

UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

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

CLAVE: 8793-24

**“MANUAL PARA LA REALIZACION DE EVENTOS
ESPECIALES DE LAS ORGANIZACIONES
EMPRESARIALES”**

T E S I S:

**QUE PARA OBTENER ÉL TITULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

P R E S E N T A:

YENISE ELVIRA TINOCO SOTOMAYOR

ASESOR:

LIC. ELBA EUGENIA NAVARRO AGUILAR

CELAYA GTO

2003

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

879324
11



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

"ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN"

1.1 CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN	1
1.1.1 IMPORTANCIA DE LA ORGANIZACIÓN	1
1.1.2 ELEMENTOS BÁSICOS QUE CONFORMAN LA ORGANIZACIÓN	2
1.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	3
1.1.4 AREAS FUNCIONALES	3
1.1.5 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA ORGANIZACIÓN	8
1.2 POR QUÉ ES NECESARIO APLICAR LA ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	10
1.3 CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN	11
1.4 PROCESO ADMINISTRATIVO	11
1.4.1 PLANEACIÓN	12
1.4.2 ORGANIZACIÓN	17
1.4.3 DIRECCIÓN	29
1.4.4 CONTROL	35

CAPITULO II

"COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL"

2.1 ¿QUÉ ES COMUNICACIÓN?

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Yanira Elvira **39**

Tirice Saucedo

FECHA: 16/07/03

FIRMA: P. A. B...

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.1.1	ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN	39
2.1.2	IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	41
2.2	<i>¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?</i>	42
2.3	<i>ÁREAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</i>	43
2.3.1	COMUNICACIÓN INTERNA	43
2.3.2	COMUNICACIÓN EXTERNA	61
2.3.3	RELACIONES PÚBLICAS	62
2.3.4	PUBLICIDAD	63

CAPITULO III

"RELACIONES PÚBLICAS"

3.1	<i>¿QUÉ SON LAS RELACIONES PÚBLICAS?</i>	66
3.1.1	IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN	68
3.1.2	BENEFICIOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN	69
3.1.3	RELACIONES PÚBLICAS COMO FUNCIÓN INTEGRAL DE LA ORGANIZACIÓN	70
3.3	<i>CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</i>	72
3.3.1	RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS	72
3.3.2	RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS	77
3.4	<i>ESTRUCTURA O FORMA DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN</i>	89
3.4.1	DEPARTAMENTO INTERNO	89
3.4.2	ASESORIA EXTERNA	90
3.4.3	COMBINACIÓN ENTRE DEPARTAMENTO INTERNO Y ASESORÍA EXTERNA	91

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO IV

PROPUESTA "MANUAL DE ORGANIZACIÓN"

92

CONCLUSIÓN

BIBLIOGRAFÍA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las organizaciones en Celaya buscan la excelencia en todas las actividades que realizan, ya sea en el área de producción, finanzas, ventas, recursos humanos. Los Empresarios se han percatado de que para lograr la excelencia en todos los ámbitos, se necesita tener un personal motivado e integrado, trabajando todos por un mismo objetivo.

Por tal motivo, se ha creado un evento que tiene como fin principal el motivar a los trabajadores e integrarlos a una sola cultura organizacional, y este acontecimiento, es la fiesta que realizan las empresas en el mes de diciembre para festejar a su recurso humano.

El punto de partida de la tesis es la de ofrecer los elementos esenciales a las Organizaciones en Celaya; para la realización de un evento tan especial como lo es la festividad decembrina. Dándole una mayor eficiencia durante el transcurso del evento para que se evite todo tipo de improvisación y se dé la excelencia.

TESIS CON --
FALLA DE ORIGEN

Se plantea un proceso para realizar un evento que sea factible y sencillo, sin dejar de lado los puntos clave en la elaboración del mismo. Así el evento especial, reflejará claramente el sentido de identidad y capacidad de organización que debe de caracterizar a la institución. Con una actitud positiva y de excelencia contribuir al establecimiento de procedimientos y acciones que permitan elevar la imagen integral de la organización, con preceptos de colaboración y participación de aquellos involucrados en el desarrollo de un evento, generando cambios específicos en la conciencia, opinión, actitud ya sea de los empleados de la empresa, o bien de sus públicos tanto directos como indirectos.

Comenzando por dar una visión general de lo que es una Organización, y todo lo que concierne en ella, así como brindar un breve antecedente histórico de la organización, y más específicamente en Celaya, para dar una perspectiva de lo que ha sido la Empresa en Celaya.

Por otro lado, mencionar una base de lo que sería la investigación de la tesis que es la Administración, pues la realización de un evento parte de lo que sería el Proceso Administrativo; describiendo paso a paso cada una de las etapas del proceso.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A continuación, dentro de lo que es la Comunicación Organizacional y su función dentro de la empresa se encuentran las Relaciones Públicas, que sería un punto fundamental dentro de la investigación. La forma en la que se comunica en la empresa, haciendo un paréntesis y dándole una mayor relevancia a lo que serían los Manuales, como una forma de comunicación interna. Así mismo, se habla sobre las redes que se utilizan en la organización.

Dar una idea más específica al lector sobre las Relaciones Públicas y como se emplean en la empresa, así como su importancia dentro de las mismas. Siendo que es una rama sobresaliente de la Comunicación para la realización de un evento especial en la organización.

Para finalizar se propone la idea central de lo que sería la investigación; un "Manual de Organización", para la realización de un evento especial, proponiendo herramientas estándares para las Organizaciones Empresariales al planear, organizar y realizar un evento.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CAPITULO I

"ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN"

1.1 CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN

La estructura dentro de la que opera el grupo social, impulsando la especialización entre el personal, con el fin de facilitar y darle una mayor eficacia al trabajo, tomando en cuenta los métodos más sencillos para efectuar las funciones correspondientes de la mejor manera, respetando los niveles de autoridad y responsabilidad para alcanzar los objetivos determinado.

1.1.2 IMPORTANCIA DE LA ORGANIZACIÓN

Resulta innegable la trascendencia que ha alcanzado la organización dentro de la vida del hombre y del desarrollo de la sociedad.

- La organización tiene un carácter continuo, pues se encuentra en constante cambio, pues su función jamás termina.
- Tiene como finalidad la de lograr los objetivos del grupo social, planteando los medios más sencillos y eficientes para lograrlos.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

- **Plantea métodos para realizar las actividades de forma eficiente, pero con un mínimo de esfuerzos.**
- **Evita la duplicidad de esfuerzos, al delimitar las funciones y responsabilidades de cada miembro de la organización**

1.1.3 ELEMENTOS BÁSICOS QUE CONFORMAN LA ORGANIZACIÓN

Existen Cinco elementos básicos que conforman la organización que son:

1. Tamaño

La empresa puede designarse por la proporción de sus recursos financieros, tecnológicos y humanos. Es un elemento que se refiere al número de su personal laboral.

2. Interdependiente

Consiste en las relaciones que desenlazan al personal de la organización que se influyen bilateralmente, a su vez la interdependencia muestra la relación que se da entre el personal que labora en la empresa unos con otros.

3. Insumos

Para que las empresas subsistan, se requiere de elementos tales como energía, personas, recursos materiales y financieros e informáticos.

4. Transformación

Proceso mediante el cual los insumos se convierten en productos o servicios. La transformación ocurre desde el momento en que los recursos

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

materiales y financieros entran a la empresa hasta el momento en el que salen de la misma.

5. Producto

Es el resultado del curso de actividades coordinadas y controladas en la empresa, que suele integrarse al medio ambiente.

1.1.4 CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES

1. Una organización esta esencialmente dirigida por personas.
2. No puede haber una organización sin una red de sistemas; debe de haber sistematización para el logro de objetivos.
3. La organización trabaja para su buen funcionamiento, partiendo del proceso administrativos; planeación, organización, dirección y control.
4. Una organización se compone a partir de aspectos sociales y técnicos que son primordiales para la constitución de la empresa.
5. Al personal el cual es asignado para los diversos departamentos, debe de estar empapado de lo que es su área laboral, para que de esta forma realice su trabajo de manera más efectiva.

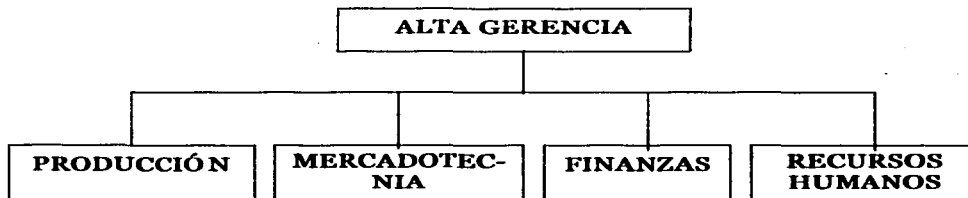
1.1.5 AREAS FUNCIONALES

Las áreas funcionales de actividad están estrechamente relacionadas con el cumplimiento de los propósitos de lograr los objetivos, y a partir de eso

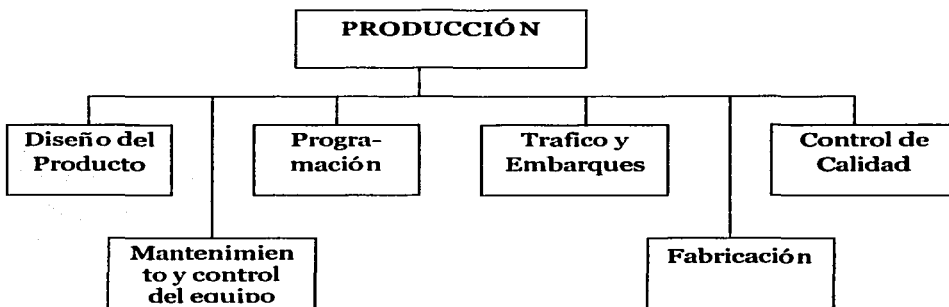
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

se dividen los departamentos en función con las actividades correspondientes a cada uno de ellos.

Estas áreas comprenden actividades, funciones y labores homogéneas, los departamentos más usuales dentro de la empresa son:

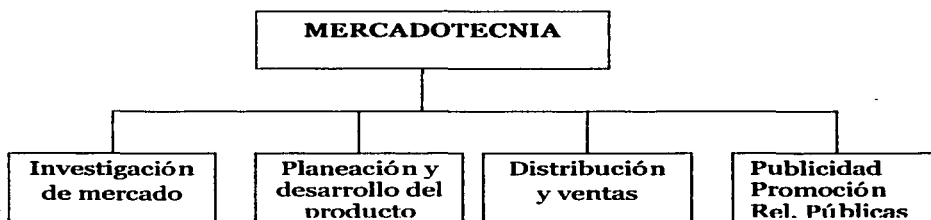


- **Producción.**- encargada de formular y llevar a cabo los sistemas más adecuados para la elaboración de productos, a su vez coordina todo lo relacionado con la mano de obra, equipo, instalaciones, herramientas y materiales requeridos.

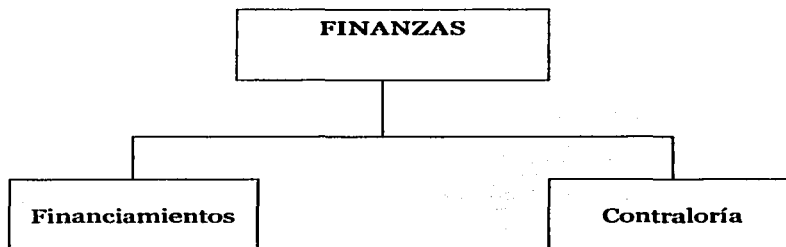


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Mercadotecnia.-** la finalidad de esta área es la de reunir los factores y hechos que influyen en el mercado con el fin de crear lo que el consumidor necesita, desea y quiere, proporcionándolo en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.



- **Finanzas.-** es la comisionada para obtener fondos así como de proveer el capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, el departamento de Finanzas procura abastecer a las diversas áreas de los medios económicos suficientes con el único propósito de que las funciones y actividades de la empresa se realicen efectiva y debidamente. El principal objetivo de esta área es el de maximizar y administrar los recursos financieros.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Recursos Humanos.-** consigue y conservar el personal de trabajo el cual debe de llenar las características necesarias para la realización de las actividades correspondientes, para de esta forma cumplir con los objetivos de la empresa. El departamento antes mencionado capta el personal a través de lo que serían programas adecuados de reclutamiento, de selección, capacitación y desarrollo.

Estructura Orgánica del Departamento de Recursos Humanos:

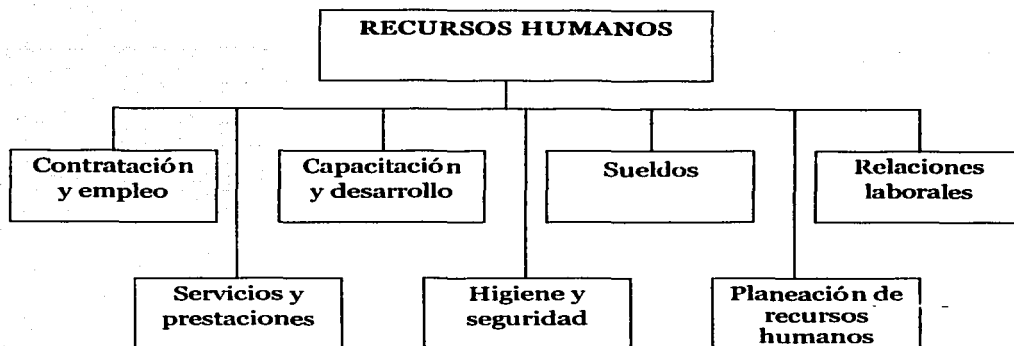
- **Contratación y empleo:** la primordial función del departamento de Recursos humanos es el de reclutar y seleccionar el personal, así como la contratación del mismo. Y ya contratado el darle una platica de inducción o introducción. Y el promover y transferir al personal según aptitudes.
- **Capacitación y desarrollo:** el personal de Recursos Humanos debe de detectar las necesidades que se manifiestan en la empresa. De igual modo llevar acabo la capacitación y entrenamiento de los miembros de la organización.
- **Sueldos y salarios:** el departamento de Recursos Humanos dentro de sus funciones tiene como finalidad el asignar las funciones al personal, analizando y evaluando cada uno de los puestos. Por otra parte, califica los meritos determinando el salario, así como los incentivos que la empresa otorga a sus empleados.
- **Relaciones laborales:** toda organización da ciertas prestaciones a sus trabajadores, por tal motivo el departamento tiene que comunicar a los empleados lo que la empresa le proporciona.

TRICIS CON
FALLA DE ORIGEN

Se da a la tarea de investigar a su personal para la contratación, maneja las relaciones de trabajo y la disciplina de los miembros de la empresa.

- **Servicios:** un personal motivado tiene una mayor productividad, por tal motivo este departamento organiza actividades tanto recreativas para su distracción como actividades culturales para fomentar la cultura entre los trabajadores.
- **Higiene y seguridad:** el realizar campañas de higiene y seguridad es una de las funciones del departamento de Recursos Humanos esto con el fin de informar a el trabajador sobre medidas de seguridad en la empresa. Para prevenir accidentes. Así mismo todos los empleados cuentan con un servicio medico y estos deben de estar enterados del mismo.
- **Planeación de recursos humanos:** el recurso humano de la empresa debe de estar plenamente identificado por parte del departamento, por tal motivo los inventarios del personal, para saber con cuanto personal se encuentra laborando y en que puesto o si se a dado alguna rotación del personal. Así mismo, el realizar auditorias del personal en caso de ser necesario es una función importante para este departamento.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



1.1.5 Antecedentes históricos de la organización

La organización surge como un elemento esencial, necesario para realizar la labor de caza, actividad primordial a la cual se dedicaba el hombre con el único fin de conseguir el alimento que requiere para su manutención.

Es fácil suponer que sin una organización apropiada difícilmente hubiese podido llevar a cabo la cacería de grandes animales. La organización fue lo que facilitó al individuo efectuar tan difícil empresa, dadas las circunstancias de la época. Y a lo largo de los tiempos ha crecido en complejidad de estructuración, formando organizaciones variadas.

Las organizaciones nacen con el objetivo de vigilar las necesidades de la sociedad estableciendo satisfactores a cambio de una percepción el cual estará subsanando las dificultades, así como los esfuerzos de los empresarios.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Antecedentes Históricos de la Organización en Celaya**

Cabecera del municipio del mismo nombre en el estado de Guanajuato, en la parte central de México. Se localiza íntegramente en la región conocida como el Bajío y está atravesada por el río Laja, fue fundada oficialmente en 1571, El nombre del municipio proviene de la palabra vazca zalaya, que significa "Tierra plana".

El área del territorio municipal comprende 579.30 Km. cuadrados, limita al norte con el municipio de Comonfort, al este con Apaseo el Grande y Apaseo el Alto, al sur con el de Tarimoro, al oeste con los de Cortazar y Villagrán y al noroeste con el de Santa Cruz de Juventino Rosas.

En el año de 1898 se instala en Celaya tres fabricas de alcohol; La Favorita, La internacional y La Betica, la primera se colocó en la parte oriente de la ciudad y el director de la fábrica era Don Augusto Veyan, dicha industria dio trabajo a 200 personas. Mientras la segunda se ubico en la zona poniente de Celaya. Y la tercera; la Betica, localizada en las calles de Tenochtitlán y el callejón de Capalita.

Allá por 1926 don Lucas Alamán fundó la factoría de Hilado y tejido; "Zempoala", la cual contó con maquinaria importada de Inglaterra.

Entre lo precursores de la producción de la cajeta, figuran Don Pedro Figueroa, con sus cajetas del "Caballito".

