

Escuela Nacional de Estudios Profesionales "Acatlán"

**"Elaboración de lineamientos para la reconstrucción de
forma y contenido del boletín informativo de Seguros
Tepeyac a partir del departamento de Comunicación
Organizacional"**

Para optar por el título de
Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva

288311

P R E S E N T A

En la modalidad de
Memoria de desempeño profesional

Alejandra García Rosales

Asesor: Lic. Edith A. Martínez Chávez



Acatlán, 20 de abril de [REDACTED]

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCIÒN

CAPÍTULO I

I. EL ENTORNO LABORAL

A. CARACTERÍSTICAS DE SEGUROS TEPEYAC, S.A.	
1. FILOSOFÍA DE LA ORGANIZACIÓN.....	1
2. OBJETIVOS DE SEGUROS TEPEYAC.....	9
B. CARACTERÍSTICAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	12
1. ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCIÓN	
2. CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.....	14
3. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	15
C. PERFIL DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL	17
1. UBICACIÓN DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL	
2. PROBLEMAS DE DISTRIBUCIÓN	
3. LA ACTIVIDAD PROFESIONAL Y LAS METAS DE LA INSTITUCIÓN..	18

CAPÍTULO II

II. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	
A. CARACTERÍSTICAS DEL BOLETÍN INFORMATIVO CORREO TEPEYAC	20
B. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL TIPO DE POBLEMAS EXISTENTES.....	22
1. UBICACIÓN DE PROBLEMAS	
2. DEFINICIÓN DE PROBLEMAS.....	26
C. CONCEPTOS Y NOCIONES BÁSICAS DE LA MUESTRA.....	28
1. DEFINICIÓN DE MUESTRA	
2. TIPOS DE MUESTRA QUE SE UTILIZARÀN.....	29
D. TECNICAS A EMPLEAR.....	31
1. CONCEPTO DE ENTREVISTA	
2. CRITERIOS DE JUSTIFICACIÓN PARA LA UTILIZACION DE LA ENTREVISTA.....	32
3. CONCEPTO DE CUESTIONARIO	
4. CRITERIOS DE JUSTIFICACIÓN PARA EL USO DE CUESTIONARIO	34
5. ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO	
a) TABLAS DE ESPECIFICACIONES.....	36
E. INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS DE SEGUROS TEPEYAC, S.A	50
F. INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS ASISTENTES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE SEGUROS TEPEYAC, S.A.....	58

G. INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS GERENTES DE SEGUROS TEPEYAC, S.A.....	61
--------------------------------------------------------------------------------------------	----

CAPÍTULO III

III. PROPUESTA DE LA MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

A. CLASIFICACIÓN DE PROBLEMAS.....	65
1. PROBLEMAS PRIORITARIOS RESUELTOS POR LA ACTIVIDAD ACTIVIDAD PROFESIONAL	
B. JUSTIFICACIÓN DE LOS PROBLEMAS PRIORITARIOS.....	68
C. RECOMENDACIONES EN ACTIVIDAD PROFESIONAL E INSTITUCIONALES..	70
1. RECOMENDACIONES A CORTO PLAZO.....	71
2. RECOMENDACIONES A MEDIANO PLAZO.....	73
3. RECOMENDACIONES A LARGO PLAZO.....	74

CAPÍTULO IV

IV. CONSIDERACIONES FINALES.....

75

A. REFLEXIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN	
B. REFLEXIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA MEMORIA DE DESEMPEÑO.....	78
C. EVALUACIÓN DE LA FORMACION PROFESIONAL.....	79
1. APLICABILIDAD PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS A NIVEL REFERENCIAL	
2. EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIO-ECONÓMICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL	82
D. POSIBILIDADES AL TENER UNA FORMACIÓN PROFESIONAL.....	83
E. REFLEXIÓN EN TORNO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL PARA QUE LA PRÁCTICA PROFESIONAL GARANTICE UNA MEJOR CALIDAD.....	86
F. REFLEXIÓN SOBRE QUE DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL APOYARÍA PARA ENRIQUECER LA FORMACIÓN PROFESIONAL.....	87

CONCLUSIONES.....	89
-------------------	----

BIBLIOGRAFÍA.....	94
-------------------	----

ANEXOS.....	96
-------------	----

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo nace de la necesidad de elaborar nuevos lineamientos que permitan una reconstrucción de forma y contenido del boletín informativo de Seguros Tepeyac a partir de la experiencia adquirida como asistente de comunicación organizacional a lo largo de 2 años.

El actual formato y contenido del boletín informativo no provoca una participación real de los empleados y esto afecta directamente a la creación, formación y distribución de este producto comunicativo y de la actividad del asistente de comunicación.

Entendiendo por lineamientos solamente el establecimiento de una propuesta a nivel recomendación el asistente de comunicación organizacional hace una reconstrucción en éstos lineamientos para elevar el nivel de lectura, captación y participación de los empleados además de darle la importancia que requiere este medio al interior de un sistema que influye y es influenciado en el trabajo cotidiano de los propios empleados.

Es necesario plantear las deficiencias que posee el boletín informativo para establecer a su vez las modificaciones que coadyuven al mejoramiento del boletín tanto de forma como de contenido para que de esta forma se incremente la importancia del mismo.

La intención de este trabajo es señalar la situación del medio comunicativo y posteriormente presentar las propuestas o recomendaciones para corregir los problemas reflejados a través de los diferentes instrumentos de investigación.

Es importante apuntar las condiciones reales que presenta el "Correo Tepeyac" para que el lector comprenda las carencias que presenta dicho medio

y de acuerdo al planteamiento de nuevos lineamientos se reconstruya en forma y contenido basándose primeramente en la experiencia profesional como asistente de comunicación y por los resultados obtenidos a través de la aplicación de cuestionarios y entrevistas.

La memoria de desempeño profesional se basa principalmente en la experiencia obtenida en el campo laboral permitiendo establecer aquellas fallas consideradas relevantes para que se establezca un sistema de comunicación óptimo.

El realizar este trabajo bajo la modalidad de memoria de desempeño profesional es porque se considera necesario dar a conocer la experiencia adquirida directamente en el campo profesional, pero apoyándose paralelamente a los fundamentos teóricos y metodológicos recibidos en la Universidad.

De tal forma que la actividad profesional permite plasmar los problemas, tareas y funciones que se desempeñan en el área de comunicación organizacional y relacionar éstas actividades con la formación académica. Además se suman a éstas razones el aspecto personal de por qué elegir esta modalidad como forma de titulación y la razón es que se permite dar a conocer los problemas reales a los cuales se tiene que enfrentar el asistente en el campo laboral.

Entendiendo que la comunicación organizacional al interior de una empresa representa un flujo de mensajes que pretende optimizar las relaciones laborales entre toda su plantilla de empleados buscando el crecimiento y evolución de todos los componentes de la misma empresa una de las razones personales que motivaron a la creación del presente trabajo fue modificar el boletín informativo y que dichos cambios a su vez cambien las percepciones, actitudes y acciones de los receptores del boletín informativo.

Un motivo más que se suma a la decisión de optar por la memoria de desempeño como forma de titulación es evaluar y señalar la importancia que

tiene un comunicador dentro de una empresa no comunicativa, pero que posee un departamento que justifica la existencia de mismo; además pretende apuntar la necesidad de crear una especialización real de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Colectiva para que posean los conocimientos adecuados y puedan integrarse al campo laboral satisfactoriamente.

La actividad profesional permite plasmar los problemas, tareas y funciones que se presentan en el área de comunicación organizacional y relacionar éstas acciones con la formación académica.

De tal forma que el primer capítulo lleva como título "El entorno laboral" y presenta una perspectiva global de la empresa para que el lector tenga conocimiento de lo que es Seguros Tepeyac, las características de la misma, su filosofía, objetivos y metas que persigue así como ubicar la posición del asistente de comunicación organizacional.

También muestra el alcance que tiene la comunicación en los procesos cotidianos que vive la sociedad a través de los procesos comunicativos donde los actores ocupan posiciones distintas y en el transcurso del mismo proceso desempeñan funciones distintas, por lo tanto para el desarrollo del boletín informativo existen personas que inician el proceso comunicativo (asistentes de comunicación organizacional) y receptores que atienden a este proceso (lectores), sin embargo a lo largo de éste proceso las posiciones de los actores pueden cambiar de acuerdo a las circunstancias.

En el segundo capítulo titulado "Diagnóstico de investigación" se definen los problemas existentes y se recaban opiniones tanto de empleados administrativos, gerentes, subdirectores y los propios asistentes de comunicación organizacional por medio de encuestas y entrevistas seleccionándolos de acuerdo a la información que se pretende den a conocer.

En este mismo capítulo se exponen los conceptos teóricos, tipos y criterios bajo los cuales se trabaja y de esta forma el lector comprenda porque razón se eligen éstos instrumentos de investigación.

Al realizar la aplicación de cuestionarios se pretende obtener información por parte de los empleados administrativos, las entrevistas que se realizan a gerentes y subdirectores permite observar el nivel de participación e interés de los niveles administrativos y directivos.

Las entrevistas aplicadas a los asistentes de comunicación organizacional apuntan las condiciones bajo las cuales opera el boletín y la situación bajo la cual laboran éstos mismos.

El desarrollo del capítulo III "Propuesta de la memoria de desempeño profesional" incluye la correspondiente interpretación de la información del diagnóstico establecido en el capítulo II así como la propuesta para solucionar los problemas detectados y señalados en el anterior capítulo correspondiente a la práctica profesional y a los problemas institucionales.

Para situar estas posibles soluciones se proponen estrategias en 3 espacios temporales: a corto, mediano y largo plazo, éstos tiempos están establecidos de acuerdo a los recursos existentes en la compañía, las condiciones generales de la propia empresa y la importancia de implementar dichos cambios.

Finalmente el último capítulo de consideraciones finales hace un recuento de lo que es la formación profesional, de lo que es la práctica profesional y se establece una interrelación entre la formación obtenida a través del estudio de una carrera profesional y la experiencia obtenida en el campo laboral. Este último capítulo es de suma importancia ya que se da un panorama general de lo que fue la formación profesional y qué de este proceso ayudó a enfrentar las actividades diarias como asistente de comunicación organizacional y de que forma la experiencia adquirida en el campo laboral puede auxiliar en la formación de los futuros profesionales de la comunicación.

Asimismo se presentan las asignaturas que han resultado más útiles para el desempeño de las labores profesionales justificando de que manera han coadyuvado al crecimiento práctico y profesional.

Para concluir el lector contará con imágenes del boletín informativo "Correo Tepeyac" que permiten comprender y conocer con mayor precisión el medio informativo, la impresión del boletín informativo se encuentra ubicada en la sección de anexos al final del trabajo. Además si el lector considera necesario consultar los cuestionario se ponen a su entera disposición.

CAPÍTULO I

EL ENTORNO LABORAL

Este capítulo tiene como finalidad explicar lo que es Seguros Tepeyac, S.A. sus objetivos, misiones y filosofía así como señalar su historia y sus momentos importantes que han otorgado crecimiento a la misma y la han colocado en un lugar privilegiado entre las aseguradoras mexicanas. Esta información permitirá tener un concepto general de lo que es la institución y se describirá la actividad del asistente de comunicación organizacional ya que el objetivo principal de dicho trabajo es elaborar lineamientos que intervengan en la reconstrucción de forma y contenido al boletín informativo.

Para entender la actividad del asistente de comunicación organizacional se dará a conocer el organigrama y los niveles que existen en la compañía a fin de ubicar la posición del asistente.

Asimismo los términos de comunicación y comunicación organizacional, es necesario plantear el significado de éstos términos para una mejor comprensión del lector hacia los elementos que componen el flujo comunicativo que representa el boletín informativo.

A. Características de Seguros Tepeyac, S.A.

Seguros Tepeyac es una empresa con giro financiero dedicado a la actividad aseguradora, sin embargo a pesar de no ser una empresa comunicativa como lo son los medios masivos de comunicación (radio, prensa y televisión) posee un departamento llamado Mercadotecnia y comunicación

organizacional, su principal función es sostener una estrecha relación entre sus niveles directivos, empleados administrativos, agentes proveedores y asegurados.

El área de comunicación organizacional tiene bajo su responsabilidad la realización del boletín informativo de la institución, la organización de eventos, difusión y patrocinio, así como la formación de los manuales de capacitación y bienvenida. Los asistentes de comunicación organizacional deben de recopilar, organizar y crear los respectivos artículos y reportajes que se publican semana con semana en el boletín informativo. Sin embargo no solo tienen esa función los asistentes de comunicación organizacional deben de colaborar directamente para conseguir que el flujo de información se dé con la circulación debida, entendiendo por esto que los datos e informes deben de publicarse con la forma y en el momento oportuno. Asimismo se debe de considerar que una de las funciones del asistente de comunicación organizacional es definir las características del boletín a publicar.

Asimismo están obligados a investigar los temas sugeridos por parte de los usuarios del correo y hacer los estudios correspondientes al avance de la compañía y de esta forma presentar las diferentes etapas que vive Seguros Tepeyac, S.A. Por tanto aunque no es una empresa comunicativa tiene un departamento que avala esta función .

Se considera necesario dar el contexto histórico de la empresa para conocer las partes que la integran y cuál es su función dentro de la sociedad así como la importancia que conlleva su actividad, posteriormente y como ya se mencionó se citará la filosofía que rige a la institución y sus objetivos, se considera importante mencionar esta información para entender la situación que

prevalece en Seguros Tepeyac y la importancia que tiene cada uno de los elementos que la conforman.

Posteriormente se explicará el organigrama de la institución y cómo funciona, esto con el fin de ubicar la actividad profesional y como está relacionada con otras áreas, es importante señalar la interrelación que existe dentro de Seguros Tepeyac para entender el proceso comunicativo que se practica a diario y principalmente el del asistente de comunicación organizacional el cual se le ha denominado así en la Organización debido a que se dedica a organizar crear, proponer y aplicar las medidas necesarias para optimizar el flujo de comunicación al interior de los departamentos, redondeando esta idea es la persona que hace realidad el que exista un boletín informativo, pero además lleva a cabo la organización de eventos, cursos, actividades, seminarios, etc.

Seguros Tepeyac, S.A. es una de las principales compañías aseguradoras en México, esta organización está dotada de un capital y un patrimonio a nivel internacional, es una empresa dedicada a la actividad aseguradora que busca aportar soluciones innovadoras a la protección patrimonial y personal de personas y de empresas.

La Organización persigue principalmente proteger tanto a los individuos como a sus bienes y actualmente ofrece servicios en seguros de vida, colectivos y de grupo, accidentes personales, enfermedades, incendio, marítimo y transportes, automóviles, responsabilidad civil y seguros diversos.

Etapas de Seguros Tepeyac, S.A.

El 16 de mayo de 1944 surgió la Organización y su fundador fue el Sr. Salvador Vega, el capital con el que se formó fue de un millón de pesos representado en acciones al portador de mil pesos cada una y el Consejo de Administración Ordinaria inicial estaba conformado de la siguiente manera:

Presidente	Emilio Lanzagorta
Vicepresidente	Salvador E. Liz
Tesorero	Alberto Phillips Skinfield
Secretario	Pedro Villao de la Prida
Vocal primero	Santiago Ontañón
Vocal segundo	Olegario Llamosas Martínez
Vocal tercero	Rafael Martínez Barranco
Vocal cuarto	Francisco Mijares
Vocal quinto	Alfredo Casar Cano
Vocal suplente 1º.	Carlos Huerta Garrastachu
Vocal suplente 2º.	Ricardo Bernal
Vocal suplente 3º.	Celestino González
Vocal 4º.	Juan B. Orraca
Vocal 5º.	Gustavo López Cedeño
Comisario	Roberto Hernández
Comisario suplente	Angel Carmona C.

Seguros Tepeyac inició con éxito sus operaciones en el ramo de incendio, transporte y automóviles desde los primeros años de su funcionamiento y así logró obtener utilidades las cuales aunque no muy numerosas si lograron separar a la Organización, consecuentemente se formaron dos grupos de accionistas con tendencias y criterios diferentes; *el primero era partidario de otorgar dividendos y el otro grupo consideraba que era necesario acumular las ganancias hasta lograr la consolidación de la compañía.*¹

¹ MARTI, Berenguer Arturo, *Seguros Tepeyac celebración cincuentenario 1944-1994*, p. 54

Estos conflictos originaron que unas personas decidieran salirse de Seguros Tepeyac y se constituyera una nueva empresa llamada Seguros Chapultepec, pero Tepeyac continuó sus labores y después de la salida del Sr. Salvador Vega se quedó al frente de la operación un equipo de ejecutivos que no supo responder a la confianza que se les otorgó causando un grave deterioro a la empresa.

En el año de 1950 se incorporó a la organización el Sr. José Luis Llamosas su entrada provocó la planeación de una nueva organización, se tuvieron que redefinir las funciones directivas y de esa forma se entregó la responsabilidad ejecutiva al director general y el Consejo solamente actuó como órgano de supervisión y consulta, es decir las decisiones claves dentro del desarrollo de la compañía ya son tomadas por el director general y el Consejo sólo supervisa las decisiones tomadas.

En esa época los acuerdos más importantes a los que se llegaron fueron:

- * Reafirmar la política de mantenerse independientes de cualquier grupo financiero o empresarial.
- * Contar con una gama completa de productos y servicios que demandaba el mercado en el plazo más corto posible.
- * Lograr un crecimiento sostenido superior al del mercado.
- * Lo más importante para la Organización son las relaciones humanas entre todos los que conforman la empresa interna y externamente.
- * Crear el mejor equipo humano posible procurando que los ejecutivos salgan de la propia compañía.

Entre 1961 y 1962 la meta era reducir las distancias jerárquicas y lograr que toda la operación de llevará a cabo por personal altamente capacitado.

Bajo este criterio se logró obtener la confianza y el deseo de la gente de participar en la reestructuración de la empresa, la cooperación de todos fue espontánea y la entrega total. La meta de Seguros Tepeyac, S.A. era lograr que cada empleado llegará a sentirse igual que como si trabajara de manera independiente, es decir, sin que existiera la necesidad de tener un funcionario o jefe que supervisara su desempeño laboral.

Esto lo consideraron importante los directivos y se dieron soluciones con base a la información obtenida de todos y cada uno de los formularios contestados.

Otra etapa importante se marcó en 1982 ya que se nacionalizó la banca, esto provocó que se creara un sindicato del gremio asegurador y Tepeyac decidió celebrar una reunión con el personal para exponer los motivos y objetivos de la formación del futuro sindicato; ya con la formación de la nueva unión sindical se nombró líder a Marco Antonio Barajas.

Para el año de 1989 se tuvo conocimiento de que Mapfre (el grupo asegurador más importante de España) ² tenía interés por invertir en el mercado mexicano y como Seguros Tepeyac S.A. tenía necesidad de elevar en potencialidad y requería colocarse a nivel internacional, para lograr esto nada mejor que unirse al sistema MAPFRE cuya organización e influencia en el mundo del seguro es una realidad.

² Idem, p. 90

Con esta unificación Seguros Tepeyac logró una consolidación en el mercado asegurador y pasó de ser una empresa familiar a una empresa institucional.

En el año de 1995 después de sufrir una contracción el sector asegurador Tepeyac entró a un período de recuperación, en 1997 registró un crecimiento nominal del 29%. También se presenció un aumento en el número de competidores y un crecimiento en la participación de empresas tanto pequeñas como medianas.

En ese entorno lleno de competencia Seguros Tepeyac tuvo grandes logros y a finales de 1997 tuvo un crecimiento del 39% en relación al año anterior, 10% mayor al crecimiento del mercado y así actualmente ocupa ya la quinta posición entre todas las aseguradoras mexicanas.

En el transcurso de 1997 la organización emprendió importantes acciones de desarrollo entre las cuales destacan:

A nivel de recursos humanos, la introducción a la actividad aseguradora de 650 nuevos agentes; en servicios la creación de un centro de atención telefónica para la expedición de pólizas, telemarketing y la prestación de servicios asistenciales; en desarrollo de infraestructura la apertura de nuevas oficinas y el inicio de una transferencia de las comunicaciones a redes de fibra óptica, en cuanto a productos el lanzamiento de planes en dólares y UDI's y por último el posicionamiento ante el público de servicios asistenciales mediante campañas publicitarias en medios masivos a través de comerciales en televisión y anuncios espectaculares, así como el patrocinio de eventos.

Otro de los logros de la compañía es la autorización para participar en el mercado de administradoras de fondos para el retiro a través de Afore Tepeyac constituida al inicio de febrero de 1997, cabe mencionar que el nacimiento de esta Afore entre un grupo selecto de participantes marca la diversificación de la aseguradora como grupo financiero.

Las filiales con las que cuenta la Organización Tepeyac son:

- Seguros Tepeyac, S.A. (aseguradora)
- Afore Tepeyac (AFORE)
- MAPFRE-RE (reaseguradora)
- México Asistencia (empresa de servicios asistenciales)
- CESVIMEX (Centro de experimentación y seguridad vial)

Seguros Tepeyac, S.A. cuenta además con 5 divisionales:

- 1º. División Noreste
- 2º. División Noroeste
- 3º. División Occidente
- 4º. División Sureste
- 5º. División Metropolitana

A su vez cada divisional cuenta con sus oficinas regionales, las cuales están distribuidas en todo México.

Divisional Noreste.- Monterrey, Matamoros, Nuevo Laredo, Ciudad Reynosa, Saltillo, Tampico, Torreón, Piedras Negras y Ciudad Victoria.

Divisional Noroeste.- Tijuana, Mexicali, Ensenada, Culiacán, Los Mochis, La Paz, Mazatlán, Hermosillo, Ciudad Obregón, Chihuahua, Ciudad Juárez y Durango.

Divisional Occidente.- Guadalajara, Colima, Tepic, Autlán, Acapulco, Puerto Vallarta, León, Aguascalientes, San Luis Potosí, Tepatlán, Zacatecas, Querétaro, Zamora, Morelia y Uruapán.

Divisional Sureste.- Puebla, Veracruz, Córdoba, Poza Rica, Pachuca, Oaxaca, Villahermosa, Cancún, Mérida y Tuxtla Gutiérrez.

División Metropolitana.- Ejército, Cuernavaca, Norte, Reforma, Sur, Tlalnepantla, Toluca, Valle.

1. Filosofía de la Organización.

La filosofía de la empresa es garantizar la completa satisfacción de los asegurados, proveedores, empleados, accionistas y autoridades con una completa vocación de servicio, liderazgo y responsabilidad social, así como dar un servicio de primer nivel que cumpla con las necesidades de calidad, oportunidad, constancia, competencia en el mercado y actitud de servicio.

Es importante señalar estos puntos porque los directivos de Seguros Tepeyac desean que todos los empleados de la institución adquieran un compromiso de dar un servicio eficaz procurando el desarrollo de la empresa mediante la dedicación al trabajo, el continuo deseo de superación y el cuidado para ser eficientes y productivos ya que uno de los propósitos de la empresa es la correcta atención para sus clientes.

Para cumplir con estos fines es primordial contar con sistemas de información veraces y oportunos, así como una abierta comunicación a todos los niveles tanto internos como externos para crear programas permanentes de desarrollo personal; debido a esto se ha creado el boletín informativo "Correo Tepeyac" paralelamente a correos informativos locales o actividades que pretenden dar a conocer la situación de la compañía o algún proyecto importante para el desarrollo de la misma.

La filosofía que actualmente maneja la institución ha buscado un permanente programa de capacitación que lleve de la mano la alta tecnología que posee con los recursos humanos más capacitados, todo esto teniendo un solo fin: el crecimiento diario tanto de empleados como de la propia compañía. Para lograr esto es necesario plantear objetivos específicos y dirigidos a cada uno de los elementos que componen el círculo que conforma Seguros Tepeyac, S.A.

