PERSONAL :

"Primero el éxito en casa.
Busca y merece la ayuda divina.
Nunca te comprometas con la deshonestidad.
Acuérdate de las otras personas implicadas.
Escucha a ambas partes antes de juzgar.
Planifica hoy el trabajo de mañana.
Mantén una actitud positiva".

Stephen Covey.

7. Continuación. CREDO PERSONAL:

"Conserva el sentido del humor.
Sé ordenado en tu persona y en el trabajo.
No temas a los errores; teme sólo a la ausencia de respuesta creativa,
constructiva y correctiva de esos errores".

Stephen Covey.

8. Continuación. CREDO PERSONAL:

Facilita el éxito a tus subordinados.
Escucha el doble de lo que hables.
Concentra todas tus habilidades y
tus esfuerzos en la tarea que tienes entre manos,
sin preocuparte por tu próximo empleo o tu próxima promoción".

Stephen Covey.

9. "El antepasado de todo acto es un pensamiento". Ralph Emerson.
10. "El hombre es lo que cree". Anton Chejov.
11. "Pueden porque creen que pueden". Virgilio.
12. "Razón y juicio sereno, cualidades especiales de un líder". Tácito.
13. "El remedio radica en la comprensión". John Adair.
14. "Una estructura sin vida es inmovil. Pero una vida sin estructura pasa inadvertida". John Cage.
15. "Uno hace el esfuerzo, el proceso sigue. Siempre se cosecha lo que se siembra; no hay ningún atajo". Stephen Covey.
16. "Nunca le diga a la gente cómo hacer la cosas, dígale que hacer y ella lo sorprenderá con su ingenio". John Adair.
17. "Responde con inteligencia, incluso al tratamiento no inteligente". Lao-Tse.
18. "Son nuestros valores las estrellas que nos permiten navegar a través de la vida". Sidney Simon.
19. "El liderazgo es acción no posición". John Adair.
20. "El ejemplo no es el elemento primordial para influir en los demás; es el único elemento". Albert Schweitzer.
21. "Una civilización que no se aventura está en absoluta decadencia". A. N. Witehead.
22. "Las semillas del futuro se siembran en el presente". John Adair.
23. "Un buen principio hace un buen final". Proverbio inglés.
24. "¿En qué invertimos nuestro tiempo y nuestra energía?". Stephen Covey.
25. "Todo es la habilidad para hacer un señalamiento sin hacer un enemigo". John Adair.

26. "La buena madera no crece con facilidad; cuanto más fuerte el viento, más vigorosos los árboles".
Willard Marriot.
27. "Al que ha conseguido mucho, todavía le falta conseguir todo el futuro que queda por delante".
Lao-Tse, Tao Te King.
28. "Para triunfar se hace lo necesario sin perjudicar a ninguna otra persona".
Anthony Robins.
29. "Es mejor prender unas cuantas velas que quejarse de la oscuridad".
John Adair.
30. "Una empresa es el reflejo de la gente que hace parte de ella". Roger Falk.
31. "No halle culpables, halle remedios".
Henry Ford.
32. "La esencia del desarrollo está en el poder que cada uno tenemos para comprometernos con nosotros mismos y mantener esos compromisos".
Stephen Covey.
33. "El mejor soldado jamás ataca. El luchador superior triunfa sin violencia. El conquistador más grande vence sin combate. El director más eficaz dirige sin imponer. A eso se le llama ecuanimidad inteligente; a eso se le llama conocimiento de los hombres".
Lao-Tse, Tao Te King.
34. "La vida no es estática. Los únicos que no cambian de propósitos y de ideas son los inquilinos de los manicomios y del cementerio".
Everett Dirksen.
35. "Si haces lo que has hecho siempre no llegarás más lejos de lo que has llegado siempre".
Anónimo.
36. "En resumidas cuentas, el músico debe tocar, el pintor debe pintar y el poeta debe escribir, si quieren vivir en paz consigo mismos".
Abraham Maslow.
37. "El que sabe mucho de los demás es un entendido, pero más sabio es el que se conoce a sí mismo".
Lao-Tse, Tao Te King.