Al constituirse la Delegación en Celaya de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, el 30 de noviembre de 1945, tuvo como

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

función principal la proyecciones benéficas en el desarrollo económico de la Ciudad.

“El arranque industrial de Celaya se puede ubicar en la década de los sesenta. Fue precisamente la firma “Química General” más tarde “CELANESE” Mexicana, la que a fines de 1963 se estableciera en esta Ciudad”.¹

1.2 POR QUÉ ES NECESARIO APLICAR LA ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Ya se ha hablado sobre lo que es una organización, su concepto, importancia, áreas funcionales, etc., en la que a partir de ella podemos enfatizar la trascendencia que tiene dentro de la sociedad, sin embargo, una organización que no tiene un buen funcionamiento y una correcta dirección, se verá afectada en su desarrollo.

Para llegar a la correcta funcionalidad hay una cuestión trascendental es la administración dentro de la organización puesto que “simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos para lograr mayor rapidez y efectividad”.²

A través de los principios administrativos, esta auxilia al bienestar de la organización, pues la administración aporta lineamientos con el fin de maximizar el aprovechamiento de los recursos, mejorar sustancialmente las

¹ CARREÑO DE MALDONADO, Abigail. Imagen de Celaya. 3ra. Edición, Celaya, Gto. Seriprint. Co. 1999 p 252

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

relaciones humanas, ayudando eficaz mente a la organización. para que está funcione de la mejor forma posible con el fin del logro de objetivos.

1.3 CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

Desde que el hombre apareció en la tierra ha trabajado para subsistir, tratando de lograr en sus actividades la mayor efectividad posible; para ello, ha utilizado en cierto grado a la administración, al cual nos referiremos en esta tesis como “proceso cuyo objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad”.³

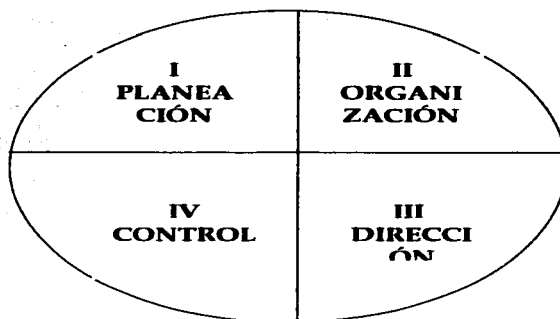
1.4 PROCESO ADMINISTRATIVO

El proceso administrativo no es otra cosa que el conjunto de elementos que en forma progresiva se van interrelacionando una con otra y que a su vez forman un sistema integral. Para esta investigación las fases del proceso serán nombradas como: Planeación, Organización, Control y Dirección.

² MUNICH GALICIA. LOURDES. Fundamentos de la Administración, Décima reimpresión, México D.F. Ed. Trillas 2001. p 27

³ Ibidem p 17,26

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



1.4.1 PLANEACIÓN

El primer paso del proceso administrativo es la *planeación*; que es el planteamiento de objetivos y selección de métodos de operación para llegar a los objetivos trazados, sustentados en un estudio y análisis, elaborando todo un plan de acción que se efectuara en el futuro.

Gracias a la planeación prevén contingencias a distintos cambios que se pueden dar en el futuro, y con la planeación se crean medidas para resolver o controlar situaciones imprevistas.

“Establece un sistema racional para la toma de decisiones evitando las ‘corazonadas’ o empirismos”.⁴ A su vez que minimiza los riesgos y maximiza las oportunidades. Un factor de trascendencia es que elimina en un alto grado la improvisación.

⁴ Ibidem p 65

TFESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de las etapas del proceso administrativo se deben de respetar una serie de principios para lograr mayor eficacia y dichos principios son:

- **Factibilidad.-** los planes deben de ser realistas apegados a la realidad y a la sociedad donde se labora la empresa.
- **Objetividad y cuantificación.-** se deben de tomar en cuenta estudios, datos, estadísticas previamente realizadas en forma objetiva que sean reales, precisas y exactas. De esta forma darle una mayor veracidad pues el plan es expresado en números.
- **Flexible.-** estableciendo márgenes de acción en cuanto pueda surgir alguna situación imprevista, ofreciendo nuevas tendencias de acción que se ajusten con facilidad ante las imprevistas situaciones que se pudiesen presentar.
- **Unidad.-** se debe de dar un equilibrio entre los objetivos generales de la empresa con los propósitos que se manejan dentro de la planeación, para así llegar a un mismo fin.
- **Del cambio de estrategia.-** la empresa debe de estar consciente de que si por algún motivo el plan llegará a extenderse en cuanto a tiempo, las estrategias deben reeplantearse, estudiando las nuevas circunstancias que rodean al plan.

Etapas de la Planeación

1. Propósitos

Son las aspiraciones de carácter cualitativo que pretende alcanzar la organización, ya sea en forma permanente o en un tiempo determinado.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Proporcionando los patrones necesarios para el diseño de lo que sería el plan estratégico.

Es importante que los propósitos se den a conocer a todos los miembros de la organización, ya que son realizados para el bienestar de la empresa. Para facilitar su comprensión los propósitos deben ser claros y precisos en su definición.

2. Investigación

Esta etapa consiste en la resolución de todas aquellas circunstancias que de una u otra forma influyen en el logro de los propósitos, así como señalando los caminos más idóneos para conseguirlos.

La investigación se da a través del método científico cuyos pasos a seguir son: observación, experimentación, encuesta y muestreo.

3. Premisas

Son suposiciones acerca de los factores futuros que pueden verse involucrados y afectar a la realización del plan.

Las premisas pueden ser, Internas; aquellas que se originan dentro de la empresa y que influyen en el resultado de los propósitos, y Externas cuyos orígenes son extraños a la empresa, y que de igual forma pueden truncar el desarrollo del plan.

4. Objetivos

“Representa los resultados que la empresa espera obtener, son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico”.⁵

⁵ Ibidem p 81

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Los objetivos pueden ser planteados de acuerdo al área funcional de la empresa en donde se van a implementar; siempre apegados a los objetivos generales que tenga la organización.

5. Estrategias

Estrategia son cursos de acción generales o por sector, que dan la pauta y el modo adecuado para emplear los recursos y energías con el fin de alcanzar los objetivos en la forma que más convenga a la empresa.

Es significativo que se estudie o analice una amplia serie de estrategias para de esta forma elegir la más adecuada para lograr los objetivos establecidos previamente.

6. Políticas

Son modelos generales de acción creadas o implementadas con el fin de auxiliar al logro de los objetivos, dichas estrategias son concebidas a partir de las políticas.

Las políticas se pueden dar y manejar en los diferentes niveles de acuerdo a sus necesidades, pero estas deben de contribuir a alcanzar los objetivos generales de la empresa.

Las políticas son de gran utilidad pues motivan al personal, indican al individuo como actuar en sus operaciones, proporciona uniformidad dentro de la empresa y contribuyen al logro de objetivos.

7. Programa

Es lo que se llamaría un diseño donde se instituye la continuidad de actividades específicas que se tendrán que desarrollar para el logro de

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

objetivos, respecto a tiempos y movimientos de cada actividad, así como todo lo que comprende a la misma.

Su efectividad esta estrechamente ligada a la habilidad que tenga el personal para realizar y apegarse a lo sumo a las actividades de dicho programa.

La organización se beneficia en gran medida al establecer un programa ya que da información sobre como se va a ir avanzando, a su vez que determina las responsabilidades para cada persona, no se desperdician recursos, se plantean solo las actividades necesarias con el fin de no duplicar la energía y un punto importante para la organización es que disminuyo visiblemente los costos.

8. Presupuesto

Son un factor de sumo interés dentro de las etapas de la planeación, pues es el reflejo de las otras fases de carácter cuantificable, "sus principales finalidades consisten en determinar la mejor forma de utilización y asignación de los recursos, a la vez que controla las actividades de la organización en términos financieros".⁶

Los presupuestos expresan de modo específico previamente los recursos financieros que se asignaran a realizar una actividad o lo que se gastara en un periodo específico, establecido para toda la empresa.

Es notable decir que el presupuesto es una estimación, por consecuencia se pueden dar o presentar algunos defectos en su estructura.

⁶ Ibidem p 96

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

9. Procedimientos

Son aquellos que determinan el orden progresivo y la manera sucesiva de cómo las actividades se van a ir realizando. Esta etapa de la planeación va más encaminada al nivel operativo, pues los procedimientos promueven la especialización y por consiguiente la eficacia en la realización de las labores, ya que establece como deben realizarse las funciones, y también cuándo y quién debe desarrollarlas.

Antes de implementar los procedimientos el personal debe ser capacitado, con el fin de no confundir al personal.

10. Planes

Por último se da la suma de lo que es la planeación; los planes, que son todas las etapas anteriores presentadas por escrito con la forma debida, respetando los parámetros de cada una de las etapas.

Las técnicas de planeación se presentan con la finalidad de que en la organización se tomen las resoluciones pertinentes y necesarias partiendo tanto de la situación de la empresa, como del medio que la rodea, las técnicas tendrán variaciones que son influenciadas de acuerdo a los recursos con lo que cuenta la organización.

1.4.2 ORGANIZACIÓN

“Determina qué se necesita hacer, cómo se realizará y quién lo va a hacer”.⁷

⁷ P. ROBBINS, Stephen. Fundamentos de Administración, 1ra. Edición, México. Ed. Prentice hall inc. 1996 p 6

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de las etapas del proceso administrativo se da lo que es la organización como segunda fase, y a su vez en la Organización se presentan nueve principios que son una base para asentar lo que sería una organización racional.

Los principios son:

- **Del objetivo.-** las funciones que se realizan dentro de la empresa deben de estar acopladas con los objetivos ya establecidos por la empresa. Pues las labores deben de tener como único fin el de cumplir con las metas planteadas.
- **Especialización.-** al personal que labora se le debe de dar una actividad específica y dicha labor debe de ser única, o si en su defecto se le asignara otra tarea debe de estar relacionada con su tarea principal.
- **Jerarquía.-** en la empresa se deben de manejar mandos de autoridad los cuales estarán a cargo de supervisar de que se cumplan con los propósitos.
- **Paridad de autoridad y responsabilidad.-** el nivel de autoridad debe de estar directamente relacionado con el grado de responsabilidad que se le asigne a un individuo.
- **Unidad de mando.-** es necesario que cada actividad tenga un supervisor, y si se diera este caso, dicha persona con tal autoridad deberá de ser solamente una, esto con el fin de no perturbar al personal, así como para no provocar ineficiencia por parte de ambas partes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Difusión.-** los deberes que adquiriera cada cargo y las responsabilidades que se le asignen al mismo, deben de darse a conocer a toda persona que este involucrada con dicho cargo y de preferencia debe de presentarse por escrito.
- **Amplitud o tramo de control.-** el número de subordinados debe de estar limitado de acuerdo a las responsabilidades y la autoridad del jefe, así como de su capacidad para supervisar a cierto número de empleados.
- **De la coordinación.-** todas las áreas funcionales de la empresa deben de estar en constante comunicación y trabajar todas al mismo ritmo y con la misma eficacia, pues todas trabajan por un fin común; el logro de objetivos.
- **Continuidad.-** la estructura de la organización demanda de una constante revisión, para de esta forma encaja dentro del medio donde se desarrolla y el cual se encuentra en constante movimiento.

Por otro lado se encuentran lo que llamamos etapas de organización las cuales son:

1. División del trabajo

La definición de división del trabajo sería la segmentación y demarcación de todas y cada una de las funciones que se realizan en la empresa, para con esto darle una máxima eficiencia y claridad a las mismas y por otro lado minimizar energías, para de esta forma dar paso a la especialización en las áreas de trabajo. Dentro de la división del trabajo se dan un proceso de diversas fases para llegar a él, que son:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Jerarquización.-** es la estructuración de las actividades de la empresa en base a valor, cargo que desempeña y su escala dentro del organigrama. Es necesario que en todo grupo social se establezca el mínimo de grados de autoridad, así como especificar con precisión que tipo de mando se tiene en la empresa.
- **Departmentalización.-** se dividen las actividades en áreas concretas basándose en la similitud que estas puedan tener una con otras, formando los departamentos de la organización.
- **Descripción de funciones, actividades y obligaciones.-** La descripción de funciones se realiza, principalmente, por medio de las técnicas de análisis de puestos y de la carta de distribución del trabajo o cuadro de distribución de actividades.

2. Coordinación

La coordinación regulariza y unifica los trabajos para de esta forma lograr los objetivos trazados; realizando eficazmente las actividades propuestas.

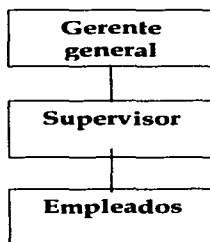
TIPOLOGÍA DE LA ORGANIZACIÓN

Son los diversos modelos de estructura que pueden darse en las organizaciones, los cuales son determinados por el tipo de actividad que la empresa desarrolle, así como su tamaño, volumen de producción, objetivos, etc.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Los tipos de organización más usuales son:

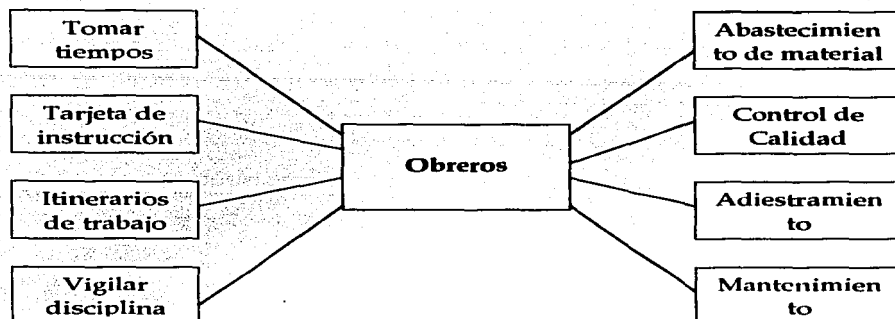
- **Organización lineal o militar.-** las decisiones de la empresa se centran en un solo individuo, así como la responsabilidad de la misma. Dicha persona es la que distribuye y reparte las actividades al personal laboral, los cuales deberán reportarse a una sola persona; la cual es la que tiene toda la autoridad dentro de la empresa.



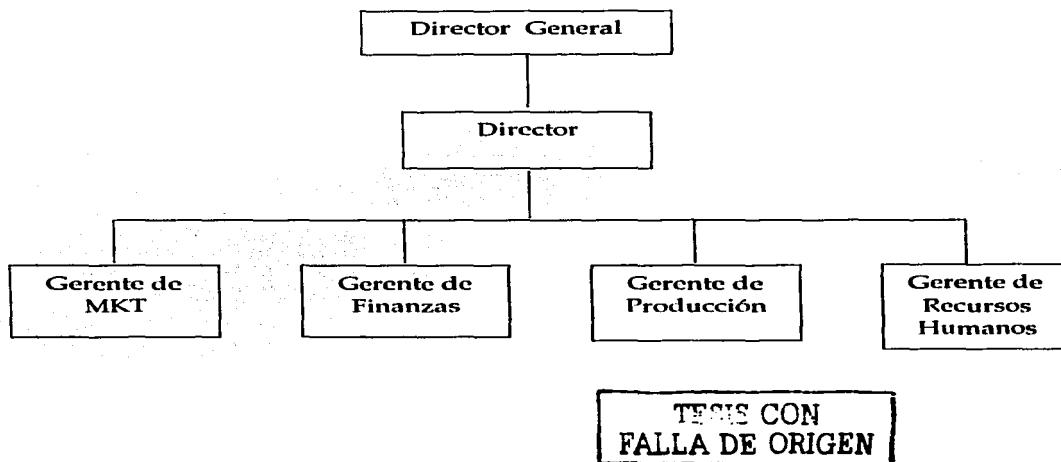
- **Organización Funcional o de Taylor.-** se le da este nombre por su creador Frederick Taylor, quien propuso que hubiera el mismo número de supervisores por cada actividad principal dentro de la organización, dándole la suficiente autoridad a cada uno de ellos, intrínsecamente a su especialización.

La empresa funcional plantea que se realice el menor número posible de funciones por persona. Se maneja lo que es la especialización, dándose un grado alto de capacidad en el personal. Este tipo de organización puede originar conflictos o confusión respecto a la autoridad y las responsabilidades de cada persona.

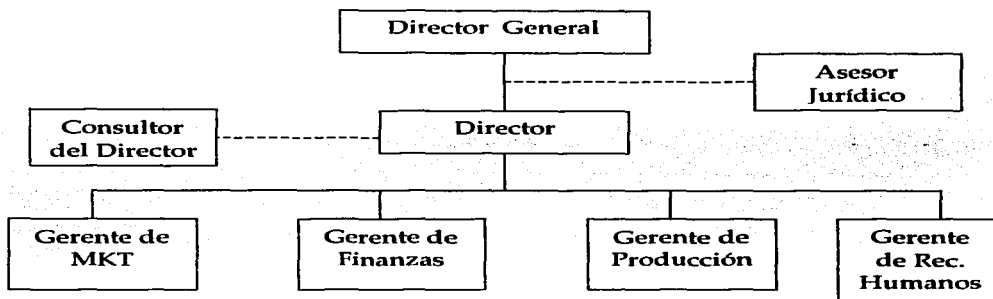
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



- Organización Lineo-funcional.-** esta organización integra los dos tipos de organización anteriormente mencionados, y toma de cada una de ellas las ventajas, formando una organización mejor planteada y con mayor funcionalidad. De la organización lineal o militar toma la autoridad que se asigna a una sola persona, así como la responsabilidad que esta adquiere. De la funcional rescata la especialización que se da en las diferentes actividades de la empresa.