2. Objetivos de Seguros Tepeyac, S.A.

La empresa siempre ha buscado una constante participación en todos los niveles y desarrollarse ampliamente, pero todo esto se logra a través del cumplimiento de los objetivos señalados a continuación:

1. Con relación a los asegurados, la meta es ofrecer y vender servicios de alta calidad, eficiencia y efectividad que satisfagan las necesidades de los clientes, con el propósito de que paguen sólo los servicios que realmente necesitan y así conseguir que los asegurados se sientan respaldados confiablemente en Seguros Tepeyac, S.A.
2. Respecto a sus agentes, la empresa está convencida de que en toda contratación de un seguro debe intervenir un agente profesional, que haya hecho de la venta una intermediación eficaz que permita ofrecer los mejores productos a los mejores costos, pero además de contar el asegurado con su asesor de ventas, Seguros tepeyac posee un canal abierto de comunicación a través de los empleados y funcionarios con el fin de sostener siempre un contacto directo con sus clientes

3. En relación con su plantilla laboral, la empresa cree que el recurso más valioso con el que cuenta es el personal y se quiere actuar en consecuencia; pagar a todos los colaboradores un sueldo justo de acuerdo a las labores que desempeña. Dar un trato correcto y respetuoso a todas y cada una de las personas que colaboran en la empresa.
4. Fomentar un ambiente de trabajo donde exista el orden y la producción dentro de la mayor cordialidad.
5. La empresa se esforzará en ofrecer al personal oportunidades de promoción y desarrollo, buscando cubrir los puestos vacantes superiores con quienes laboran en la compañía desde tiempo atrás y recurrir al reclutamiento externo sólo en caso necesario y se apoyará al personal implementando programas de capacitación mediante cursos y seminarios teóricos y prácticos.
6. Respecto a sus accionistas, es ofrecer una empresa sólida y eficiente que proporcione seguridad y rentabilidad a su inversión.
7. En relación a los competidores es respetar a quienes trabajan en el ramo del seguro, luchar por superarlos dentro de las normas que impone la ética general y la particular del ramo dentro del cual se desarrolla el trabajo.
8. En cuanto a la comunidad, se pretende ser una empresa consciente de sus responsabilidades sociales, mantener buenas relaciones con la comunidad y favorecer la participación del personal en actividades de asistencia pública y desarrollo de la comunidad.

Todo esto enmarcado en lo que siempre ha sido la filosofía de Seguros Tepeyac S.A. *participación en todos los niveles; crear conciencia en la*

*administración de costos y ante todo, actuar honestamente en el más amplio sentido de la palabra. El lema: desarrollo y consolidación.*³

No obstante estos puntos señalados como objetivos de la empresa existen carencias fundamentales en relación a la producción y distribución de información enfocada principalmente en el boletín informativo "Correo Tepeyac" y esto debe principalmente a que no hay políticas de comunicación en la organización y esto impacta directamente a la línea con que se produce el boletín,

El siguiente apartado permitirá al lector conocer en que posición se ubica al asistente de comunicación organizacional, se definirán las tareas diarias que debe llevar a cabo el asistente y se presentarán los conceptos de comunicación y comunicación organizacional a fin de saber de que manera está afectando la actividad del asistente a la comunicación y que elementos respaldan la existencia de un egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en una empresa con giro financiero.

B. CARACTERÍSTICAS DE COMUNICACIONES INTERNAS

1. Organigrama de la institución

Seguros Tepeyac cuenta con una Presidencia y tiene dos áreas al mismo nivel, una es la Presidencia Adjunta y la segunda la Dirección General; ésta a su vez posee tres direcciones que son: Dirección General Adjunta, Dirección Administrativa y Dirección Ejecutiva.

³ MARTI, *Ibidem*, p. 75

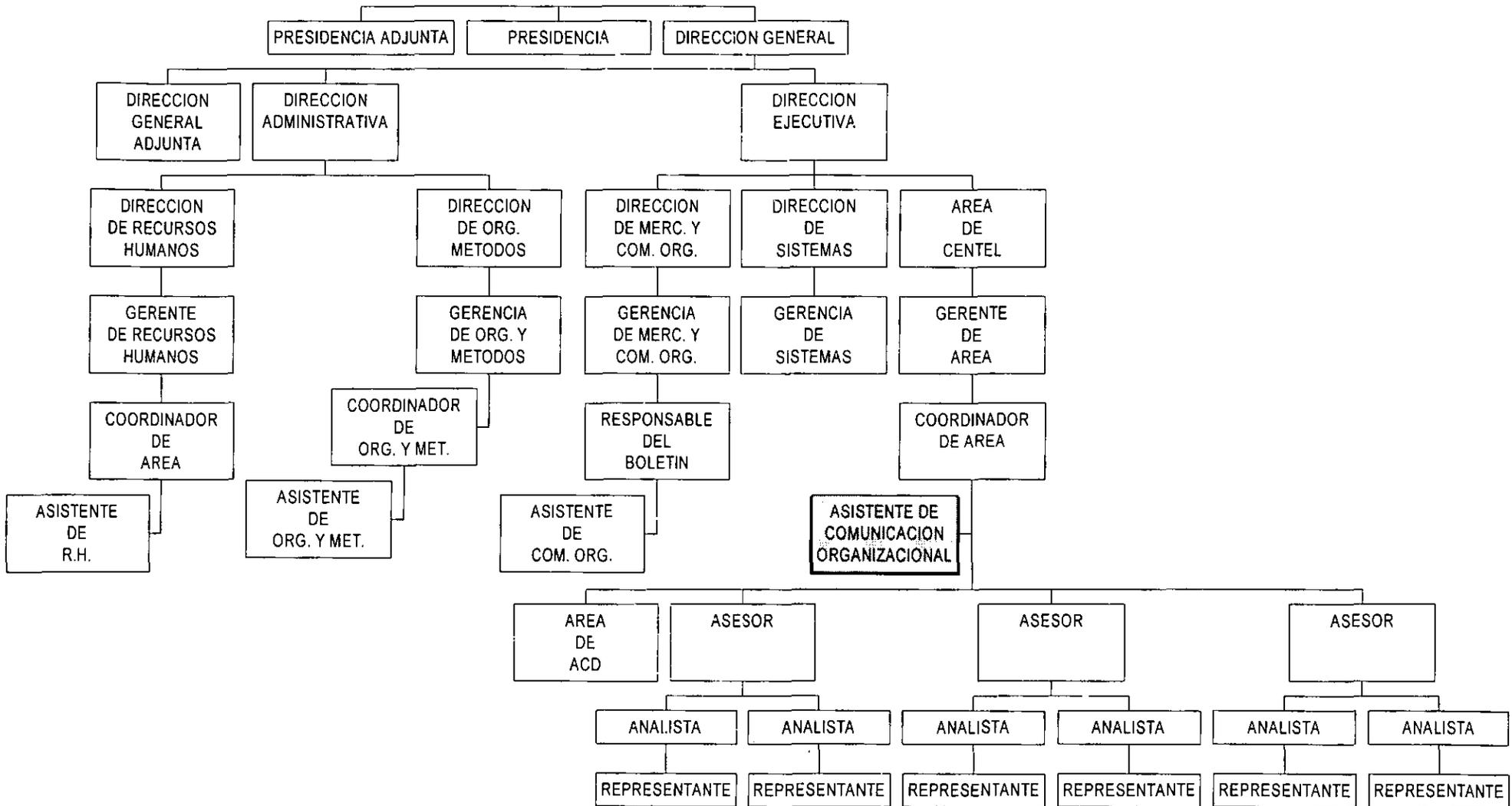
De la Dirección Administrativa dependen muchos departamentos o áreas, pero el más importante es la Dirección de Recursos Humanos y la Dirección de Mercadotecnia; por su parte la Dirección Ejecutiva cuenta con tres áreas que dependen de ella, la primera es la Dirección de Organización y Métodos, la segunda es la Dirección de Sistemas y por último un grupo nuevo, pero de vital importancia para el desarrollo de la compañía, el Centro de Emisión.

Cabe señalar que la organización cuenta con departamentos variados, pero sólo se mencionan dentro de este organigrama los más generales ya que la plantilla y la organización laboral es mucho más compleja y grande.

Cada Dirección cuenta con su respectiva gerencia, este cargo cuenta con un responsable o coordinador de área. Cada uno de estos responsables o coordinador debe de tener un asistente que apoye y controle la información específica de su grupo ya que debe de ser publicada en el boletín de Seguros Tepeyac, S.A. (*)

(*) Ver organigrama

ORGANIGRAMA DE SEGUROS TEPEYAC



(*) Organigrama de Seguros Tepeyac, S.A.

Para que esto se entienda se citará un ejemplo:

El Centro de Emisión y de acuerdo a la importancia con la que cuenta dentro de la Organización debido a su gran número de emisión de pólizas emitidas a través de este grupo cuenta con diversos servicios para sus usuarios (agentes de Seguros Tepeyac), así como novedades, políticas, eventos a realizar y funciones del departamento. El asistente de comunicación organizacional del Centro de Emisión así como cada uno de los asistentes son los responsables de crear, organizar y colaborar con los artículos que serán manejados en el boletín informativo. Estas figuras se definen como comunicadores porque dentro de sus encomiendas esta el generar estrategias para logran una identificación del boletín con sus propios departamentos y funciones a realizar mediante la producción y distribución del "Correo Tepeyac".

La información recabada de todas las áreas tiene que ser jerarquizada, organizada y publicada además de crear una media o puente entre empleados y directores, además de asesorar a los usuarios del medio.

Por tanto dentro de la organización existe una interdependencia, entendiendo esto como *un sistema cuyas partes están relacionadas entre sí y con su medio ambiente*⁴ ya que todos los departamentos cuentan con un asistente en comunicación organizacional que permite y crea un puente dentro de la empresa con el fin de integrar y difundir las actividades y servicios que maneja la organización. El asistente es el encargado de recopilar, ordenar y crear artículos que considere que sirvan para el crecimiento tanto profesional como personal para los trabajadores.

⁴ GOLDHABER, *Comunicación Organizacional*, p. 30

Los asistentes principalmente deben de investigar, crear, formar y publicar los servicios, novedades y reportajes presentados en el boletín informativo. Una de las funciones paralelas del asistente de comunicación organizacional es difundir a través de las visitas que realiza a las diferentes oficinas regionales los servicios integrados en Tepeyac, una más de sus obligaciones es organizar los cursos y talleres para la integración del personal y su constante capacitación, esto con el fin de integrar una red de interrelaciones entre todos y cada unos de los integrantes de Seguros Tepeyac, S.A.

2. Concepto de comunicación

Para conocer el sistema de comunicación a nivel organización primeramente se explicará qué es la comunicación basándose en distintas definiciones. Apoyándose en textos escritos de Manuel Martín Serrano se entiende a la comunicación como una capacidad donde dos o más seres vivos de su misma especie intercambian información y se forman representaciones a partir o a propósito de lo que se comunica, es decir de un objeto de referencia

Mediante diferentes elementos se crea un proceso comunicativo, éstas partes o elementos son primeramente actores que tienen como intención comunicar algo a propósito de un objeto de referencia, así ego será quien inicia el proceso comunicativo y alter es solicitado por el primero y se presupone tiene la intención de atender e incorporarse al mensaje que se le está haciendo llegar.

Los instrumentos pueden ser biológicos y/o tecnológicos, mismos de los que se servirán los actores tanto para la producción como consumo de mensajes, otra parte importante para el logro de un sistema comunicativo son las expresiones que son un conjunto de señales ordenadas por un código mismas que le darán materialidad al mensaje. Y las representaciones que son imágenes

y/o sentidos que constituye alter (segundo actor de la comunicación) a propósito del objeto de referencia aludido.

Este concepto aplica perfectamente a las relaciones que existen dentro de Seguros Tepeyac ya que diariamente la organización está sujeta a procesos comunicativos para poder llevar a cabo el funcionamiento en cada una de las áreas. Dichos procesos conllevan la existencia de actores (empleados a todos los niveles) y que tienen el propósito de comunicar algo a través de escritos, juntas, cursos, correos electrónicos, políticas, pláticas o mensajes sencillos ya que todo intercambio de información es un proceso comunicativo.

Todo este intercambio de información es posible gracias a la existencia de instrumentos tanto biológicos como el habla o tecnológicos como el correo electrónico, escritos, comunicados, audiovisuales, etc.

Para que un proceso comunicativo tenga sentido de existir es necesario que existan representaciones formadas por alter que es el que recibe el mensaje, enviado por el emisor y que dentro de Tepeyac éstas representaciones las constituyen los empleados tanto administrativos como directores o cualquier persona que reciba un mensaje.

Dentro de una empresa es necesaria la existencia de un departamento encargado de articular información y así enviar y recibir datos para optimizar la actividad diaria. Es por eso que a continuación se presentan algunos conceptos teóricos de lo que es la comunicación organizacional.

3. comunicación organizacional

Existen distintas definiciones de lo que es la comunicación organizacional, sin embargo se citarán las de 3 diferentes autores y posteriormente se darán las características comunes o generales de este término.

Primeramente para Redding y Sanborn (1964) la comunicación organizacional es el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja institución.

Para Thayer (1968) es el flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización e identifica tres sistemas de comunicación:

- *operacionales* (datos relacionados con tareas u operaciones)
- *reglamentarios* (órdenes, reglas, instrucciones)
- *mantenimiento/desarrollo* (relaciones públicas y con los empleados, publicidad, capacitación)

Finalmente para Witkin y Stephens (1972) la comunicación organizacional son aquellas interdependencias e interacciones que se producen entre y dentro de los subsistemas por medio de la comunicación y que sirven a los propósitos de la comunicación.

Por lo tanto se considera que existen tres puntos comunes para describir lo que es la comunicación organizacional y a continuación se enumeran:

- 1.- La comunicación organizacional ocurre en un sistema abierto que es influenciado e influencia al medio ambiente.
- 2.- La comunicación organizacional implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio utilizado.
- 3.- Implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y sus habilidades.

Es decir, la comunicación se crea y desarrolla en todo un sistema y los mensajes que son provocados por esta comunicación determinan al medio ambiente y su funcionamiento.

Por último se puede decir que la comunicación organizacional es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes.

Aplicando esta definición a Seguros Tepeyac, S.A. se infiere que la organización conforma un sistema que es influenciado e influye en la sociedad a través de la actividad aseguradora que realiza. Mediante el área de mercadotecnia y comunicación organizacional de Seguros Tepeyac se crea el boletín informativo que posee la cualidad de publicar una serie de artículos y reportajes teniendo un propósito definido que es dar a conocer y promover los servicios que ofrece la empresa. De esta forma la realización del boletín informativo implica la participación tanto de las personas que lo hacen como a los usuarios y lectores, así como sus pensamientos, criterios, ideas y aptitudes.

Enseguida se dará a conocer la actividad profesional que lleva a cabo el asistente con el objeto de saber cuáles son sus funciones en la creación, investigación, elaboración y distribución del boletín informativo, además de presentar los problemas a los cuales tiene que hacer frente para lograr la publicación del producto comunicativo.

C. Perfil de la actividad profesional.

1. Ubicación de la actividad profesional.

De acuerdo a la actividad profesional como asistente de comunicación organizacional se tiene que reportar directamente a la jefatura del centro de emisión de Seguros Tepeyac, ésta jefatura a su vez reporta a la Sub-dirección y se emite un informe de los objetivos, avances y logros obtenidos a la Dirección Ejecutiva.

Asimismo el asistente de comunicación organizacional tiene que reportar paralelamente al responsable del boletín informativo que depende del gerente mercadotecnia y comunicación organizacional.

2. Problemas de distribución

Actualmente el boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A. se publica semanalmente a través del correo electrónico (Group Wise) este medio es difundido por la red computacional y sólo se utiliza esta herramienta para su distribución.

La publicación del boletín se da de forma electrónica para explotar una herramienta ya establecida, además de considerarse los directores un avance en los medios de comunicación.

Por lo tanto se genera un problema cuando se tienen dificultades con la red, se da la aplicación de una nueva versión o se entra al período de

mantenimiento de las computadoras ya que por estos factores antes mencionados no se puede ingresar a la lectura del boletín.

Otro de los problemas de distribución es que ésta se hace a nivel nacional, sin embargo se le da más peso a la información metropolitana, es decir se centraliza la información manejada, y no se toma en cuenta que existen muchas sucursales a nivel nacional y por consiguiente problemas, situaciones o información trascendente que puede resultar interesante a toda la plantilla laboral.

3. La actividad profesional y las metas de la institución.

Las metas de la institución giran alrededor de la completa satisfacción de los asegurados, proveedores, empleados, accionistas y autoridades, estas metas se logran con una completa vocación de servicio, liderazgo y responsabilidad social y un servicio de primer nivel.

Para que esto se cumpla es necesario que exista una comunicación a todos los niveles y que cada uno de los integrantes de la organización entienda y respete las funciones laborales y se apeguen a la estructura de la empresa.

La actividad del asistente de comunicación organizacional está directamente ligada a los objetivos de la empresa ya que se busca optimizar las relaciones entre cada uno de los integrantes de Seguros Tepeyac, S.A. y por medio del boletín se intenta elevar el nivel de calidad de los servicios que se ofrecen ya que el contenido del boletín maneja información acerca de los avances que se tienen en la empresa, se dan a conocer los diferentes eventos y cursos a impartir y se crean módulos de capacitación interactiva.

La información que se maneja en el objeto comunicativo y que reciben los empleados de forma semanal permite que se cree un puente comunicativo entre los empleados y cada uno de los departamentos para que se tenga la misma información, la participación de los integrantes de la compañía implica que se tiene que hacer un intercambio de conocimientos y este intercambio se hace a través del boletín informativo.

4. Características del boletín informativo "Correo Tepeyac"

El boletín informativo "Correo Tepeyac" es manejado y difundido a través del correo electrónico, a esta herramienta tienen acceso todos los integrantes de Seguros tepeyac, S.A. el boletín esta hecho en el paquete Word, es decir que para poder acceder es necesario que los usuarios estén conectados a la red y posteriormente abrir el Group Wise y el paquete de Word.

Se presenta cada semana y sus aplicaciones son a color, sin embargo si se desea imprimir el correo se puede hacer sólo en impresoras blanco y negro. Existe la opción de archivar el boletín informativo, ya sea en la memoria de la computadora o bien en discos flexibles; otra alternativa es conservar el boletín en el correo electrónico hasta que el área de sistemas realice la depuración de correos de forma automática.

El mantenimiento a los correos electrónicos se hace cada mes aproximadamente, por tanto si se quiere imprimir el boletín se debe de hacer en el momento en que es recibido. Existe la opción de que el usuario mantenga el boletín "Correo Tepeyac" en su carpeta de buzones recibidos o bien en la papelera.

Para facilitar este proceso se ilustrara mediante la impresión de la portada del boletín y se anexa también un número de uno de los boletines que han sido publicados.(*)

(*) Ver anexo 1 p. 103

De esta forma se concluye en este capítulo que existe un producto comunicativo que tiene como objetivo optimizar las relaciones laborales entre todos sus empleados, además de publicar artículos que coadyuven al crecimiento tanto profesional como personal. A dichos objetivos se deben apegar los asistentes de comunicación organizacional ya que su actividad principal es recopilar, organizar y crear los artículos publicados en el boletín informativo.

El definir las características estructurales de la revista además de intervenir directamente en la distribución de dicho medio son algunas de las tareas diarias del asistente, pero éste capítulo que tuvo como objetivo hacer las presentaciones de actividades está estrechamente ligado a los problemas a los cuales tiene que dar solución esta persona para que su trabajo realmente sea recibido por parte de los empleados de Seguros Tepeyac.

El siguiente capítulo planteará los problemas reales que enfrenta el asistente y se establecerán las técnicas a emplear para saber cuáles son los puntos de vista de los consumidores del boletín informativo y los resultados que se obtuvieron al llevar a cabo la aplicación de entrevistas y cuestionarios.

CAPÍTULO II

DIGNOSTICO DE INVESTIGACIÓN

En éste capítulo se señalarán los problemas tanto coyunturales como estructurales que existen en la Organización Tepeyac y en específico del área donde se elabora el boletín informativo, asimismo se hará la planeación para la detección de dichos problemas y se crearán los instrumentos para llevar a cabo la investigación.

Posteriormente se aplicarán instrumentos de investigación a tres muestras específicas: empleados administrativos, gerentes de área y colaboradores del boletín informativo con el fin de obtener información de los distintos niveles jerárquicos de la organización, después se hará el respectivo vaciado de datos y finalmente se realizará una interpretación de resultados.

La aplicación de los cuestionarios y entrevistas permitirá la demostración de los posibles problemas existentes, así como la situación que guarda el boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A.

A. Definición y características del tipo de problemas existentes

1. Ubicación de problemas

A partir de la experiencia obtenida como asistente de comunicación organizacional se han detectado una serie de problemas, algunos de ellos recaen en la actividad profesional actual, esto quiere decir que los problemas afectan el desarrollo del desempeño laboral.

Uno de los principales problemas a los cuales se tienen que enfrentar los asistentes de comunicación organizacional es la falta de ordenación entre todos los componentes de la compañía, esto debido a que la información se centraliza y no se da acceso a otras oficinas del interior de la República a leer el boletín provocando la producción de otros productos comunicativos como folletos o boletines regionales, además de que se provoca una desarticulación entre los empleados y la información publicada. Redondeando esta idea no existe en su totalidad un flujo de información adecuado debido a la falta de coordinación y asesoría por parte de los niveles directivos hacia el resto de empleados.

El hecho de que surjan otros productos comunicativos genera desequilibrio en toda la Organización porque un servicio que ofrece la división de Noreste, por ejemplo, sólo se da a conocer en aquella región sin permitir que se aborde en el boletín central dando por resultado la falta de información a nivel nacional y a su vez los servicios, artículos o reportajes publicados en el boletín del área Metropolitana y sus respectivas oficinas sólo se dan a conocer en la región respectiva sin importar la proyección a nivel nacional que ofrece el boletín informativo "Correo Tepeyac".

Esto degenera en un desconocimiento de políticas a nivel general y se asume la información de manera parcial. El conflicto surge a raíz de la inexistencia de políticas y líneas a seguir porque cada uno de los departamentos de comunicación organizacional en sus diferentes divisionales hace lo que mejor cree sin importar si la información publicada afecta de alguna manera a toda la organización Tepeyac a nivel nacional.

También se ha observado a lo largo del desempeño profesional que es importante la participación general de todos y cada uno de los trabajadores de

Seguros Tepeyac, sin embargo cuando se les solicita cooperar con aportaciones personales de carácter informativo o recreativo hacen caso omiso de la invitación, este inconveniente surge porque los empleados tienen trabajo designado o responsabilidades que acatar por lo tanto prefieren sólo leer el boletín y no participar activamente.

Uno de los inconvenientes que existen en el boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A. es que los usuarios desean ver publicados ciertos temas o reportajes, sin embargo no hay suficiente información al respecto por lo que se tiene que iniciar una investigación del tema, sin embargo, no existe un departamento encargado de investigar adecuadamente los temas que se sugieren ser publicados. Como cualquier investigación la persona responsable de desarrollar la propuesta tiene que remitirse a fuentes documentales, realizar entrevistas y en ocasiones no se cuenta con el tiempo disponible para investigar ampliamente ya que el boletín tiene una periodicidad y los artículos tienen que ser publicados dentro de ese período por lo tanto en ocasiones se tiene que trabajar de manera extraordinaria y así lograr la publicación del artículo o reportaje.

Otro de los problemas que influye en el objeto de trabajo es la poca participación de los empleados en la sección de aportaciones libres, esto se debe a que existe un desinterés o apatía para escribir algo. Este inconveniente surge porque los empleados tienen trabajo designado o responsabilidades que acatar, por lo tanto prefieren solo leer el boletín y no participar. Además de que no se ha creado una cultura de participación en la Organización ya que los empleados sólo ven al boletín como medio de información, pero no interactúan en él.

Cabe señalar que existen a la par problemas estructurales, es decir, problemas que atañen a la actividad profesional pero que no pueden ser resueltos por los empleados mismos y uno de estos problemas es la limitación de manejo de imágenes y uso de Power Point dentro del boletín informativo y estas limitaciones las marca el área de Sistemas, porque fundamenta que se generan problemas en la red central y además se provoca un uso excesivo de la memoria de dicha red.

Un problema más para la realización del boletín informativo es que existen temas importantes y trascendentes para la operación de Seguros Tepeyac, S.A. que surgen de manera sorpresiva arrastrados o provocados por elementos económicos, sin embargo, la publicación de estos temas se tiene que posponer y programar hasta la fecha cuando el boletín es publicado. De esta forma los temas pierden su importancia debido a que no se dan a conocer en el momento preciso.

Es decir, si de pronto se cancela la orden de crear un seguro obligatorio para todos los vehículos automotores esto no se publica en el momento en que se está dando la información, sino se debe de esperar hasta el momento de publicación del boletín y esto de alguna forma hace que se pierda el interés de leer el artículo porque esta información ya fue abordada en distintos medios de comunicación.

Además de estos problemas los asistentes de comunicación organizacional y el responsable se tienen que apegar a ciertas reglas de la empresa y aunque existen temas que piden los empleados sean abordados en el medio comunicativo esto no se puede hacer ya que existen ciertas limitaciones para su publicación como lo son los lineamientos que señalan los

propios directores ya que algunos temas están sujetos a la aprobación o censura de los funcionarios.

Las reglas o línea editorial a las que se tienen que apegar los asistentes y responsable son establecidas por la Dirección, estos lineamientos consisten en no perder de vista el objetivo principal del boletín que es informar la situación en la que se encuentra la empresa, es decir, no se pueden publicar demasiados artículos desligados de estos objetivos.