38. "La confianza es la forma más elevada de la motivación humana. Saca a la luz lo mejor de la gente".
Stephen Covey.
39. "La palabra que tu digas; esa será la que oirás".
Proverbio Griego.
40. "Las cosas pequeñas afectan a las mentes pequeñas".
Benjamin Disraeli.
41. "No seguiremos tripulando mucho tiempo nuestra Astronave Tierra si no nos damos cuenta de que es una sola nave, destino común, será para todos o para nadie".
Buckminster Fuller.
42. "El hombre no es la suma de lo que tiene, sino la totalidad de lo que todavía no tiene y podría tener".
Jean-Paul Sartre.
43. "Hay dos cosas que atender en la vida: la primera, conseguir lo que uno desea; y la segunda, disfrutarlo".
Logan Pearsall Smith.
44. "Con tal que tuvieras bastante amor; serías el ser más poderoso del mundo".
Emmet Fox.

Capítulo VI.

Otras Actividades

A) Video Promocional Telmex-98

El Video Promocional Telmex-98 consistió en realizar una edición de las representaciones de "Video Red", tomando la información más importante que pudiese ser presentada al público en general; el objetivo de este Video Promocional, fue utilizar el espacio que se tenía como módulo de información exclusivo de Teléfonos de México en el Centro Comercial Galerías Tecnológico; así pues se hizo una extracción de 9 números de "Video Red", tomando las actividades sociales más importantes en las que Telmex había participado como fue el Concierto de Pavarotti en las ruinas de Chichenitza del cual Telmex fue el patrocinador oficial; eventos deportivos como torneos de golf, tenis y fútbol, incluyendo la visita que Jorge Campos y Adrián Fernández realizaron a la Casa del Becario Telmex en Chimalixtac, Edo. de México; y se resaltó de manera importante los proceso de digitalización que en este momento Telmex estaba incluyendo en los servicios a sus usuarios, como fue; Llamada en Espera, Tres a la vez e Identificador de Llamadas entre otros.

Intentando atraer aún más la atención del público se incluyó en este Video Promocional, una serie de videos musicales con los artistas del momento como Cristian Castro, Ana Torroja, Eros Ramazzotti, Mercurio, Gloria Estefan, Julio Iglesias, Mariah Carey, Mónica Naranjo, Celia Cruz, entre otros; estos videos fueron seleccionados de manera sumamente cuidadosa para poder llegar a los gustos y preferencias de nuestro público, en este caso los usuarios de Teléfonos de México y al mismo tiempo guardar la calidad y el prestigio de la empresa, con un ambiente íntegro y muy familiar.

Términos, conceptos y constructos.

- Determinados para Radio Tecnológico de Celaya: La Cultura en Nuestras Manos -.

- *Civilización.* Hechos prácticos y cotidianos en la forma de vivir que emanan de una cultura.
- *Código.* Conjunto de reglas, preceptos y estructuras que rigen un campo específico.
- *Concatenación.* Orden y disposición de los sonidos en el lenguaje radiofónico.
- *Concurrencia.* Posibilidad de integrar varios sonidos al mismo tiempo o simultáneamente.
- *Creencia.* Dar crédito a una idea que se basa en el entendimiento.
- *Divertir.* Entretener, recrear.
- *Educación.* Enseñar, dirigir o instruir en la adquisición de conocimientos.
- *Existencia.* Conocimiento de la realidad basado en la experiencia personal que puede carecer de bases comprobables.
- *Formación.* Estructura de principios, normas y leyes que buscan alcanzar un objetivo bien definido.
- *Idea.* Principio del ser y del conocer para llegar a saber.
- *Informar.* Dar forma substancial al conocimiento.
- *Patrón conductual.* Conjunto de códigos que forman la conducta de una sociedad específica.
- *Patrón modelo.* Conjunto de códigos adquiridos en una sociedad específica por medio de la experiencia o imitación.

- *Radio comunicación social.* Posibilidad que tiene la radio de poner en relación a grupos sociales grandes.
- *Radiodifusión.* La radio como medio de comunicación capaz de enviar un mensaje a las masas.
- *Saber.* Conocer las relaciones y diferencias entre lo real y lo imaginario.
- *Significado.* Cuando tiene sentido y representatividad lo que se dice.
- *Significar.* Dar a conocer claramente.
- *Signo.* Imagen material o mental que evoca en el entendimiento la idea de otra.
- *Símbolo.* Patrón específico que representa creencias, conceptos y sucesos.
- *Sintaxis radiofónica.* Uso ordenado de los elementos que integran el discurso radiofónico para expresar situaciones, lugares, escenarios, ideas o conceptos claros.