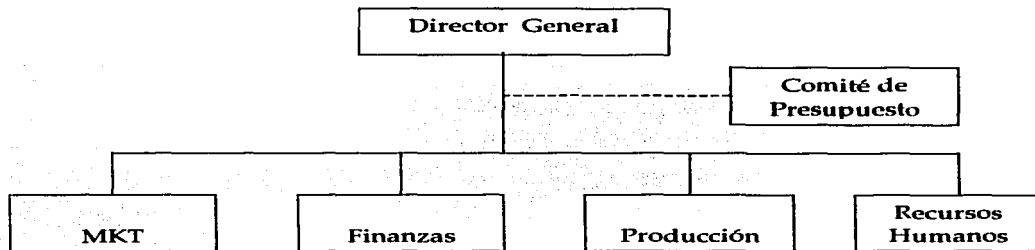
- **Organización Estaf.-** se combina con otro tipo de organización, esta organización no tiene ningún tipo de poder en la toma de decisiones, esta organización proporciona asesoría por parte de personal experto en el tema.



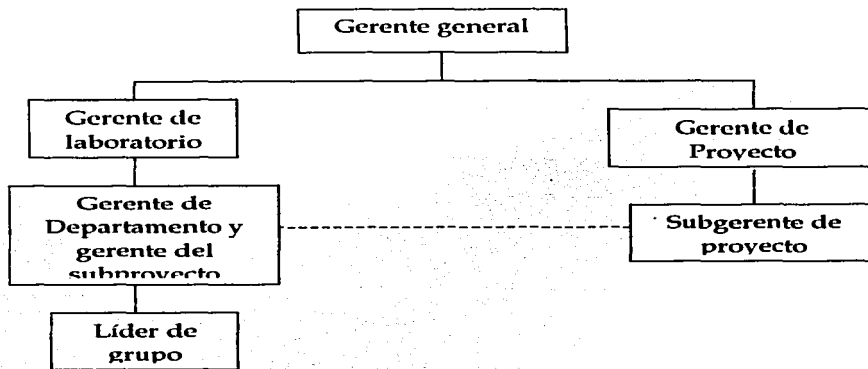
- **Organización por Comités.-** Se apoya en la cesión de los diversos asuntos administrativos a un junta de personas que se congregan y se comprometen para discutir y decidir en común los problemas que se les confía. Los comités más usuales son:
 - a) **Directivo.-** se encuentran implicados los accionistas.
 - b) **Ejecutivos.-** es una persona que adquiere el mando a través del nombramiento del comité directivo.
 - c) **De vigilancia.-** es una persona que se encarga de vigilar al personal, en ella se descarga toda la confianza para que la empresa funcione.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- d) **Consultivo.-** esta conformado por especialistas, los cuales son consultados para que se dé una opinión sobre algún tema en específico.



- **Organización Matricial.-** se maneja dentro de un sistema de mandos múltiples en donde hay un jefe de proyecto y otro que coordina las funciones o actividades de la empresa.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

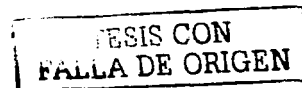
TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN

Son elementos fundamentales para la organización, siendo parte fundamental en el proceso de organización, y éstas son:

1. Organigramas.- “Son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad, existen dentro de ella”.⁸

La clasificación de los organigramas se da de la siguiente manera:

- **Por su objetivo.-** pueden ser Estructurales, donde solo se hace mención de la estructura de la empresa, o bien Funcionales, en donde se destacan las actividades básicas de los diferentes departamentos, por último se encuentran los Especiales en donde se muestran algunas características de la organización.
- **Por su área.-** la subdivisión se da de la siguiente manera; Generales; es este organigrama se observa toda la organización, por otro lado, los Departamentales, en donde solo se visualiza un departamento o área de la empresa.
- **Por su contenido.-** que son Esquemáticos; solo muestran las áreas principales en donde no se entra en detalles y están a la vista del público, por otra parte encontramos los Analíticos; este tipo de organigrama es mucho más detallado y especializado.



Al establecer los organigramas estos pueden representarse de cuatro formas, que hacen alusión a la manera en la cual fluye la comunicación y el planteamiento de los niveles jerárquicos, y pueden ser: Verticales; de arriba hacia abajo, Horizontal; de izquierda a derecha, Circular; del centro hacia la circunferencia, finalmente los Mixtos que emplea el horizontal y vertical.

2. **Manuales.-** Son cartas pormenorizadas que contienen en forma ordenada y sistemática, información acerca de las funciones de la empresa.

Los manuales se dividen de acuerdo a su contenido en:

- De organización
- De bienvenida
- Departamentales
- De Puestos
- De Técnica
- De Procedimiento
- De Contenido múltiple
- De política

La utilidad de los manuales estriba en el control que genera al cumplimiento de las actividades, menciona, lo que se debe de hacer y cómo se debe de hacer, ayudando a aumentar la capacidad del individuo, a su vez que esta asignando las funciones y la responsabilidad que adquiere cada individuo, dando la información necesaria sobre lo que se debe de saber sobre la organización. Da la pauta para que la empresa tenga una coordinación a su vez que prevé la duplicidad de actividades y que sé de una evasión de responsabilidades. El manual es un parámetro para mejorar el

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

sistema organizacional. Por último disminuye significativamente los costos en la empresa.

a) **“Manuales de organización.-** explican los detalles más importantes de la organización; generalmente incluye:

- **Finalidad de cada elemento de la organización.**
- **Declaración de funciones.**
- **Glosario de términos utilizados.**

Contienen:

- **Objetivos generales de la organización.**
- **Políticas generales.**
- **Glosario de términos administrativos.**
- **Nombres de áreas o departamentos, y puestos.**
- **Procedimientos de organización**
- **Responsabilidades de los altos niveles.**
- **Funciones**
- **Cartas de organización.**
- **Descripción de puestos.**
- **Descripción de actividades.**
- **Introducción y objetivos de manual.**
- **Historia de la empresa.”⁹**

⁹ Ibidem p 136

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

b) “Manuales departamentales

Contienen:

- **Objetivos generales de la empresa, los del departamento de que se trate y, los de sus secciones básicas.**
- **Políticas y normas generales de la empresa y del departamento correspondiente.**
- **Cartas de organización general y departamental.**
- **Reglamentación de los aspectos de coordinación interdepartamental.**
- **Análisis de puestos.**
- **Gráficas de proceso, y de flujo.**

Ventajas:

- **Describen el funcionamiento de un departamento.**
- **Se emplean para dar instrucciones en el departamento**
- **Presentan el flujo de trabajo.**
- **Delimitan funciones, actividades y responsabilidades.**
- **Son una fuente de consulta y un medio de adiestramiento.”¹⁰**

c) “Manuales interdepartamentales.- son similares, en su contenido, a los manuales departamentales, aunque no siempre proporcionan la misma cantidad de información:

- **Comprenden a todos los departamentos de la organización.**
- **Describen los procedimientos y las relaciones que abarcan dichos departamentos.”¹¹**

¹⁰ Ibidem p 136 y 137

¹¹ Idem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3. Diagrama de procedimientos.- muestra los pasos a seguir dentro de un sistema en forma ordenada y sistemática. Permitiendo con esto el facilitar las actividades, da la oportunidad de mejorar algunos procedimientos integrando otras fases del proceso. Da la pauta para una mejor segmentación en la empresa.

4. Cartas de distribución del trabajo o de actividades; se estudian los diferentes puestos del departamento, con el fin de obtener una mejor distribución de las actividades. Las ventajas que genera el formular este tipo de cartas es que divide eficazmente el espacio de trabajo que realizará cada persona, definiendo las actividades con precisión, para impedir la evasión de la responsabilidad adquirida.

5. Análisis de puestos.- Se catalogan detalladamente las tareas que se realizan en un equipo de trabajo concreto e impersonal, así como las particularidades, conocimientos y habilidades, que debe poseer el personal que lo desarrolla.

El análisis de puesto tiene como objetivo primordialmente optimizar los procedimientos de las operaciones a realizar, programando métodos de entrenamiento, a la vez que se reordena de forma permanente al personal que labora, asignando al personal al puesto donde puede desempeñarse de la mejor forma.

1.4.3 DIRECCIÓN

Es la realización de los procedimientos del proyecto organizacional a través de la orientación de los esfuerzos del personal, motivándolos, manteniendo una constante comunicación con ellos y supervisándolos.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

La importancia de la dirección estriba en lograr que los miembros formen un comportamiento adecuado y conveniente tanto para ellos como para la organización, ya que determina la moral del personal, y por consecuencia repercute en la producción, pues una moral alta, genera una mayor productividad. La dirección desarrolla sistemas de comunicación necesarias para que la empresa funcione de la manera más óptima.

Principios

1. **De la armonía del objetivo o coordinación de intereses.-** la empresa debe de plantear sus objetivos tanto generales como departamentales relacionados unos con los otros, para que a la par de la realización se vayan desarrollando. Y lograr que los empleados se involucren en la realización de los objetivos de la empresa y los tomen como propios.

2. **Impersonalidad de mando.-** la autoridad nace como un principio fundamental para lograr los objetivos de la empresa, dejando de lado el individualismo. El jefe debe de estar conciente de la autoridad que tiene sobre el personal y no abusar del poder sobre sus subordinados.

3. **De la supervisión directa.-** el jefe debe de estar en constante comunicación y apoyar lo más que pueda a sus subalternos para facilitar la realización de los objetivos.

4. **De la vía jerárquica.-** dentro de la organización se deben de plantear los medios de comunicación que transmitan la información a los diferentes mandos jerárquicos, con el fin de que no se den conflictos, o que se debilitara la autoridad que tienen los supervisores, evitando fuga de responsabilidades, marcando los diferentes caminos que debe de seguir la comunicación a través de los diferentes niveles de autoridad.

SEIS CON
VALLE DE ORIGEN

5. De la resolución de conflictos.- cuando surja algún conflicto, éste se debe de tratar de solucionar lo más rápido posible, tomando las resoluciones pertinentes para que el conflicto se solucione, y no provoque problemas posteriores relacionados con el mismo.

6. Aprovechamiento del conflicto.- el conflicto puede servir como punto de partida para hacer un análisis sobre la situación de la empresa, así como para saber si las cosas se están haciendo mal, y tomar las precauciones necesarias para que no se presente nueva mente el problema, generando nuevas estrategias y alternativas de acción.

Etapas de dirección

1. Toma de decisiones.- “El tomar decisiones era algo aleatorio o fortuito, pero su importancia es tal que para tomar decisiones en los altos niveles se han desarrollado numerosas técnicas, fundamentalmente a base de herramientas matemáticas y de investigación de operaciones”.¹²

Para una correcta toma de decisiones es importante tomar en cuenta:

- **Definir el problema.-** conceptuar cual es el problema el cual se va a resolver.
- **Analizar el problema.-** separar sus componentes, para de esta forma precisar que lo origino y como se puede solucionar.
- **Evaluar las alternativas.-** estudiar las soluciones, analizando las ventajas y desventajas que pueden tener las posibles propuestas al ponerlas en práctica en la organización.

¹² Ibidem p 153

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Elegir entre alternativas.-** optar por la alternativa más viable de acuerdo a las necesidades que presenta la empresa y la que proporcione un mayor número de beneficios a la empresa.
- **Aplicar la decisión.-** la alternativa elegida se pone en practica bajo un plan para realizar la solución.

2. Integración

El factor humano es una pieza fundamental dentro de la organización ya que en el recae el buen aprovechamiento de los demás factores de la empresa. Si se da la integración la organización contara con el personal apto para una mejor función de la empresa.

Para que se de una eficaz integración se deben de tomar en cuenta las siguientes reglas; el individuo debe de reunir los elementos necesarios que requiere el cargo para que este logre su cometido.

El personal que desempeñe un puesto debe de contar con las herramientas necesarias para realizar eficientemente su trabajo. Toda persona que ingrese a la organización debe de dársele la introducción necesaria respecto tanto a la empresa como a su puesto y proporcionársele una capacitación.

La integración esta conformada por etapas que se refieren al reclutamiento del personal, selección del personal más competente, que cumpla con los elementos necesarios que el puesto en cuestión requiere. Por otro lado se da la instrucción o inducción que involucra al nuevo miembro de la empresa con el entorno de la organización.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

3. Motivación

Se maneja la motivación como la fase más importante de la Dirección, pues sabiendo conducir bien al personal se logra que la organización trabaje de forma óptima y logre sus objetivos.

Hay dos teorías muy importantes de la Motivación:

- **Teoría de contenido.-** que a su vez esta teoría maneja tres corrientes:

a) **Jerarquización de las necesidades de Maslow.-** el hombre tiene cinco necesidades que son parte integral del hombre, de las cuales cuatro son básicas que son; las necesidades fisiológicas, de seguridad, amor o pertenencia y de estimación, y por otro lado son las necesidades de crecimiento la cual es; la realización personal.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

b) Teoría de motivación e higiene de Herzberg.- en donde Herzberg habla de dos niveles de necesidades que son: los factores de higiene o mantenimiento que son elementos que no motivan al personal pero ayudan a la satisfacción del individuo e igualmente encontramos los factores motivadores en donde se encuentran; la realización, reconocimiento, así como el trabajo en sí mismo, responsabilidad y asimismo progreso.

c) Motivación de grupo.- hay ciertos elementos que son parte fundamental dentro del trabajo en equipo; espíritu de grupo, identificación con los objetivos de la empresa, practicar la administración por participación, a su vez, el establecimiento de relaciones humanas adecuadas, del mismo modo la eliminación de prácticas no motivadora.

- **Teoría del enfoque externo.-** “la conducta observable en la organización, así como sus consecuencias, son la clave para explicar la motivación; relacionan los efectos que ejerce al ambiente sobre la conducta de los individuos”¹³

4. Comunicación

Es una etapa fundamental dentro del proceso administrativo, pues es pieza clave para el buen funcionamiento de la organización. Y la definiré como el proceso mediante el cual se emite y se percibe información. Para que se dé el proceso comunicativo es necesario tomar en cuenta tres elementos primordiales que son; el emisor, canal y receptor.

5. Autoridad

Autoridad, facultad de poder imponer obediencia.¹⁴ La autoridad tiene dos tipos los cuales son; la autoridad formal la cual nace del nivel superior de

¹³ Ibidem p 159

¹⁴ Enciclopedia Encarta 2002

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

la organización y se ejerce sobre otro individuo, esta la autoridad técnica o estaf, la cual parte de personas especializadas basándose en los conocimientos de la misma, y por último encontramos a la autoridad personal que se genera a través de una sola personal.

1.4.4 CONTRO

El control es la última etapa del proceso de la planeación, más no por tal motivo pierde importancia, ya que es básico para reiniciar el proceso administrativo.

“Seguimiento de actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como se plantearon”.¹⁵

A partir del control se sabe si lo hecho hasta el momento esta bien o es necesario realizar algún cambio para mejorar.

La cuarta etapa de aplica a toda la empresa, determinando cuales son las razones que pueden alterar el sistema de la organización.

Principios

1. **Equilibrio.**- debe de haber una proporción en la empresa respecto a la autoridad y la responsabilidad que se le confiere a una persona.

2. **De los objetivos.**- se puede decir que el control es el fin para llegar a los objetivos trazados por la organización. Por tal motivo, debe de

¹⁵ P. ROBBINS. Stephen. Fundamentos de Administración. 1ra. Edición, México. Ed. Prentice Hall Inc. 1996 p 6



desarrollar los sistemas necesarios para medir la realización de los objetivos y saber si estos se están cumpliendo como fue previsto.

3. De la oportunidad.- el control se debe de dar en el momento preciso, justo antes de que suceda el error, para que se tomen las decisiones pertinentes con tiempo de antelación.

4. De las desviaciones.- cuando se presente alguna irregularidad en la organización, está debe de ser investigada con el propósito de saber cuales son las causas de su origen, así las disposiciones necesarias para que no se vuelva a presentar en el futuro.

5. Costeabilidad.- el control debe de estar justificado en cuanto a tiempo y dinero, y la justificación se vera reflejada en los resultados que arroje el control.

6. De excepción.- lo más viable al realizar el control para disminuir costos, es aplicar el control solo a actividades específicas que necesariamente requieran un análisis de sus funciones.

7. De la función controladora.- la persona que realiza el control, no puede ser el mismo individuo el cual van a inspeccionar, o estar involucrado directamente con la actividad que se estudiara, ya que se pueden involucrar aspectos personales.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Etapas de control

1. Establecimiento de estándares.- “un estándar puede ser definido como una unidad de medida que sirve como modelo, guía o patrón con base en la cual se efectúa el control”¹⁶

Dentro de esta etapa de control se encuentran áreas de resultados entre las que se sitúan; Rendimiento de los beneficios, son los resultados de los ventajas, las cuales son producto de las utilidades y el capital que se invirtió en las diferentes funciones de la organización, la posición en el mercado es utilizada para saber cual es el posicionamiento de un producto o servicio.

Por otro lado, la Productividad se establece con el fin de determinar resultados en base de medidas, ahora bien la Calidad del producto, se plantea para comprobar la supremacía de calidad de un producto con respecto a la competencia, igualmente se encuentra el área de Desarrollo del personal que tiene como objetivo el marcar la eficacia de esquemas de desarrollo de la gerencia, y finalmente la Evaluación de la actuación donde se crean circunstancias favorables para la realización del trabajo.

El control tiene ciertas características que reflejan su efectividad, como por ejemplo el control manifiesta la naturaleza de la estructura organizacional; haciendo referencia a que el control debe de ajustarse al tipo de actividad que haga y a las necesidades que tenga la empresa.

¹⁶ Ibidem p 178

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por otro lado el control debe de implementarse en el momento adecuado, estableciendo medidas sencillas y con factibilidad para su aplicación. Igualmente es importante que el control se emplee por áreas o departamentos, para de este modo aminorar costos.