Por ejemplo, si en un número publicado se detecta que los artículos y reportajes son de información general como la violencia en México, la contaminación, turismo, etc. los directores manifiestan que si se pueden incluir siempre y cuando se conserven artículos de posicionamiento de la empresa, las ventas a través de telemarketing, los resultados mensuales o temas directamente relacionados a la actividad aseguradora.

De esta forma la actividad profesional se ve afectada por estas limitaciones, sin embargo no pueden ser resueltas directamente aunque estén afectando a las actividades diarias. De igual forma existen problemas estructurales que afectan o limitan la actividad de los asistentes de comunicación organizacional, estos inconvenientes son generados principalmente por agentes externos que prestan sus servicios a la compañía.

Uno de los constantes problemas a nivel estructural enfrentados por el boletín es el frecuente mantenimiento proporcionado a la red de cómputo, esta actividad genera una interrupción de acceso al boletín informativo debido a que éste es manejado a través del correo electrónico, por lo tanto al darse respaldos o mantenimientos del sistema o del equipo de cómputo los usuarios no pueden leer el boletín. Posteriormente cuando se reestablece el sistema los trabajadores

probablemente están ocupados en su desempeño laboral y ya no les interesa acceder al medio de comunicación.

Finalmente se considera que existe una centralización de información tanto en tomas de decisión, como cambios importantes surgidos dentro de la actividad de la empresa y novedades de esta misma, ya que se deben manejar a nivel nacional y sólo se informa a las oficinas centrales o en ocasiones a determinadas oficinas regionales por lo tanto existe descontento entre el personal porque no se proporcionan los datos en el momento exacto. Dicha centralización de información obedece a problemas de comportamiento por parte de los niveles directivos.

2. Definición de los problemas

La publicación del medio de comunicación es semanal y se envía por correo electrónico a todos los usuarios de la red, pero no se le da la importancia requerida ya que las hojas asignadas son muy pocas, aunque se podría contar con una ampliación en el espacio utilizado y esta amplitud podría ser dedicada para incluir más imágenes dentro del boletín y así darle un giro más dinámico.

El departamento de comunicación organizacional y en específico para el área donde se realiza el boletín informativo existe un responsable que organiza a los asistentes, el trabajo que se tiene que publicar, las entrevistas, las visitas, pero no existe un puesto que lleve a cabo las investigaciones por consiguiente se sugiere crear un puesto donde la persona que adquiera esa posición realice las investigaciones necesarias y de esta forma se publiquen los temas que desean los empleados sean abordados porque en ocasiones los temas no

pueden ser planteados profundamente por falta de material y por no existir una persona dedicada a investigar los temas sugeridos a publicar.

Asimismo, se cuenta con la autorización de los directivos para que los empleados de la Organización publiquen algún artículo personal en la sección de aportaciones libres, pero existe una apatía en el ambiente laboral y en realidad son muy pocas las sugerencias o aportaciones de los trabajadores, por lo tanto uno de los instrumentos o medios para incrementar las aportaciones podría ser la realización de concursos con un tema en específico, es decir, se podría sugerir un tema e invitar a los empleados a escribir algo referente a ese tópico y el artículo mejor hecho podría recibir algún estímulo y esto se cree que podría elevar el número de aportaciones personales.

Para la realización del boletín de Seguros Tepeyac, S.A. se cuenta con suficiente equipo de cómputo, el equipo que se maneja es individual y los programas son los más actuales y con todas aquellas herramientas necesarias, así como un programa de correo electrónico actualizado y con variadas opciones sin embargo, el desarrollo y la creación del boletín se ve limitado ya que el área de Sistemas manifiesta que al hacer uso de las herramientas de Power Point la memoria de la red se ve afectada.

Es decir, si los asistentes de comunicación organizacional requieren ingresar algunas imágenes en movimiento apoyándose en el paquete Power Point los ingenieros en sistemas manifiestan que esto genera un gasto innecesario de las memorias de las computadoras y es por eso que sólo se autorizan imágenes en Word, por lo tanto no se cuenta con el apoyo suficiente por parte del área de Sistemas y Ofimática.

B. Conceptos y nociones básicas de la muestra

1. Definición de muestra

La palabra "muestra" en el sentido general de la palabra significa una parte o elemento representativo de un conjunto, población o universo que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo, pero basándose en una definición estadística se puede decir que *la muestra es una parte de una población-objeto de investigación y es elegida por determinados procedimientos y su estudio conduce a conclusiones que son extensivas a la totalidad de la población.*⁵

La muestra que es una parte o fracción representativa de un conjunto, población o universo tiene que ser seleccionada de forma cuidadosa porque el valor de las conclusiones depende de la representatividad de la muestra, es decir tiene que asegurar que el subconjunto represente a la población de manera que permita generalizar al universo los resultados obtenidos y para que se realice esta selección de la mejor manera se cuentan con técnicas de muestreo, éstas son operaciones que se realizan para elegir la muestra.

Es importante señalar que el universo, población o colectivo conforma el total de un conjunto de elementos a indagar y del cual en una investigación sólo se estudiará una fracción (muestra) pensando reúne las mismas características del universo.

Pero, para que una muestra tenga validez técnico-estadístico debe de ser representativa, es decir que represente lo más exactamente posible las características del universo, que su tamaño sea estadísticamente proporcionado

⁵ ANDER Egg, Ezequiel *Introducción a las técnicas de investigación social*, p. 179

a la magnitud del universo y finalmente el error muestral se debe de mantener dentro de los límites adoptados como permitidos.

2. Tipos de muestras que se utilizarán

Para efectos de esta investigación y basándose en la estructura y procedimiento de cada tipo de muestra se utilizará el muestreo aleatorio simple, el muestreo intencional u opinático y el muestreo racional o intencionado, en los siguientes párrafos se definirá con exactitud el concepto de dichos términos.

Mediante una encuesta se aplicaran 14 cuestionarios a una muestra aleatoria simple que consiste en que todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados directamente como parte de la muestra.

Los elementos clasificados como parte de la muestra son empleados administrativos de Seguros Tepeyac, S.A. estas personas son usuarios del correo electrónico y por lo tanto tienen la misma oportunidad de acceder al boletín informativo ya que éste se distribuye en dicho medio. El número de elementos que serán cuestionados es de 14. Y el tipo de cuestionario que se va a aplicar a esta muestra es el cuestionario post-codificado con preguntas abiertas y cerradas, así como preguntas con respuesta de abanico y de estimación.

Se entiende como cuestionario post-codificado aquél cuyas respuestas están formuladas libremente con las palabras y términos del sujeto interrogado. Las preguntas que se manejarán son preguntas abiertas debido a que éstas son contestadas por el interrogado de manera libre, es decir, él mismo construye la respuesta. Asimismo se aplicarán preguntas cerradas y sólo pueden ser contestadas con un "sí", "no" o en el último de los casos "no sé"; se eligió este tipo de preguntas debido a que se requiere información específica y las posibles

respuestas son más objetivas y fiables además de que es posible tabularlas con toda fidelidad. También se harán preguntas con respuesta de abanico que permite contestar escogiendo o señalando una o varias respuestas presentadas. Finalmente a esta muestra se aplicarán preguntas de estimación, *a este tipo de preguntas se introduce en el abanico diversos grados de intensidad para un mismo ítem.*⁶

Asimismo se aplicarán entrevistas a una muestra intencional u opinática entendiéndose ésta como una muestra donde la persona que realiza la investigación selecciona la muestra procurando que sea representativa. Las personas que serán seleccionadas son directivos de área con la misma jerarquía dentro de la Organización y que tienen a su cargo los diferentes grupos de servicio tanto interno como externo.

Para la aplicación de esto se entrevistarán a dos ejecutivos de Seguros Tepeyac, la primera persona ocupa la gerencia del centro de emisión y la segunda persona es subdirector de la dirección ejecutiva, el tipo de entrevista que se hará es la no estructurada con el uso de preguntas abiertas donde el interrogado construye la respuesta con su propio vocabulario diciendo lo que desea sobre la pregunta que se le esté planteando, a la misma muestra se le aplicarán preguntas de opinión para conocer el punto su vista acerca del objeto de investigación.

Para ilustrar lo antes mencionado se citará un ejemplo de una pregunta abierta: ¿qué secciones considera que se podrían agregar para mejorar la situación actual del boletín?, en cuanto a las preguntas de opinión el ejemplo es: ¿cree usted que el boletín informativo es un puente comunicativo entre dirigentes y el resto de la Organización?

⁶ Ibidem, p.p. 274-276

En la entrevista no estructurada se da una mayor libertad a la iniciativa de la persona interrogada y al encuestador, se trata en general de preguntas abiertas ya que este tipo de preguntas permite al interrogado construir sus propias respuestas, igualmente se elaborarán preguntas de opinión porque interesa los conceptos o creencias que tengan los interrogados.⁷

Finalmente se aplicarán cuestionarios post-codificados entendiéndose por éstos aquellos cuyas respuestas están formuladas libremente con las palabras del interrogado, *generalmente se forma con preguntas abiertas porque el interrogado puede expresarse libremente y manejar su propio vocabulario sin tener ningún límite para su respuesta.*⁸ a una muestra razonada o intencionada con preguntas abiertas, este tipo de muestra supone o exige un cierto conocimiento del universo a estudiar y se aplicará a los asistentes de comunicación organizacional que colaboran con la formación y creación del boletín informativo, el tamaño de la muestra es de 2 personas y es representativa ya que participan directamente con la elaboración del medio de comunicación.

D. Técnicas a emplear

1. Concepto de entrevista

Los objetivos principales al realizar una entrevista es obtener información de un individuo o grupos, facilitar información e influir en ciertos aspectos de las opiniones, comportamientos o sentimientos. Como técnica de recopilación va desde la interrogación mediante una guía de preguntas hasta la conversación

⁷ Ibidem, p.p. 195, 275, 279

⁸ Ibidem, p.p. 186, 274, 275

libre, en ambos casos se requiere un formulario o esquema de preguntas con el fin de orientar la conversación.

La entrevista se puede definir como una conversación entre dos o más personas en donde una posee el papel de entrevistador y el otro u otros es el entrevistado (s), estas personas conversan con respecto a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión específica. Presupone pues la existencia de personas y posibilidad de interacción verbal. Esta es una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos para averiguar hechos, fenómenos o situaciones a través de la interrogación estandarizada o bien, de conversación libre.

2. Criterios de justificación para la utilización de la entrevista

Para efectos del presente trabajo se ocupará como instrumento de investigación la entrevista ya que a través de ella se pretende obtener información importante y los entrevistados se espera otorguen datos relevantes y de gran ayuda para diagnosticar la situación que guarda el boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A.

Las entrevistas a utilizar son las no estructuradas que permiten mayor libertad al entrevistado y se manejan con preguntas abiertas dentro de una conversación, en donde el entrevistado responde bajo sus propios términos, teniendo como característica especial que no se utilizan esquemas o estandarizaciones.

La razón por la que se está utilizando la entrevista en el presente trabajo es que existe la posibilidad de obtener un alto nivel de respuesta por parte de los entrevistados y manejarse datos más precisos, así como captar de manera inmediata los sentimientos y opinión que tienen sobre el tema manejado,

además de que ofrece la ventaja de la flexibilidad, es decir el entrevistador puede aclarar el sentido de las preguntas y repetirlas o explicarlas si fuera necesario.

Asimismo se utilizará como instrumento la encuesta y se aplicarán a los empleados administrativos de Seguros Tepeyac, es importante mencionar las características de este elemento y el tipo de cuestionarios que se van a utilizar, así como las preguntas y las características que poseen.

3. Concepto de cuestionario

El cuestionario es un instrumento que sirve para recopilar datos y que se encuentra rigurosamente estandarizado ya que la aplicación se hace mediante la formulación escrita de preguntas y a través de las respuestas que dan los encuestados se puede estudiar el hecho propuesto en la investigación o permite a su vez verificar hipótesis formuladas.

Para que el cuestionario cumpla con las exigencias del método científico debe de responder a dos requisitos: validez y fiabilidad. La validez quiere decir que el cuestionario es válido si los datos obtenidos se ajustan a la realidad sin distorsión de los hechos. Por su parte la fiabilidad del cuestionario es la capacidad de obtener iguales o similares resultados aplicando las mismas preguntas acerca de los mismos hechos o fenómenos.⁹

⁹ Ibidem, p. 273

4. Criterios de justificación para el uso de cuestionario

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizará la aplicación de cuestionarios ya que se pretende conocer la opinión general que tienen los empleados administrativos con respecto al boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A., estos cuestionarios manejarán preguntas cerradas, con respuesta de abanico y de estimación ya que permitirán y arrojarán información sobre la opinión que tienen los empleados de dicho boletín.

Se considera que la técnica de encuesta es eficaz para esta investigación ya que mediante este instrumento se pueden obtener datos relevantes e información significativa desde el punto de vista de los empleados.

5. Elaboración del instrumento

Dentro de este apartado se explicará de que forma se van a aplicar las técnicas planteadas anteriormente. Primeramente se aplicarán 14 encuestas a diferentes empleados de Seguros Tepeyac, S.A., la forma en que serán abordados en el transcurso de la tarde (de 16:30 a 17:00) ya que en ese horario no tienen exceso de trabajo como lo tienen por las mañanas, aunque el cuestionario se lo van a poder llevar y contestarlo cuando les sea posible, se espera que el tiempo empleado no exceda los límites que se tienen contemplados.

Las preguntas serán redactadas de tal forma que sean fáciles de entender y no se tenga ningún problema para contestarlo, a los cuestionarios que se

apliquen se le hará una pequeña introducción explicando el objetivo del mismo e instrucciones generales para su llenado.

Las entrevistas se realizarán a dos personas que tienen un cargo gerencial y la otra persona una subdirección dentro de la organización, para lograr las entrevistas se tendrá primero que programar una cita con cada uno de ellos acoplando los tiempos calculados y el tiempo disponible que tengan ellos, así como el lugar. Se grabarán completamente las entrevistas y se preparará un pequeño guión de preguntas para llevar un orden y ubicar el sentido de las respuestas que den.

Las entrevistas a realizar para la tercera muestra que en este caso son los propios asistentes de Comunicación Organizacional se llevarán a cabo en un receso dentro de la jornada laboral, este puede ser a media tarde, pero como todos ellos tienen un horario común y actividades muy similares es más fácil aplicar estas entrevistas.

A partir de la obtención de los resultados se procederá al vaciado de los datos en cuadros que faciliten su pre-interpretación. Se hará también una comparación de los datos obtenidos tanto de puntos en los que coinciden las tres muestras como de aquellas diferencias que se den.

Esta pre-interpretación permitirá conocer las diferentes posturas que tienen cada una de las muestras y sus criterios en relación al actual boletín informativo que se está realizando.

Posteriormente se podrán establecer las características y las opiniones generales que se tienen del boletín y se definirá su función real dentro de

Seguros Tepeyac, S.A., de esta manera se conocerán los alcances y las limitaciones que tiene este medio de comunicación.

Teniendo los resultados se harán recomendaciones que incidan en la reconstrucción, modificación y proyección del boletín informativo, asimismo se elaborarán recomendaciones que provoquen un mejoramiento del medio comunicativo y su papel en la compañía.

a) *Tablas de especificaciones*

Las tablas de especificaciones contienen las preguntas que se les aplicarán a las tres diferentes muestras por lo tanto se elaborarán el mismo número de tablas para ser aplicadas a empleados, directores y asistentes de Comunicación Organizacional cada una con la técnica más adecuada.

A continuación se definen los términos utilizados en la tabla de especificaciones:

El *Objeto de trabajo* es entendido como la delimitación del tema y éste es la elaboración de lineamientos comunicativos a nivel contenido y formato a nivel secciones para la reconstrucción del boletín informativo y que incida en el logro de la difusión de los servicios que ofrece Seguros Tepeyac, S.A.

Para ellos se establecen las *dimensiones* que se concentran en cuatro temas a tratar:

- I. Contenido, debido a que es uno de los rubros que motivan la presente investigación porque es importante se provoque un cambio en los temas abordados en el boletín informativo "Correo Tepeyac".

- II. Formato, es fundamental que el boletín se presente con un formato establecido y una guía a seguir, con esto los lectores identificarían al medio comunicativo como un puente entre todos los niveles.
- III. Pertinencia, se considera importante establecer una serie de cambios que repercutan en la mejora del boletín, motivo por el cual se cuestiona si sería pertinente o adecuado modificar lo ya establecido.
- IV. Repercusiones, cuestionar si el actual boletín “Correo Tepeyac” tiene alguna influencia dentro de la empresa y que repercusiones o resultados tendría si se le diera un cambio en cuanto a contenido.

Los *indicadores* son los temas específicos a tratar y que provienen de las dimensiones señaladas anteriormente es importante apuntar que los indicadores varían dependiendo de la muestra a estudiar. Los cuestionarios aplicados a empleados administrativos manejará como indicadores la función del boletín, secciones, temas, color, imágenes, periodicidad y difusión.

Por último las *preguntas* se establecen en función de cada tema específico. Las preguntas deben estar bien formuladas ya que tienen como finalidad obtener información. Las preguntas incluidas dentro de los cuestionarios son preguntas cerradas, preguntas con respuesta de abanico, de estimación y de opinión.

Se elaboraron tres tablas de especificaciones ya que se tienen tres muestras distintas: empleados administrativos en general, directores de área y asistentes de Comunicación Organizacional.

La tabla de especificaciones manejará diferentes preguntas ya que a cada muestra se le preguntará algo distinto debido a que se desea obtener información desde diferentes ángulos, sin embargo algunos indicadores si serán

los mismos para todos. Dicha tabla de especificaciones contiene los cuatro elementos que en párrafos anteriores se definieron.

Existen diferentes indicadores dependiendo del tipo de muestra debido a que de cada una de éstas interesa información específica que se puede obtener de dichas personas, es decir, a los empleados administrativos se les cuestionará sobre la opinión que tienen del boletín, sin embargo a los asistentes de Comunicación Organizacional se les preguntarán las características del medio de comunicación, las funciones que tienen y el comportamiento que tienen los lectores respecto al boletín, de la misma forma se les preguntará sobre el proceso que tienen que seguir para ver publicado el boletín. Finalmente a los gerentes se les solicitará señalen de que forma ven afectadas o beneficiadas las áreas a su cargo respecto al boletín.

Sin embargo se coincidirá en ciertos puntos como lo son las funciones del boletín, secciones, temas, color e imágenes porque es información importante derivada de las 3 muestras presentadas.

A continuación se presentan de manera gráfica la tabla de especificaciones conteniendo en la primera columna el establecimiento del objeto de trabajo entendiendo por éste la elaboración de lineamientos para la reconstrucción de forma y contenido del boletín informativo de Seguros Tepeyac. La reconstrucción se hace en 4 dimensiones ilustradas en la siguiente tabla, cada una de las dimensiones posee indicadores y éste a su vez genera las preguntas aplicadas a nuestras 3 muestras diferentes.

OBJETO DE TRABAJO	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
Elaboración de lineamientos para la reconstrucción del Boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A.	Contenido	A, B y C.	1, 2, 3 ...
	Formato	D, E y F.	4, 5, 6 ...
	Pertinencia	G, H, I y J.	7, 8, 9 ...
	Repercusiones	K, L y M.	10, 11, 13 ...

El siguiente cuadro presenta el tipo de cuestionario que se aplicó a los empleados administrativos a fin de conocer su opinión del boletín informativo "Correo Tepeyac" y cuáles con las sugerencias que plantean para mejorar la situación actual de dicho medio.

CUADRO 1. TABLA DE ESPECIFICACIONES PARA CUESTIONARIOS A EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS

OBJETO DE TRABAJO	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
Elaboración de Lineamientos Para la Reconstrucción del	I. CONTENIDO	A. Función B. Secciones C. Temas	1. ¿Conoce el boletín "Correo Tepeyac"? 2. ¿Sabe cuál es su función dentro de la Organización? 3. ¿Recuerda cuándo leyó el último boletín? 4. ¿Qué información contenía? 5. ¿Qué sección recuerda más del boletín? 6. ¿Qué sección le agregaría al boletín? 7. ¿Son de su agrado las secciones manejadas en la actualidad? 8. ¿Considera necesario un cambio en las secciones que se manejan actualmente? 9. Los temas publicados en el boletín ¿resultan interesantes para usted? 10. ¿Qué temas le gustaría que se abordaran? (Opciones de temas)
Boletín Informativo de Seguros Tepeyac, S.A.	I. FORMATO	D. Color E. Imágenes	11. ¿Es de su agrado el formato que presenta el boletín actualmente? 12. ¿Le gustan los colores manejados en el boletín, si, no y por qué? 13. ¿Cree que son suficientes las imágenes incluidas en el boletín? 14. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría que se incluyeran en el boletín? (Opciones de imágenes)
	III. PERTINENCIA	F. Periodicidad	15. ¿Cuál piensa usted que sería la periodicidad idónea del boletín? (Opciones de periodicidad)

<p>Elaboración de lineamientos para la reconstrucción del boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A.</p>	<p>IV. REPERCUSION</p>	<p>G. Difusión</p>	<p>16. ¿Qué beneficios considera que tendría el boletín si se le diera una mayor difusión? 17. ¿ Cree que el boletín informativo es un buen medio de comunicación para que los empleados conozcan los servicios que ofrece Seguros Tepeyac? 18. ¿Los temas del boletín apoyan algunas actividades de su desempeño laboral, si, no y por qué?</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

CUADRO 2 TABLA DE ESPECIFICACIONES PARA ENTREVISTAS A LOS ASISTENTES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE SEGUROS TEPEYAC, S.A.

OBJETO DE TRABAJO	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
<p>Elaboración de Lineamientos Para la Reconstrucción Del boletín Informativo De Seguros Tepeyac, S.A</p> <p>Elaboración de lineamientos para la reconstrucción del boletín informativo de Seguros Tepeyac, S.A.</p>	I. FORMA	<p>A. Color</p> <p>B. Imágenes</p>	<p>1. ¿Los colores utilizados son los adecuados para la proyección de la imagen de Seguros Tepeyac, sí, no y por qué?</p> <p>2. ¿Considera importante el manejo de imágenes dentro del boletín informativo?</p>
	<p>II. CONTENIDO</p> <p>III. PERTINENCIA</p>	<p>C. Secciones</p> <p>D. Temas</p> <p>E. Importancia</p>	<p>3. ¿Las secciones que aparecen en el boletín son las más adecuadas, sí, no y por qué?</p> <p>4. ¿Cree usted que los temas que se abordan son los indicados?</p> <p>5. Existe algún tipo de limitación para que los temas sean publicados? (si lo hay por favor cite un ejemplo)</p> <p>6. ¿Qué tan importante es el boletín informativo para la empresa?</p> <p>7. ¿Qué tan importante es la realización del boletín para usted?</p> <p>8. ¿Considera que el boletín informativo es un buen medio de comunicación para Seguros Tepeyac?</p>

El último cuadro presenta las opiniones de dos funcionarios de Seguros Tepeyac en relación al correo Tepeyac.

CUADRO 3 TABLA DE ESPECIFICACIONES PARA ENTREVISTAS A DIRECTIVOS , GERENTES O JEFATURAS DE SEGUROS TEPEYAC, S.A.

OBJETO DE TRABAJO	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
Elaboración de Lineamientos Para la reconstrucción del boletín informativo de	I. OBJETIVOS	A. Función	1. ¿El boletín informativo de Seguros Tepeyac es un buen instrumento para difundir los objetivos de la empresa? 2. ¿Considera que el boletín informativo representa una ayuda para la integración de los empleados con la empresa? 3. ¿Cree usted que el boletín informativo es un puente comunicativo entre dirigentes y el resto de la organización? ¿Ha colaborado usted con algún artículo para el boletín informativo, sí, no y por qué?
Seguros Tepeyac, S.A.	FORMATO	B. Secciones C. Temas	5.- ¿Son suficientes las secciones con las que cuenta actualmente el boletín? 6.-¿Qué secciones considera que se podrían agregar para mejorar la situación actual del boletín? 7. ¿Cree que los temas que se incluyen refuerzan o apoyan el desempeño de los integrantes del área a su cargo? 8.- ¿Considera necesario un cambio en el formato que se maneja actualmente?

NOMBRE _____
PUESTO _____

AREA _____
ANTIGÜEDAD _____

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la opinión que tiene del actual boletín informativo "Correo Tepeyac" por lo que se le solicita conteste claramente cada una de las siguientes preguntas.

- 1.- ¿Conoce el boletín "Correo Tepeyac"?
- 2.- ¿Sabe cuál es su función dentro de la Organización?
- 3.- ¿Recuerda cuándo leyó el último boletín?
- 4.- ¿Qué información contenía?
- 5.- ¿Qué sección recuerda más del boletín?
- 6.- ¿Qué sección le agregaría al boletín?
- 7.- ¿Son de su agrado las secciones manejadas en la actualidad, sí, no y por qué?
- 8.- ¿Considera necesario un cambio en las secciones que se manejan actualmente?
- 9.- Los temas publicados en el boletín ¿resultan interesantes para usted?