Bibliografía.

1. Candela, Sixto. Ojeda, Manuel. Romo, Olivia. Valdés, Ana. Vilar, Josefina. Villegas, Teodoro. *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.* Plaza y Valdés Folios, Imer y Universidad Autónoma Metropolitana; Unidad Xochimilco. México. 1988.
2. Faus, Ángel. *La radio: Introducción a un medio desconocido.* Guadiana de publicaciones. Madrid. 1973.
3. Haye, Ricardo. *Hacia una nueva radio.* Ed. Paidós, estudios de comunicación. Barcelona. 1995.
4. Marcuse, Herbert. *Comentarios acerca de una nueva definición de la cultura.* Ética de la revolución. Ed. Taurus. Barcelona. 1975.
5. Mc. Luhan, Marshall. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.* Ed. Diana. México. 1975.
6. Ortiz, Miguel Angel y Volpini, Federico. *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas.* Ed. Paidós, papeles de comunicación No. 11. Barcelona. 1995.
7. Prieto, Francisco. *Cultura y comunicación.* Ediciones Coyoacán, Colección: Diálogo Abierto. Comunicación. 2ª. ed. México. 1998.
8. Romo, Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio.* Ed. ITESO. 2ª. ed. Guadalajara, Jalisco, México. 1989.

A su vez se aprovecho el espacio de este video para incluir los anuncios promocionales de Telmex transmitidos por televisión en red nacional. La duración del Video Promocional Telmex-98 fue de 1 hora con 56 minutos; y se repetía continuamente de las 10 de la mañana a las 9 de la noche; el Video Promocional sirvió precisamente para atraer al público a visitar el módulo y enterarse de manera más detallada acerca de los servicios e innovaciones que la Compañía ofrecía en ese momento.

B) Video CONSAR

Video CONSAR es una cinta que incluye toda la información referente al Nuevo Sistema de Pensiones, está dirigido a los trabajadores en general, la producción fue realizada por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, la CONSAR; este material tiene un fuerte punto de atracción, y es que gran parte de la narración está a cargo de Adán Ramones, uno de los conductores más famosos de la Empresa Televisa; el resto del material es la representación en una oficina, ofreciendo así la información necesaria a los empleados.

El propósito de este video, es informar a los trabajadores acerca de la reforma y a su vez hacer resaltar la importancia que tiene el afiliarse a una AFORE, Administradora del Fondo para el Retiro; así pues se da una respuesta a las preguntas más comunes como: ¿Qué debo hacer en este nuevo sistema del Seguro Social?, ¿Cómo voy a elegir mi AFORE?; Si ya lo elegí, ¿podré cambiar?, ¿Qué pasa si no la elijo?, ¿Qué pasará con mis ahorros del SAR?, etc.

El video es complementado por un folleto de 18 páginas que se reparte a los trabajadores a la hora en que termina el video por si hubiese quedado alguna duda o por si desean consultarlo más tarde.

Para hacer la presentación de este video en los diferentes departamentos de Telmex Celaya se realizó un calendario, marcándose la hora y fecha de transmisión; hubo departamentos, en los cuales se realizaron hasta más de cuatro sesiones, como es el caso de Tráfico y Almacén debido a la variedad de horarios que se maneja o a la imposibilidad de dejar los puestos solos, aquí cabe mencionar que la transmisión de este video se realizó en horarios de trabajo, tomándolo de parte de la Empresa como una responsabilidad de información para sus empleados.

Para la difusión de Video CONSAR, se agradece la participación del Dpto. de Inttelmex, poniendo a disposición sus instalaciones así como su equipo electrónico; así mismo a los Jefes de Dpto. quienes estuvieron interesados por su personal, demostrándolo con su asistencia.

RELACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DONDE SE HA TRANSMITIDO EL VIDEO CONSAR

Departamento	Fecha
◆ Comercial	25 Nov.
◆ Larga Distancia	02 Dic.
◆ Tráfico	10 Dic.
◆ Almacén	21 Ene.
◆ Planta Exterior Ind.	22 Ene.
◆ Intelmex	29 Ene.
◆ Planta Exterior Tamp.	03 Feb.

C) Video Red

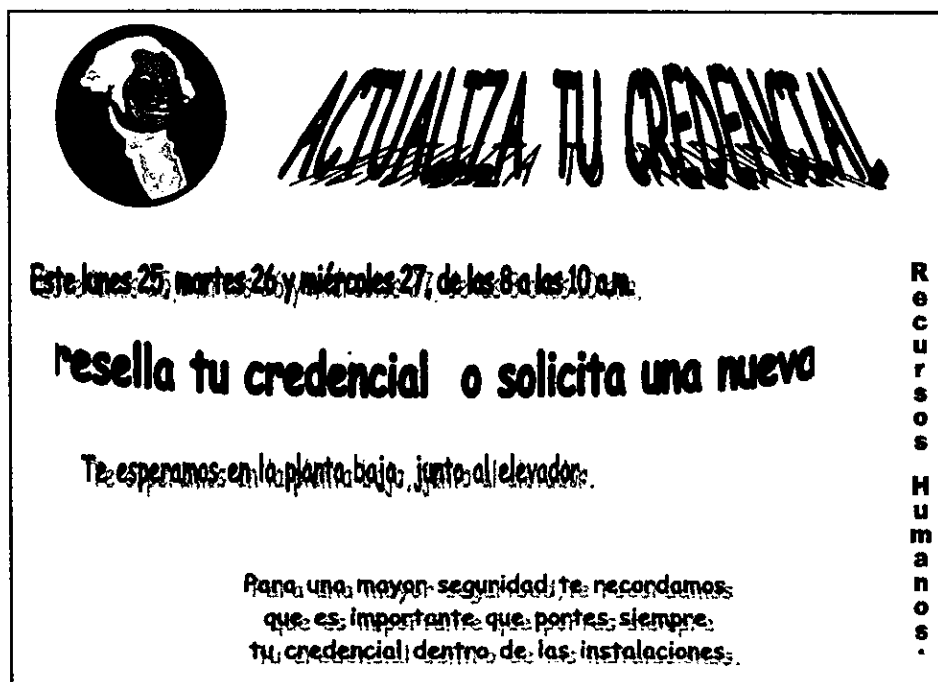
Video Red es una producción bimestral de la Dirección de Recursos Humanos y del departamento de Comunicación Interna de Teléfonos de México; este video es enviado al Departamento de Recursos Humanos de Telmex Celaya para que se transmita en los diferentes departamentos, aunque los departamentos donde mayor interés tiene su difusión son Comercial y Planta Exterior puesto que el ritmo de trabajo que ahí se lleva es un poco más apresurado que en otros y este hecho se convierte en una complicación para que el personal pueda leer las publicaciones; la producción tiene precisamente como fin, facilitar el flujo de mensajes internos, Video Red dura aproximadamente entre 20 y 30 minutos, e incluye las actividades más sobresalientes de la Compañía, además de su carácter informativo lo caracteriza también su carácter motivacional; otra de las razones por las que en estos dos departamentos es importante su difusión es por el contacto directo que el personal tiene con los clientes; así pues a través de la información transmitida por Video Red, se pretende entre otras cosas crear en los trabajadores un espíritu de servicio al cliente.

Desafortunadamente, no existe una persona encargada de darle seguimiento al proceso de propagación de este material; debido a esto es importante la colaboración de los jefes de departamento quienes podrían establecer las sesiones de transmisión de Video Red; así pues se concretó una cita específicamente con el Ing. Hesiquio Hernández, jefe del Dpto. de Comercial para pedirle su colaboración después de haberle enviado una carta exponiendo los puntos referentes, misma que fue firmada por el Lic. Roberto Jaureguí, Jefe del departamento de Recursos Humanos.

Después de este hecho fueron acordados los días de transmisión los cuales dependerán de la llegada del video a nuestra ciudad; así mismo se delegaron responsabilidades dentro del mismo departamento para la emisión bimestral de Video Red.