Hay cuatro factores que influyen en el control al momento de su aplicación; los tres primeros son de tipo cuantitativo y estos son: cantidad en función de actividades; tiempo que son las fechas programadas de las actividades; costos que plantea las reparticiones de las funciones, ahora bien el último factor es cualitativo; calidad, referente a las determinaciones del producto.

Es recomendable que el control que se realice sea por áreas funcionales de la empresa, y a su vez se controla a las áreas que hay dentro de las mismas, se recomienda el control de esta manera, pues cada departamento tiene sus funciones específicas y buscan metas de acuerdo a sus actividades, por ende cada área es diferente, requiriendo un control personalizado.

Técnicas de Control (controles)

Las técnicas de control son elementos que ayudan a facilitar la función del proceso de control. Se dice que los controles no son más que sistemas de información. "Los sistemas de información comprenden todos aquellos medios a través de los cuales el administrador se allega de los datos e informes relativos al funcionamiento de todas y cada una de las actividades de la organización."¹⁷

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO II

“COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”

2.1 ¿QUÉ ES COMUNICACIÓN?

“La comunicación es uno de los elementos y ámbitos importantes para la organización, ya que ayuda a mantenerla unida, pues proporciona medios para transmitir información necesaria para la realización de las actividades y la obtención de las metas y objetivos organizacionales”.¹⁸

Al definir lo que sería comunicación, podemos mencionarlo como el proceso a través del cual un individuo emite un mensaje por medio de un canal, hacia otra persona, a su vez que este último da una respuesta al emisor.

2.1.1 ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

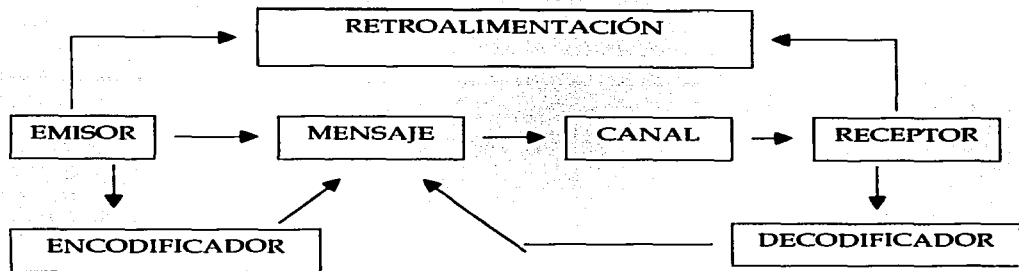
Dentro del proceso de comunicación se involucran elementos básicos para que ése se pueda dar efectivamente, y los elementos son:

¹⁸ MARTINEZ DE VELASCO, ALBERTO. Comunicación Organizacional Práctica: Manual Gerencial, Tercera Reimpresión, México, D.F. Editorial Trillas 1995. p 11

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Emisor.-** es aquella persona o personas las cuales tienen como propósito el dar a conocer un pensamiento, idea, etc.
- **Encodificador.-** el emisor tiene la función de interpretar la idea que va a expresar, en un código que sea común, claro y plenamente conocido por el receptor.
- **Mensaje.-** es la idea que se va a comunicar al receptor, ya sea de manera verbal o no verbal.
- **Medio o canal.-** en este elemento se habla del vehículo a través del cual el mensaje se tramite.
- **Receptor.-** es aquel individuo o individuos que reciben el mensaje que ha sido expuesto por el emisor.
- **Decodificador.-** es donde el receptor traduce el mensaje enviado, y se le da el significado de acuerdo a los conocimientos del receptor.
- **Retroalimentación.-** el último elemento del proceso de comunicación, es la retroalimentación; la cual es el medio por el cual el receptor da respuesta al mensaje expresado por el emisor.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



2.1.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Toda organización necesita la comunicación para que esta ayude a ordenar y se guarde un equilibrio en la empresa.

Se dice que la organización necesita escuchar y darse a escuchar por los trabajadores, para que de esta forma se cree una empresa flexible y adaptable, gracias a los principios comunicativos.

La comunicación es necesaria en la organización para conocer y tener al alcance todas las herramientas disponibles para darle mayor eficiencia a los procesos de información; realizando un gran esfuerzo de manera creativa, certera de las relaciones humanas.

Pues la comunicación se ha vuelto una herramienta necesaria para el éxito empresarial, dando un manejo preciso y conciso de la comunicación. La comunicación implica realizaciones concretas a definir en función del objetivo que se tiene.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Es el flujo de mensajes que se dan dentro de una organización, y con relación a su medio ambiente, facilitando el proceso de comunicación en la empresa.

La Comunicación Organizacional ayuda a la recolección de información por los miembros de su organización así como a los cambios que ocurren dentro de ella, a su vez que coordina el cumplimiento de sus necesidades personales, asociadas a las de la empresa facilitando el logro de metas y objetivos organizacionales.

En la Comunicación Organizacional se realizan funciones específicas, las cuales son responsabilidad del departamento de dicha comunicación:

- Planear estrategias de comunicación, dándole seguimiento y cobertura a los esfuerzos que se realizan en pro de la comunicación dentro de la empresa.
- Administración efectiva de las actividades de comunicación; realizar el proceso administrativo para que la comunicación se efectuó de la mejor manera: planeación, organización, dirección y control, manteniendo un proceso de comunicación claro y preciso.
- Siendo importante el reforzar el proceso comunicativo. A través de la experiencia, habilidad y los conocimientos de los profesionales de comunicación.

ANÁLISIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Seleccionar siempre el medio de acuerdo al mensaje que se quiere transmitir, y transmitir comunicación de alta calidad.**

2.3 ÁREAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación en las organizaciones se apoya para su buen funcionamiento, constituyendo una herramienta útil para el logro de objetivos.

2.3.1 COMUNICACIÓN INTERNA

“Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”.¹⁹

Las Comunicaciones Internas crean un sentido de pertenencia, igualmente el entusiasmo por trabajar.

Al realizar un programa de Comunicación Interna, da como resultado el aumento de productividad y calidad en la empresa, de igual manera facilita el flujo de mensajes entre el personal, influyendo en las opiniones y conductas de su recurso humano.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

El principal objetivo es dar a conocer la visión, misión, filosofía, objetivos estratégicos y los proyectos de la empresa, así como promover en los trabajadores la adhesión a los objetivos trazados por los directivos.

La importancia de la Comunicación interna es notable, puesto que al realizar un proyecto de comunicación interna a lo largo y ancho de la empresa, se obtendrán los resultados deseados.

La Comunicación Interna debe de contar con cuatro elementos básicos:

- **Claridad en cuanto al y los resultados que se desean obtener; centrarse en los mensajes claves que se desea transmitir y reforzarlos constantemente.**
- **Contar con medios efectivos para transmitir los mensajes; debe de haber una plena confianza en los diferentes niveles de comunicación que se manejan en la organización**
- **Compartir información de manera efectiva; emitir información correcta y en el momento en que la necesitan para realizar su trabajo, para compartir y discutir ideas, generando un círculo de ideas, donde se pueda aprender de todos.**
- **Se debe de dar una comunicación constante por parte de los directivos de la organización, para fortalecer la credibilidad de los trabajadores.**

¹⁹ FERNÁNDEZ COLLADO, CARLOS. La Comunicación en las Organizaciones. Cuarta reimpresión, México, D.F. Editorial Trillas 1999 p. 32

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de la comunicación Interna la empresa suele realizar eventos, los cuales definiremos como: suceso importante y programado, de índole social, académico, artístico o deportivo, en previsión de todo lo que puede suceder, sin reservas ni preocupaciones. Así mismo podemos distinguir entre eventos ordinarios y extraordinarios.

Los eventos ordinarios son aquellos que se realizan de forma eventual; como son juntas de trabajo, mesas redondas, aniversario de la empresa, conferencia.

Los eventos extraordinarios son proyectos los cuales son principalmente recreativos y no se dan de manera frecuente. Como son: eventos en el exterior recreativos.

La suma de los detalles se llama proyecto especial y cada uno de los eventos que se realicen en la empresa deben de ser especiales para la organización. Cada proyecto debe de ser planeado y organizado a detalle, paso a paso, tomando como ejemplo lo que sería una *Junta de Trabajo*.

La mayoría de las empresas tienen den a hacer uso de las juntas de trabajo muy a menudo, ya que, es un medio bastante eficaz de transmitir un sistema nuevo, técnica o recomendación. El organizador de este tipo de eventos debe tener una gran habilidad para llevarlas acabo y coordinarlas.

Por otra parte la utilidad de las juntas de trabajo para quien participa en ellas tiene un gran valor, ya que se puede informar sobre cambios o algún suceso nuevo. Aprender nuevas técnicas o desarrollar nuevas habilidades; ya que los seres humanos aprenden mejor en grupo. Con el fin de lograr las metas trazadas, es importante que el empleado se encuentre motivado, en estas juntas se puede estimular.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

No hay una formula ha seguir para llevar acabo juntas de trabajo exitosa, pero se pueden destacar juntas bien planeadas, organizadas y presentabas de forma adecuada, las cueles se llevan acabo de forma ágil, aumentando el interés y el entusiasmo en la misma.

La manera mas adecuada de llevar acabo una junta es seguir con cinco puntos fundamentales:

- Preparación
- Presentación
- Participación
- Trabajo
- Revisión posterior

Para que dicho evento tenga éxito se requiere de tiempo para prepararlo, se deberá utilizar el tiempo necesario para planear una presentación perfecta, pero hay que tratar de cubrir todos los detalles a la perfección, como son el lugar donde se va a realizar, confirmar fecha y hora, enfoque de la junta, papelería a utilizar, informar a los participantes y relación de los puntos que se van a tratar en la misma.

Una junta de trabajo requiere de la coordinación de varios detalles como son:

- Determinación de los esfuerzos
- Organización de una agenda
- Preparación del material
- Preparación de uno mismo

Siempre teniendo presente los objetivos o propósitos que se pretenden alcanzar al realizar la junta, y trabajando a partir de los mismos. Se recomienda programar muy bien el tiempo para cada tema que se va a tratar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Así como tratar de apegarse el mismo para respetar el tiempo propio y ajeno. Apegándose a una agenda.

REDES DE MENSAJES

“Las organizaciones están formadas por series de individuos que ocupan ciertas posiciones o representan determinados roles. El flujo de mensajes entre estas personas sigue unos caminos denominados redes de comunicación”²⁰

- **REDES FORMALES**

Las redes formales de mensajes son aquellas en donde los mensajes fluyen a través de canales establecidos por la jerarquía de la organización. Así la dirección que sigue el mensaje indicará el tipo de red que siguió.

1. **Comunicación Descendente**

“Es el tipo de comunicación que se da cuando los niveles superiores de la organización transmiten una o más mensajes a los niveles inferiores”.²¹

En esta forma de comunicación sirve para proporcionar las indicaciones necesarias y específicas de las actividades; quien debe hacer, qué, cuándo, cómo, dónde y porqué.

A su vez en la Comunicación Descendente se manejan diversos niveles que son:

²⁰ GOLDHABER, GERALD M. Comunicación Organizacional. México, D.F. Editorial Diana 1984p. 130

²¹ Op. Cit. p 27

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Comunicación Gerencial.- es un nivel muy descuidado, pues se piensa que el personal de la gerencia se puede cuidar sola en el sentido; comunicación.

Es importante que los gerentes trasmitan sus mensajes con claridad con el fin de que ellos mismos lo entiendan, pues una parte central de las funciones directivas son las actividades comunicativas.

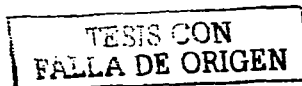
“La trampa de la actividad es la situación en la que el personal realiza actividades que alguna vez tuvieron objetivos claros pero que, al cabo de un tiempo, dicho personal trabaja sin saber claramente hacia dónde van encaminados, puesto que los objetivos no han sido reconsiderados, o bien, no se han comunicado de manera clara.”²²

Hay que tomar en cuenta que los tiempos van cambiando; así pues también las necesidades de la empresa cambian, por tal motivo los objetivos deben mantenerse en constante revisión para su actualización y posteriormente comunicarlos de forma clara y pertinente a los empleados.

Es fundamental que los ejecutivos tengan una visión clara hacia donde va encaminada la empresa, para que de esta forma el gerente tome decisiones correctas respecto a áreas específicas.

Comunicación a los empleados.- el gerente debe contar con la información necesaria que le facilite realizar sus actividades de forma eficaz y eficiente. Si no contase con dicha información, él debe de buscar la forma de obtenerla, y no esperar a que se la den sus superiores.

²² Ibidem p 29



El supervisor contará con la comunicación que a su juicio considere prioritaria para el buen funcionamiento de sus subordinados.

Siendo la comunicación una herramienta principal para la satisfacción, la motivación y desempeño del personal, el gerente debe de tomar la Comunicación como un elemento importante para el logro de objetivos y darle el valor que tiene en la empresa.

La comunicación emitida debe de estar en función de lo que los empleados necesitan saber, y si es lo que la empresa esta buscando.

El gerente debe de ganarse la confianza de sus trabajadores, ya que de esta manera la eficacia de la comunicación se desarrollara de manera pertinente, pues la credibilidad del emisor tomara fuerza ante el receptor.

Se debe de tomar en cuenta que el empleado le gusta saber novedades, y estar plenamente informado de los cambios que se efectúen. Así es que la primera información de la cual se entere el personal, debe provenir del supervisor.

NECESIDADES DE LA COMUNICACIÓN

- **Instrucciones de trabajo**

Es de gran ayuda que se trasmitan claramente los objetivos y metas a todos los miembros de la organización para que ellos sepan hacia donde va la empresa. Realizar reuniones del supervisor con sus subordinados para hablar sobre las funciones que se tienen que desarrollar, a la vez que se relacionan con los objetivos y los resultados que se desean obtener.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Retroalimentación sobre el desempeño**

Al personal le interesa saber si su desempeño en el trabajo lo ha realizado bien o mal y por qué. Así la retroalimentación genera un mejor rendimiento y crea actitudes favorables. Los miembros de la organización sabrán lo que el supervisor piensa de su trabajo, y la razón por la cual lo juzgan así.

- **Noticias**

La información debe llegar de manera oportuna al personal, y venir de la persona indicada, para evitar malas interpretaciones o confusiones.

2. Comunicación Ascendente

La Comunicación Ascendente contiene información que viene de los niveles bajos y va a los niveles superiores de acuerdo a la jerarquización de la empresa.

Obtiene información sobre lo que piensan y opina el personal sobre la empresa y las funciones que realizan. Igualmente ayuda en la toma de decisiones para la mejora de la organización.

Importancia de la Comunicación Ascendente

- “Proporciona información con respecto a la forma en que se recibieron y entendieron los mensajes descendiente
- Ayuda a medir el clima organizacional
- Promueve la participación del empleado en la toma de decisiones
- Permite el diagnóstico de malas interpretaciones

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Incrementa la aceptación de decisiones ejecutivas**
- **Mejora el conocimiento de los subordinados**
- **Fundamenta la toma de decisiones”²³**

Prácticas de la Comunicación Ascendente

Realizar reuniones continuas con sus trabajadores, con el fin de hacer que los empleados hablen sobre algún problema de trabajo que se tenga, necesidades, o bien sistemas que ayuden a facilitar su trabajo. Desarrollando un ambiente de confianza y cordialidad, el mantener una política de puertas abiertas; ayudando a elevar el acercamiento entre ejecutivos y trabajadores, ya que el empleado se acercará directamente a comentar sobre sus inquietudes, intereses o necesidades.

Por otra parte, se puede dar que el supervisor se acerque directamente al personal para saber sus opiniones e intereses.

Así mismo, se puede motivar al personal para que redacte cartas dirigidas a su supervisor, donde exponga preguntas, dudas, quejas o sugerencias. De tal forma que se eviten filtraciones tanto al emitir el mensaje como al recibir respuesta.

Aplicar encuestas de actitud para saber la opinión del personal sobre temas determinados. Y al conocer las inquietudes del personal darle respuestas claras.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Dificultades de la Comunicación Ascendente

Los empleados suelen eliminar u omitir aquella información que puede dañar su imagen, o poner en peligro su empleo; así que por lo general se filtran las malas noticias.

Las Comunicación Ascendente suele desplazarse con lentitud y demora.

Se puede dar con facilidad que se salten niveles de autoridad al enviar un mensaje, y este no siga un canal apropiado.

La mejor forma de mandar una información es enviarla al supervisor inmediato; y solo en caso de que este no atienda el mensaje, se podrá saltar al siguiente nivel.

El darle respuesta a la información recibida impulsará que en el futuro se siga recibiendo comunicación ascendente.

“Tiene un gran valor para los empleados, ya que satisfacen las necesidades humanas básicas (valor personal), disminuyen la tensión emocional y las presiones, y son fundamentales para la democracia”²⁴

3. Comunicación Horizontal

La comunicación Horizontal se da entre niveles jerárquicos iguales, donde los individuos se comunican entre si, dicha forma de comunicación se

²³ Ibidem p. 43

²⁴ Ibidem p 135

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

da a través de medios informales, por tal motivo puede llegar a ser flexible e inestable.

La importancia de la Comunicación Horizontal en la organización estriba en la necesidad de coordinar las actividades para el logro de los objetivos.

Igualmente, el brindar apoyo social y emocional para con los compañeros de trabajo.