ESQUEMA DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS ASISTENTES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE SEGUROS TEPEYAC S.A.

1.- ¿Los colores utilizados son los adecuados para la proyección de la imagen de Seguros Tepeyac, S.A. sí, no y por qué?

2.- ¿Considera importante el manejo de imágenes dentro del boletín informativo?

3.- ¿Las secciones que aparecen en el boletín son las más adecuadas, sí, no y por qué?

4.- ¿Cree usted que los temas que se abordan son los indicados?

5.- ¿Existe algún tipo de limitación para que los temas sean publicados? (si lo hay cite un ejemplo)

6.- ¿Qué tan importante es el boletín informativo para la empresa?

7.- ¿Qué tan importante es la realización del boletín para usted?

8.- ¿Considera que el boletín informativo es un buen medio de comunicación para Seguros Tepeyac?

9.- ¿Considera una buena inversión económica la realización del boletín informativo?

10.- ¿El boletín informativo considera usted que es una ventaja para dar a conocer los servicios que ofrece Seguros Tepeyac?

11. ¿Cree usted que la información del boletín informativo ayuda a mejorar el desempeño de los empleados?

12.- ¿Considera que el boletín informativo da a conocer los principios u objetivos de la institución?

13.- Describa brevemente el método para la realización del boletín informativo?

14.- ¿Bajo que criterios se jerarquiza la información que se publica en el boletín?

15.- ¿Le resulta agradable participar o llevar a acabo esta función?

ESQUEMA PARA LA ENTREVISTA A DIRECTORES, GERENTES O JEFATURAS DE SEGUROS TEPEYAC, S.A.

1.- ¿El boletín informativo de Seguros Tepeyac es un buen instrumento para difundir los objetivos al interior de la empresa?

2.- ¿Considera que el boletín informativo representa una ayuda para la integración de los empleados con la empresa?

3.- ¿Cree usted que el boletín informativo es un puente comunicativo entre dirigentes y el resto de la Organización?

4.- ¿Ha colaborado usted con algún artículo para el boletín informativo, sí, no y por qué?

5.- ¿Son suficientes las secciones con las que cuenta actualmente el boletín?

6.- ¿Qué secciones considera que se podrían agregar para mejorar la situación actual del boletín?

7.- ¿Cree que los temas que se incluyen refuerzan o apoyan el desempeño de los integrantes del área a su cargo?

8.- ¿Considera necesario un cambio en el formato que se maneja actualmente?

E) Interpretación de las encuestas realizadas a los empleados administrativos de Seguros Tepeyac, S.A.

De acuerdo a los 14 cuestionarios aplicados a los empleados administrativos de Seguros Tepeyac, S.A. se observó que el 100% de los mismos conocen el boletín informativo "Correo Tepeyac" publicado a través del correo electrónico y que es dirigido a toda la Organización. La muestra seleccionada fue tomada de la plantilla laboral ubicada en la oficina central de Interlomas, mismo lugar donde se produce el boletín, por lo tanto se tiene la plena seguridad de que el boletín informativo esta bien direccionado a todos y cada unos de los trabajadores de Seguros Tepeyac, S. A.. Sin embargo a través de las distintas entrevistas que se han aplicado a los responsables de la elaboración del boletín se observa un desconocimiento de este medio por parte de los empleados que pertenecen a las oficinas regionales.

Esta falta de interés por parte de los lectores ha provocado el surgimiento de otros productos comunicativos locales, es decir boletines, trípticos o revistas que solo manejan información concerniente a la oficina regional y aunque es positivo el que existan diferentes medios a través de los cuales se busque y procure una Comunicación Organizacional óptima no se debe de ignorar la existencia del boletín "Correo Tepeyac" el cual pretende establecer una red comunicativa donde estén involucrados todos los elementos de la Organización Tepeyac.

Aunque no se puede reducir la comunicación organizacional a la utilización de medios porque existen otros elementos como la realización de eventos y programas, distribución de la información a través de cursos así como la planeación y proyección de videos y presentaciones para elevar la calidad en la comunicación a todos los niveles de Seguros Tepeyac.

Respecto a la función que cumple este medio dentro de la Organización el total de la muestra considera como principal objetivo informar al personal en general los servicios que ofrece la empresa, crear un vínculo comunicativo entre todas las áreas y dar a conocer los acontecimientos surgidos y los avances que se tienen, así como manejar e informar datos acerca de los cambios tanto el en área comercial, administrativa y operativa.

Sin embargo la actividad profesional actualmente llevada a cabo permite observar la existencia de secciones que se alejan del objetivo principal del boletín que es tener un sistema de información para conocer la marcha y operación en cada una de sus faces porque el boletín "Correo Tepeyac" en ocasiones integra secciones carentes de información valiosa para el crecimiento de la compañía como lo son: "sección de cumpleaños y aniversarios" y "¿sabías qué...?"

Por otra parte las 14 personas tienen presente cuando se publicó el último boletín, sin embargo no recuerdan con exactitud el día, es decir, todos saben que hace poco se envió el último número del boletín, pero no saben exactamente cual es la periodicidad y cual es el día de publicación. Esto sucede porque en realidad el personal administrativo de Seguros Tepeyac no le da la suficiente importancia y seriedad a la existencia del boletín.

En cuanto a la información que contenía el último boletín 10 de las 14 personas recuerdan que se publicó un artículo especial sobre la delincuencia en México; 7 de ellos señalaron la sección de felicitación de cumpleaños; 6 personas coincidieron en que contenía una sección de aniversarios; 4 de los 14 indicaron la sección de servicios de Seguros Tepeyac y los avances de metas; 3 contestaron que los indicadores económicos es una de las secciones que se incluía y así mismo la sección ¿sabías qué...? también fue señalada por 3 personas como una sección incluida en el último boletín.

Estos resultados demuestran que en realidad no existe una homogeneidad entre los temas publicados, ya que no todos los cuestionados recuerdan información básica y vital como lo son temas referentes a la actividad aseguradora, pero los temas que tienen presentes no son considerados como importantes según su criterio.

En cuanto a la sección más recordada del boletín 7 personas coincidieron en la sección de ¿sabías qué...?, 4 señalaron la de los cumpleaños y posteriormente se señalaron la de los aniversarios, indicadores económicos, aportaciones libres, pensamientos, artículos especiales y productividad respectivamente. Lo citado anteriormente deja ver que en realidad las secciones que deberían de tener más peso y estar más presentes en la memoria de los empleados son las menos recordadas. Los artículos que están estrechamente relacionados con el giro de la compañía apenas fueron mencionados, en comparación la sección de “¿sabías qué ...?” que fue señalada por 7 personas de las 14 cuestionadas.

De acuerdo a estos resultados se advierte que para los empleados resulta menos complicado leer algo simple y sin que se exija atención al 100% más que un artículo técnico y relacionado con la actividad de Seguros Tepeyac, es por eso que el contenido del boletín debe ser cuidadosamente seleccionado para que exista un equilibrio entre la capacitación e instrucción y la distracción e información de esparcimiento y no se den estas contradicciones manifestadas en los resultados de las encuestas porque por un lado los empleados mencionan que el contenido resulta superfluo, pero por otro lado no le otorgan interés a los reportajes que manejan información técnica.

Las secciones que le agregarían al boletín son: una sección cultural señalada por 2 personas, actividades y funciones de la empresa por 2 personas, noticias 1 persona, recreación en tiempo libre y música 3 personas, 2 empleados no contestaron, 2 de los 14 no le agregarían ninguna sección y finalmente una

persona agregaría una sección en donde se den a conocer a los funcionarios de la compañía. Al evaluar los resultados se observa que en realidad no existe una sección que todos los empleados deseen se incluya en un futuro, no obstante el total de la muestra exige la creación de secciones con información de utilidad ya sea para su desempeño diario en el trabajo o de esparcimiento como lo es una sección cultural.

Respecto a si son de su agrado las secciones manejadas actualmente en el boletín 10 de las 14 personas contestó que sí les gustan, uno de los 14 empleados encuestados contestó que ha enviado aportaciones y nunca ha recibido respuesta, otra persona dijo que algunas de las secciones son un poco aburridas, un empleado más señaló que no todas las secciones son interesantes y calificó algunas como intrascendentes, por último una persona no contestó a esta pregunta. Por lo tanto se considera que el número de secciones es bueno, lo que se estima necesario es establecer secciones fijas para que el boletín tenga una secuencia y forma concreta. Actualmente se publican secciones superfluas sin embargo se podría dar un giro más dinámico al contenido del "Correo Tepeyac" para poder atraer más la atención de los empleados.

Es importante mencionar que un empleado mencionó que ha hecho aportaciones para que sean incluidas en el "Correo Tepeyac" y nunca ha recibido respuesta, esto se contrapone a lo exteriorizado por los asistentes de Comunicación Organizacional ya que ellos mencionaron la falta de participación por parte de los empleados para hacer colaboraciones.

Al tener estas dos perspectivas se considera que algunas de las aportaciones se alejan un poco de la filosofía de la empresa de manejar información relacionada con la actividad aseguradora y es por eso que no se publican algunas participaciones. Sin embargo, se podría buscar un espacio para

poder incluir el material enviado porque al no publicar las aportaciones de empleados repercute en la disminución de contribuciones.

Las personas que contestaron afirmativamente a la pregunta calificaron de buenas las secciones ya que resultan de mucha ayuda, dan a conocer información que a veces se ignora, son buenas porque no quitan el tiempo, son de fácil lectura, son entretenidas, manejan información y datos importantes para la empresa. En medio de una jornada laboral es importante mantener a los trabajadores informados de los cambios, novedades o innovaciones que esta viviendo la propia empresa ya que al utilizar estas herramientas pueden desempeñar mejor su trabajo, pero es necesario presentar la información de forma amena y accesible para lograr captar la atención del empleado en el momento oportuno sin distraerlo de sus labores.

Al preguntarles si consideran necesario un cambio en las secciones actuales del boletín 8 de las 14 personas dijeron que no es necesario, 3 opinaron que sí, un empleado señaló que es necesario hacer muchos cambios, otro más lo calificó como posible y el último dijo que tener cambios siempre resulta positivo. No obstante se estima necesario un cambio en el contenido de las secciones porque existen algunas que carecen de interés, además de ser ajenas a las funciones profesionales de los empleados. Además un cambio en el formato podría ayudar a darle una mejor proyección al interior de la propia empresa y de esta forma contribuir al hábito personal de la participación y lectura

En cuanto a si resultan interesantes los temas publicados en el boletín 10 empleados señalaron que sólo algunos temas son interesantes y los 4 restantes opinaron que sí son de interés. No existe una homogeneidad de opiniones y basado en las respuestas se observa que la mayoría de los empleados no consideran que el boletín maneje temas interesantes en su totalidad.

Por otra parte para 10 personas el formato que se presenta actualmente es bueno mientras que 2 lo calificaron como un poco bueno, uno dijo que no es de su agrado y otra persona más no contestó, por lo tanto se cree que los empleados están conformes con el formato que presenta actualmente el boletín, lo que se cuestiona en relación al formato son las secciones promovidas a través del boletín porque en realidad no existe un formato fijo y establecido de las secciones debido a que en una semana puede publicarse un artículo dedicado a la trayectoria de un empleado de Tepeyac y la siguiente semana no se maneja la misma sección y se publica un artículo enfocado a la situación del área de autos. Esto afecta el formato porque se carece de una continuidad y seriedad reflejándose en la poca interacción entre los responsables del "Correo Tepeyac" y los empleados. Es importante señalar que la modificación en cuanto a formato se cree recae en la formalidad y permanencia de las secciones incluidas mas que en los colores utilizados o el tipo de letra que se maneja.

En cuanto a la pregunta de que si son de su agrado los colores utilizados 10 contestaron que sí les gustan ya que son colores corporativos (rojo y blanco), atractivos, llamativos, colorantes y agradables a la vista. Sin embargo 4 dijeron que nos les gustan ya que lastiman mucho, son muy chillantes y parece la revista Eres, que nos les gusta el color azul y la última dijo que son muy llamativos y cree que deberían ser más discretos.

Es importante mencionar que los colores utilizados son institucionales y aunque para algunos resultan chillantes o desagradables a la vista no se pueden desechar porque el rojo y blanco proyectan la imagen de la compañía y éstos son de uso obligatorio en cualquier documento a publicar.

Con respecto a las imágenes 5 empleados consideran suficientes las imágenes incluidas, 7 señalaron que faltan imágenes dentro del boletín, una dijo que sobran imágenes y otro más opinó que algunas imágenes son innecesarias,

pero el posible aumento de imágenes en relación a lo que se está tratando podría darle un mayor dinamismo al boletín y podría repercutir en el incremento de participación por parte de los trabajadores.

Al preguntarles que tipo de imágenes les gustaría que se incluyeran 10 opinaron que les agradaría tener imágenes culturales, 6 dijeron que es importante también manejar fotografías de funcionarios, 5 de ellos opinaron que las fotografías de diferentes áreas de Seguros Tepeyac es una buena opción, 3 mencionaron como opción fotografías culturales y 2 finalmente dijeron que las gráficas son una buena alternativa; como se mencionó anteriormente el tipo de imágenes debe de ir de acuerdo al tema que se está abordando y como lo señaló uno de los trabajadores si se está reconociendo la trayectoria de un empleado en Seguros Tepeyac se debería de incluir una fotografía de esta persona para que en realidad se conozca su labor y su persona.

En relación a la periodicidad ideal 7 trabajadores señalaron que sería bueno manejar una periodicidad mensual, 4 dijeron que sería mejor cada 15 días, 2 opinaron que lo ideal sería cada semana y uno opinó que cada bimestre. Se considera que una periodicidad semanal es buena porque es un lapso razonable para poder incluir información que ocurra a lo largo de una semana de trabajo, sin embargo los datos publicados deben de ser importantes e interesantes para el lector porque en ocasiones se publican los resultados de ventas de cada divisional sin fijar un tiempo determinado, es decir, se publica en una semana, después de 2 meses, después de 3 semanas y esto genera confusión, por tanto los resultados de ventas, siniestros, primas pagadas, datos estadísticos, debe de ser información manejada cada mes en promedio para que en realidad resulte del agrado y comprensión de todos.

En cuanto a los beneficios que se tendrían si al boletín se le diera mayor difusión se señaló como beneficio el que habría mayor acercamiento entre todas

las oficinas, 6 personas opinaron que al darse una mayor difusión se manejaría información importante y existiría un más amplio conocimiento de lo que sucede en la empresa, una persona dijo que tiene buena difusión lo que hace falta es una modificación en la imagen y contenido del mismo, un empleado más dijo que habría mayor comunicación, 3 integrantes de la muestra indicaron que se incrementaría el número de aportaciones y 2 opinaron que se podría hacer más publicidad de cada área.

La comunicación al interior de una empresa es un factor fundamental para el desarrollo de la misma es por eso que la existencia del boletín informativo "Correo Tepeyac" posee la característica de unir a todos los elementos que conforman la red laboral de Tepeyac pretendiendo optimizar las relaciones y el flujo de información; además busca entablar todo un sistema comunicativo, el cual debe tener elementos a diferentes niveles pero con un objetivo en común que es integrar a todos los empleados.

En cuanto a que si consideran al boletín como un buen medio de comunicación para que los empleados conozcan su empresa 11 personas opinaron que sí es un buen instrumento, una dijo que debería de ser así, otra más opinó que debe serlo ya que esa es su función y una más opinó que no considera al boletín como un buen medio de comunicación. Aunque la mayoría de los empleados contestaron afirmativamente la pregunta existen trabajadores que todavía no le dan la suficiente importancia al boletín y no le conceden conveniencia a la existencia de este medio, esto es provocado por la falta de profundidad en algunos de sus artículos o la superficialidad de determinadas secciones.

Finalmente al referirse si los temas publicados apoyan su actividad laboral 6 personas dijeron que sí se sienten apoyados por el boletín, 6 más dijeron que no les ayudan los artículos publicados, un empleado consideró que apoyan

indirectamente porque de esta forma conoce a la empresa y el último señaló que un poco ya que casi no hablan de la emisión de seguros.

Los objetivos por parte de la alta dirección de Seguros Tepeyac están claramente definidos y uno de ellos es la constante capacitación a través de diferentes medios para procurar el desarrollo profesional de los empleados, de esta forma el "Correo Tepeyac" pretende apoyar el crecimiento y desempeño laboral y es por eso que se busca darle un giro en cuanto a contenido y que se incluyan artículos o reportajes referidos a la actividad aseguradora.

La siguiente presenta el cuestionario que se aplicó a 14 empleados administrativos de seguros Tepeyac, la primera columna expone el nombre del trabajador y su respuesta se cruza con la columna de las 18 preguntas aplicadas en el cuestionario.

Este cuestionario dejó ver la opinión de los empleados y cuáles son las sugerencias que ellos plantean para mejorar tanto en forma como contenido al "Correo Tepeyac"

MATRIZ DE DOBLE ENTRADA DE LOS CUESTIONARIOS APLICADOS A EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS

NOMBRE	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5
	¿Conoce el boletín "Correo Tepeyac"?	¿Sabe cuál es su función dentro de la Organización?	¿Recuerda cuándo leyó el último boletín?	¿Qué información contenía?	¿Qué sección recuerda más del boletín?
Mónica de Honor M.	SI	Informar a todo el personal de lo más sobresaliente en cuanto a noticias.	La semana pasada	Artículo sobre el huracán Mitch	La de los cumpleaños
Paola Magaña Morales	SI	Informar sobre cambios en la compañía y es una forma de interacción con los empleados	La semana pasada	Fechas de cumpleaños y aniversarios, indicadores económicos y sabías qué?	¿Sabías qué . ?
Patricia Díaz Hernández	SI	Crear un vínculo entre los empleados de diferentes áreas	Hace 5 días	Fechas de cumpleaños y aniversarios, indicadores económicos y sabías qué?	Los cumpleaños
Sergio Méndez M.	SI	Manejar información comercial cultural, operativa, laboral y de Seguros Tepeyac	La semana pasada	Diferentes rubros	Sabías qué . ? sección de cumpleaños y aniversarios
Laura Verónica Almanza	SI	Dar a conocer a los empleados ciertos puntos interesantes	No	Relación de los servicios, rendimiento de las SIEFORES, felicitaciones	Indicadores económicos
César Salazar	SI	El mantenernos informados del acontecer doméstico	La semana pasada	Cumpleaños, aniversarios artículo de cobranza	Sabías que ?
Enrique Gálvez Espejo	SI	Mantener informado al personal	6/11/98	Reportaje sobre la delincuencia en México	Aportaciones libres
Deborah Anaya	SI	SI	SI	Reportaje de delincuencia	Sabías qué ?
Elika Trejo	SI	SI	SI	El aumento de deducible en robo total para autos	Sección de cumpleaños
Fabiola Enriquez	SI	Informar	SI	Avance de las metas de la compañía, artículos, pensamientos, indicadores antigüedad cumpleaños	Los pensamientos
Mayra Agueda Morales	SI	No	2 de noviembre	Definición del listón blanco resultados de telemarketing aniversarios del personal	Las de interes social
Sergio Coria Cruz	SI	Dar información oportuna, temas referentes a la compañía notas curiosas	3 de noviembre	Cruzarla sobre delincuencia crecimiento de la empresa notas curiosas cumpleaños	Notas curiosas
Edith Flores Gómez	SI	Informar los acontecimientos de de las áreas personas y directores a nivel interno	02 de noviembre	Cumpleaños, aniversarios, la oficina que cumplió su meta, artículo de delincuencia	La oficina que cumplió y rebasó su meta de productividad
Laura Vázquez Espejel	SI	Informar a la empresa acerca de los cambios y comentarios	Hace unos días	Difusión de los productos, productividad, comentarios	La sección de brevario cultural

PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10
¿Qué sección le agregaría al boletín?	¿Son de su agrado las secciones manejadas en el boletín, si, no y por qué?	¿Considera necesario un cambio en las secciones que se manejan actualmente?	Los temas publicados en el boletín, ¿resultan interesantes para usted?	¿Es de su agrado el formato que presenta actualmente?
Información cultural	Si, son buenas y de mucha ayuda	No	Algunos	Es bueno
Que hablen de los puestos y funciones que existen y que se haga mayor difusión del centro telefónico.	He enviado algunas aportaciones y realmente nunca he recibido respuesta	No	Algunos	Si
Convenciones y actividades de la empresa	Algunas son un poco aburridas.	Muchos cambios	Algunos	Un poco
Noticias	No del todo, muchas son intrascendentes	Posiblemente	Algunos	No
Los cumpleaños	Si porque dan a conocer información que a veces se ignora	Si, porque siempre hay algo nuevo en la vida cotidiana	Regular, pero necesarios	Si
Creo que esta bien así	Si porque no quitan el tiempo y son de fácil lectura	No	De hecho no todos	Si
Información sobre recreación en tiempo libre	Si, me parecen muy entretenidas	No	Si	Si
No contestó	Si	No	Algunos	Si
No contestó	No contestó	Si	Algunos	No contestó
Ninguna	Si te distraen un poco	Si, solo hablan del personal de Tepayac y no de Unidad Móvil	Si	Si
Ninguna	Si manejan información importante tanto social como para la empresa	No	Algunos	Si
Conocer a los funcionarios de la compañía	Si son una forma amena de saber información	No, pero se puede enriquecer con aportaciones de todos	Si	Si
Cultural, saber sobre obras de teatro, operas, películas	Si porque son informativas y es interesante saber con que equipo estas trabajando	No a mi me parece el boletín muy completo	Si debido a que en nuestra área manejamos mucho la información del dólar y UDIS y la productividad	Es un poco sencillo pero agradable
Alguna sección de espectáculos, musica, teatro	Las secciones referentes a la empresa son de interés	Tener cambios siempre resulta positivo	Solo algunas	No del todo le falta presentación

PREGUNTA 11 ¿Qué temas le gustaría que se aborden? (según el grado de importancia enumérelas)	Cultural	Deportes	Finanzas	Economía	Aportaciones libres	Turismo	Servicios de S. Tepéyac	Entrevista a funcionarios	Otros
	4	7	2	3	8	6	1	5	9
	3	5	6	8	7	4	2	1	
	6	8	2	3	7	5	1	4	
	2	5	4	6	8	1	7	3	
	1	8	2	3	4	6	5	9	7
	3	4	2	1	6	7	5	8	
	7	8	3	2	4	6	1	5	
	1	4	5	6	8	7	2	3	
	3	4	5		2	6	1		
	1	8	6	4	3	2	5	7	Música
	4	5	1	2	7	6	3	9	8
	1	4	2	3	5	6	7	8	9
	3	5	7	6	4	8	1	2	
	6	7	2	3	8	4	1	5	

PREGUNTA 12	PREGUNTA 13	PREGUNTA 14	PREGUNTA 15	PREGUNTA 16
¿Son de su agrado los colores manejados en el boletín?	¿Cree que son suficientes las imágenes incluidas en el boletín?	¿Qué tipo de imágenes le gustaría que se incluirán?	¿Cuál piensa que sería la periodicidad ideal?	¿Qué beneficios tendría el boletín si se le diera más difusión?
No, algunos les gustan mucho.	SI	Gráficas, fotografías de funcionarios, lugares turísticos	Quincenal	Atraería más cartera de clientes ya que se tendría más información sobre Tepeyac
SI, son colores corporativos transmiten una imagen seria.	SI	Fotografías de funcionarios, áreas de Seguros Tepeyac.	Semanal	Acercamiento entre todas las oficinas de Seguros Tepeyac
SI, ya que son atractivos.	No, faltan algunas.	Áreas de Seguros Tepeyac y lugares turísticos	Mensual	Mayor información entre los empleados
No, son muy chillantes, parece la revista Eres.	No	Lugares turísticos.	Bimestral	Tiene buena difusión, lo que falta es la imagen y el contenido.
SI, me parecen muy llamativos.	No, faltan algunas	Lugares turísticos	Mensual	Mayor conocimiento para los empleados
SI, me parecen colorantes	De hecho creo que algunas sobran	Áreas de Seguros Tepeyac y culturales	Semanal	Sencillamente más aportaciones
SI, me parecen muy llamativos	SI	Lugares turísticos y culturales	Quincenal	Mayor participación del personal
SI, son muy llamativos	SI	Lugares turísticos	Mensual	Buena herramienta comunicativa
No, no me gusta el color azul	No, me gustaría que hubiera más	Fotografías de funcionarios y áreas de Seguros Tepeyac	Mensual	Habría mayor conocimiento de nuestra empresa
SI, son agradables a la vista	Algunas son innecesarias	No creo que se necesiten más	Quincenal	Mayor comunicación entre empleados y ampliación de conocimientos
SI	SI	Fotografías de funcionarios, áreas de Seguros Tepeyac lugares turísticos	Mensual	Conocimiento a todo el personal de lo que sucede en la empresa en que trabaja
SI	Se pueden enriquecer más	Gráficas, fotografías de funcionarios, lugares turísticos	Quincenal	Mayor aportación al mismo
SI, me encantan	No, me gustaría que hubiera más animación	lugares turísticos, culturales y Fotografías de funcionarios de toda la República	Mensual	El beneficio de hacernos publicidad y que seamos reconocidos por la Rep Mex
los colores son llamativos y deberían de ser más discretos	No falta ejemplificar	lugares turísticos y culturales	Mensual	Más comunicación

PREGUNTA 17	PREGUNTA 18
¿Cree que el boletín es un buen medio de com. para que los empleados conozcan su empresa?	¿Los temas del boletín apoyan algunas actividades de desempeño laboral, si, no y por qué?
SI	SI, porque gracias a ello se conoce más el área de servicio en que me encuentro.
SI	No, pocas veces hablan de nuestra área.
Debería de ser así.	No, solo me mantiene informada.
Debe serlo, es su función.	No del todo.
Claro y puede ser de mucho provecho.	No en su totalidad, por la falta de temas
Claro que sí	Apoyan indirectamente porque así conozco a mi empresa.
Claro que sí	SI, los indicadores económicos.
SI	SI, se mencionan resultados del área
No	Un poco porque casi no hablan de la emisión de seguros
SI	No, porque no tratan los temas que nosotros manejamos
SI	No
SI	SI son temas que se relacionan tanto en lo laboral como en lo particular
Sin dudarlo, nos ayuda a estar al tanto de cambios administrativos y conocer mas a la empresa	SI en el area necesitamos el tipo de cambio del dolar los UDIS y saber la producción de cada oficina
SI	No se puede hablar de un apoyo, pues lo tratado son temas generalizados y no hay sugerencias

F) Interpretación de las entrevistas aplicadas a los Asistentes de Comunicación Organizacional de Seguros Tepeyac, S.A.