D) Actualiza tu credencial

Por motivos de seguridad el departamento de Recursos Humanos lanzó un llamado a todo el personal para actualizar su credencial; del 25 al 27 de enero dos de las secretarías de este departamento estuvieron en el Centro de Trabajo Aztecas, el personal que no tenía en orden este protocolo acordó para que su credencial fuera resellada o en su caso elaborada nuevamente; para anunciar a los trabajadores de este hecho se realizó un aviso en hoja tamaño carta donde se especificaba la hora y la fecha en la que se les atendería, éste se colocó precisamente en el pizarrón de avisos con una semana de anterioridad para que la gente no tuviese ningún motivo de faltar y este requisito para ingresar a los Centros de Trabajo quedase cubierto, la mayoría de la gente acordó y el objetivo que se perseguía fue alcanzado sin mayor problema.



Este cartel tiene un diseño gráfico con un círculo a la izquierda que contiene un retrato de un hombre. El título principal 'ACTUALIZA TU CREDENCIAL' está escrito en una tipografía gruesa y con efecto de sombra. El texto informativo está organizado en bloques con diferentes estilos de negrita y alineación. A la derecha del cartel, el nombre del departamento 'RECURSOS HUMANOS' está escrito verticalmente.

ACTUALIZA TU CREDENCIAL

Este lunes 25, martes 26 y miércoles 27, de los 8 a los 10 am.

Resella tu credencial o solicita una nueva

Te esperamos en la planta baja, junto al elevador.

Para una mayor seguridad, te recordamos que es importante que portes siempre tu credencial dentro de las instalaciones.

**R
E
C
U
R
S
O
S
H
U
M
A
N
O
S**

Cartel publicado en el pizarrón de avisos.

E) Seguro de Vida

El Departamento de Recursos Humanos preocupado nuevamente por la seguridad de su personal se dio a la tarea de revisar los documentos referentes al seguro de vida que la misma Compañía otorga a cada uno de sus trabajadores; en la misma fecha en que se realizó la campaña para la Actualización de la credencial, se llevó a cabo también la consideración de los expedientes del Seguro de Vida; así mismo se realizó un aviso para todos los trabajadores, anunciándose la fecha y hora predeterminada para esta revisión.

El cometido se cumplió y la gran mayoría de los empleados que deseaban cambiar algún dato o aclarar cualquier situación que tuviese que ver con su seguro acudió y sin el mayor problema fue atendida.

SEGURO DE VIDA

¿Ya revisaste tu seguro de vida?

¿Quieres efectuar cambios de beneficiarios?

Acude con nosotros y revisemos juntos tus documentos.

Lunes 25, martes 26, y miércoles 27 de las 8 a las 10 de la mañana.
Planta baja, junto al elevador.



Recursos Humanos

Cartel publicado en el pizarrón de avisos.

F) Colecta anual de la Cruz Roja

La colecta anual para la Cruz Roja se llevó a cabo en toda la República Mexicana del 19 al 23 de abril de 1999; Telmex fue uno de los patrocinadores más importantes que brindaron ayuda a este Organismo Internacional; además de haber realizado la impresión de las estampillas que se repartían a toda la gente que hacía su donación en las alcancías; Telmex recibió de parte de la Cruz Roja los bonos de cooperación de distintas cantidades: 10.00, 20.00, 50.00, 100.00 y 500.00; en Telmex Celaya, se recaudaron 2,750 pesos.

La participación personal dentro de esta colecta fue de aproximadamente una hora, visitando al personal de confianza que se encontraba en ese momento en su oficina; logrando así recolectar la cantidad de 840.00 pesos.

Conclusión

Definitivamente la realización de las prácticas profesionales aporta una visión real a los conocimientos adquiridos durante la carrera; con esto me refiero a la oportunidad que se tiene de aplicar la teoría en hechos prácticos.

Teléfonos de México había sido hasta hace poco tiempo una Compañía que ofrecía los servicios telefónicos de manera única en el mercado; ahora, la entrada de nuevas compañías está significando para Telmex una época de cambio, y por lo tanto una época de mejoramiento; la base de este proceso es justamente su personal y el buen manejo de los medios internos de comunicación.

Creo que los medios de comunicación interna que ya están establecidos son una muestra de la evolución que Teléfonos de México está buscando, ahora falta un poco de seguimiento en cada uno de ellos para sacarles el mayor provecho posible.