Razones por la cuales surge la Comunicación Horizontal

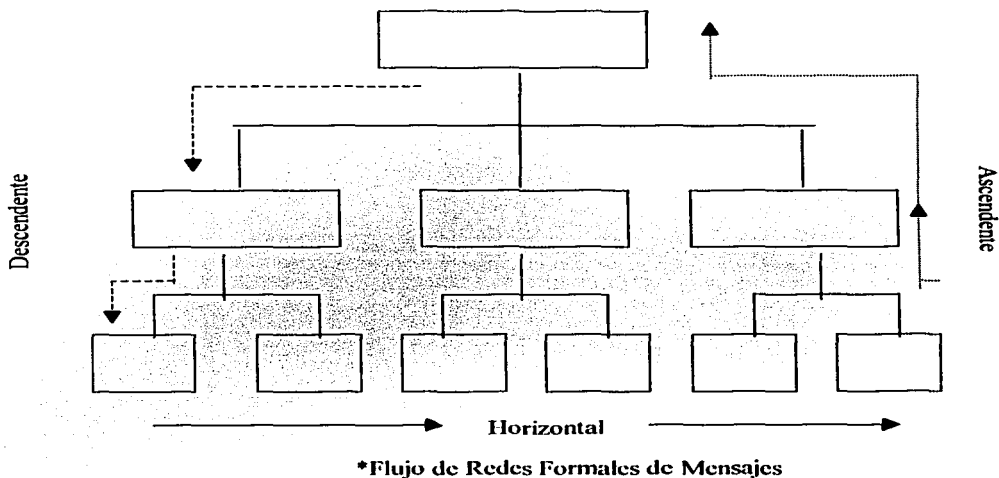
- Las diferentes áreas de la empresa requieren en ocasiones el relacionarse o comunicarse entre ellas con el propósito de realizar un trabajo en común, es lo que llamamos “interdependencia funcional”.
- Es evidente que el personal tiene más confianza y comunica de forma más abierta con individuos de su mismo nivel jerárquico, pues ellos comparten un marco de referencia. Además que los mensajes que se emiten a través de la Comunicación Horizontal son de naturaleza coordinadora.
- La última razón por la cual surge la Comunicación Horizontal es que esta se mueve rápida y fácilmente.

La Comunicación horizontal suele presentar posibles barreras que suelen provocar conflictos. Una de las principales barreras que se presentan es la competencia desleal; algunas personas quieren lograr un mayor

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

reconocimiento que otras, o se omite información al estar luchando por un mismo puesto.

Por otro lado se puede generar una atmósfera competitiva entre individuos; trayendo consigo que en algunos casos el personal trate de conseguir sus propios objetivos y dejar de lado los objetivos organizacionales.



▪ REDES INFORMALES

Las redes informales son aquellos mensajes que no fluyen a través de los canales establecidos, cuyo contenido no es específico, los cuales se pueden originar de cualquier persona que opera en el seno de la organización.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1. Comunicación Informal

Es el intercambio de información entre personas de la empresa en donde no tiene que ver el nivel jerárquico que tenga cada uno los miembros del personal, la información no se da a través de medios, ni reglas formales, por lo general se divulga por el interés que se puede despertar en el trabajo de otras personas.

Se puede llegar a pensar que la información que contiene la Comunicación Informal es menos precisa que lo que en realidad es, ya que la información suele ser incompleta dando lugar a malas interpretaciones, a pesar de que generalmente contiene mensajes exactos y veraces.

La Comunicación Informal surge por la necesidad de la persona de establecer contactos con el demás personal de la empresa, siendo una base para establecer una relación futura con el personal que labora en la organización.

Razones por las cuales surge la Comunicación Informal

Una de las principales causas por las cuales surge la Comunicación Informal es el nerviosismo e inseguridad; la persona tiende a protegerse ante lo desconocido, por tal motivo si el trabajador desconoce la situación actual de la empresa, su comunicación informal aumentará para defenderse frente a lo desconocido.

Por otra parte encontramos la falta de información; el personal trata de llenar el espacio echando mano de los mensajes que se encuentran viajando en los medios informales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Otra causa es el interés personal o emocional en una situación; se hace alusión a dicha razón, cuando una persona tiene interés sobre un tema en especial, y no se le da la información sobre dicho tema, el personal realiza sus propias deducciones.

Las informaciones recientes son otra razón por las cuales surge la Comunicación Informal, y en ella se habla sobre como el individuo decodifica las noticias nuevas por un deseo de darle una interpretación propia.

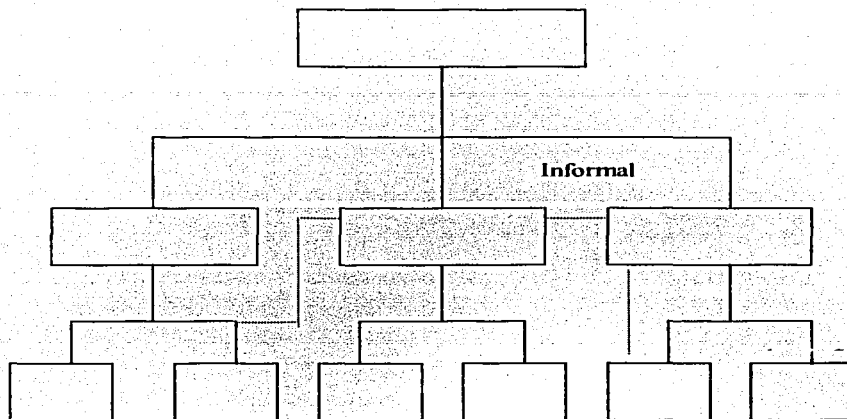
Finalmente encontramos la necesidad de entrar en contacto; es evidente que el individuo entra en contacto durante su rutina de trabajo con el demás personal que labora en la empresa, dando paso con esto a la transmisión de información de boca a boca.

Características de la Comunicación Informal

- Ofrenda retroalimentación sobre el ejercicio de funciones.
- Interpreta las órdenes formales a un lenguaje más comprensible.
- Hace saber extraoficialmente mensajes de relevancia
- Es rápida y flexible.
- Puede traer consigo malos entendidos por contener información incompleta.

Es importante que la gerencia aproveche las redes de Comunicación informal; así como saber quienes son los líderes dentro del personal, de igual forma entenderse qué tipo de información se está difundiendo en la organización. De tal forma que evite las cuestiones negativas de dicha información, así que lo ideal es que la gerencia emita los mensajes oficiales de forma completa, clara y oportuna.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



***Flujo de Redes Informales de Mensajes**

2. RUMOR

El rumor nace en la organización por el interés de conocer sobre un tema de interés general o sospecha sobre el mismo, sin embargo este no ha sido informado oficialmente, o el mensaje enviado fue incompleto, confuso, ambiguo.

Los rumores son rápidos ya que estos no viajan a través de los canales formales, a su vez que son más personales, así que se mueven a la velocidad deseada por el emisor, así como por el receptor.

La exactitud de la información que se maneja en el rumor tiene un alto porcentaje de mensajes correctos.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

El rumor proporciona un Feedback de los niveles inferiores así los superiores. A su vez que traduce algunos mensajes de la Gerencia en términos más comprensibles.

Las consecuencias más negativa del rumor son que los canales que se utilizan para la difusión del mensaje son falsos, ahora bien, para contrarrestar dicho efecto, lo mejor es dar a conocer la información real al personal en el cual fluye el rumor.

Formas en las que se puede controlar el Rumor

- **Reducción de la razón por la cual iniciar un rumor, pues el personal esta informando causas del rumor; mantener informados a los trabajadores evitando por completo la ambigüedad.**
- **Manejar hechos; cuando ya sé ha dispersado un rumor, la forma de controla es aclarar la situación, exponiendo hechos reales a través de los canales correspondientes.**
- **Mejorar las formas de comunicación formal ya existentes, y si es necesario implementar otras para mantener el personal informado, para evitar la propagación de rumores negativos.**
- **Sin importar la magnitud del rumor este debe de considerarse y darle el cuidado debido, ya que todo rumor maneja sentimientos, los cuales pueden influir en el personal.**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Medios de Comunicación Interna

- **Manuales**

Texto en el cual se haya resumido y explicado un determinado tema, en el cual es condición común que se explique de forma clara, sencilla y de manera concisa sobre la materia de la cual se habla.

- **Informes**

Son resúmenes de actividades que se realizan en la organización y son realizados por las personas que ocupan puestos ejecutivos, dichas recopilaciones deben estar bien estructuradas, expresadas con un vocabulario adecuado, con una gramática y redacción apropiada, ya que en ellos se refleja la personalidad del informante.

- **Reporte**

El reporte es la información que resulta de la realización de una orden, pues en el se menciona los resultados que se obtuvieron al efectuar una actividad. El reporte tiene la intención de informar a los superiores.

- **Carta**

Escritos donde se tratan asuntos específicos y destinadas hacia una persona en particular la cual se limita a hablar sobre el asunto en particular, exponiéndolo de forma clara y entendible, sin dejar de lado el estilo que debe de tener su presentación.

- **Memorándum**

El Memorándum tiene como objeto el comunicar órdenes o solicitar informes, y se puede decir que es un tipo de carta resumida; de tal forma que este debe de ser corto, exacto y claro, estableciendo con precisión el destinatario a si como quien lo emite, de igual forma mencionar si se

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

espera respuesta, sin olvidar la fecha de expedición y la firma del remitente.

- **Circular**

Es un medio de comunicación indirecta, ya que la carta esta dirigida a un grupo en general, siendo su finalidad primordial es informar sobre alguna situación en particular, eventos a realizarse, instrucciones, de igual forma sirve para dar respuesta sobre peticiones realizadas, en esta carta se deben de expresar los motivos que llevan a tomar dicha decisión.

- **Periódico Mural**

Uno de los principales objetivos de este medio de comunicación es poner alto a los rumores, permitiendo aclarar cualquier mensaje equivocado que se haya generado en la empresa, así mismo ayuda a disminuir quejas, por otro lado motiva y aumenta la productividad. Ya que ayuda a unir y acrecentar la comprensión de todos los niveles jerárquicos.

- **Boletín Informativo**

Va dirigido a toda la organización con la finalidad de dar a conocer información interesante de una manera concisa y a tiempo. En su contenido lleva noticias y novedades las cuales involucran a todos los niveles de la empresa.

- **Cartel**

El contenido de los carteles son principalmente leyendas de advertencia, las cuales son breves, evidente, simples. Así pues su colocación debe ser en un lugar muy visible y transitable por los empleados de la organización.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Convocatoria**

Es una invitación, que se hace al personal de la empresa el cual puede estar interesado sobre una cuestión determinada. Sin embargo, este medio de comunicación puede ser interno o externo, pues la invitación se puede extender a personas ajenas a la organización.

- **Folleto**

El folleto es un medio de comunicación muy variado, el cual es una combinación entre la circular, el boletín, la revista y la circular, siendo útil tanto para su uso interno como externo. En el se puede identificar la imagen corporativa, el mensaje que debe de transmitir debe ser claro, que sea difundida y que llame la atención del lector.

- **Revista Interna**

El contenido de la revista debe de ser específico, tratar de abarcar todas las áreas de la empresa, para que despierte el interés de los empleados, orientándolos y motivándolos a realizar su labores de la mejor manera y los anime a estrechar lazos entre todos los miembros de la organización.

2.3.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

“... las empresas no se dan en el vacío, sino que se encuentran en un complejo entorno social donde forman una red de relaciones con proveedores, clientes, competidores, gobierno y otras instituciones”.²⁵

²⁵ FERNÁNDEZ COLLADO, CARLOS. La Comunicación en las Organizaciones. Cuarta reimpresión, México, D.F. Editorial Trillas 1999 p. 32

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La Comunicación Externa son aquellos mensajes emitidos por la organización hacia sus públicos externos con el objetivo de mantener o mejorar sus relaciones con ellos, así como proyectar una imagen favorable.

2.3.3 RELACIONES PÚBLICAS

Todas las actividades que realiza una organización con el propósito de crear y mantener una buena relación con su público interno, así como el externo, siempre proyectando una buena imagen de la empresa creando en el público una actitud favorable hacia con la empresa, ayudando con esto al logro de objetivos.

Para el logro de proyectos de las Relaciones públicas es necesario que la organización establezca una comunicación donde se exprese la verdad; puesto que la sinceridad para el público es fundamental para ganar su confianza.

“Las actitudes favorables de todos esos públicos son indispensables para que la empresa subsista y además se desarrolle, de ahí la importancia de esta función. Ninguna organización puede prosperar a menos que cuente con el apoyo del público o al menos con su paciencia o aceptación”.²⁶

²⁶ RIOS SZALAY, LUIS. Relacione Públicas. Novena Reimpresión, México, D.F. Ed. Trillas 2001 p. 15

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.3.4 PUBLICIDAD

Se refiere al conjunto de mensajes emitidos a través de los medios masivos que buscan promover o incrementar la venta de productos o servicios, así como ganar la aceptación de ideas que hagan que la gente crea o actúe de determinada forma.

El principal objetivo de la publicidad es vender pues lleva una intención de provocar la compra inmediata o a futuro.

La Publicidad es directa, dirigida a los consumidos; su público objetivo. Se habla de una comunicación persuasiva fundamentalmente de masas con un carácter eminentemente comercial, siendo una forma de difundir sus bienes o servicios de una organización, logrando una venta posterior o contratación.

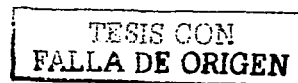
“La Publicidad puede lograr grandes objetivos al influir con un mensaje bien planificado, ejecutado y difundido en el lugar, momento y número de veces debido”.²⁷

La Publicidad como cualquier forma de comunicación requiere de un estudio y análisis que anteceda a un lanzamiento publicitario. “Por si sola, la Publicidad no puede salvar a una empresa con problemas de ventas...”²⁸

El comportamiento del individuo se ve influido por la Publicidad, ayudando a cambiar rumbos, de acuerdo a las expectativas de la empresa.

²⁷ TREVIÑO M., RUBÉN. Publicidad Comunicación Integral en Marketing. Primera Impresión. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill 2000 p 3

²⁸ Idem.



No es fácil realizar una Publicidad, pues ella requiere de unir diversos componentes para obtener el éxito, hablamos de elementos tales como que la Publicidad sea: divertida, fresca, diferente, emocionante, simple, que cree expectativas, con el objetivo de atrapar al consumidor, apelando a sus emociones y sentimientos, haciéndole saber que lo ofrecido es algo imprescindible para su persona.

Antes de lanzar una Publicidad es importante estudiarla y analizarla. Tomando en cuenta la empresa al cliente; sus preferencias y necesidades, así como su nacionalidad, cultura, idioma, etc., con el fin de que el mensaje emitido sea claro y fácil de percibir para el posible comprador.

A su vez, se debe de realizar un estudio sobre los alcances geográficos de la publicidad; hasta donde va a llegar el mensaje, partiendo del principio del bien o servicio prestado y su capacidad para atender las demandas de los consumidores.

El tamaño de la organización será factor importante para la asignación de un presupuesto para la realización de la publicidad, tomando en cuenta el porcentaje de ventas y las utilidades en la empresa.

La Publicidad va más allá de las empresas lucrativas, ya que el gobierno, también echa mano de ella, así como las organizaciones no lucrativas, son instituciones beneficiadas con los frutos que da el realizar una Publicidad acertada.

La publicidad es fundamentalmente persuasión y la persuasión no es una ciencia sino una arte, es lo que dice Bernbach. Partiendo de este principio, la organización debe de sacar el mayor beneficio de la publicidad;

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

tomándola como una herramienta imprescindible en la venta de un producto o servicio.

La Publicidad estimula los deseos y creencias básicas del consumidor, de tal forma que en ella se fomenta la participación del mercado, logrando la subsistencia de la empresa con una estrategia publicitaria acertada y acorde a su público objetivo.

Para llevar acabo una campaña de publicidad exitosa y de calidad no es necesario invertir grandes cantidades de dinero, sino contar con un excelente director creativo y de medios.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CAPITULO III

"RELACIONES PÚBLICAS"

3.1 ¿QUÉ SON LAS RELACIONES PUBLICAS?

Son un esfuerzo consciente para estimular o influir en las personas principalmente por medio de la comunicación, para hacer juzgar favorablemente a una organización.

"Explicar lo que son las Relaciones Públicas es, en cierto modo, delinear la armonía y perfecta relación social que debe privar entre una empresa o institución con todos aquellos grupos de personas que constituyen el medio en el que se desenvuelve y desarrolla sus actividades, es decir, el público"²⁹

La definición dada por la Internacional Public Relations Association que define: "Las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre

²⁹ ALONSO, MANUEL, OTROS. Relaciones Públicas; Texto que orienta, guía, defiende, precisa y explica esta actividad fundamental. Primera impresión, México, D.F. Editorial EDAMEX. P. 14,16

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes”.

Las Relaciones Públicas buscan insertar a las organizaciones dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

Sin importar el tipo o giro que tenga una organización se desarrolla en un medio en donde esta rodeada por una gran diversidad de públicos que de una forma y otra repercuten en el desarrollo de sus actividades.

Los públicos son todas aquellas personas que mantienen una constante relación con la empresa. Al hablar de estos grupos de personas se involucra, el personal que labora en la organización, inversionistas, accionistas, proveedores, clientes, gobierno, medios de comunicación y en sí público en general.

La organización tiene que crear y mantener una imagen u opinión sobre ella. Así pues las Relaciones Públicas son: “el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización, y entre la organización y los demás sectores de la opinión pública, o “públicos”, tales como proveedores, clientes, inversionistas, gobierno y público en general, a

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

fin de proyectar ante ellos una imagen favorable de la organización que contribuye al alcance de los objetivos de ésta”.³⁰

3.1.1 IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN

La importancia de las Relaciones Públicas en la organización repercute en la imagen que necesita crear o mantener una organización para subsistir, puesto que no hay empresa que pueda progresar sin la aceptación de su público.