Al realizar la interpretación de las dos entrevistas que se aplicaron a los asistentes que colaboran directamente con la realización del boletín informativo se pudo observar que al preguntarles si los colores utilizados son los más adecuados, los dos empleados coincidieron en su respuesta al contestar que los colores que se aplican en el boletín sí son los mejores porque son colores institucionales. Cada uno de los documentos publicados en la empresa por instrucciones de la Dirección tienen que incluir tanto el logotipo como la utilización de los colores rojo y blanco.

Con respecto a que si el manejo de imágenes es importante ambos dijeron que es una herramienta fundamental ya que puede ilustrar la información y causar un mejor impacto dentro de los lectores del boletín, además de que refuerza los datos que se presentan semana con semana. La inclusión de imágenes ha resultado un poco problemática debido a las restricciones aplicadas por el área de Sistemas provocando un poco de molestia en los asistentes de Comunicación porque de alguna forma el insertar imágenes en movimiento podría darle mayor interés y dinamismo al documento por lo tanto se han tenido que ir adecuando a las reglas y condiciones de departamentos ajenos para poder publicar el "Correo Tepeyac".

Los asistentes informaron que los boletines que se manejan en otras divisionales de Seguros Tepeyac, S.A en cuanto a formato son básicamente los mismos, pero que tienen algunas variantes que son responsabilidad y trabajo de cada uno de los colaboradores. Al preguntarles que si las secciones que se manejan actualmente consideran que son las más adecuadas, el primero no dió su opinión directa, sólo se concretó a mencionar algunas de las secciones que son

publicadas, mientras que el segundo señaló que las secciones actuales son las más adecuadas y se ajustan a las necesidades del personal. A pesar de que no existe una total comunión entre los dos asistentes en cuanto a respuestas los dos consideran que las secciones son las más adecuadas, sin embargo esto se contrapone a algunas de las respuestas proporcionadas por los lectores que califican el contenido como superfluo y sin seguimiento entre un número publicado y otro.

Con referencia a la pregunta de que si existe algún tipo de limitación de temas por parte de la Dirección los dos asistentes dijeron que no existe limitación, pero no se tienen que alejar del objetivo y misión que tiene el medio de comunicación que es informar la situación que guarda la Organización. Por esta razón aunque existen sugerencias para incluir temas turísticos, culturales, artísticos, etc no siempre se pueden abordar estos tópicos.

Lo importante para los altos mandos de Seguros Tepeyac es la publicidad a través del boletín de los diferentes eventos, servicios y productos por tanto los espacios destinados para temas de esparcimiento o cultural son limitados y aunque no se vetan los temas a tratar si deben de pasar por una revisión de los asistentes de Dirección considerando de esta forma la publicación del tema o no.

Al preguntarles que tan importante es el boletín informativo para la empresa el primero opinó que es muy importante porque mantiene una comunicación interna y esto es básico ya que una compañía no puede estar mecanizada y el segundo empleado consideró que todo medio de comunicación interna es fundamental para el desarrollo de una empresa. Retomando las dos consideraciones es de vital importancia que los recursos humanos de una empresa posean un medio de comunicación para que se vean reconocidos, orientados, apoyados e informados de los cambios pertinentes en pro del crecimiento de la propia empresa y sus carreras profesionales.

Los dos asistentes opinaron que la comunicación interna dentro de Seguros Tepeyac es muy importante porque una de sus principales filosofías es que exista una integración entre toda su plantilla laboral.

Con relación a la pregunta 8 los dos empleados dijeron que la realización del boletín informativo si es una buena inversión ya que consideran que lo hacen y publican utilizando medios e instrumentos ya en funcionamiento. Asimismo señalaron que es un buen medio y sirve para promover los diferentes servicios que ofrece la Organización, pero en la siguiente pregunta aceptaron que desgraciadamente no existe la suficiente participación de las personas.

El medio a través del cual es publicado el boletín ya esta establecido y no ha repercutido en un gasto para la compañía. A pesar de ser un medio con altos costos ya que es correo electrónico el gasto vale la pena porque es una forma de estar en contacto real y constante con los empleados.

Al preguntarles a que creen ellos que se deba esta poca participación concordaron que solo es apatía por parte de los empleados, así como falta de tiempo disponible, sin embargo declararon que se están poniendo en marcha concursos para que las personas se animen a escribir motivándolos con regalos, informaron los dos asistentes.

Lo que es difícil de entender es la apatía para participar y como lo señaló el Lic. Alfonso Alcazar responsable directo de la publicación del boletín es que se deba premiar a las personas para que participen activamente en un medio que esta creado especialmente para ellos y en pro a su crecimiento.

Finalmente manifestaron que el boletín pretende dar las herramientas suficientes para que cada uno de los empleados realice su trabajo de la mejor

MATRIZ DE DOBLE ENTRADA DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS ASISTENTES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

PREGUNTAS	PERSONA Lic. Alfonso Alcázar Torres Coordinador del Boletín Informativo	PERSONA José Muñoz López Asistente de Comunicación Organizacional
<p>PREGUNTA 1</p> <p>¿Los colores utilizados son los apropiados para la proyección de la imagen de Seguros Tepeyac, S A ?</p>	<p>Si son los más adecuados ya que nos apegamos al color institucional que es el rojo y utilizamos colores y combinaciones serias, aunque en el boletín nos damos ciertas libertades de poner dibujos, imágenes y figuras pero siempre mantenemos una línea de seriedad y los colores que se utilizan proyectan y muestran como funciona la empresa</p>	<p>Si debido a que los colores utilizados son colores institucionales que pretenden al ser aplicados en el boletín que el personal que lo lee relacione los colores con la propia compañía, además que son colores que tienen armonía entre sí</p>
<p>PREGUNTA 2</p> <p>¿Considera importante el manejo de imágenes?</p>	<p>Es absolutamente importante el manejo de imágenes ya que el boletín es un medio interno de comunicación y está hecho por la empresa y dirigida a los empleados de la misma y tenemos que hacerlo atractivo, es una manera amigable de comunicarnos entre nosotros, queremos fomentar la comunicación, la integración y en cierta forma llegar a capacitar a las personas, a concientizar a los empleados y por eso hay que hacerlo atractivo y que mejor manera de hacerlo atractivo que insertar imágenes</p>	<p>Dentro de cualquier medio de comunicación es importante el manejo de imágenes porque facilita la comprensión de los mensajes, además para el desarrollo del boletín informativo de Seguros Tepeyac es primordial que se incluyan gráficas del comportamiento de las diferentes divisionales y de cada uno de los ramos que se trabajan debido a que esto es una exigencia por parte de los altos mandos, es decir, si se hace referencia de las metas alcanzadas por parte de la División Metropolitana en el ramo de autos se tiene que ilustrar esta información con imágenes. Si se está hablando de la delincuencia que vive actualmente la Ciudad de México se tiene que poner una figura que haga más agil y amena la lectura del artículo.</p>
<p>PREGUNTA 3</p> <p>¿Es diferente el formato del correo de la oficina central que el de otras oficinas?</p>	<p>Basicamente el formato es igual, solamente que tienen distintos enfoques en otros boletines se meten más imágenes</p>	<p>El formato que se maneja en las diferentes divisionales es en su mayoría el mismo, pero algunos elementos tienen que variar porque las personas que colaboran en el desarrollo del boletín son diferentes.</p>
<p>PREGUNTA 4</p> <p>¿Las secciones que se manejan actualmente son las más adecuadas?</p>	<p>Como secciones fijas existen los cumpleaños, los aniversarios, los indicadores económicos, ¿a qué no sabías que ? (que son datos de cultura general) además de "En la recta final", en donde se presentan las estadísticas de ventas de todas las divisionales y se estimula a alcanzar la meta fijada</p> <p>El objetivo de esta sección es informar lo que sucede en cada una de las oficinas, presentar un comparativo de divisionales en cuanto a su porcentaje de meta alcanzada</p>	<p>Las secciones que se manejan en este momento son las más adecuadas y me atrevo a señalar esto porque como todas las cosas el boletín está sujeto a cambios y a evoluciones y es por eso que hemos tenido que ir cambiando y adecuándonos a las necesidades que presenta tanto el personal como la Organización, pero hoy por hoy las secciones son las indicadas.</p>

<p>PREGUNTA 6</p> <p>¿Existe algún tipo de limitación en cuanto a los temas se refiere por parte de la Alta Dirección?</p>	<p>No, cualquier tema puede ser abordado, tenemos que apegarnos a ciertos lineamientos, no escritos, sino tácitos. No es que nos prohiban tratar tal o cual tema en específico, sino que tenemos que mantener siempre una línea de seriedad. Comunicamos y a veces nos permitimos decir cosas chuscas, pero no nos podemos "pasar de la raya".</p> <p>El único comentario que hemos recibido de la Dirección, la única llamada de atención es que de repente empezamos a tender nada más a la trivialidad, solamente a poner artículos de interés. Aportaciones de superación personal y a poner datos curiosos y nos estábamos alejando del objetivo que es presentar cifras, resultados, metas y es cuando nos llamaron la atención.</p> <p>El principal objetivo del boletín es informar a nivel interno de los avances de la compañía, informar de las metas, objetivos. Darle información útil al empleado de lo que sucede en el entorno del medio asegurador.</p>	<p>Por parte de la Dirección no se han establecido limitaciones, obviamente el contenido del boletín informativo se tiene que apegar a ciertos límites o parámetros y estos se encuentran bien definidos ya que el boletín debe de transmitir y dar a conocer la imagen de la empresa y aunque existen secciones de esparcimiento no debemos de olvidar la misión fundamental que tiene el boletín que es la de dar a conocer la situación de la empresa, los servicios que ofrece la misma y los planes a futuro, sin embargo para hacer más ameno el contenido incluimos secciones de temas un poco más triviales un ejemplo de esto es la sección ¿a que no sabías que...?, una sección de aportaciones libres en donde los empleados tienen la oportunidad de publicar lo que quieran, por tanto puedo decir que no se maneja ninguna prohibición o limitante para la publicación de artículos o reportajes.</p>
<p>PREGUNTA 6</p> <p>¿Qué tan importante es el boletín informativo para la empresa?</p>	<p>Me parece que es muy importante porque mantiene una comunicación interna, una comunicación informal y esto es básico, es vital para una compañía. Una compañía no puede estar mecanizada, como si fueran todos los empleados engranes y tuvieran sus funciones, tiene que haber una comunicación informal algo más dinámico para que todos estén enterados, es un medio que de acuerdo a los últimos estudios que hicimos el 90% del personal lo lee, lo hojeara y esto es importante ya que es necesario dar pie a las relaciones interpersonales.</p>	<p>Todo medio de comunicación interno es fundamental para el desarrollo de una empresa porque a través de éste se dan a conocer puntos que son importantes, estrategias para un crecimiento oportuno además de que permite que se cree una relación más cordial entre los empleados porque da la oportunidad de que todos los integrantes de la Organización se conozcan.</p>
<p>PREGUNTA 7</p> <p>¿Por qué es tan importante la comunicación interna dentro de Seguros Tepeyac, S.A.?</p>	<p>El objeto global dentro de la empresa es avanzar dentro del mercado es captar más clientes, es fortalecerse, es ganarle a sus competidores y la parte más importante de una empresa son los recursos humanos, el personal que labora, entonces entre más beneficios les otorgues a tus empleados, entre más atención les prestes, entre más te preocupes por ellos el resultado va a ser definitivamente mejor y la filosofía de esta empresa es mucho más humana, mucho más orientada a tu bienestar como empleador preocupada por las relaciones interpersonales es justamente la clave del avance, de crecimiento que tiene Seguros Tepeyac.</p>	<p>Seguros Tepeyac, S.A. es una empresa que siempre ha buscado una integración entre toda su plantilla laboral por tanto la Comunicación Interna es básica para cumplir con este objetivo. El que exista una buena comunicación conduce a que las metas que se fija cada uno de los empleados se cumplan ya que todo es como una cadena, si existe buena comunicación desde la cabeza de la compañía esto se va a reflejar en todo el organigrama.</p>

<p>PREGUNTA 8</p> <p>¿Considera que es una buena inversión la realización del boletín?</p>	<p>Si, me parece que si, si se hiciera el boletín impreso el gastaríamos mas, pero como el sistema cibernético ya está implementado en la compañía el recurso ya esta disponible de tal forma que si se gasta, pero vale la pena. Sería caro si el objetivo de crear la red computacional fuera hacerle llegar a todos el correo Tepeyac, pero la red es algo que ya está instalado y del cual nos servimos para difundir el boletín</p>	<p>Considero que todo medio de comunicación es una buena inversión porque se han visto avances y buena respuesta por parte de los lectores, existe demanda por parte de los empleados aunque también hay que aceptar que hay poca participación, es decir, la gente no está muy acostumbrada y habituada a escribir, solo a recibir información, pero hasta el momento la inversión que se hace para la realización de boletín ha valido la pena</p>
<p>PREGUNTA 9</p> <p>¿El boletín considera que es un buen medio para promover los nuevos servicios que ofrecen los diferentes departamentos?</p>	<p>Existen promociones que se dan a través del boletín, existen campañas publicitarias que se lanzan al aire y que se dan a conocer primeramente en el boletín informativo. Se han manejado nuevo sproductos y servicio y también se transmiten por este medio</p> <p>Así como el área de Mercadotecnia trata de fomentar la comunicación, nos encontramos con constantes obstáculos de comunicación. Todas las áreas tienen conocimiento de que existe este medio y de que estamos abiertos a cualquier información que quieran difundir por él</p>	<p>Este es uno de los objetivos principales del boletín que exista una publicidad interna de los servicios de la empresa, sin embargo como ya lo mencioné anteriormente no existe una participación al 100% de las otras áreas, yo entiendo que hay mucho trabajo, pero estoy convencido que el boletín es un buen medio para que den a conocer sus nuevos productos</p>
<p>PREGUNTA 10</p> <p>¿Consideras que no hay la suficiente participación de otras áreas?</p>	<p>No existe la suficiente participación y justamente a eso nos enfrentamos todo lo que se pone en el Correo Tepeyac se tiene que investigar y a través de los asistentes de Comunicación Organizacional porque es muy bajo el nivel de participación de otras áreas. Se hace hincapie semana tras semana en el boletín de que el área esta abierta a cualquier sugerencia, critica, aportación, etc</p>	<p>Exacto, no hay una muy buena participación por parte de los diferentes departamentos de Seguros Tepeyac y eso es algo con lo que tenemos que enfrentarnos día con día, hay que sacudir un poco la apatía que existe por escribir y colaborar. Pienso que si se dieran más colaboraciones el boletín se enriquecería más</p>
<p>PREGUNTA 11</p> <p>¿A qué crees que se deba esta poca participación?</p>	<p>Apatía por parte de las demás áreas, realmente yo no podría tener una respuesta de por qué no lo hacen, porque de hecho me lo pregunto yo ¿por qué no me llaman y me informan de los nuevos servicios?</p>	<p>A que la gente está muy ocupada en sus labores diarias, en ocasiones se tienen que quedar a trabajar tiempo extra por el exceso de trabajo y obviamente cuando tienen tiempo libre lo único que quieren es irse a su casa</p>
<p>PREGUNTA 12</p> <p>¿No se ha considerado crear algo para motivar la participación de los empleados?</p>	<p>Lo que hacemos practicamente son concursos para medir la participación y la lectura del boletín, se tiene que fomentar la participación, tal vez con premios, pero eso yo no lo entiendo, ¿por qué se tienen que dar premios para que otras áreas se difundan?, eso como que se escapa a mi entendimiento, si podría funcionar, pero se les está diciendo "señores aquí está este medio, es de todos vamos a publicar, vamos a hablar de lo que tengan que decir y no lo hacen"</p>	<p>Una de las cosas que hacemos para que la gente participe es crear concursos es decir, hace un tiempo se envió una convocatoria para que los empleados mandaran un dibujo que representara la mascota de Seguros Tepeyac y se tuvo una gran respuestas, obviamente el ganador recibió un premio y un reconocimiento, aunque este tipo de premios (económicos) no se puede estar dando a cada momento, pero se espera que poco a poco la participación se incremente</p>

manera posible. Estas herramientas que se proporcionan se pretende incrementen la calidad en el desempeño de sus labores opinaron los asistentes de Comunicación Organizacional.

El boletín informativo "Correo Tepeyac" quiere fortalecer los lazos entre sus empleados procurando la optimización de todos los recursos, servicios y relaciones que existen al interior de la compañía.

Enseguida se dan a conocer mediante tablas las dos entrevistas aplicadas a los empleados del área de Comunicación Organizacional.

G) Interpretación de las entrevistas aplicadas a los Gerentes de Seguros Tepeyac, S.A.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los gerentes del centro telefónico de Seguros Tepeyac y del área de emisión se infiere que para los dos gerentes es importante la existencia del boletín informativo dentro de la empresa ya que sirve para difundir los objetivos al interior, ya que todo medio de comunicación es fundamental para el desarrollo de una Organización ya que a través del boletín se pueden difundir tanto los objetivos como la misión de Tepeyac.

El "Correo Tepeyac" pretende desarrollar los objetivos tanto individuales como profesionales de los lectores, sin embargo para lograr esto es necesario hacer conciencia en los empleados de la importancia que tiene el leer el boletín y participar activamente en él.

En relación a que si el medio de comunicación utilizado representa una ayuda para la integración de los empleados, un gerente consideró que si representa una ayuda y la otra persona dijo que es muy difícil lograr esta

integración si los temas que son abordados sólo le interesan a unos cuantos empleados.

Se debe de hacer notar que el boletín busca una integración entre los empleados como lo señaló el Lic. Jerónimo García, pero debe de haber una interacción entre los asistentes de Comunicación Organizacional y los lectores, sin embargo el enfrentarse a la apatía y baja participación de los trabajadores impide que la actividad profesional se realice satisfactoriamente teniendo que crear medios de motivación para que se hagan llegar sugerencias, aportaciones o críticas.

Al cuestionarlos sobre si el boletín informativo crea un puente comunicativo entre dirigentes y empleados los dos ejecutivos coincidieron al señalar que en este momento no se puede considerar al boletín como un puente comunicativo ya que los temas abordados no son de gran interés para la Organización. Como se ha mencionado anteriormente los temas tienen que ver mucho con la imagen que se tiene a nivel general del medio de comunicación, de esta forma las dos personas comulgan en que actualmente el boletín no representa un puente sino solamente una iniciativa de comunicación de un área específica como lo es Mercadotecnia.

Asimismo los dos informaron que si han colaborado para el desarrollo del boletín informativo, pero uno de ellos dijo ignorar el procedimiento que se sigue para seleccionar los temas a publicar en los números del boletín.

Para evitar malas interpretaciones o confusiones de parte de los empleados que buscan publicar algo en el boletín sería conveniente establecer el criterio que se sigue para dar a conocer los artículos o reportajes.

Por otra parte cuando se les preguntó si consideran que las secciones con las que cuenta actualmente el boletín son suficientes los dos gerentes concordaron

en que si lo son. Uno de los gerentes opinó que para sugerir las posibles secciones a incluir primero se tendrían que recoger las opiniones de los empleados, a su vez el otro gerente opinó que se podrían agregar secciones culturales, reportajes acerca de proyectos que están en proceso, artículos de oficinas regionales de la Organización.

Las secciones que deberían crearse deben de ser importantes para el desempeño profesional y laboral, pero de rápida lectura y fáciles de comprender para que puedan ser aplicados a su actividad diaria sin que esto represente alguna dificultad.

Cuando se les preguntó si creen que los temas que se incluyen en el boletín refuerzan o apoyan el desempeño de los integrantes que se ubican en el área que tienen a su cargo la primer persona opinó que no refuerza el medio de comunicación las actividades de sus empleados. En tanto la otra persona dijo que depende de la iniciativa de las personas.

Los objetivos de la existencia y razón de ser del boletín están muy bien establecidos por parte de la dirección de la empresa, pero debe de existir también un compromiso por parte de los empleados de utilizar al boletín para expresar sus ideas e inquietudes, pero si no existe participación de los empleados es difícil que los asistentes de Comunicación conozcan los temas que pueden ayudar o apoyar las actividades de los empleados. Si los gerentes o directores de las distintas áreas de la Organización participaran activamente sugiriendo temas que auxilien el desarrollo diario de las personas se podría dar una mejor forma al contenido del "Correo Tepeyac" además de que resultaría funcional y práctico.

Asimismo uno de los gerentes consideró que sí es necesario un cambio en el contenido que se maneja actualmente y el segundo gerente opinó que un

cambio en el formato es definitivo ya que es un buen instrumento, pero es necesario hacer modificaciones en coordinación con el área de Sistemas.

Como se ha mencionado una modificación en el contenido del medio comunicativo definitivamente es necesario porque se cuentan con los elementos tecnológicos suficientes para hacer llegar la información de manera adecuada, pero se deben de corregir las fallas o limitaciones que se han tenido hasta el momento para que el objetivo que persigue tanto la empresa, los asistentes de Comunicación Organizacional, pero más que nada el boletín se puedan concretar.

Del mismo modo se debe de crear conciencia entre la población de las ventajas que se tienen al contar con un espacio para expresar sus ideas, opiniones, sugerencias etc., y así establecer una estructura comunicativa que repercuta en el desarrollo y crecimiento de toda la Organización Tepeyac.

A continuación se podrán leer las tablas que presentan las 13 preguntas planteadas a dos funcionarios de Seguros Tepeyac colocando en la primera columna la pregunta realizada, la segunda columna contiene el nombre del funcionario y la respuesta la cruza entre la pregunta formulada y el nombre del empleado.