El Comité de Bienestar Social al cual me refiero en el capítulo dos, es una excelente manera de contribuir en la formación de su personal, y quisiera resaltar que son pocas las Compañías donde se vive esta aportación al desarrollo individual de los trabajadores.

Específicamente en Telmex Celaya, la existencia de la Revista Red ofrece una gran oportunidad para el flujo de mensajes a nivel regional, lo cual me parece muy atractivo ya que se ha demostrado el gran interés que las personas ponen en los acontecimientos cercanos a ellas.

Los pizarrones de avisos desde mi punto de vista, son sumamente importantes como medio de comunicación dentro de la compañía, ya que esto permite la publicación de avisos con un margen de tiempo relativamente corto, lo que a su vez, puede mantener la información fresca y siempre de interés si se le da el adecuado seguimiento,

respetando las fechas de terminación de cada uno de los mensajes, punto tratado en el capítulo cuatro.

Las frases semanales han resultado de gran utilidad para los trabajadores, creo que esto es una forma de demostrarles lo importantes que son para la compañía.

En el último capítulo se tratan temas que he considerado como actividades muy enriquecedoras para mí, pero no sólo eso; se toca nuevamente el punto de la importancia que Telmex demuestra a sus empleados a través de medios como: Video Red, una producción realizada para facilitarle al personal el recibimiento de información; Video CONSAR, donde se le pone énfasis a la necesidad de elegir una Administradora de los Fondos para su Retiro; y por otro lado, también se abarca la contribución de Teléfonos de México a la sociedad, a través de la ayuda prestada a la Cruz Roja.

Los procesos de comunicación han ido tomando poco a poco el lugar que les corresponde al empezar a ser considerados como fundamentales en la administración de las organizaciones, esto fortalece las relaciones internas y le da una fuerte importancia al ser humano.

A lo largo de este tiempo en la Compañía, pude notar la ausencia y por lo tanto la necesidad de un departamento que manejase exclusivamente la comunicación organizacional, incluyendo sus áreas de: comunicación interna, relaciones públicas y publicidad; ubicándolo en el organigrama, éste podría depender directamente del departamento de Recursos Humanos considerándose el más adecuado gracias a su gran experiencia en el manejo y seguimiento del personal, así como a su cercanía y trato directo con el área Celaya; el nuevo departamento deslindaría funciones a personas que en este momento están involucradas sin ningún sentido en las tareas propias de la comunicación interna, con esto me refiero

específicamente a personas que laboran en el departamento de Recursos Humanos.

El departamento, tendría a personas profesionales de la comunicación quienes se encargarían de buscar las estrategias más adecuadas a la Compañía para un mejor manejo de sus medios internos, lo que facilitaría el flujo de mensajes y a su vez lograría una mejor organización, reflejando así una imagen más saludable de la Compañía entre el mismo personal, esto a nivel interno; sin embargo cuando el personal, encuentre este ambiente en su trabajo seguramente no tardará en reflejarlo al exterior de la Empresa.

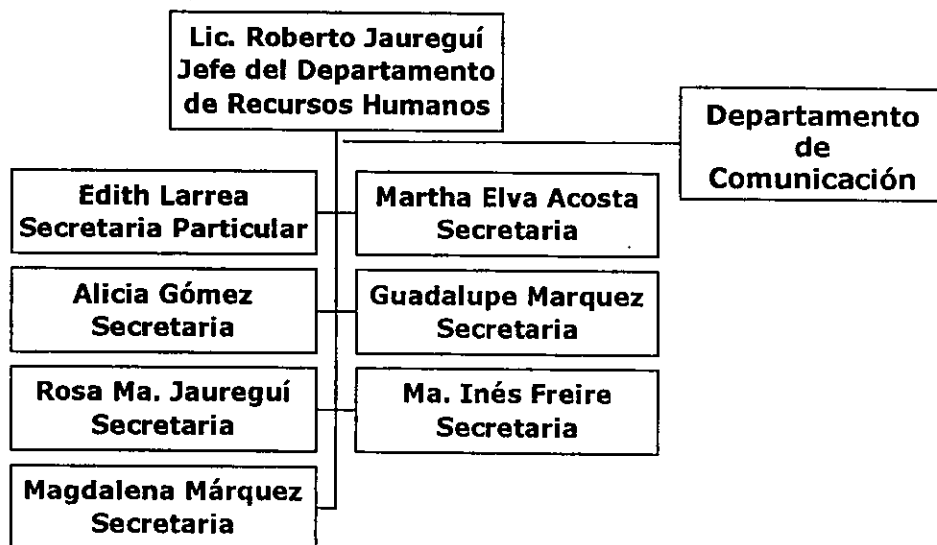
Las funciones del departamento serían las siguientes:

- ↔ Laborar un estudio de mercado que pudiese arrojar datos exactos del personal, lo que ayudaría a conocer sus gustos y preferencias, sus inquietudes y deseos, el horario en el que mayor tiempo disponen, las diferencias socioculturales etc.
- ↔ Mantener un excelente grado de información y comunicación a todos los niveles de la Compañía para así poder evitar los malos entendidos los cuales normalmente terminan en conflictos, esto daría paso a una relación laboral más sana.
- ↔ Mantener en buen estado las relaciones laborales, a través de planes estratégicos, involucrando a personas especializadas en áreas de salud psicológica y desarrollo humano.
- ↔ Contribuir con el Comité de Bienestar Social en los planes de calendarización semestral, así como en el seguimiento de sus eventos a través de la difusión, no solamente impresa sino personal, para un mejor aprovechamiento de este esfuerzo.
- ↔ Realizar un boletín informativo propio del área con la información más relevante que pueda ser de interés para el personal después de

haber encontrado las diferentes categorías que existen dentro de la misma Compañía.

- ↔ Crear un equipo conjunto con los jefes de departamento para hacer de ellos una fuente indispensable de comunicación para sus subalternos.
- ↔ Darle seguimiento a los medios de difusión nacional, a través de una estrategia de distribución que permita hacer llegar este material a la persona deseada, en el momento deseado, sacando provecho a esta fuerte inversión ya realizada.

El organigrama sugerido es el siguiente:



**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

El departamento antes sugerido se considera sumamente importante para que los medios de comunicación puedan ser manejados de manera efectiva y otorguen a la Empresa la unión del personal trabajando en un fin común, el fortalecimiento de su Compañía.

Bibliografía

1. Burnett, John. Promoción: conceptos y estrategias, Ed. Mc Graw Hill, Santa Fé de Bogotá, Colombia, 1996.
2. Carreño, Abigail. Celaya de siempre..., México, 1998.
3. Fernández, Carlos y Hernández, Roberto. Metodología de la Investigación, Ed. Mc Graw Hill, México. Pag. 216.
4. Ferre, Luis. Desarrollo Organizacional, Ed. Trillas, 2da reimpresión, México, 1998.
5. Goldhaber, Gerald. "Comunicación Organizacional". Ed. Diana, México, 1984.
6. López, María. El Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana Doce años 1976-1988, Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana, México, 1989.
7. Larkin, T.J. y Larkin Sandar. Communicating change, Ed. Mc Graw Hill, E.U., 1994.
8. Llamas, José. Estructura Científica de la Venta, Ed. Limusa, México, 1998.
9. Mondy, Wayne y Noe, Robert. Administración de los Recursos Humanos, Ed. Mc Graw Hill, México, 1998.
10. Ríos, Jorge. Relaciones Públicas. Ed. Trillas. México, 1996. Pág. 25
11. Teléfonos de México Informativo de Bienestar Social, México, 1998.

OTRAS FUENTES

12. Musacchio, Humberto. Diccionario Enciclopédico de México, Ed. León. México, 1989. Pag. 1994.
13. Navarro, Elba. La importancia de un departamento de comunicación e información en una institución educativa privada de nivel superior. ULSAB, México, 1999.
14. Página Internet. Teléfonos de México. <http://www.telmex.com>. México 1988.

15. Sivadoray, Cecilia. Producción y conducción de un programa de televisión de espectáculos en la ciudad de Celaya, Gto. ULSAB, México, 1998.
16. Torres, Rafael. "Enlace de telecomunicaciones por fibras ópticas". Revista Voces, Teléfonos de México, núm. 289, México, marzo 1986.