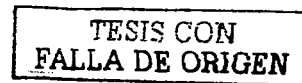
Los beneficios que otorga el realizar un eficaz programa de Relaciones Públicas es muy amplio, en el cual tanto la empresa gana con él, como el público involucrado con la empresa.

Hablamos de contar con personal motivado, bien comunicado y con iniciativa, en el caso de que la organización necesite reclutar personal, le será más fácil si se tiene una imagen favorable de la organización, pues las personas querrán trabajar en ella.

Así mismo los accionistas e inversionistas, si cuentan con una buena imagen de la empresa retendrán por mayor tiempo su capital trabajando en la organización, lo cual conlleva a una estabilidad de la institución.

Las Relaciones Públicas son un punto de equilibrio tanto fuera como dentro de la empresa, pues gracias a ellas se puede proyectar confiabilidad respecto a la empresa, su crecimiento, que es una organización segura, que

³⁰ RIOS SZALAY, JORGE. Relaciones Públicas. Novena Reimpresión, México, D.F. Ed. Trillas 2001 p. 13



cumple con sus pagos al gobierno, que se preocupa por el bienestar de su personal y de la sociedad en si.

3.1.2 BENEFICIOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN

- **Disminución de los costos.-** la mayor eficiencia y eficacia en la producción o en la prestación de servicios está en relación directa con el grado de capacitación y de satisfacción de los recursos humanos de la empresa. Mediante una correcta política de Relaciones Públicas el personal se siente integrado a la institución y compenetrado de sus objetivos, creándose en los mismos un sentido de pertenencia que eleva en alto grado la productividad, la calidad y la producción en la presentación del servicio.
- **Estimula la creatividad.-** los directivos al considerar a los funcionarios como la más eficiente “fabrica” o “computadora” que puede ser estimulada para beneficio de la empresa, están poniendo al servicio del logro de los objetivos de la organización un potencial realmente inagotable y rico. Es labor del profesional de Relaciones Públicas crear el sistema interno adecuado para despertar la creatividad, reconocerla y recompensarla.
- **Eleva el índice de ventas.-** la imagen es de alta importancia para, asegurar su propia supervivencia y, luego su desarrollo. Una buena imagen es considerada ampliamente superior a

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

cualquier campaña publicitaria o de promoción. La relación es directa: a mejor imagen, mayor venta.

- **Permite mejores condiciones en la obtención de créditos.- se confía más de una empresa que disfruta de una imagen o reputación que sosiegue la confianza del posible acreedor. Es indudable que la obtención de mejores condiciones crediticias está vinculada estrechamente a la imagen y prestigio de la organización.**
- **Hace posible la sobre vivencia y el desarrollo de la organización.- una empresa con mal servicio solo hace que la clientela se aleje de ella, haciendo que el índice de ventas caiga y la institución termine por cerrar. Otro cierre común de las empresas es por disposiciones legales, el cual es sometido por el poder público.**

3.1.3 RELACIONES PÚBLICAS COMO FUNCIÓN INTEGRAL DE LA ORGANIZACIÓN

Es común ver organizaciones que ponen en práctica las Relaciones Públicas sin que se cuente con una persona especializada o sin un programa diseñado para ello, no con esto diría que sus Relaciones hacia su público son malas.

Sin embargo, es importante contar con una asesoría especializada para dicha actividad, ya sea con un departamento interno encargado de dicha actividad o contar con un despacho externo el cual asesore a los directivos sobre como realizar sus actividades de Relaciones Públicas.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

No hay que olvidar que las Relaciones Públicas de una empresa no son el único personal responsable de que las actividades de Relaciones Públicas funcione, ya que la organización esta compuesta de varios departamentos de los cuales también dependerá la imagen que se proyectara de la imagen, ya se de forma positiva o negativa.

El jefe de Relaciones Públicas es un intermediario que trata con ideas y que se ocupa de la comunicación informal, tanto descendente como ascendente. A diferencia de otros departamentos éstos están en contacto con todos los departamentos y saben algo sobre el personal. El trabajo de Relaciones Públicas circula a través de toda la empresa y entrecruza los límites de autoridad.

La necesidad de adecuación y entendimiento es una de las principales razones por las que las relaciones públicas deberán ser una función de alta jerarquía al nivel de departamento de operaciones como el de ventas o producción. Puesto que muchas ideas de Relaciones Públicas afectan a otros departamentos; muchas acciones de otros departamentos afectan la posición de Relaciones Públicas de una organización

Las Relaciones Públicas no pueden funcionar bien si se ignora lo que sucede en la propia empresa. No sólo es preciso conocer las decisiones sino también tener voz y voto en la toma de las mismas.

Se podría decir que la función de Relaciones Públicas involucra a todas las áreas de una organización, bajo una supervisión de un especialista para los diversos departamentos y sus necesidades de Relaciones Públicas, que pueda tener cada un ellos, de acuerdo a su labor a realizar en la empresa.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

3.3 CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Públicas se clasifican de acuerdo al público al que van dirigidas; públicos internos y externos.

3.3.1 RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS

Son aquellas relaciones que se establecen con los empleados de la organización, con el propósito de que el personal trabaje en conjunto con la empresa para el logro de objetivos.

Así mismo, el personal que labora en la compañía es el principal difusor de la imagen de la empresa hacia el exterior, así que la opinión positiva o negativa que trasmite a el exterior será resultado del éxito o fracaso del departamento de Relaciones Públicas. Por consiguiente es importante que los relaciones públicas se inicien en la organizaciones antes de establecerlas con su público externo.

Para que las Relaciones Públicas con los miembros de la empresa se den de manera adecuada y fructífera es necesario tomar en cuenta los siguientes criterios.

- Considerar las necesidades del personal.
Se deben de tomar en cuenta sus necesidades no solo materiales, si no también las psicológicas, tales como la necesidad de pertenecer a un grupo y relacionarse con los demás individuos, así como, elevar su dignidad a través del trabajo que realiza y sabe que este se ha ido perfeccionando, teniendo una gran posibilidad de progresar, tomando en cuenta

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que su empleo con el que cuenta es seguro y estable, que es útil y explota sus actitudes.

- **Mostrar interés por los asuntos y problemas del personal tomando en cuenta sus opiniones y sentimientos, sin que el interés se note fingido pues los miembros de la organización se sentirán usados por la empresa.**
- **Los problemas del personal deben ser solucionados a la brevedad posible, y no ser ignorados o relegados.**
- **Es importante que dentro de la empresa se fomente la comunicación tanto de forma ascendente y descendente para saber los puntos de vista de todos los miembros de la organización.**

Las Relaciones Públicas Internas abarcan una gran variedad de tipos de públicos internos con los cuales debe de crear y mantener una estrecha relación.

Información que se debe compartir con el personal

- **“Información general sobre lo que es la organización
Cuáles son sus objetivos, planes y políticas generales. Los productos o servicios que ofrece la organización, su posición en el mercado, su desarrollo, su contribución al desarrollo y bienestar de la comunidad, las labores de investigación que realiza, etcétera.**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Los reglamentos y normas de la organización**

El reglamento interior de trabajo, las políticas específicas del departamento en que se trabaja, y así sucesivamente.

- **Las prestaciones y servicios sociales en general que se otorgan al personal**

Consideramos de gran importancia destacar que las organizaciones se deben preocupar por dar amplia y constante información a su personal sobre las prestaciones y servicios sociales que les otorguen, tanto por cuenta propia como las prestadas a través de otros organismos, como por ejemplo el IMSS, ya que creemos que es muy frecuente el caso de las empresas que efectúan erogaciones destinadas a ofrecer diversas prestaciones a su personal que éste finalmente desconoce casi por completo y a veces en su totalidad".³¹

Medios de Comunicación con el Personal

- **Manual de Bienvenida**

El manual de bienvenida, es el primer acercamiento de el trabajador con la organización, de hay es la importancia de este, ya que de su contenido se originará la primera impresión del personal sobre lo que es la empresa. El contenido dependerá mucho de la organización, así como de las políticas, valores, etc., e incluir una inducción al empleado sobre su trabajo, como puede ser una orientación general, las prestaciones con las cuales cuenta al ser miembro de la compañía.

³¹ Ibidem p. 29

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **Boletín mural o tablero de anuncios**

Es un medio de comunicación fijo, en el cual se pueden informar diferentes asuntos que son de incumbencia para todos los miembros de la empresa. La efectividad de este medio responde a elementos como son: su ubicación; ya que debe de colocarse en un lugar el cual sea muy transitado, como puede ser la entrada o la salida de la compañía. Otro elemento es la brevedad y claridad de los mensajes que se coloquen el tablero, para que su lectura que lleve mucho tiempo. La atracción otro factor de importancia en un tablero; utilizar figuras, colores llamativos es una buena elección para que el empleado se sienta atraído por informarse lo que en el tablero se presenta. Por último, lo mejor es que la información sea novedosa y se actualice constantemente.

- **Revistas o periódicos internos**

“Su objetivo primordial no es sólo suministrar información, sino más bien utilizar ésta como medio para fomentar el interés y comprensión de los empleados por la situación y problemas de la organización. Es preciso aclarar también que el alcance de esta publicación no tiene por qué estar limitado únicamente al personal, sino que puede además aprovecharse y hacerse llegar a otros sectores, como los familiares de aquél, cliente, proveedores, accionistas, etcétera”.³²

- **Cartas personales**

Como su nombre lo dice, los mensajes que se trasmitan a través de esté medio, deberán ser individuales de preferencia, para que el trabajador se sienta parte importante de la organización y que es

³² Ibidem p. 32

tomado en cuenta, si es posible que el director general o gerente general la firme, sería mas conveniente por la jerarquía de esté.

- **Entrevistas personales**

Los miembros de la organización en ocasiones solicitan reuniones con los gerentes de la organización, y no se les da demasiada importancia, por lo cual están cayendo en un error, ya que siempre se puede sacar algo bueno de las entrevistas con los empleados, saber su opinión, si hay alguna irregularidad en el trabajo. Esté medio de comunicación, ayudara a que exista mayor confianza entre el empleado y la empresa.

- **Folletos**

Los folletos son medio de comunicación los cuales incluyen información especial, o habla sobre temas específicos sobre la organización.

- **Conferencias**

Sería un medio complementario al folleto, en donde se dará una explicación sobre lo que habla en él, para que no surjan dudas sobre el contenido.

- **Actividades sociales**

“Convivios tales como comidas o brindis de aniversario o fin de año, encuentros deportivos, excursiones, eventos culturales, etc, más que ser considerados estrictamente como un medio de comunicación descendentes con el personal, deben ser tomados principalmente como un medio para lograr “que se rompa el hielo”, es decir, para ayudar a crear el multimencionado clima de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

confianza y para promover la comunicación fluida a través de los otros medios citados anteriormente”.³³

3.3.2 RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS

Este tipo de Relaciones Públicas son aquellas que la organización realiza fuera de ella, con su público al cual le trata de crear una imagen favorable de la empresa y ganar su preferencia, ya sea como cliente, proveedor, sector financiero, accionistas, inversionistas, medios de comunicación y en si su medio ambiente dentro del cual se desarrolla.

1. Relaciones Públicas con los accionistas, inversionistas y sector financiero

“Siendo los accionistas la primera autoridad de la sociedad anónima y los principales financiadores de la misma, resulta obvio la necesidad de establecer positivas relaciones con ellos. Para ser más específicos, podemos decir que la buena imagen de la organización ante los accionistas y los inversionistas en general es de vital importancia debido.”³⁴

La información que se le debe de proporcionar a los accionistas e inversionistas, no se debe limitar simplemente a números, si no que debe de ir más allá, hablar sobre el desarrollo y progreso de la organización y todo lo que se realiza en la misma.

“Información relativa a la situación financiera que haga ésta más completa tales como explicaciones sobre la retención o repartición de

³³ Ibidem p. 36

³⁴ Ibidem p. 46

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

dividendos, normas legales de carácter fiscal que afecten a la empresa, ciertos conceptos de gastos que sean de importancia”.³⁵

Dar a conocer los productos con los cuales cuenta la empresa; sus características, los beneficios que conllevan, así como la variedad de los mismos. De igual forma informar cuando vaya a salir un nuevo producto al mercado, brindándoles a ellos la primicia del lanzamiento.

“Las investigaciones tendientes a crear nuevos productos o a mejorar los actuales, los nuevos sistemas y procedimientos, el empleo de nuevas materias primas, las nuevas técnicas, los nuevos equipos, etc., son temas sobre los que deben darse información a las accionistas e inversionistas”.³⁶

Informar sobre la variación de las ventas, su comparación con periodos anteriores, investigaciones de mercado, a si como la colocación y aceptación del producto o servicio por el cliente, es otro tipo de información pertinente de dar a los accionistas e inversionistas.

Las relaciones laborales son un puesto importante a informar, donde se abarcarían puestos, sueldos, conflictos laborales, etc.

Ahora bien, es trascendental hablar sobre los medios de comunicación los cuales son vías para comunicarse con los accionistas e inversionistas.

El medio asignado por la ley para ser emisario de la información de la organización es el comisario, pues él es el encargado de mantener informados al consejo el cual se encuentra representado por él. Sin embargo, esté no cumple con la función fijada por la ley, se puede decir que es más una figura

³⁵ Ibidem p. 47

³⁶ Ibidem p. 48

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

decorativa y esta solo para llenar un requisito, más no para cumplir con su misión.

“La ley General de Sociedades Mercantiles establece implícitamente, a través de diferentes artículos (173, 174 y 175), la presentación a los accionistas de un informe anual... incluye: a) el balance con los documentos que lo justifiquen..., y b) un dictamen de los comisarios, además del mencionado}” informe general sobre la marca de los negocios de la sociedad. “³⁷

Las cartas son otro medio de comunicación, el cual es más personal, donde el contenido de las mismas es variado, las cuales va desde una bienvenida a la empresa, hasta una invitación al lanzamiento de un nuevo producto o servicio.

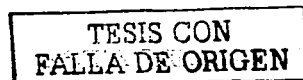
La información que contenga la carta es ilimitada, pues puede incluir todos los tipos de información que anteriormente ya se han mencionado.

Otras áreas a cubrir con respecto a las Relaciones Públicas son el sector financiero, el cual no se puede ignorar o dejar de lado.

La imagen que se tenga de la empresa así como las Relaciones Públicas que se establezcan con las organizaciones financieras dependerá la obtención de créditos o financiamientos que se puedan necesitar en un momento dado.

Es importante presentar ante el sector financiero toda la información necesaria para que las organizaciones estudien la situación de la compañía y si es posible el proporcionar un préstamo. Lo más viable es que el especialista en Relaciones Públicas asesore a el personal encomendado de solicitar el crédito para que esté brinde una excelente imagen de la empresa.

³⁷ Ibidem p. 51



2. Relaciones Públicas con los Clientes

Las organizaciones modernas se orientan más al cliente, pues se han dado cuenta de que son parte importantísima para la empresa y el progreso y subsistencia de la misma. Por tal motivo el producto o servicio que ofrece la compañía es el reflejo de las necesidades de los clientes.

La segmentación del mercado es muy marcada, debido a que el cliente es muy exigente, de tal forma que la compañía no puede pretender vender su producto al público en general y debe enfocarse a trabajar sobre el público al cual va dirigido su mercancía, todo con el fin de no gastar recursos en vano abarcando todo un mercado, al cual tal vez su producto no le sea de interés.

La competencia es muy reñida en una sociedad donde existen un número grande de empresas, las cuales ofrecen mismos productos en donde en el mismo solo se puede diferenciar la marca, en ese punto es donde el relacionista público tiene que realizar una labor ardua para crear y mantener una buena imagen de la empresa, ya que el cliente comprara el producto del cual tenga una mejor imagen de la organización que lo fabrica. De igual manera, el mismo consumidor será un promotor de la empresa con sus conocidos.

Por tal motivo la comunicación que se establezca con el cliente, debe de ser sincera y cierta, presentando información inteligente y veraz, pues el público no es tonto y el mensaje que se le envía debe de bien pensada y congruente, todo con el fin de no ofender su inteligencia.

No olvidar que la atención y el buen servicio que se presta al comprador crearan una buena imagen de la organización y dejara satisfecho al cliente, así la institución contara con la posibilidad de que esté regresara.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Ahora bien, la información que se puede obtener del cliente es a través de investigaciones sobre la necesidades que tiene el cliente, así como lo que opina de el producto o servicio que se le ofrece. Con el propósito de mejorar o tomar en cuenta lo que el consumidor requiere.

Por otro lado, encontramos la información que se debe de proporcionar al cliente:

- **En primer lugar hacer alusión a las características del producto, así como, los beneficios que ofrece.**
- **Información importante a comunicar a el cliente son las aportaciones que realiza la organización para el desarrollo de la sociedad.**
- **Otra información a informar es todo lo relacionado sobre lo que es la organización; que hace, como realiza su producto, sus instalaciones...**

Los medios de comunicación que utiliza la empresa para informar son:

- **Publicaciones Institucionales; las cuales abarcaran temas referentes a la organización.**
- **Folletos, de igual forma que el medio anterior, haciendo mención a lo que es la organización e incluso al producto o servicio que ofrece, exhibiendo sus características y beneficios.**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

- Otro medio para mantener una comunicación acertada con el cliente, son las visitas guiadas a la organización, con el fin de que el consumidor conozca más de la compañía.
- Por último, las exposiciones, las cuales pueden ser de producto o simplemente sobre la organización, con el fin de que el cliente se sienta más identificado con la empresa.

3. Relaciones Públicas con Proveedores

El mantener una buena relación con los proveedores, es una herramienta provechosa para la organización, ya que de ellos se puede obtener información importante sobre la organización y de igual forma sobre el público como preferencias y tendencias.