MATRIZ DE DOBEL ENTRADA PARA LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS DIRECTIVOS DE SEGUROS TEPEYAC

PREGUNTAS	PERSONA	PERSONA
	<p>Lic. Niria Donis Valdés Gerente de Centro Telefónico</p>	<p>Lic. Jerónimo de Jesús García Barrera Gerente de emisión</p>
<p>PREGUNTA 1 ¿El boletín informativo de Seguros Tepeyac es un buen instrumento para difundir los objetivos al interior de la empresa?</p>	<p>Todo medio de comunicación interna es fundamental en el desarrollo de una organización, ya que a través de él se pueden difundir la misión y los objetivos de una empresa. El boletín informativo de Seguros Tepeyac puede ser un buen instrumento para difundir los objetivos al interior de la empresa siempre y cuando su desarrollo sea encaminado a los objetivos tanto individuales como profesionales de cada uno de los integrantes.</p>	<p>Creo que es un buen instrumento para difundir los objetivos de la empresa aunque no se utiliza como tal, existen unas secciones que sí permiten apreciar algunos resultados, aunque siento que valdría la pena crear un poco de conciencia en toda la Organización para que el boletín sea leído, también hay que tratar que la gente se maneje con otra filosofía diferente, que entienda las bases y los objetivos del boletín, poderlo utilizar como una herramienta institucional.</p>
<p>PREGUNTA 2 ¿Considera que el boletín informativo representa una ayuda para la integración de los empleados con la empresa?</p>	<p>El boletín informativo puede representar una ayuda para la integración de los empleados con la empresa siempre y cuando se les tome en cuenta desarrollando temas de interés que los hagan obtener beneficios para el desarrollo de su trabajo y sus objetivos personales. Es muy difícil que un medio de comunicación interna logre una integración si se maneja información que solo le interesa o lo es importante a unos cuantos. Los empleados son la base de toda empresa por lo que siempre se les debe tomar en cuenta en el desarrollo de cualquier medio de comunicación.</p>	<p>Si considero que representa una ayuda para la integración de los empleados con la empresa, es una manera de conocer un poco lo que sucede en el resto de las áreas; contribuye también a que los resultados se den, que todos aportemos nuestra parte, que conozcan también a otras personas y áreas así como otros objetivos alcanzados.</p>
<p>PREGUNTA 3 ¿Cree usted que el boletín informativo sea un puente comunicativo entre dirigentes y el resto de la Organización?</p>	<p>No pienso que en este momento el boletín informativo sea un puente comunicativo entre dirigentes y el resto de la Organización ya que se enfoca fundamentalmente a temas superficiales como mencionar las fechas de los cumpleaños. Creo que un boletín no serviría de mucho para acrecentar la relación entre jefes y subordinados, aunque se podrían tocar temas de interés mutuo y a través de éstos se sintieran identificados tanto jefes como empleados.</p>	<p>No considero que sea un puente comunicativo entre dirigentes y el resto de la Organización, lo siento simplemente como una iniciativa más de comunicación por un área en específico que es Mercadotecnia.</p>
<p>PREGUNTA 4 ¿Ha colaborado usted con algún artículo para el boletín informativo, sí, no y por qué?</p>	<p>Sí he colaborado en algún artículo para el boletín informativo porque creo es importante la participación de cada uno de los integrantes de la compañía, sí es que queremos que este boletín sea realmente importante y nos integre a nivel personas y empleados.</p>	<p>Sí he colaborado con algunos artículos, pero no sé cuál sea el criterio que tienen para seleccionarlos, no sé, valdría la pena también informar a la gente en que condiciones se publica el artículo o no, ya que uno aporta algo y a la hora de la hora no aparece, se debe checar más el orden de los artículos.</p>

<p>PREGUNTA 5</p> <p>¿Son suficientes las secciones con las que cuenta actualmente el boletín?</p>	<p>Para mí las secciones del boletín informativo son suficientes, desafortunadamente el ritmo de trabajo no te da tiempo para que puedas estar leyendo durante mucho tiempo un boletín. Considero que aquí se deben de tocar temas de importancia, de rápida lectura y que siempre te dejen algo positivo, algún consejo, alguna nueva enseñanza o conocimiento que puedas aplicar en tu trabajo.</p>	<p>Yo creo que son suficientes las secciones con las que cuenta actualmente el boletín, valdría la pena definir claramente los espacios informativos, darle un a formalidad al documento. Se debería de poner un poco de orden en las secciones. Hay que crear secciones consistentes ya que lo único consistente en el boletín son las felicitaciones de cumpleaños, los aniversarios en la empresa y los indicadores económicos.</p>
<p>PREGUNTA 6</p> <p>¿Qué secciones considera que se podrían agregar para mejorar la situación actual del boletín?</p>	<p>Considero que para opinar sobre las secciones del boletín informativo tendríamos que recoger primero las opiniones de cada uno de los empleados ya que para mí es muy importante y siento que de esta forma podríamos hacer más íntegro el boletín y podría ser de mayor interés para los empleados, así también al recolectar la opinión de cada uno de ellos tendríamos temas bastante interesantes pienso yo.</p>	<p>En cuanto a las secciones que se podrían agregar para mejorar la situación actual del boletín pues bueno, no se, conocer un poco a los integrantes de la organización, de las áreas, artículos de interés, conocer un poco más de las zonas, de las oficinas, de proyectos que están en proceso, de la Organización, avances que se tienen, como está el mercado, como están el resto de las compañías, no se, algún espacio cultural para hacerlo más atractivo, algo que motive también a leerlo porque si me he dado cuenta que muchos lo reciben y lo tiran a la basura, hay que ponerle algo de interés al boletín.</p>
<p>PREGUNTA 7</p> <p>¿Cree que los temas que se incluyen refuerzan o apoyan el desempeño de los integrantes del área a su cargo?</p>	<p>Los temas que se incluyen actualmente en el boletín no creo que refuercen o apoyen el desempeño de los integrantes del área a mi cargo, creo que como ya lo mencioné necesitamos conocer la opinión de cada uno de los empleados, conocer sus gustos, sus objetivos, que les gustaría realmente leer en el boletín, que les interesa, que les serviría para el desempeño de sus funciones. Actualmente yo creo que se tocan temas muy superfluos y que desafortunadamente no nos dejan algo interesante o de peso que pudiéramos aplicar en nuestras labores diarias.</p>	<p>Esto es un poco difícil, depende también de la iniciativa de cada uno, el que tan casado este con los objetivos, pelear porque se consideren a los integrantes de todos los departamentos dentro del boletín, en sus aniversarios, en sus fechas importantes. Es importante hablar de cada área, tal vez con eso logremos que la gente se involucre. No considero que ayude ya que sería interesante saber como va la compañía y saber que pasa con el resto de las compañías.</p>
<p>PREGUNTA 8</p> <p>¿Considera necesario un cambio en el formato que se maneja actualmente?</p>	<p>Sí considero que es necesario un cambio en el formato que se maneja actualmente, no tanto en el formato, más bien en el contenido y vuelvo a repetir lo importante que es tomar la opinión de cada uno de los empleados, de cada una de las personas que lo van a leer, que lo van a recibir ya sea semanal, quincenal o mensualmente ya que no tiene caso estar enviando información es un tiempo delimitado si la mayoría de las personas ni siquiera lo van a leer o van a poner atención en él.</p>	<p>En mi opinión un cambio de formato que se maneja actualmente es definitivo, hay que hacer un formato con un diseño más conveniente sin que tuviera problemas con las máquinas para habilitar para visualizarlo si la versión está actualizada, si no lo está hay que hacer algo más sencillo, pero eso requiere una coordinación con el área de Sistemas. Es un buen instrumento, pero insisto, es importante también el apoyo de otras áreas.</p>

PREGUNTA 13

¿Cree que el boletín apoya las actividades de todos los empleados?

Se pretende dar herramientas y sobre todo publicamos varios artículos sobre superación personal, motivación que son valores personales, tratamos de elevar la moral y esto se puede traducir a un mejor rendimiento día con día. Se publican las metas y se les menciona en donde se está fallando, que hace falta para alcanzar nuestras metas y objetivos, además hacemos artículos de reflexión para que se pueda enriquecer el personal. No se trata de que el boletín incluya manuales sobre como deban hacer su trabajo aunque se mencionan ciertas recomendaciones para rendir más en la oficina, para manejar mejor sus documentos, para manejar mejor el correo electrónico, la red, etc.

El boletín busca optimizar las actividades de los empleados y reforzarlas en determinado momento. Se envía por ejemplo el procedimiento y las opciones que tienen así como la utilidad que le pueden dar al correo electrónico, algunos consejos para su desempeño diario o algún artículo de algún tema es especial y que está relacionado con cada uno de los departamentos de la Organización.

CAPITULO III

PROPUESTA DE LA MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

PROPUESTA DE TRABAJO A PARTIR DE LA INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE DIAGNÓSTICO

Recordando que el objetivo de este trabajo es la elaboración de lineamientos para la reconstrucción de forma y contenido del boletín informativo "Correo tepeyac" y entendiendo por lineamientos las propuestas presentadas solamente a nivel de recomendación, el presente capítulo tiene como objetivo elaborar y presentar las propuestas, recomendaciones o sugerencias para solucionar los problemas diagnosticados y que fueron mencionados en el capítulo II de este trabajo. Primeramente se presentarán problemas de trabajo que son resueltos por la actividad profesional, después problemas estructurales que limitan y afectan de alguna forma la actividad, posteriormente problemas coyunturales y finalmente los problemas que están sujetos a diagnóstico o prescripción y son aquellos que son provocados por elementos exteriores a la Organización, pero que igualmente afectan la actividad profesional.

Se presentan los problemas mediante una clasificación del mayor a menor de acuerdo a la afectación para el desarrollo de la actividad como asistente de Comunicación Organizacional en la producción del boletín informativo "Correo Tepeyac".

Posteriormente se hará la respectiva justificación para señalar los problemas como prioritarios y se dará una explicación sobre el modo en que afecta el desempeño de la actividad del asistente de Comunicación Organizacional.

Finalmente se presentarán las recomendaciones consideradas pertinentes que incidan en la mejora del contenido incluido en el boletín informativo; dichas recomendaciones están establecidas en tiempos específicos: corto, mediano y largo plazo adecuándose los mismos a la importancia y situación de la empresa Seguros Tepeyac, S. A.

A. CLASIFICACIÓN DE PROBLEMAS

1. Problemas prioritarios resueltos por la actividad profesional

Falta de secciones que aborden temas culturales o temas relacionados a las diferentes oficinas regionales de la Organización como lo señaló el Lic. Jerónimo García Barrera gerente de emisión.

Pocas imágenes incluidas en el boletín debido a la limitación de otras áreas, en específico Sistemas.

Algunos de los temas incluidos en el boletín debido a su manejo técnico requieren de una lectura más cuidadosa y esto genera que los empleados en ocasiones no accedan a estas páginas porque su propio trabajo y la falta de tiempo se los impide como lo señaló la Lic. Niria Donis gerente del Centro Telefónico de Seguros Tepeyac.

Limitación por parte del área de Sistemas para utilizar las distintas herramientas de los paquetes de cómputo como lo es Power Point porque se genera un gasto excesivo en la memoria de las máquinas como lo han exteriorizado los responsables del área de Sistemas y Ofimática.

Existen temas que son importantes en su momento, pero que caducan después de un corto tiempo, cuando surge un tema importante o un cambio trascendental se tiene que esperar a ser publicado hasta que sea la fecha en que tiene que salir, esto en ocasiones representa un problema ya que el tema se aborda a destiempo y pierde el interés o la novedad para los lectores.

Un problema más es que el boletín se tiene que mantener bajo una línea institucional, es decir si la dirección nota que los artículos o reportajes se están saliendo mucho de los objetivos principales del boletín hacen un llamado de atención a los responsables para que no pierdan el objetivo.

Asimismo existen problemas de mantenimiento a las PC's y un agente externo es el encargo de realizar esta función, dicho mantenimiento se hace por secciones, sin embargo, siempre va a haber un usuario que tenga problemas con su máquina y por tanto no va a poder leer el boletín.

De igual forma cuando se tiene que hacer un cambio en la versión de los paquetes de cómputo como lo es Word, Power Point o Group Wise se tiene que suspender la utilización de dichos medios y esto afecta directamente a la lectura del boletín.

B. JUSTIFICACION DE LOS PROBLEMAS PRIORITARIOS

Se considera que existen distintos tipos de problemas y éstos están sujetos a solución en diferentes momentos, esto se determina a través de la importancia que tienen estos problemas y las condiciones bajo las cuales opera la compañía.

Es necesario clasificar y jerarquizar los problemas existentes a los que se tienen que enfrentar los asistentes de Comunicación Organizacional para de esta forma dar o sugerir una posible solución y se regenere el proceso comunicativo de modo óptimo.

En este apartado se pretende justificar y explicar el por qué se ha jerarquizado de esta forma cada una de las dificultades, esto tiene como objetivo dar a conocer el tipo de inconvenientes que existen y cuales son los que más afectan la actividad profesional para posteriormente sugerir, proponer o recomendar probables soluciones.

Existen problemas que afectan el desempeño profesional, pero sin embargo pueden ser solucionados por los empleados mismos. El principal problema como lo señalaron los dos asistentes de Comunicación Organizacional es el bajo nivel de participación de las personas, esto obedece a que se creen secciones o se publiquen artículos de poco interés para los propios lectores, por tanto la falta de motivación para que escriban, sugieran o participen los trabajadores afecta notablemente el contenido y desarrollo del boletín informativo porque se tienen que completar estos espacios con información de escaso interés o trascendencia como lo es la sección de cumpleaños, felicitaciones por aniversarios o la sección de ¿sabías que...? Que de alguna forma posee información rescatable de cultura general.

Todo medio de comunicación interna debe de captar suficiente interés por parte de los empleados, sin embargo el Boletín Informativo "Correo Tepeyac" no logra ese objetivo debido a lo mencionado anteriormente, consecuentemente el responsable y los asistentes deben de crear programas que convoquen a una mayor participación para que se logre u mayor uso del boletín.

Asimismo el boletín informativo incluye artículos con información técnica esto interfiere en la lectura rápida que en ocasiones se tiene que hacer debido a la carga excesiva de trabajo, citando un ejemplo se mencionan artículos de salud bajo planteamientos técnicos que en ocasiones resultan difíciles de entender o solamente los comprenden los empleados relacionados directamente al área de salud o información sobre pago de siniestros donde el porcentaje mayor de usuarios desconocen el tema a tratar. Esto es considerado un problema importante porque aunque el tema sea interesante los empleados prefieren no leerlo porque el tópico requiere una atención al 100% por parte del lector.

Del mismo modo existen problemas institucionales que a pesar de afectar la actividad profesional no pueden ser resueltos por los propios empleados. Se consideran prioritarios los problemas institucionales porque no permiten que se logre el objetivo total de la actividad profesional en el momento indicado. Se han señalado dentro de este rubro de problemas las constantes limitaciones de Sistemas para manejar imágenes en movimiento, un problema sumado al anterior es el continuo mantenimiento a realizar tanto en la red de la compañía como en todas las computadoras y servidores, esta actividad impide el uso de las máquinas en el momento en que se está realizando.

Los problemas anteriores afectan la lectura del boletín porque aunque se les hace llegar a cada uno de los lectores no pueden acceder a él hasta el restablecimiento del sistema. Un problema institucional también calificado como prioritario en el entorno de la Organización es la inexistencia de un suplemento extraordinario del Boletín Informativo, es decir si en determinado momento surge información importante de manera sorpresiva, la información no puede ser manejada en ningún suplemento sino que tiene que esperar a la publicación del boletín ésta se realiza todos los miércoles por tanto en el tiempo en que es publicada, la información ya perdió interés.

Se suman a los problemas institucionales los lineamientos establecidos por parte de la dirección de no incluir artículos que se alejen mucho de la actividad de la compañía, éste problema es calificado como prioritario debido a que en cada uno de los números publicados se invita a los empleados a realizar sugerencias y propuestas de los temas que les gustaría se abordaran, pero por órdenes de la Alta Dirección la información incluida debe de enfocarse en su mayoría a la actividad aseguradora debido a que uno de las principales inquietudes de los directivos es que todos los empleados de Seguros Tepeyac, S. A. Adquieran un compromiso total de desarrollo y capacitación constante a través de distintos medios como lo son: cursos interactivos, información incluida en el boletín, seminarios, etc. y como lo demuestran los cuestionarios aplicados los empleados demandan temas ajenos a esto como por ejemplo tópicos culturales, musicales, turísticos.

C. RECOMENDACIONES EN LA ACTIVIDAD PROFESIONAL E INSTITUCIONALES

El nivel de recomendaciones contempla enunciaciones generadas no estructuradas, pero que si requieren de una fundamentación. A continuación se dará una serie de recomendaciones encaminadas a la mejora o reconstrucción del contenido incluido en el boletín informativo "Correo Tepeyac".

En este apartado se darán las distintas recomendaciones y el plazo establecido para cada una de ellas ya que manejan distintos lapsos de tiempo considerando la importancia, los medios tanto económicos como humanos de la compañía y la posible capacidad de respuesta de los responsables de Seguros Tepeyac.

1. Recomendaciones a corto plazo

Existen recomendaciones planteadas a corto plazo, esto quiere decir que las enunciaciones pueden darse en un período de uno a dos meses, primeramente se recomienda crear secciones fijas en el boletín y que se manejen con una continuidad entre cada número publicado.

Para exponer esto con mayor claridad se citará el siguiente ejemplo:

A lo largo de la historia escrita de Seguros Tepeyac existen personas que han sido pilares para el desarrollo de la misma empresa, por tanto se considera importante crear una sección en la que se describa la labor de estos personajes, su desarrollo dentro de la empresa, sus características personales y sus logros obtenidos, así como los objetivos dispuestos para colaborar con el crecimiento de la Organización Tepeyac. Por lo tanto se considera importante crear una sección dedicada a las personas que de algún modo han contribuido de forma importante para el crecimiento y desarrollo de la propia empresa y merecen el reconocimiento general de los empleados y directivos.

Otra sección recomendado para incrementar el interés de los lectores es insertar artículos culturales y turísticos en cada uno de los números manejando información sencilla como la creación de artículos sobre lugares turísticos cercanos a la Ciudad de México, en cuanto a la sección cultural hacer invitaciones y pequeñas sinopsis de los eventos culturales presentados en el Distrito Federal.

El boletín informativo tiene un objetivo principal claramente establecido y para no perderlo se pueden incluir dos artículos de los servicios que ofrece la empresa dando un corto resumen y características del área abordada y en base a la información que se de crear pequeños juegos como crucigramas para hacer esta enseñanza didáctica y fácil de entender.

Es necesario darle la suficiente importancia a las secciones que realmente lo requieren como son artículos o reportajes que hablan de la propia empresa porque se a detectado en los cuestionarios aplicados a los empleados administrativos que lo más recordado por parte de los lectores son las secciones “¿Sabias qué...? Y “Los cumpleaños y felicitaciones”, esto debido a la poca estabilidad que presentan las notas informativas, artículos y reportajes institucionales.

Por lo tanto se recomienda establecer una periodicidad fija de la sección que incluye artículos de los servicios de, funciones o actividades de Seguros Tepeyac. Estos reportajes se recomienda manejen un lenguaje apropiado al público lector, es decir, se deben utilizar palabras sencillas en la presentación de éstos porque los temas son variados y tal vez algo que entiende perfectamente un empleado del área de turistas, un lector trabajando en Recursos Humanos no lo entiende.

Debido a que se observó inconformidad por parte de los empleados en cuanto a la periodicidad del boletín “Correo Tepeyac” se recomienda establecer una publicación quincenal, pero cuando surga un cambio importante, una novedad o información especial se podría establecer y crear un suplemento extraordinario. La periodicidad quincenal podría beneficiar al boletín porque se podría despertar mayor interés por parte de los lectores.

Es igualmente importante la creación de un puesto dedicado a la investigación documental porque algunos de los temas que deben ser publicados en la sección de temas libres requieren una mayor investigación y no existe una persona indicada para realizarla, por tanto se considera necesario la creación de un puesto que se comprometa a realizar las investigaciones pertinentes y los artículos se publiquen con la información completa y bien fundamentada.

2. Recomendaciones a mediano plazo

Desde luego existen recomendaciones planteadas a mediano plazo entendiéndose por este límites entre 3 y 6 meses, dentro de este rango se sitúan las siguientes recomendaciones:

Primeramente se plantea la posibilidad de contar con un scanner especialmente para el área de Comunicación Organizacional y explotarlo lo suficiente con la integración de imágenes referentes a cada uno de los temas publicados, así si se está hablando de un director en particular resultaría interesante integrar una imagen de éste.

Esta recomendación se vería reforzada con el apoyo del área de Sistemas y con la respectiva aprobación de utilizar imágenes y diseños en Power Point, de esta forma se inyectaría animación al Boletín Informativo "Correo Tepeyac". Esta recomendación es importante porque es más dinámico visualizar una imagen en movimiento que una estática y así en cierto número de páginas se podría insertar estos diseños en movimiento y con algún efecto visual.

Plantear una sección donde cada director o gerente haga sus respectivas aportaciones beneficiaría al desarrollo del Boletín, además de dejar una línea abierta entre empleados y dirigentes. Los puntos antes mencionados se verían reforzados si se logra que el personal entienda el objetivo del boletín e incremente de forma activa sus aportaciones y sugerencias. Para acrecentar estos niveles debería de existir la posibilidad de hacer un concurso cada dos o tres meses de un tema en particular de esta forma se incrementaría tanto la lectura del propio boletín como el nivel de participación.

3. Recomendaciones a largo plazo

Igualmente se plantean recomendaciones a largo plazo, este término se aplica a las acciones a tomar en un lapso de 6 a 12 meses considerando la dificultad para ver concretadas estas observaciones debido a que influye ampliamente el gasto económico que representa.

Una recomendación es cambiar el medio por el cual es difundido el boletín informativo, debido a que actualmente se publica a través del Group Wise (correo electrónico), se considera necesario un cambio y hacerlo llegar a los lectores bajo el formato de revista porque de alguna forma el tener el boletín de manera tangible es más representativo para entablar un proceso comunicativo, esto conlleva un gasto considerable por tanto se plantea esta recomendación a un plazo de 6 a 12 meses.

Asimismo se recomienda la difusión del boletín informativo "Correo Tepeyac" a nivel nacional debido a que el boletín sólo se hace llegar a la división Metropolitana y existen otras cuatro divisionales (Occidente, Noreste, Noroeste y Sureste). Es importante que la información se maneje a nivel nacional y no se centralice solamente a las oficinas de Metropolitana.

Para concluir este capítulo se señala la necesidad de otorgarle la debida importancia a los medios de comunicación existentes al interior de la Organización Tepeyac y en específico del boletín informativo "Correo Tepeyac" si es que se pretende cumplir los objetivos planteados por parte de la Dirección General de poseer un equipo humano comprometido, contar con un sistema de información que permita conocer la marcha de la institución y disfrutar de una estructura que de libertad a la propia empresa de acoplarse a diferentes épocas y circunstancias.

CAPITULO IV

CONSIDERACIONES FINALES

El presente capítulo tiene como objetivo presentar las consideraciones y propuestas finales de la Memoria de desempeño profesional, así como hacer una reflexión sobre la importancia de la vinculación entre la práctica profesional y la formación académica.

Primeramente se explicará la trascendencia que tiene la Comunicación en la actualidad, después se apuntará la importancia que tiene el trabajo de titulación dentro de la modalidad de memoria de desempeño profesional, posteriormente se hará una evaluación de lo que fue la formación profesional y se describirán las posibilidades que se pueden tener al contar con una formación académica y de que forma repercute en la calidad de la práctica laboral como asistente de Comunicación Organizacional.

Asimismo se apuntarán algunas características que debe tener el egresado de Periodismo y Comunicación Colectiva para ejercer la posición de asistente de Comunicación Organizacional al interior de una empresa no comunicativa como Seguros Tepeyac, S.A.

A. REFLEXIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

Para saber la importancia de la Comunicación es necesario conocer la definición de la misma, por tanto la Comunicación es una forma de comportamiento donde 2 o más seres vivos de su misma especie intercambian información a partir o a propósito de lo que se comunica, es decir, de un objeto de referencia.

La Comunicación es una actividad muy antigua donde por ser una forma de interacción supone la participación de al menos 2 actores. En un proceso comunicativo los actores ocupan posiciones distintas y en el transcurso de este proceso desempeñan funciones diferentes. Es necesario hacer notar que el actor que inicia el intercambio comunicativo es denominado "Ego" y el actor (o actores) que en esa relación es solicitado comunicativamente por Ego se denomina "Alter"

Ahora bien el desarrollo de la actividad profesional como asistente de Comunicación Organizacional utiliza la Comunicación para establecer un sinfín de relaciones entre los empleados y directivos de Seguros Tepeyac, S.A. a través del boletín informativo "Correo Tepeyac".

Concretamente en el caso de asistente de Comunicación Organizacional existen éste como Ego que pretende y desea que los empleados y directores también nombrados Alteres reciban y entiendan los mensajes distribuidos a través del objeto comunicativo. Sin embargo la existencia del asistente de comunicación organizacional (Ego) al momento de recibir una respuesta por parte de los lectores adquiere una posición de Alter ya que capta la información que le están enviando los empleados.

Es importante mencionar que para que sea posible la existencia de la Comunicación es necesaria la presencia de varios componentes que a continuación se enunciarán señalando al mismo tiempo el ejemplo específico de la Organización Tepeyac.

Primeramente existen actores que tienen como objeto comunicar algo a propósito de un objeto de referencia.)

- Así Ego será quien inicia el proceso comunicativo----- asistentes de Comunicación Organizacional
- Alter es solicitado por el primero y se presupone tiene la intención de atender e incorporarse al mensaje que se le esta dando-----empleados administrativos.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

- Los instrumentos pueden ser biológicos y/o tecnológicos mismos de los que se servirán los actores tanto para la producción como consumo de mensajes----- correo electrónico
- Para el logro de un sistema comunicativo es necesario la existencia de expresiones que son un conjunto de señales ordenadas por un código mismas que le darán materialidad al mensaje-----boletín informativo.
- Y las representaciones que son imágenes y/o sentidos que constituye alter (segundo actor de la Comunicación) a propósito del objeto de referencia aludido.