Por otro lado, un proveedor prefiere vender su producto o materia prima a una organización con una buena imagen y con la cual puede tener una relación basada en la confianza y lealtad.

La empresa debe pensar que para el proveedor la organización es un cliente, así que, la compañía debe tratarlos como le gustaría que sus clientes los trataran a ellos, el respeto es importante pues así se puede mantener una relación basada en la atención.

Así mismo, es recomendable tener alternativas de proveedores, para conocer precios, calidad y servicio, y así tenerlos como una opción para alguna emergencia.

Los proveedores, tratan también de tener una relación cordial y mantenerse en su lista de abastecedores de la empresa, por tal motivo, la

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

organización no se debe de aprovechar de eso para sacar ventaja en cuanto a precio, y forzar para que mejore sus ofertas, a sabiendas que se esta ofreciendo ya un valor justo. Por otra parte, no se debe de engañar al proveedores en cuanto a cotizaciones de otros proveedores para lograr que este haga una contraoferta, pues es ilegal dicha acción, así como, las cotizaciones que se dan a la organización son confidenciales.

Para evitar problemas entre la compañía y los proveedores, los acuerdos a los que se lleguen deben de ser claros, legales y por escrito, con el propósito de no llegar a tener conflictos que afecten ya sea a la empresa o al proveedor. Y si en su determinado momento el proveedores necesitara o solicitara ayuda en donde la empresa tenga la posibilidad de ayudar, debe hacerlo, sin esperar una beneficio a cambio.

La empresa, puede organizar una visita al proveedores, para que esté se percate de la importancia que tiene para la organización, tomándolo como un medio de comunicación y de fortalecimiento de relaciones entre ambos.

4. Relaciones Públicas con el Gobierno

Una organización, cualquiera que fuese su giro debe de tomar en cuenta al gobierno, de ahí parte la importancia de crear y conservar una buena relación con él. Tomando en cuenta todas los dependencias gubernamentales que lo conforman, pues todos por insignificantes que parezcan son y deben ser significativas para la empresa. Y ya será cuestión de la organización con cual desee fomentar una relación mas estrecha, de acuerdo a su conveniencia, dependiendo de la actividad a la cual se dedique.

El Gobierno ya la institución, están muy relacionadas una de otra, y la organización debe de tomarlo en cuenta, estudiando y actualizándose

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

respecto a las leyes que de una forma u otra afectan a la organización. Entre las cual se pueden mencionar: la Ley Federal del Trabajo, Ley Federal de Protección al Consumidor, etc.

La organización debe de ver al gobierno no solo como una autoridad, ya que podría ser un posible alternativa de financiamiento, gracias a los prestamos que otorga el gobierno a algunas empresas que así lo solicitan.

El gobierno llega a convertirse “en un coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país. Esta labor gubernamental de coordinación puede, en cierto momento afectar a la organización, en virtud de que gobierno impulsará en ocasiones ciertas actividades económicas más que otras”.³⁸

En ocasiones el gobierno suele ser un competidor directo de la organización y como tal se debe de tratar, por tal motivo es importante sostener una relación mas cercana con él, tratándolo como si fuera un competidor de la iniciativa privada, sin intentar desacreditar o manejar una competencia desleal contra el mismo.

Otro punto a favor para contar con una relación estrecha, es que el gobierno proporciona información importante para la empresa, ya sea a través de sus secretaria o dependencias, con la realización de investigaciones, censos y estudios, los cuales son valiosos para la organización en sus diferentes departamento.

“La cámaras de comercio y las de industria constituyen un importante medio que facilita la comunicación de comerciantes e industriales con el

³⁸ Ibidem p. 76

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

gobierno, ya que hace verdaderamente representativa la corriente de opinión de tales sectores privados ante los organismos gubernamentales, imprimiéndoles aún mas fuerza”.³⁹

“Las organizaciones deberán procurar dar a conocer y destacar ante los sectores gubernamentales con los cuales tengan más nexos, información respecto a la forma en que contribuyen al desarrollo socioeconómico de la comunidad, local o nacional”.⁴⁰

5. Relaciones Públicas con la Comunidad

“Dependerá de las características de cada empresa el delimitar qué tan amplia será su comunidad. Así, podemos encontrar que la comunidad de una organización puede ser un pequeño poblado, o quizá sólo la colonia o barrio que la circunda, mientras que para otra empresa su comunidad podría ser un estado o aun el país entero”.⁴¹

Es necesario tomar en cuenta en muchas ocasiones el desarrollo de la organización, dependerá en gran medida de la aceptación que tenga la sociedad hacia ella.

Los objetivos de la organización se pueden dividir en tres: económico, de servicio y social, siendo un reto para la empresa el mantener un equilibrio entre ellos. Ya que en ocasiones el objetivo económico sobresale de los otros dos, y se relegan, olvidando la importancia que tiene la sociedad para que la empresa crezca y al mismo tiempo se fortalezca.

³⁹ Ibidem p. 78

⁴⁰ Ibidem p. 80

⁴¹ Ibidem p. 81

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El conocer la comunidad donde se encuentra ubicada la compañía suele ser de gran utilidad para fomentar una buena relación con ella, así pues, es necesario tomar en cuenta sus interés, necesidades, problemas y anhelos, otro elemento de gran valor será el conocer a sus líderes, como los cuales la convivencia debe de ser más personal, causando una buena impresión con ellos para de esta forma contar con su respaldo ante la sociedad. Por tal motivo se debe de proporcionar información correcta y veraz a los líderes de la comunidad, para que en dado caso que se creara algún rumor, ellos cuenten con información necesaria para comentar sobre la verdad de la comunicación sobre la empresa.

La contaminación ambiental es un problema que la organización tiene que solucionar, tratando de evitarla, así mismo, informar a la población que nuestra empresa no contamina, que no atenta el medio ambiente donde se localiza y que por el contrario ayuda a cuidar el entorno que rodea a la empresa, ya que los malos olores o ruidos excesivo, pueden ser causas de repudio de la comunidad hacia la organización, creando un conflicto difícil de contrarrestar.

Cuando una organización se interesa por la sociedad donde se encuentra localizada, sé vera beneficiada en gran medida con la aprobación de la comunidad. De tal forma que el contribuir al desarrollo socioeconómico de la población será una buena elección para mantener una buena relación, entre las actividades que podemos mencionar que son propicias que la empresa participe son: cooperar con instituciones educativas locales, contribuir con el gobierno; en cuento a infraestructura, contratar principalmente personal de la localidad igualmente comprarle a proveedores regionales. Participar en obrar altruistas sería un paso grande a dar dentro la comunidad en cuanto a relaciones públicas.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Los medios masivos de comunicación adecuados para informar a la comunidad son:

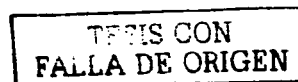
- **Publicaciones Institucionales**
- **Folletos o publicaciones especiales; los cuales pueden ser similares a los que se manejan de manera interna en la organización**
- **Organizar visitas guiadas a la empresa**
- **Participar en eventos deportivos que se realicen en la localidad**
- **Desarrollar actividades culturales, donde se pueda involucrar a toda la sociedad, así como eventos sociales.**

6. Relaciones Públicas con los Medios

Una organización debe tener siempre presente que los medios de comunicación, en los últimos años han tomado una fuerza importante en la sociedad, puesto que su poder de penetración se ha acrecentado, y la influencia que tiene en la comunidad es algo que no se puede ignorar, de hay la importancia de que la empresa fomente y mantenga una estrecha relación con los medios de comunicación, pues la población escucha y ve la información que en ellos se presenta como verdadera y convincente. Una empresa que no tenga una buena relación con los medios puede ser atacada y truncar su desarrollo por la desaprobación de los medios, viendo una reprobación también por parte de la sociedad.

“Una de las tareas imprescindible dentro de las relaciones públicas es mantener buenas relaciones con los medios de comunicación, lo que es esencial para asegurar la publicación de notas o noticias de la corporación a la que servimos”.⁴²

⁴² ALONSO, MANUEL, OTROS. Relaciones Públicas; Texto que orienta, guía, defiende, precisa y explica esta actividad fundamental. Primera impresión, México, D.F. Editorial EDAMEX. P 45



Un medio de comunicación no se puede ver solo como un medio para que se publiquen notas sobre la organización de forma gratuita, pues en algún momento se sentirían usados por parte de la organización, pues en ellos se podrá encontrar más que siempre publicidad gratuita, ya que el poder con el que cuenta un medio es de un valor incalculable para que la empresa se a aceptada por la gente.

“Las buenas relaciones con los medios dependen de mantener los canales de comunicación abiertos, hablarles, explicarles su versión de la historia”.⁴³

“Las relaciones con los medios cuestan porque hay que dedicarles tiempo y recursos”.⁴⁴

A los medios de comunicación lo mejor será el proporcionar noticias precisas, completas y oportunas, nunca tratando de realizar el trabajo de los medio, pues en ocasiones se quiere entregar la nota tal y como se debe de publicar, sin tomar en cuenta del reportero o periodista.

“No podemos exigir al medio la publicación de nuestra información cuando ésta rompe las más elementales reglas del periodismo, cuando se encuentra llena de palabras sin significado, de menciones comerciales y de bellos calificativos”.⁴⁵

⁴³ Ibidem p. 54

⁴⁴ Idem

⁴⁵ Ibidem p. 48

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.4 ESTRUCTURA O FORMA DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN

Toda organización sin importar su tamaño o giro, debe de realizar la actividad de Relaciones Públicas, para lo cual no es necesario contar con un departamento interno en la empresa, pues no siempre se cuenta con los recursos económicos para contar con este servicio.

Más no por tal motivo, se debe de abstener el realizar esta actividad, ya que el tener una buena relación con los miembros de la organización es fundamental, de igual forma con su público externo y con el medio en general.

De acuerdo a las funciones que se realicen en la empresa, así como, el tamaño, necesidades y presupuesto con el cual se cuenta para desarrollar las Relaciones Públicas, se decidirá si es necesario contar con un departamento interno, accesoria externa o combinar ambas.

3.4.1 DEPARTAMENTO INTERNO

La empresa puede contar con este servicio de dos formas; lo que sería todo un departamento especializado o a través de una sola persona que cumpla con la función de Relaciones Públicas.

Sin importar con cual de las dos maneras de departamento interno cuente la organización, se darán varias ventajas significativas.

La primera sería que la información que se obtenga, será de primera mano, pues al estar en la organización se puede observar el

TRABAJO CON
FALLA DE ORIGEN

desarrollo de la comunicación entre el personal y los directivos, así como, estar enterado de todo lo que pasa en la empresa.

Por otro lado, un departamento interno, siempre se encuentra a disposición de la compañía para cuando se le necesita, estará presente y disponible por si se presenta alguna emergencia.

El personal del departamento interno, esta familiarizado con todo lo concerniente a la compañía, por tal motivo, si presentan algunas propuestas de cambio, estas son recibidas con menos resistencia por parte de los trabajadores, pues saben que el departamento conoce la problemática existente, y que ellos la viven más de cerca.

3.4.2 ASESORIA EXTERNA

“La asesoría externa también puede presentarse de dos formas: mediante toda una organización o “agencia” de relaciones públicas, o por medio de un solo especialista, que sirvan a diferentes clientes. En el primer caso si la agencia tiene el personal suficiente, éste efectuará el trabajo completo, pero de cualquier manera se requerirá la colaboración de una persona de la organización, que sirva a manera de enlace o coordinador. En el segundo, es claro que el consultor tendrá que contar con la colaboración de recursos humanos de la organización, además de haber un directivo de la misma con quien mantenga comunicación constante. Por otra parte, los asesores externos pueden ser contratados por una tarea o caso determinado o para que sirva a la organización permanentemente.”⁴⁶

⁴⁶ Ibidem p. 124

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Al contratar un servicio externo de asesoría externa, la organización contara con algunas ventajas específicas.

Una asesoría externa, sugiere con mayor libertad y su punto de vista es más imparcial, ya que ellos verán los problemas con mayor objetividad y sin presiones. La experiencia con la que cuentan es mayor, pues están acostumbrados a trabajar con diversas empresas. El asesor externo, solo se dedica a las relaciones públicas, por tal motivo, mantiene relaciones con un diverso público, del cual se puede sacar beneficio.

3.4.3 COMBINACIÓN ENTRE DEPARTAMENTO INTERNO Y ASESORÍA EXTERNA

Esta opción puede realizarse, cuando la empresa cuenta con un servicio interno, pero en ocasiones especiales contrata la asesoría externa, ya sea por tiempo o por cuestiones de economía; pues el servicio externo suele ser más barato.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO IV

***PROPUESTA
"MANUAL OPERATIVO"***

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INDICE

INTRODUCCIÓN	
CRONOGRAMA GENERAL PARA LA PLANEACIÓN	96
PROPÓSITO	100
PREMISAS	101
OBJETIVOS	102
ESTRATEGIAS	104
REGLAMENTO	106
PROGRAMA	108
REQUERIMIENTOS DE CADA ACTIVIDAD	109
PRESUPUESTO	112
DEPARTAMENTALIZACIÓN	114
JERARQUIZACIÓN	116
AUTORIDAD/LIDERAZGO	117
MOTIVACIÓN	118

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN	119
INTEGRACIÓN	120
FECHA Y HORARIO	121
NÚMERO DE PARTICIPANTES	122
INVITADOS ESPECIALES	123
JEFE DE PROTOCOLO	124
EDECANES	125
PERMISOS Y LICENCIAS	126
SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN	127
FORMATO DE PROGRAMA (PARTE DELANTERA)	128
FORMATO DE PROGRAMA (PARTE TRASERA)	129
FORMATO DE RECONOCIMIENTO	130

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCION

El manual tiene como propósito proporcionar en forma ordenada y sistemática, la información necesaria referente a los elementos básicos para la realización de un evento en forma adecuada.

Contendrá todos los pasos que se siguen para la realización de proyectos especiales, así como, enumerar todo aquello que se debe de tomar en cuenta y no se debe de obviar durante el desarrollo del programa del evento dentro de una organización.

Ayudar a que la improvisación sea nula, que todo se tenga previamente planeado, que se estudie e investigue todos los pormenores del evento.

Presentar como se organiza un evento a detalle; paso a paso, plasmando la suma total de los requisitos, que en ocasiones pasan desapercibidos o se les resta importancia, que dan como consecuencia errores en el momento en que se realiza el suceso.

Por tal motivo, se presenta los métodos y formas de trabajo más apropiados que garantice el éxito del evento.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COORDINACIÓN: _____

RESPONSABLE: _____

FECHA DE INICIO: 17-09-2003

FECHA DE TERMINO: 30-9-2003

AVANCES A LA FECHA: 18.5%

CRONOGRAMA GENERAL

SEPTIEMBRE

FUNCIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Propósitos																																	
Premisas																																	
Objetivos																																	
Estrategias																																	
Reglamento																																	

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

COORDINACIÓN: _____

RESPONSABLE: _____

FECHA DE INICIO: 1-10-2003

FECHA DE TERMINO: 30-10-2003

AVANCES A LA FECHA: 56.7%

CRONOGRAMA GENERAL

OCTUBRE

FUNCIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
PROGRAMA																																
REQUISITOS DE ACT.																																
PRESUPUESTO																																
DEPARTAMENTALIZACIÓN																																
TEC. DE MOTIVACIÓN																																
COMUNICACIÓN																																
NUM DE PARTIC.																																
FECHAS Y HORARIOS																																

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

COORDINACIÓN: _____

RESPONSABLE: _____

FECHA DE INICIO: 1-11-2003

FECHA DE TERMINO: 30-11-2003

AVANCES A LA FECHA: 93.7%

CRONOGRAMA GENERAL

NOVIEMBRE

FUNCIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
INV. ESPECIALES	█	█	█	█	█																											
JEFE DE PROTOCOLO				█	█	█	█	█																								
EDECANES							█	█	█	█	█																					
PERMISOS Y LICENCIAS										█	█	█	█	█	█	█																
SEÑALIZACIÓN																█	█	█	█													
PREMIOS																				█	█	█	█	█	█							
DISENO DE DIPLOMAS																										█	█	█	█	█	█	█

TESIS CON FALTA DE ORIGEN

COORDINACIÓN: _____

RESPONSABLE: _____

FECHA DE INICIO: 1-12-2003

FECHA DE TERMINO: 7-12-2003

AVANCES A LA FECHA: 100%

CRONOGRAMA GENERAL

DICIEMBRE

FUNCIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
DISEÑO DE PROGRAMA	[Cross-hatched pattern]																														

NOTA: Cada empresa ajustara los tiempos de acuerdo a sus necesidades, prioridades, personal y lapsos contemplados.

REGIS CON
FALLA DE ORIGEN

PROPÓSITOS

El mes de diciembre es una época del año con varios días festivos, los cuales tienen gran importancia para los trabajadores, ya que forman parte de sus costumbres.

Por tal motivo, las organizaciones en Celaya, festejen a su personal en este mes, con el fin de agasajarlos un día al año, con un magno evento, donde no solo el trabajador acude a la reunión, sino también sus familias.

En el lapso del 11 al 23 de diciembre, la empresa festeja un día, junto a sus empleados; todas las festividades que abarcan dicho mes; día de la Virgen de Guadalupe, Posadas, Navidad y Fin de año.

Dicho evento requiere de toda una planeación para que todo se encuentre listo el día que se realizara el mismo.