El ejemplo precedente permite entender que la actividad profesional se sirve de la Comunicación para alcanzar el objetivo principal del boletín de informar, sin embargo, a pesar de la existencia del canal donde se pueden dar a conocer distintos tópicos relacionados con la actividad aseguradora y los fines están perfectamente establecidos en ciertos momentos se pierde la intención debido a que el correo en ocasiones publica temas superfluos dejando a un lado la misión de Seguros Tepeyac de garantizar la completa satisfacción de los empleados, para que adquieran un compromiso de servicio eficaz procurando el desarrollo de la empresa mediante la dedicación al trabajo y el continuo deseo de superación

El desempeño profesional como asistente de Comunicación organizacional a lo largo de 2 años debe de poseer como cualidad el conocer el contexto global de la actividad y función de la Organización Tepeyac porque de esta forma se tiene la capacidad de comunicar lo necesario a través del boletín informativo "Correo Tepeyac".

El asistente de comunicación organizacional debe de tener un panorama general del giro de Seguros Tepeyac para entender la información que se maneja diariamente y que afecta el desarrollo de los empleados, sin embargo, la información que incluye y publica el "Correo Tepeyac" se debe de plantear de manera que los empleados la entiendan y asimilen. Asimismo deben de categorizar y jerarquizar los artículos y entrevistas a fin de

publicar lo que es realmente trascendente sin olvidar la línea editorial, pero provocando la participación de los trabajadores.

Es fundamental que tanto los asistentes de Comunicación Organizacional así como los empleados se rijan por la misma información y entiendan de forma adecuada los términos utilizados en el boletín

B. REFLEXIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA MEMORIA DE DESEMPEÑO

Existen diversas opciones de titulación, de entre las cuales se seleccionó la Memoria de desempeño profesional debido a que se considera importante establecer los problemas y situaciones que prevalecen en una empresa de México, concretamente Seguros Tepeyac, S.A. a pesar de ser una empresa no comunicativa, pero que goza de un departamento llamado Mercadotecnia y Comunicación Organizacional.

El estudio de una carrera profesional provee al estudiante de los elementos teóricos así como de conceptos básicos y del carácter metodológico, no obstante más allá de estos elementos existen otros factores reales y concretos en la práctica profesional.

Pero la práctica profesional no puede estar completa sin la existencia de una formación profesional, por lo tanto estas dos formas de crecimiento y evolución están estrechamente ligadas y es en el desarrollo de la memoria de desempeño profesional donde se aplican y se hacen uso de estos dos saberes.

Se juzga importante desarrollar una memoria de desempeño profesional porque existen problemas detectados en una empresa no comunicativa, pero que posee y avala un departamento enfocado y dedicado a la Comunicación Organizacional. Se consideró pertinente dar a conocer las adversidades y situaciones que vive Seguros Tepeyac específicamente el boletín informativo "Correo Tepeyac". Así mismo se plantean

recomendaciones basadas en una investigación metodológica y técnica, así como la experiencia profesional.

El asistente de Comunicación Organizacional conoce y debe de enfrentarse a diversos problemas ya sean de carácter coyuntural o institucional, éste debe ser capaz de solucionar los que se encuentran bajo sus propias posibilidades haciendo uso de su propia experiencia profesional y sus conocimientos teóricos.

Para poder diagnosticar un problema y recomendar, sugerir o proponer posibles soluciones en una memoria de desempeño es necesario hacer un estudio profesional y profundo que cubra dos partes fundamentales del objeto de conocimiento: metodología y técnica.

Ahora bien, para desarrollar una memoria de desempeño profesional se hizo una conciliación entre la práctica y la teoría, esto es apoyar los conceptos teóricos con sucesos reales que han venido ocurriendo, esto estudio lo avala igualmente la experiencia profesional como asistente de Comunicación Organizacional durante 2 años.

Es importante plantear problemas comunicativos concretos y a través de este trabajo se podrá entender el tipo de relaciones que prevalecen en este momento, de que forma afectan a la Comunicación y de que manera se pueden mejorar o solucionar. La práctica como Asistente de comunicación organizacional busca optimizar las interrelaciones en Seguros Tepeyac, S.A. a través de la planificación, organización y ejecución de productos comunicativos como lo es el boletín informativo "Correo Tepeyac".

Esta práctica y el logro de los objetivos deben complementarse con estudios metodológicos, es por eso que se seleccionó la Memoria de desempeño profesional como forma de titulación ya que permite la conciliación de dos grandes ejes: formación profesional y la práctica profesional.

C. EVALUACION DE LA FORMACION PROFESIONAL

1. Aplicabilidad para la resolución de problemas a nivel referencial

De acuerdo al plan de estudios cursado en la Licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva existen materias que han coadyuvado de forma importante en la solución de problemas presentes en la actividad profesional, es necesario hacer notar que algunas de las materias impartidas a lo largo de la carrera profesional han sido útiles como conocimiento cultural, sin embargo para el desarrollo del trabajo cotidiano en el área de Comunicación Organizacional no han apoyado al 100% las actividades, sin embargo no significa esto que hayan sido tiempos perdidos, solamente se deberían adecuar a las actividades que desarrolla un comunicador/comunicólogo.

Una de las materias que han respaldado el ejercicio como asistente de comunicación Organizacional realizando el boletín informativo "Correo Tepeyac" ha sido Técnicas de investigación documental y de campo porque para cualquier desarrollo de los reportajes y artículos presentados es necesario realizar la investigación documental pertinente para exponer datos e información real y fundamentada. En ocasiones se tiene que hacer frente a una serie de dificultades o falta de información, por tanto es básico que a los estudiantes de Periodismo y Comunicación Colectiva dominen esta asignatura para poder entender, saber y decidir que tipo de investigación se va a llevar a cabo y de que modo.

Se considera también que existen 5 asignaturas importantes para el profesional de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, éstas son primeramente las que pertenecen a la modalidad de Géneros periodísticos informativos: nota informativa, entrevista y reportaje . Dichas materias han sido esenciales en el desarrollo de la práctica profesional porque proveen al asistente de Comunicación organizacional de los elementos básicos y necesarios para llevar a cabo los procesos de comunicación, específicamente del boletín informativo.

No obstante existen otras materias que apoyan directa o indirectamente el desarrollo del egresado de Periodismo y Comunicación Colectiva en la práctica real como lo es: Organización y funcionamiento de empresas comunicativas y aunque no posee un reflejo al 100% fiel del funcionamiento y desarrollo de una empresa no comunicativa se muestran algunas de las principales características del manejo de un medio de comunicación.

Tanto la nota informativa como entrevista y reportaje han sido útiles para la elaboración, producción y distribución de mensajes transmitidos a través del boletín informativo "Correo Tepeyac" estableciendo la importancia social, cultural y organizacional que conlleva, el boletín presenta notas informativas, en algunas ocasiones entrevistas y reportajes por tanto es necesario tener el contexto de lo que es cada uno de estos géneros para poder publicar las cosas de acuerdo a lo establecido.

Dentro del grupo de materias técnicas, pero en la modalidad de Géneros informativos de opinión se encuentran dos asignaturas: artículo-editorial y columna-crítica, han sido importantes para el desarrollo de la actividad profesional debido a que permiten conocer dos formas más de presentar la información, pero dando una opinión de lo que se está abordando, o bien permite conocer la crítica que se está haciendo acerca de lo publicado. Al interior del "Correo Tepeyac" no existen muchos espacios de opinión y crítica debido a que el boletín le da más importancia al género informativo, sin embargo, es importante poseer las bases y características de los géneros de opinión y de esta forma saber presentar la información generada con una opinión al respecto.

Otra materia más que ha apoyado el desarrollo de la actividad profesional es Organización y funcionamiento de empresas comunicativas que pertenece al área teórica ya que a permitido entender el ejercicio de una empresa como lo es la Organización Tepeyac, del mismo modo permite comprender los niveles que existen en la compañía y cual es la forma de establecer la transmisión de mensajes y darle la importancia necesaria a todo el flujo de mensajes que se transmiten día con día.

Seguros Tepeyac, S. A. es una empresa dedicada al ramo asegurador, pero avala y reconoce la importancia de la Comunicación Organizacional por tanto existe un

departamento dedicado a las comunicaciones internas, la asignatura de Organización y funcionamiento de empresas comunicativas permitió entender los esquemas y quehaceres de una empresa que acepta la existencia de un departamento encargado de la distribución y producción de los medios comunicativos pertinentes que incidan en una armonía laboral.

Del área técnica también está la asignatura de técnicas de información por radio y T.V. que a auxiliado la actividad profesional a pesar de no ubicarse dentro de los medios masivos de comunicación, pero estas materias han servido para que el profesional sepa como presentar la información de manera detallada, pero concisa ya que el boletín informativo "Correo Tepeyac" no cuenta con grandes espacios para la publicación de artículos, reportajes y notas informativas.

Se considera que la asignatura de técnicas de elaboración de audiovisuales perteneciente al área técnica ha coadyuvado fuertemente la actividad profesional porque como asistente de Comunicación organizacional se tienen que presentar audiovisuales de bienvenida así como capacitación, por tanto esta asignatura ha sido útil para conocer el proceso, elaboración y presentación de un audiovisual.

La materia de Introducción a las ciencias de la comunicación a influido tanto en la formación como el desarrollo de la actividad profesional porque permitió conocer y valorar los fines y procesos de la comunicación además de conocer la naturaleza, fines y procesos de la Comunicación.

2. Evaluación de las condiciones socio-económicas de la formación profesional

A lo largo del estudio de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva se incluyeron materias que proporcionaron las herramientas suficientes para manejar adecuadamente el lenguaje enfocado principalmente a los medios de Comunicación masivos: radio, prensa y televisión, también se otorgaron los elementos necesarios para conocer el funcionamiento de empresas comunicativas y la Comunicación

Organizacional. Es importante señalar que el aprovechamiento de un estudiante se ve afectado por diversos aspectos y uno de ellos son las condiciones socio-económicas a través de las cuales desarrolla su carrera universitaria.

La formación profesional fue de 1992 al 1996 contando con los elementos básicos en cuanto a talleres y salones, sin embargo esto no impidió que se concluyera exitosamente la carrera profesional, de igual forma el período comprendido en los años antes señalados transcurrió sin ningún conflicto escolar, contrariamente a algún problema se inauguró el edificio de talleres para Periodismo y Comunicación Colectiva y Diseño Gráfico.

Como se mencionó anteriormente las condiciones bajo las cuales se desarrollo la formación profesional no se pueden comparar a las condiciones existentes en el campo laboral porque no se cuenta con los mismos elementos, pero los medios que provee la Universidad permiten conocer y proporcionar los factores principales para entender y aprender al Periodismo y Comunicación Colectiva.

Es necesario dar a conocer las carencias en cuanto a infraestructura que posee la Universidad, sobre todo por el auge que ha tenido la tecnología ya que actualmente se hace uso de distintos medios que deben ser adoptados en la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva para que los propios estudiantes estén familiarizados con lo que en realidad se van a enfrentar.

El poseer una formación profesional permite traspasar o cumplir ciertos objetivos por lo tanto es necesario apuntar los objetivos o retos cumplidos, éstas posibilidades a continuación se mencionan.

D. POSIBILIDADES AL TENER UNA FORMACION PROFESIONAL

El tener una formación profesional ha permitido tener la oportunidad de ingresar en el campo laboral de la Comunicación Organizacional que tal vez no se hubiera cumplido sin la formación o conclusión de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

La formación profesional provee de los elementos necesarios en cuanto a teoría y puntos básicos en cuanto a la práctica para comprender los procesos comunicativos y el desarrollo de los mismos así como la evolución de la sociedad y el efecto que tienen los medios comunicativos dentro de una organización.

Es necesario apuntar que a pesar de que existen muchos trabajadores que se han formado en el campo no cuentan con un panorama teórico que sólo se obtiene mediante el estudio de una carrera profesional. Tener una formación profesional da las herramientas necesarias para afrontar las actividades cotidianas en el campo laboral ya que debido al momento histórico que actualmente se vive exige y demanda una mayor preparación académica de los estudiantes, es decir, si en tiempos pasados era suficiente estudiar la preparatoria ahora se vuelve indispensable concluir una carrera universitaria para poder aspirar a puestos importantes dentro de una empresa y esta formación tiene que ir reforzada con un manejo total de un idioma extranjero y con conocimientos en computación.

Actualmente para el desarrollo de la actividad profesional como asistente de Comunicación Organizacional es necesario tener una licenciatura en Comunicación concluida para poder enfrentar los problemas en la Organización y poder asistir la realización del boletín informativo. Por lo tanto es imprescindible estudiar y contar con una formación académica adecuada.

Sin embargo la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva podría mejorar si se hicieran algunos cambios o modificaciones en cuanto a contenidos, formas, hábitos, habilidades y actividades. Relacionado a los contenidos se sugiere se impartan materias relacionadas ampliamente a la carrera, por ejemplo, la asignatura de Organización y funcionamiento de empresas comunicativas sólo se da en un semestre, o comunicaciones internas sólo como materia optativa cuando es necesario profundizar más al respecto ya que esto apoyaría más el desempeño profesional.

En cuanto a los contenidos se sugiere impartan materias relacionadas a la carrera, pero de forma más profunda porque por ejemplo la asignatura de Organización y funcionamiento de empresas comunicativas internas sólo se da durante un semestre o Comunicaciones internas y como materia optativa cuando es necesario profundizar más en materias que sirven para apoyar el desempeño profesional.

Es necesario crear materias que estén estrechamente ligadas con la actividad real del profesionista, es decir si existen pre-especialidades se debe delimitar perfectamente el área impartiendo materias que tengan relación al 100% con las funciones de los medios involucrados en esa especialidad.

Las formas para mejorar la manera de impartir clases se sugiere sean más dinámicas y prácticas, por ejemplo entablar actividades dinámicas o ejemplificar con situaciones reales los conceptos teóricos a enseñar. Existen materias del plan de estudios de Periodismo y Comunicación Colectiva que son teóricas o contextuales, sin embargo los profesores deberían de impartir las clases de forma práctica para lograr una interacción total entre alumnos y profesores.

Se sabe que las asignaturas se tienen que apegar a un programa de temas a impartir, pero se considera que cada tema debe de acoplarse a las necesidades y características actuales de la sociedad y su medio ambiente, por tanto, deberían de existir tiempos y formas opcionales para lograr una estrecha relación entre la teoría y los problemas reales.

Dentro de la especialidad de electrónicos y concretamente en las materias de producción y programación radiofónica y televisiva se aplican prácticas y grabación de programas de dichos medios, no obstante se observa que en realidad el semestre es muy corto por tanto la cantidad de programas que se hacen son muy pocos y esto genera que posiblemente no se abarquen todos los objetivos trazados o las clases sean superfluas sin lograr una profundización real en la materia.

En cuanto a los hábitos y habilidades, éstos podrían mejorar si se lograra concientizar a los alumnos de la importancia que tiene la formación profesional para lograr un desempeño exitoso en el campo laboral y conseguir una verdadera especialidad de los estudiantes en cualquiera de las divisiones que se elijan porque a lo largo de los 9 semestres sólo 3 de ellos son enfocados completamente a la especialidad seleccionada por esta razón se juzga pertinente crear una real especialidad de los alumnos con los medios e impartir un programa apegado y relacionado a las especialidades establecidas, esto conllevaría al desarrollo de las habilidades de los futuros profesionistas así como la aplicación de perspectivas y criterios.

Las actividades pueden mejorar si se incrementa el número de prácticas de las materias que así lo requieren, por ejemplo la asignatura de Agencias informativas es teórica, sin embargo podrían realizarse prácticas o visitas a las agencias informativas de México para que el alumno este relacionado con las actividades propias de las agencias y adquiera la experiencia que el campo profesional provee.

Finalmente, es necesario incrementar el número de prácticas y dinámicas para que el alumno tenga un panorama más amplio de las situaciones a las cuales se va a tener que enfrentar al estar trabajando en el medio.

E. REFLEXIÓN EN TORNO A LA FORMACION PROFESIONAL PARA QUE LA PRÁCTICA PROFESIONAL GARANTICE UNA MEJOR CALIDAD.

La Universidad provee a los alumnos de la formación académica así como de los conocimientos teóricos y en un porcentaje menor de los conocimientos prácticos pero que son de gran ayuda para la preparación del estudiante ya que es el único lugar donde se pueden adquirir estos conocimientos.

El primer contacto real que se tuvo con los medios de comunicación en cuanto al estudio, creación, producción, circulación y distribución fue en la Universidad, en este lugar el estudiante entiende ampliamente la importancia de la Comunicación y se crea un

enfoque analítico de todo lo que es presentado a la sociedad y bajo que términos. La formación que se tuvo durante los 9 semestres de estancia en la ENEP Acatlán apoyaron fuertemente para desarrollar lo solicitado en el campo debido a que se manejan conceptos, teorías, reglas, métodos y formas adecuadas para hacer una óptima aplicación en el área profesional.

Contar con una formación profesional permitió que se adquirieran primeramente los elementos suficientes y necesarios para lograr un manejo adecuado de los medios de comunicación y los géneros periodísticos, poseer un conocimiento de la naturaleza, fines y procesos de la comunicación así como del desarrollo, objetivos, legislación y problemática de los medios de comunicación colectiva.

El ingresar a una Universidad para estudiar la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva permitió ampliar el panorama de los medios de comunicación y saber que no sólo se resumen al radio, T.V. y prensa sino que algunas empresas cuenta con áreas dedicadas a reforzar los sistemas de comunicación con el objetivo de hacer más productivo su nivel de desarrollo.

De igual manera con el estudio de una carrera profesional, concretamente Periodismo y Comunicación Colectiva se dotó al estudiante del rigor metodológico que necesita el estudio de la Comunicación y se proporcionó al alumno de los elementos teóricos e históricos para comprender la sociedad actual, ubicarse dentro de ella y evaluar los acontecimientos y hechos actuales.

F. REFLEXIÓN SOBRE QUE DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL APOYARÍA PARA ENRIQUECER LA FORMACION PROFESIONAL

Para lograr una óptima formación profesional es necesario completar una preparación teórica, práctica, metodológica y contextual, sin embargo es necesario incluir cursos que buscan una realización profesional en el campo. Por esta razón se

recomienda dar cursos complementarios que apoyen cada una de las especialidades de Periodismo y Comunicación Colectiva. Para entender lo anterior se citará un ejemplo:

El auge que han tenido las relaciones públicas a últimas fechas es muy importante, la mayor parte de las empresas poseen un departamento de Comunicaciones Internas, Comunicación Organizacional o Comunicación Social que pretende tener un claro entendimiento entre todos los componentes de la Organización y sus agentes externos ya sean clientes o proveedores.

Para conseguir una armonía entre estos elementos es básico hacer uso de las relaciones públicas, sin embargo, en la Universidad no se da esta formación y al momento en que los estudiantes se tienen que enfrentar a esta realidad no saben como hacerlo; debido a esto se sugiere impartir materias de Comunicación Organizacional y el funcionamiento de las compañías en cuanto a Mercadotecnia y relaciones públicas, estas clases teóricas deben de reforzarse con prácticas reales para que el alumno este en contacto directo con las empresas ya sean comunicativas o no.

Se considera de vital importancia que al alumno se le impartan más clases prácticas para que adquiera la capacidad de resolver problemas reales y constantes a los que va hacer frente al momento de empezar a laborar en una empresa porque muchas veces el alumno maneja todos los conceptos teóricos y metodológicos, pero no sabe como reaccionar cuando se encuentra en el campo de trabajo.

Es importante mencionar que a lo largo de la formación profesional el alumno tiene la necesidad de enfrentarse a diversos problemas sean económico, teóricos, de investigación, etc. sin embargo es menester hacer uso de todas las herramientas teóricas y aplicarlas a la práctica para que el alumno entienda y cree conciencia de los problemas a los que se va a enfrentar en el campo laboral.

También es necesario poseer información que arroje datos sobre la situación de los egresados de Periodismo y Comunicación Colectiva para que se puedan planificar y

adecuar los programas y planes de estudio de acuerdo a la situación y actividad actual de la Comunicación.

Finalmente y para complementar este apartado se menciona que la formación de los comunicadores tiene un eje fundamental de referencia que son los medios masivos, sin embargo, existen también campos de acción profesional en instituciones públicas y privadas que permiten el desarrollo profesional de los egresados y buscan la eficiencia en las Organizaciones como lo es concretamente el caso del asistente de Comunicación Organizacional en Seguros Tepeyac, S.A.

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

El presente trabajo permitió conocer la situación bajo la cual se está desarrollando la producción del boletín informativo, así como entender las necesidades que tienen los empleados de poseer un medio informativo que en realidad cumpla con las proyecciones que demandan éstos mismos. Fue importante saber cuáles son los temas y artículos que desean los empleados ver plasmados en el boletín porque en medida en que los trabajadores se vean involucrados en los temas en esa medida va a incrementarse el índice de lectores y los objetivos de tener un medio de comunicación interno se van a cumplir. Además este trabajo concedió la oportunidad de establecer los lineamientos correspondientes para la reconstrucción de forma y contenido del boletín informativo "Correo Tepeyac" que se realiza actualmente en Seguros Tepeyac, S. A.

Este trabajo se llevó a cabo a través de la investigación documental pertinente además del sondeo de campo correspondiente a lo que se deseaba conocer. Esto es la aplicación de cuestionarios y entrevistas a las muestras seleccionadas y que fueron tanto empleados administrativos, directores y asistentes de Comunicación Organizacional.

El realizar esta investigación permitió conocer la opinión que se tiene del "Correo Tepeyac" además de advertir las fallas o carencias a nivel contenido del mismo medio de comunicación. Es importante señalar que a pesar de que existe el medio de comunicación los lectores no se han visto lo suficientemente involucrados y esto se debe a que en repetidas ocasiones el contenido del mismo no es de trascendencia y utilidad para su desarrollo profesional y personal.

Asimismo se pudieron observar las condiciones bajo las cuales tienen que trabajar los asistentes de Comunicación Organizacional para que el "Correo Tepeyac" pueda salir publicado en el tiempo establecido y así percatarse de que en realidad no se cuentan con los elementos tecnológicos suficientes para crear un boletín informativo más dinámico e interactivo, o si existen las herramientas se ven limitados los empleados encargados de elaborar el boletín ya que no se les está permitido utilizar funciones de Power Point justificando el área de Sistemas que se hace un gasto "innecesario" de memoria en la red

de computo utilizada. Estos argumentos en ninguna ocasión han sido rebatidos por la alta dirección porque de acuerdo a los integrantes del área de comunicaciones internas no se le ha dado la importancia que requiere el poseer un medio de comunicación interno

El desarrollo del capítulo I fue importante ya que se consideró necesario establecer las características generales de la empresa Seguros Tepeyac, S. A. De esta forma el lector pudo conocer tanto los objetivos que persigue la empresa, la misión planteada por los directivos y la filosofía bajo la cual se rige la Organización y así entender bajo que lineamientos se opera en la Organización Tepeyac y cual es la importancia que le otorgan los directivos al medio de Comunicación Organizacional y al desarrollo comunicativo al interior de la empresa.

Este mismo capítulo permitió conocer los conceptos con los cuales se trabajó como lo son: comunicación y comunicación organizacional y de esta forma comprender los fines y objetivos que persigue el boletín informativo "Correo Tepeyac" y establecer la importancia que posee la comunicación y el desarrollo de un medio comunicativo en una empresa de un giro distinto al de los medios de comunicación masivos.

El haber realizado este trabajo permitió que se reforzaran los conceptos de comunicación y comunicación organizacional entendiendo que en una empresa u organización debe de existir un flujo de comunicación adecuado para que se distribuya a través de todas las áreas y departamentos los objetivos planteados desde la alta dirección hasta los empleados más sencillos, pero que no por eso se excluyen de una integración con la propia empresa.

Sin embargo en Seguros Tepeyac, existe un medio informativo que pretende integrar y dar a conocer los diferentes servicios y productos al interior de la misma empresa, pero que de acuerdo a lo observado no se cumple al 100%, es decir, de que sirve que exista un boletín si no se le da la importancia que puede tener ya que éste medio serviría para integrar en su totalidad a la plantilla laboral de la empresa.

Una parte importante del primer capítulo fue ubicar la función del asistente de comunicación organizacional al interior de la institución y saber cual es la importancia del comunicólogo en una empresa que no representa ningún medio masivo de comunicación, pero que avala y justifica un departamento dedicado al diseño, producción y distribución del boletín informativo "Correo Tepeyac".

Se consideró relevante reconocer que un egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva no necesariamente posee como única opción de desarrollo profesional un medio de comunicación masivo sino que es necesario e importante que se cuiden los medios informativos existentes al interior de una empresa aunque ésta no sea propiamente un medio comunicativo.

Es decir, si Seguros Tepeyac goza de un boletín informativo explotar al máximo éste mismo para lograr que las relaciones laborales entre empleados se vean favorecidas con el instrumento comunicativo.

En cuanto al capítulo II se consideró uno de los apartados medulares debido a que se presentaron los problemas y deficiencias que tiene el boletín "Correo Tepeyac" y cuales son las principales dificultades a las que se tienen que enfrentar los asistentes para desarrollar su actividad profesional, ya sean problemas que recaen en su operación diaria o problemas institucionales.

Esta información estuvo basada en los resultados de las entrevistas y encuestas aplicadas a los empleados administrativos, directores y asistentes de Comunicación Organizacional que colaboran directamente con la formación del boletín. Es importante mencionar que los resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación permitieron que el autor conociera con mayor precisión la proyección que tiene el boletín informativo y la opinión que tienen los lectores de dicho medio. En el mismo capítulo se plantearon las posibles soluciones o propuestas que podrían reflejar un incremento en el interés de lectura por parte de los empleados así como una ampliación de espacio destinado a secciones demandadas por los lectores.

BIBLIOGRAFIA

BAENA, Paz Guillermina

Instrumentos de investigación, manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales.

12ª ed

Barcelona, España, Ed Editores Mexicanos Unidos, 1984

134 pp.

GOLDHABER, Gerald M.

Comunicación organizacional

4ª. ed

México, Ed Diana Técnica

423 pp.

LOMELI, Rodríguez Raúl

Libertad de difusión masiva

México, 1976

MARTIN, Serrano Manuel

Teoría de la Comunicación. (Epistemología y análisis de la referencia).

México, Ed.UNAM ENEP Acatlán, 1991

227 pp.

MARTINEZ, Albertos Jose Luis

El mensaje informativo (Periodismo en radio, T.V. y cine).

Barcelona, España

Ed.ATE

329 pp.

MORTENSEN, David C.

La comunicación, el sistema intrapersonal.

Buenos Aires, Argentina, 1978

Ed.3 Tiempos

247 pp.

NERI, López Felipe
Elementos para una crítica de la ciencia de la Comunicación.
México, 1989
Ed. Trillas
107 pp.

PARDINAS, Felipe
Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales.
26 ed
México, D.F., 1983
Ed. Siglo Veintiuno Editores
212 pp.

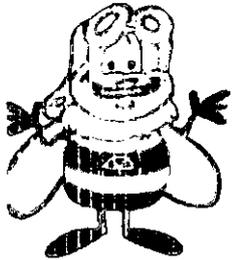
MARTI, Berenguer Arturo
Seguros Tepeyac, celebración cincuentenario 1944-1994.
México, D.F.
99 pp.

ANEXOS

Correo Expediente

22

16 AL 31 DE MAYO DEL 2000



RENAVE



En los últimos 10 años la venta de vehículos se incrementó en 50%, pero el robo de unidades lo hizo aún más y creció en 430% en el periodo de referencia, por ello, con el Registro Nacional de Vehículos (Renave) se buscará un padrón confiable que no estimule la adquisición de una unidad irregular.

Ricardo Cavallo, director general de la Concesionaria Renave, afirmó que a partir del 15 de junio comenzará la inscripción masiva de unidades que se encuentran actualmente en circulación y se tendrá como plazo hasta el 15 de diciembre, **de lo contrario la multa ascenderá entre los 500 y 1,000 días de salario mínimo.**

Afirmó que no se podrán regularizar autos "chocolate o chuecos" y sólo podrán inscribir a los autos que cuenten con sus papeles en orden y en ese campo no tiene margen de maniobra. Al constituir un padrón vehicular confiable se dará seguridad jurídica a los particulares en las transacciones comerciales y ayudará a la disminución del robo.

A partir del pasado 2 de mayo, comenzó la primera fase del registro, en donde las personas físicas o morales que adquieran vehículos nuevos deberán recibir, junto con su factura, una tarjeta como comprobante de solicitud de inscripción de la unidad nueva ante el Renave con un número confidencial. Éste permitirá al propietario del vehículo nuevo cerciorarse que la agencia distribuidora cumplió debidamente con la obligación de avisar al Renave de la venta de primera mano realizada y después se recibirán por correo certificado el comprobante de registro definitivo del vehículo.

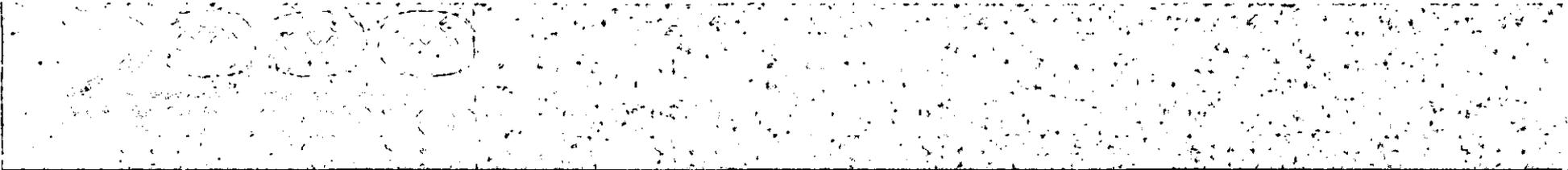


Ahora bien, para los 14 millones de unidades que se encuentran en circulación existen diversas empresas que van a operar como **Centros de Trámite Documental (CTD)** que se encargarán de recibir la documentación para su inscripción entre las que se encuentran: los distribuidores de autos nuevos agrupados en la **AMDA**; **Telecom - Telégrafos**, **Multipack**, la cadena de **gasolineras Queroil**, así como el **Grupo OFCR**, aunque no se descarta que nuevas empresas se sumen en los próximos días.

Para la inscripción de un vehículo será necesario presentar las fotocopias de la factura del vehículo, la tarjeta de circulación, el pago de la última tenencia, dos identificaciones oficiales vigentes, así como un comprobante de domicilio actual.

El **CTD** tiene la autorización de realizar diversos trámites como son registro de vehículos usados, nuevos, recibir notificaciones sobre modificaciones substanciales al vehículo, cambio de propietario, consultas, avisos de excepción, cambios de datos generales del propietario, recibir los avisos de robo, cambio de placas, aviso de placa, entre otros.

De manera aleatoria por cada 1,000 vehículos que se registren, una unidad tendrá que pasar por un **Centro de Revisión Vehicular (CEV)**, en donde de forma física se revisará el automóvil, así como la documentación. También se enviarán al **CEV** a los propietarios de vehículos que tengan problemas en su documentación. En esas dos posibilidades no pagarán un costo adicional.



Ningún policía podrá exigir que se muestre la inscripción en el Renave y no existirá en el vehículo ningún sello que demuestre que se cumplió con esa obligación con el fin de evitar corrupción.

Cuando el vehículo quede inscrito en el Renave se entregará una tarjeta inteligente al propietario, en donde se almacenará toda la información de la unidad y no podrá inscribirse por ningún motivo un vehículo dos veces, con lo que se desalentará el robo.

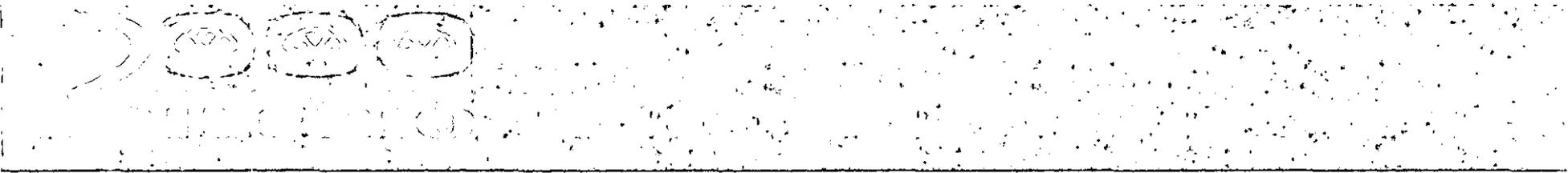
Familia Tepeyac, ésta puede ser una buena medida para disminuir el robo de autos que cada vez es más alarmante, así que los invitamos a inscribir su automóvil en el RENAVE.

NOSOTROS

A través de un anuncio en el periódico que solicitaba "Asesores Comerciales", fue que nuestro compañero Aurelio Sevillano Román ingresó a SEGUROS TEPEYAC el día 2 de abril de 1992. "Fue el primer proyecto de asesores iniciado en Tepeyac a través de José Luis Sánchez éramos un grupo de 16 candidatos de toda la República, tuvimos un curso de selección y capacitación de un mes en la ciudad de México, después de este curso, yo solicité trabajar en la zona del Sureste. En aquel entonces sólo existía en el sureste la oficina de Mérida".

En diciembre del 92, cuando Tepeyac inició el proyecto de las Oficinas de Servicio, a nuestro compañero Aurelio, le ofrecieron abrir la oficina de Cancún con el puesto de Jefe de Oficina, él recuerda el cambio de esta forma:

"Me trasladé a la ciudad de Cancún, renté una oficina, contraté una secretaria y comenzamos todo de cero. Fue todo un reto que me dejó una importante experiencia de cinco años en esa plaza. En ese periodo logramos reclutar más de cuarenta agentes exclusivos de Tepeyac y llegamos a ser la segunda aseguradora en la ciudad y la octava oficina en producción dentro de Tepeyac.



En esos años aprendí a reclutar, a capacitar agentes, a manejar todos los ramos de seguros, a lidiar con los siniestros etc. Además, en esos años se dieron cambios importantes en Tepeyac, pasamos de la estructura de oficinas regionales a Divisiones, inició Centel, cambios en la operación y en la estructura de Tepeyac que exigían de nosotros una gran capacidad de adaptación y sumarse al esfuerzo de toda la compañía por mejorar nuestra calidad de servicio”.

En marzo del 98 le ofrecieron a nuestro compañero Aurelio el puesto de Gerente de Salud de la División sureste, en la ciudad de Puebla, nuevamente un cambio, pero él se alegra de haber tomado la oportunidad porque pudo aprender y ver el negocio de una manera más completa desde la División. En marzo del 99 desaparecen las gerencias de Salud de las divisiones y se crea la nueva estructura de Vida, pasó a ser gerente de Vida Individual de la División Sureste:

“En agosto del 99 me traslado a Mérida con el objeto de manejar más de cerca la zona de la división que mayor producción tiene en Vida. Este cambio ya no me costó tanto porque siempre me ha gustado esta zona. A finales del 99 Mérida pasa a ser división, se crea también la estructura divisional de Vida y paso a ser gerente de Vida de la División Mérida. Al final terminé en la misma ciudad donde comencé”

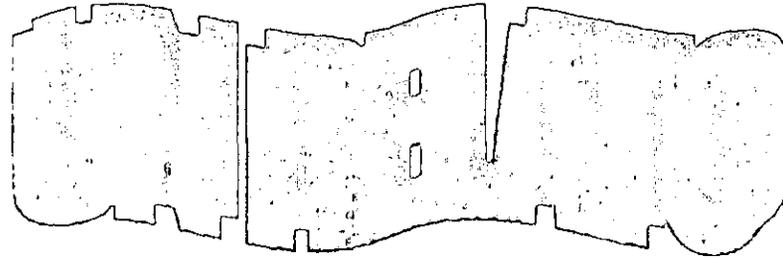
“Estoy convencido de que estoy en una gran compañía. En todos estos años siempre he contado con productos y estructuras de servicio de vanguardia dentro del mercado, con todo el respaldo para lograr los objetivos que uno se proponga”



Nuestro compañero Aurelio quiso compartir con nosotros parte de su experiencia: "Debemos saber aprender de todos los puestos que vas ocupando, esto te permite crecer siempre. Además todos sabemos que en este negocio todos los días se aprende algo nuevo. Y quiero resaltar que guardo una profunda gratitud hacia todos los que han sido mis jefes y colaboradores directos por el trato que siempre he recibido y la amistad sincera que me han brindado, esto creo que es lo más valioso de estos años".

**MUCHAS GRACIAS A NUESTRO COMPAÑERO AURELIO SEVILLANO ROMÁN POR
COMPARTIR CON NOSOTROS SUS EXPERIENCIAS.**

**Compañero de Tepeyac, si tienes alguna anécdota, opinión, o alguna lección valiosa que nos ayude a mejorar y desees compartir con nosotros, por favor envíala junto con una breve reseña de tu experiencia en Tepeyac y por este medio la compartiremos con todos.
¡Esperamos tus aportaciones!**



Dos hombres ambos enfermos de gravedad, compartían el mismo cuarto semi-privado del hospital. uno de ellos se le permitía sentarse durante una hora en la tarde para drenar el líquido de sus pulmones, su cama estaba al lado de la única ventana de la habitación.

El otro tenía que permanecer acostado de espaldas todo el tiempo, conversaban incesantemente todo el día y todos los días, hablaban de sus esposas y familiares, sus hogares, empleos, experiencias y sitios visitados durante sus vacaciones.

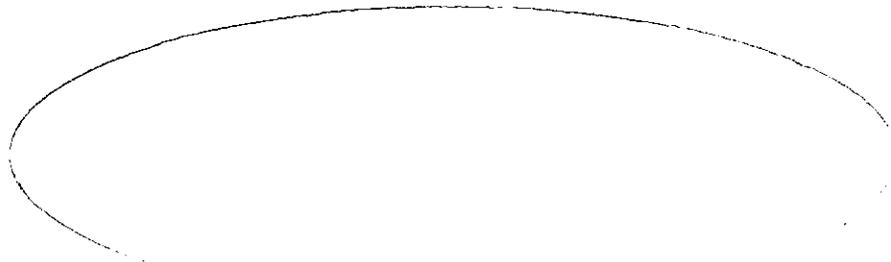
Todas las tardes, cuando el compañero ubicado al lado de la ventana se sentaba, se pasaba tiempo relatándole a su compañero de cuarto lo que veía a través de la ventana. Con el tiempo el compañero acostado de espaldas que no podía asomarse por la ventana se desvivía por esos periodos de una hora durante el cual se deleitaba con los relatos de las actividades y colores del mundo exterior.

La ventana daba a un parque, con un bello lago, los patos y cisnes se deslizaban por el agua, mientras los niños jugaban con sus botecitos a la orilla del lago, los enamorados se paseaban de mano entre las flores multicolores en un paisaje con arboles majestuosos y en la distancia, una bella vista de la ciudad.

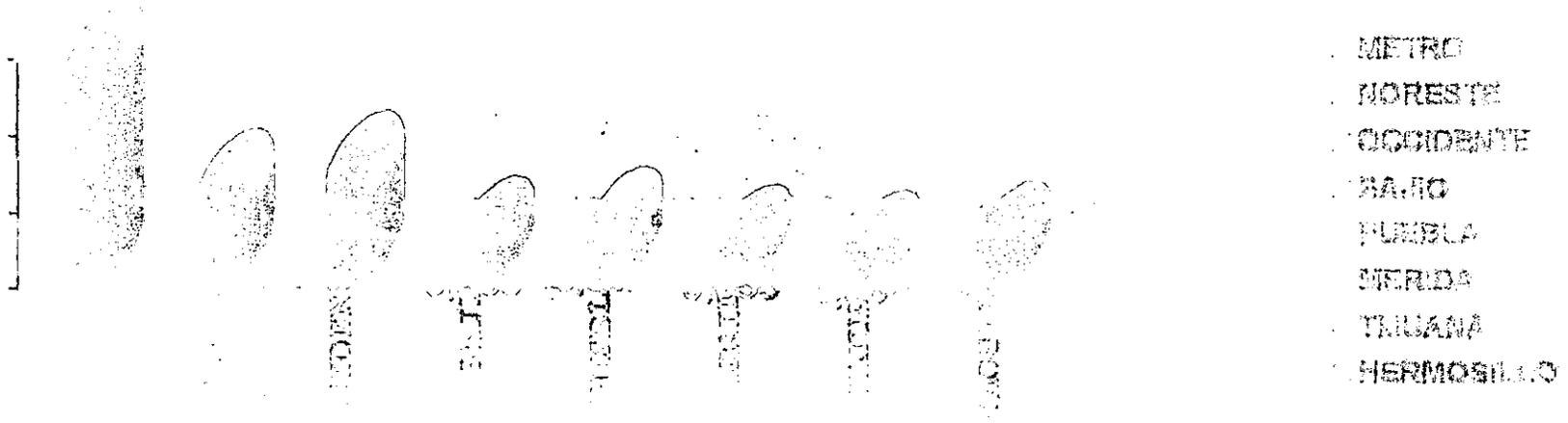
A medida que el señor cerca de la ventana describía todo esto con detalles exquisitos, su compañero cerraba los ojos e imaginaba un cuadro pintoresco. Una tarde le describió un desfile que pasaba por el hospital y aunque él no pudo escuchar la banda, lo pudo ver a través del ojo de la mente mientras su compañero se lo describía.

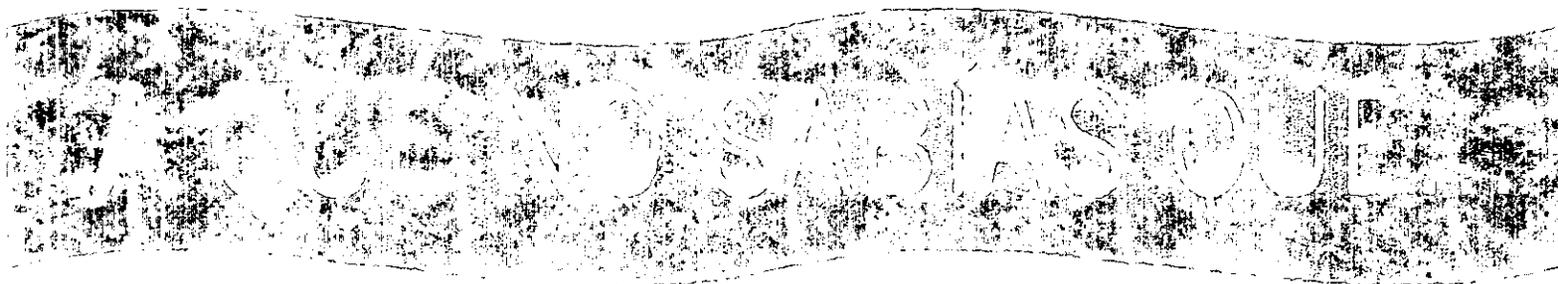
Pasaron los días y las semanas, una mañana la enfermera al entrar para el aseo matutino, encontró con el cuerpo sin vida del señor cerca de la ventana, quien había expirado tranquilamente durante su sueño. Con mucha tristeza, avisó para que trasladaran el cuerpo.

Al otro día el otro señor con mucha tristeza pidió que lo trasladaran cerca de la ventana, la enfermera le agradó hacer el cambio y luego de asegurarse que estaba cómodo lo dejó solo. El señor con mucho esfuerzo y dolor se apoyó de un codo para poder mirar al mundo exterior por primera vez, finalmente tendría la alegría de verlo por sí mismo, se esforzó para asomarse a la ventana y lo que vio fue la pared del edificio de al lado, confundido y entristecido preguntó a la enfermera que sería que animo a su difunto compañero a describir tantas cosas maravillosas fuera de la ventana. La enfermera le respondió que el señor era ciego y no podía ni ver la pared de enfrente. Ella le dijo quizás solamente deseaba animarlo a usted "



Ahora vamos a revisar el importe cobrado por divisional durante abril del 2000.





- El sedimento de las monedas demuestra que éstas son uno de los objetos más higiénicos de todos los que utilizamos cotidianamente.
- Los billetes contienen más microorganismos que las monedas, pero, aún así, no son grandes fuentes de contagio de enfermedades.
- Un vaso puede ser transmisor del virus responsable del herpes labial si bebemos inmediatamente después de una persona que lo tenga y el cristal está mal lavado.
- Las sábanas pueden transmitir infecciones de la piel, pero sólo si las acaba de usar otra persona.

ASÍ PENSABA CONFUCIO:

“Cuatro cosas es necesario extinguir en un principio: las ciudades, el fuego, los enemigos y la enfermedad”

FELICIDADES!

CUMPLEAÑOS AFORE

J. Jesús Raya Martínez	Zona Noreste	16 de mayo
Salvador Ricardo García Reyes	Operaciones	17 de mayo
Hilda Reyes Segura	Zona Noreste	18 de mayo
Carlos Montoya Gaona	Zona Noreste	19 de mayo
Yadira Ramírez Chequer	Operaciones	20 de mayo
Juan Luis Hernández Ovando	Zona Centro	21 de mayo
Alfredo Orozco García	Zona Centro	21 de mayo
Virginia Mora Morales	Zona Centro	21 de mayo
Ramón Nicandro Cancio Ballve	Dirección General	24 de mayo
María Ernestina Zazueta Robles	Zona Noroeste	28 de mayo

Danitza Urias Reyna	Zona Noroeste	29 de mayo
Fernando Lezama Pérez	Zona Noreste	30 de mayo
María De-Lira Santillán	Zona Noreste	31 de mayo

CUMPLEAÑOS SEGUROS

Juan Jiménez Ramírez	Vida	16 de mayo
María de Lourdes García Medina	Dir. Ejecutiva de Operaciones	17 de mayo
Iván Lozano Guerra	Vida	17 de mayo
Raúl Iñiguez Cuenca	Div. Siniestros Salud	18 de mayo
Diana Sánchez Jiménez	Administrativa	19 de mayo
María del Carmen Villanueva Iglesias	Div. Sureste	19 de mayo
Edgar Ricardo Aldaco Peña	Turistas	20 de mayo
Ernesto Beltrán Zavala	Reynosa	21 de mayo
Norma Guadalupe Martínez Jiménez	Div. Técnica Autos	21 de mayo
Blanca Yolanda Hernández Covarrubias	Div. Técnica Daños	22 de mayo
José Luis Fuentes Zapien	Div. Metropolitana	23 de mayo
Jaime Rosas Albarrán	Dir. Ejec. Org. Territorial MKT	23 de mayo
Mayra Agueda Morales Cuevas	Administrativa	23 de mayo
Manuel Fernando Peña Gutiérrez	Polanco	24 de mayo

Cesar Felix Ornelas	Zona Noroeste	1 año
Pedro Lara Delgadillo	Zona Occidente	1 año
Maria Beatriz Navarro Espinoza	Zona Noroeste	1 año
César López González	Zona Sureste	1 año
Elizabeth Díaz-De León Piñón	Zona Centro	1 año
Roy Henry Cano Vargas	Zona Sureste	1 año

ANIVERSARIOS SEGUROS

Guillermo Francisco Lamar Díaz	Vicepresidencia Ejecutiva	17 años
Mario Alberto Martínez Moreno	Div. Noreste	10 años
Margarita Gómez Padilla	Guadalajara	10 años
Verónica Guadalupe García Ibañez	Div. Siniestros Salud	3 años
Silvia Patricia Rivera Lira	Dir. Ejec. de Operaciones	3 años
Ricardo Huerta Puebla	Div. Metropolitana	3 años
Gerardo Rodríguez Trejo	Administrativa	7 años
Francisco Héctor Ramírez Correa	Dir. Ejec. de Operaciones	7 años
Ruth Maribel Mendoza Pérez	Turistas	7 años
José Luis Macedo Herrera	Auditoría	1 año
Karina Trejo Ramírez	Vida	1 año
María Teresa Victoria Cárdenas Tapia	Div. Siniestros Autos	8 años

Marisol García López	Dir. Ejec. de Operaciones	3 años
Héctor Antonio Zazueta Harfush	Div. Occidente	1 año
Alejandro Handem Prado	Administrativa	5 años
Verónica Velázquez Hernández	Administrativa	3 años
Pedro Abundis Gonzalez	Dir. Ejec. de Operaciones	3 años
Carlos Arcadio Nava Vega	Administrativa	14 años
María Jaqueline Alfaro Morales	Administrativa	7 años
Eduardo Peñaloza Rangel	Sindicato	22 años
Víctor Manuel Arévalo Pérez	Administrativa	3 años
Marco Tulio Ríos Velasco	Administrativa	3 años
Leopoldo Javier Faz Aguilar	Div. Noroeste	3 años
María Del Carmen Rodarte Galván	Div. Noreste	12 años

INDICADOR DE CONDICIONES

DE AR

\$9.65
INTERBANCARIO
\$9.55

ANIS APLICADOS

14.54%

ANUARIO

\$3,500.00

UNIVERSIDAD

\$2,778,904

Como se podrán dar cuenta, ahora más que nunca necesitamos del apoyo de todos ustedes para engrandecer a éste, nuestro medio de comunicación y expresión.

¡¡ESPERAMOS SUS APORTACIONES!!