Hay que recordar que el trabajador es el invitado especial por esa razón todo debe estar listo para que él y su familia disfruten y queden satisfechos con el evento.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

PREMISAS

1. Los trabajadores por motivos personales, pueden no asistir al evento, debido a que es una época del año donde las personas tienen más compromisos.
2. Los asistentes al evento pueden ser un número mayor al que se tiene contemplado para darles de comer.
3. Los invitados estarán en constante movimiento, siendo un día muy ajetreado; alguien puede sufrir algún percance; lastimándose.
4. El alumbramiento o el sonido con el cual se va a contar para efectuar diversas actividades, puede sufrir fallas técnicas.
5. Hay gastos imprevistos que tal vez no se tengan contemplados; y que de última hora se tengan que hacer.
6. El clima es un factor impredecible, y aunque nos encontremos en temporada invernal, se pueden presentar lluvias.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

OBJETIVOS

Hoy en día las empresas están empeñadas en producir más y mejor, ya que se desarrollan en un mundo competitivo y globalizado, por tal motivo los directores de las organizaciones deben recurrir a todos los medios disponibles para cumplir con los objetivos fijados.

De tal manera, la motivación se convierte en un elemento importante que permita canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta en general del trabajador hacia el logro de objetivos que interesan a la organización y a la misma persona.

El evento de fin de año, tiene como propósito de motivar al personal, haciéndolo sentir parte fundamental de la empresa, tanto él como su familia. Siendo el mes de diciembre una época del año que sensibiliza a las personas, pues los sentimientos se encuentran a flor de piel.

Por otra parte, el estrechar las relaciones humanas entre el personal, sin importar la jerarquía que se tenga recordando que el equipo humano es lo que hace fuerte a la organización a la cual pertenece.

Cuando los trabajadores se encuentran unidos y trabajan a la par, la productividad de la compañía se eleva, por tal motivo, el evento tiene como finalidad el fomentar la integración entre los miembros así como, las familias de éstos.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Se debe de alejar del trabajador la apatía y desinterés y el evitar que caiga en una rutina es un paso importante para lograr este objetivo.

El mayor reto de la organización de este evento es planear y desarrollar un programa donde se tome en cuenta la diversidad del personal que labora en la empresa, ya que es ella se puede encontrar una variedad de cultura, la cual debe ser adaptada unas con otras para así hacer prevalecer una cultura organizacional y tener como resultado un evento, el cual cumpla con las expectativas de todos los asistentes.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ESTRATEGIAS

En ocasiones aunque se tenga un plan de acción establecido y bien definido, se pueden presentar imprevistos durante el desarrollo del evento.

Por tal motivo, se deben de prever contingencias para que en su momento se puedan controlar las situaciones inesperadas.

En caso de que alguno de los asistentes al evento resulte lastimado o tenga un problema médico, se contará con una persona encargada de enfermería, y si el problema es más grave será trasladado al hospital (donde se tenga el contrato del seguro médico).

Por otro lado, en el lugar del evento habrá un técnico electricista por si surge un inconveniente con el sonido o el alumbramiento del lugar.

Dentro del presupuesto, se contempla la creación de una caja chica para efectuar gastos que tengan que realizar a última hora, y no se tenían previstos.

El ausentismo es un problema, que puede afectar todo el desarrollo de un evento, por tal motivo, se va a pedir al personal de la empresa, que con anterioridad se informe si se va asistir al evento, "previa confirmación".

De igual forma, al confirmar el trabajador su asistencia, se recomienda que mencione el número de familiares que lo van acompañar al evento, para saber a que número de personas se le va dar de comer.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El lugar donde se va a efectuar tanto la misa, desayuno, comida, entrega de reconocimientos y tardeada, se encontrara previamente enlonado en su totalidad, adelantándose a las inclemencias del clima.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

REGLAMENTO

En cada evento se debe de tener un reglamento general en donde se definen las políticas y condiciones con las cuales se normará el desarrollo de éste.

A continuación se sugieren algunas políticas que deben de incluir en el reglamento, los cuales se deben de adaptar a las necesidades de cada caso en particular.

- 1. El lugar del evento es _____**
- 2. El evento se realizara el día ____ del (mes) de (año).**
- 3. La duración del evento será de 12 horas aproximadamente.**
- 4. La persona que asi lo quiera, podrá retirarse del evento en el momento que desee, sin oportunidad de regresar.**
- 5. Aquel individuo que durante la realización del evento mantenga una conducta que afecta el buen desarrollo del mismo, se le pedirá que se retire.**
- 6. No se permitirá el acceso a persona alguna después de las 9 a.m.**
- 7. Las actividades se desarrollaran de conformidad con lo dispuesto en el programa.**
- 8. Podrán asistir a las actividades del evento, el personal de la empresa, asi como sus familiares.**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

9. Cada trabajador no podrá llevar más de cinco acompañantes (no se incluye a él).
10. Para acreditarse como invitado al evento, hay que llevar consigo la invitación.
11. Si en su defecto, el trabajador perdió su invitación podrá entrar con su credencial que lo identifique como empleado de la empresa.
12. Persona que no traiga consigo su invitación no podrá participar en las rifas a realizarse, pues en los programas se encuentra el boleto con folio de participación.
13. Los reporteros a cubrir el evento solo podrán entrar con su invitación respectiva.
14. La administración de los recursos serán competencia del comité organizador.
15. El comité organizador del evento será el órgano superior que está facultado para resolver todas las situaciones no previstas en este reglamento.
16. Si alguna persona no profesa la religión católica, y por tal motivo no va asistir a la misa que se realizara, puede avisar con anticipación que va llegar al lugar al concluir la misma.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PROGRAMA

- 8:00 a.m.** **Recepción del personal**
- 8:00 – 9:00 a.m.** **Desayuno**
- 9:00 – 9:15 a.m.** **Bienvenida**
- 9:15 – 10:15 a.m.** **Misa**
- 10:15 a.m. – 2:30 p.m.** **Actividades Recreativas**
- 2:30 – 4:00 p.m.** **Comida**
- 4:00 – 5:00 p.m.** **Entrega de Reconocimientos**
 Rifas
 Entrega de juguetes
- 5:00 – 9:00 p.m.** **Tardeada**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

REQUERIMIENTOS POR ACTIVIDAD

RECEPCIÓN DEL PERSONAL

- Edecanes
- Caja para recepción de boletos para rifa

BIENVENIDA

- Sonido

DESAYUNO

- Yoghurt
- Fruta picada
- Leche
- Cereal
- Miel
- Pan dulce
- Mesas
- Mantales

MISA

- Contratación del sacerdote
- Sillas
- Enlonado
- Altar
- Mesa

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMIDA

- Mesas
- Sillas
- Mantales
- Servilletas
- Refrescos
- Hielo
- Platos
- Lonas
- Vasos
- Cubiertos
- Comida (los alimentos a ofrecer, dependerán de cada organización)

ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS

- Diplomas

ENTREGA DE JUGUETES

- Juguetes

RIFA

- Premios (dependerán de cada organización; presupuesto)

TARDEADA

- Grupo musical
- Sillas
- Lonas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Refrescos

JUEGOS INFLABLES

- Contratación de inflables

ACTIVIDADES RECREATIVAS

- Para esta tarea, los requerimientos que se necesitan, estarán en función de las actividades recreativas que la empresa realice, basándose en las instalaciones con las que se cuenta y el presupuesto destinado para las mismas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PRESUPUESTO

Al elaborar un presupuesto se deben de tomar en cuenta todas las necesidades para la realización de cada actividad.

Asignando los recursos financieros necesarios para cada tarea.

En cualquier tipo de evento es indispensable elaborar un presupuesto de ingresos y egresos. De acuerdo con el monto de los fondos destinados para el evento, se deben definir las prioridades en los gastos que haya que hacer.

Conceptos a toma en cuenta al desarrollar el presupuesto:

- **Alimentos: * Comida**
 - * **Desayuno**
- **Alquiler de inflables**
- **Alquiler de manteles**
- **Alquiler de mesas**
- **Alquiler de sillas**
- **Contratación de edecanes**
- **Contratación de Grupo Musical**
- **Contratación de lonas**
- **Contratación de sacerdote**
- **Contratación sonido**
- **Cubiertos**
- **Hielo**

- **Impresión de programas**
- **Invitaciones**
- **Platos**
- **Reconocimientos**
- **Refrescos**
- **Regalos para rifa**
- **Servilletas**
- **Sobres**
- **Vasos**

Es recomendable que se pidan cotizaciones en diferentes lugares para saber las diversas opciones que se tienen para contratar un servicio, tomando en cuenta el precio y la calidad, con el fin de que solo se destinen los recursos financieros necesarios para cada actividad.

El contar con una caja chica es importante, para gastos imprevistos y mínimos que se realicen, sin embargo, deben de igual forma registrar todas las salidas, para el recuento final de gastos para realizar el evento.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

DEPARTAMENTALIZACIÓN

Se dividen las actividades en áreas concretas basándose en la similitud que estas puedan tener una con otra, formando los departamentos de la organización del evento.

ADMINISTRACIÓN

- Personal
- Organización
- Alimentos
- Evaluación

OPERACIÓN

- Recursos Materiales
- Seguridad
- Señalamientos
- Servicios generales

FINANZAS

- Presupuesto
- Contabilidad
- Tesorería
- Caja general
- Información financiera

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

RELACIONES PÚBLICAS E INFORMACIÓN

- Medios de Comunicación
- Atención a personal
- Invitados Especiales
- Edecanes
- Memorias

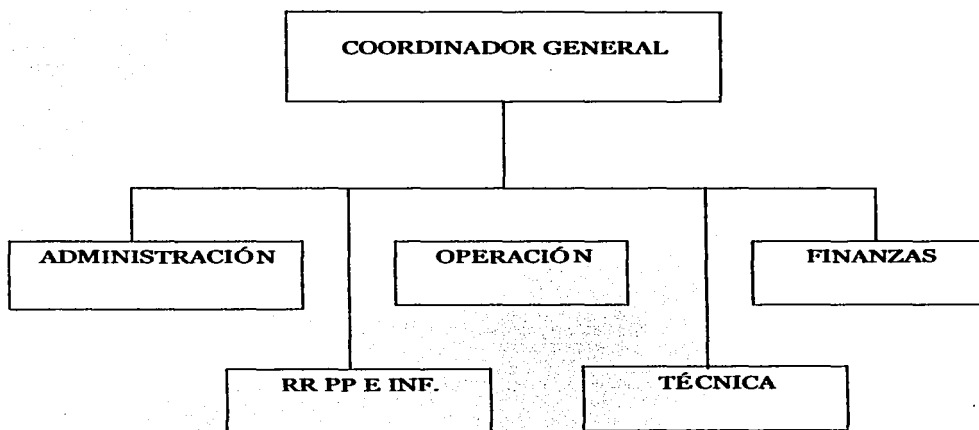
TÉCNICAS

- Temática del evento
- Instalaciones

Sincronizar los recursos y los esfuerzos de un grupo, con el fin de lograr oportunidades, armonía y rapidez, en el desarrollo de los objetivos . Donde cada actividad sea realizada por personas con capacidad para desarrollarlas satisfactoriamente.

El delimitar las actividades a realizar, tiene como propósito el que se de una mayor precisión, eficacia y el mínimo de esfuerzo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

JERARQUIZACIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AUTORIDAD/LIDERAZGO

La máxima autoridad y responsable directo para la realización del evento, será el Coordinador General, quien será el que ocupe el status más alto o posición de poder dentro de la organigrama.

Será la persona que dirija a los demás organizadores hacia las metas u objetivos planeados, así como a la estabilidad y armonía de los miembros del comité organizador.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MOTIVACIÓN

Cuando un trabajador se encuentra motivado y sabe conducir dicha motivación, se logrará que la organización trabaje de forma óptima y alcance sus objetivos.

Hay corrientes teóricas donde se expone el manejo de la motivación, una de ellas es la de "Motivación de Grupo", la cual hace referencia a los elementos que son parte fundamental dentro del trabajo en equipo como son: espíritu de grupo, identificación con los objetivos de la empresa, practicar la administración por participación y el establecimiento de relaciones humanas adecuadas. En un evento de la magnitud como éste, se estrechan lazos de amistad y compañerismo que motivarán en gran medida a todo el personal.

Ahora bien, el personal debe de tener algún aliciente para asistir a la fiesta, y no solo el presentar la invitación, sino que ellos observen que los mas entusiasmados son los organizadores y sus jefes directos. Por otro lado el hacerle la mención de que en el evento se van a estrechar lazos de compañerismo, y tendrá la oportunidad de convivir con su familia, en un ambiente de cordialidad y fraternidad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN

INTERNA

La forma a través de la cual se informará al trabajador sobre el evento, será por medio de invitaciones personales que sería el programa dentro de un sobre; el cual deberá contener el nombre del empleado.

Ya en lo que es el programa, se presenta el día, lugar y lo que es la orden del día. Estas se entregaran con una anticipación de mínimo 10 días, siendo el canal de la entrega de la invitación, el supervisor o jefe inmediato del trabajador.

EXTERNA

Celaya cuenta con Medios de Comunicación impotentes para difundir el evento, en medios escritos encontramos a "El Sol del Bajío", "a. m. " y "Heraldo", es conveniente invitar los medios para que se publique una nota sobre el desarrollo del evento, no es necesario contar con inserciones pagadas, que se publiquen con anterioridad, puesto que el evento es privado y el personal de la organización estará previamente informado de forma personal sobre el mismo.

Así mismo, se puede invitar alguna radiodifusora local, para que hagan un control remoto, para que la ciudadanía se de cuenta de todo lo que esta sucediendo y el ambiente que se vive en el lugar.

Hablamos de radiodifusoras como: "Teleradio", Acir" y "Corporación Multimundo".

Por otro lado, se puede llevar acabo una conferencia de prensa, después del evento para informar sobre los resultados del mismo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTEGRACIÓN

El factor humano es una pieza fundamental dentro de la organización ya que en él recae el buen aprovechamiento de los demás factores de la empresa.

Si se da la integración la organización contará con el personal apto para una mejor función de la empresa.

Para que se de una eficaz integración se deben de tomar en cuenta conceptos que ayudaran a que se den eficientemente como son: La cultura de los trabajadores, costumbres, tradiciones, hábitos.

De tal forma que el evento tiene que estar planeado basándose en los conceptos anteriormente expuestos para que los asistentes se sientan cómodos y estén dispuestos a integrarse con los demás compañeros

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

FECHA Y HORARIO

Este aspecto del manual será decidido por los organizadores, valorando costos y factibilidad para desarrollar el acontecimiento.

Se propone los días que son del 11 al 23 de diciembre. Ya se elegirá la fecha más conveniente para realizar el evento.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

NUMERO DE PARTICIPANTES

El número de participantes al evento, es directamente proporcional al número de trabajadores de la empresa, más el número de integrantes de la familia de cada uno de ellos (número máximo de asistentes por familia es de cinco, no incluyendo al trabajador).

Es importante que se calcule los asistentes al evento con anticipación, para de ahí partir y sacar un presupuesto en base a dicho número.

CON
FALLA DE ORIGEN

INVITADOS ESPECIALES

En la organización todo su personal es importante y cada uno de sus integrantes son parte clave para llevar a cabo el trabajo y cumplir los objetivos trazados.

Sin embargo, hay una persona que es la cabeza de la empresa, que dirige y tiene en sus manos el futuro de la organización; el Director General (Gerente General), siendo él un invitado especial en el evento, pues en su caso muchos trabajadores sería la primera vez que tendría un contacto con él.

Así mismo, los directores de área, son asistentes especiales al evento. Los trabajadores se darán cuenta de que no son inalcanzables y que se pueden relacionar con ellos, y que son una parte más de la empresa.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

JEFE DE PROTOCOLO

Será quien dirigía el evento, elaborando un gui3n previo para cada actividad donde vaya a intervenir.

Como sería:

- **Bienvenida**
- **Actividades Recreativas**
- **Entrega de Reconocimientos**
- **Entrega de Juguetes**

Se puede contratar un servicio externo o bien escoger a una persona de los organizadores que cuente con experiencia y habilidad para desarrollar satisfactoriamente esta actividad.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

EDECANES

Es importante contar con personas capacitadas que se encuentren en constante comunicación con los asistentes.

Por lo tanto, el servicio de edecanes debe de estar coordinado.

Así pues, las edecanes deben saber la información general del evento, atención a los asistentes, apoyo en la organización, colaborar en las actividades del evento en general.

Las edecanes deben de ubicarse en:

- **Recepción**
- **Bienvenida**
- **Desayuno**
- **Misa**
- **Actividades recreativas**
- **Comida**

El número de edecanes a contratarse dependerá del número de asistentes al evento.

Por cada 40 personas una edecán, y de ahí se puede partir en la contratación de edecanes. Se recomienda que las edecanes no excedan el número de 40 invitados, para que se tenga un mejor control de los mismos, y estos se encuentren bien atendidos.

**TEJIS CON
FALLA DE ORIGEN**

PERMISOS Y LICENCIAS

Para celebrar una misa fuera del templo, se tiene que pedir un permiso a la Iglesia a la cual pertenece el sacerdote que oficiara la consagración.

Pedir a las autoridades correspondientes el permiso para efectuar la Tardeada (por la cuestión del ruido).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN

Habrán asistentes que se les complique el moverse o desconocen el lugar donde es el evento.

Conveniente, es entonces el colocar rótulos en lugares concurridos como son:

- WC
- Comedor
- Area de esparcimiento
- Zona de acceso
- Zona de evacuación

Así como flechas de seguimiento para llegar a las diferentes áreas donde se llevan a cabo las actividades.

De igual manera, lugares donde no se tiene acceso o es peligroso acercarse a dicha zona.

TRCS CON
FALLA DE ORIGEN

LOGOTIPO
DE LA
ORGANIZACIÓN

PATROCINADORES

NOMBRE DEL EVENTO

LUGAR Y FECHA DEL EVENTO

TRABAJA CON
UN PLAN

MENSAJE

PROGRAMA

INSTITUCIONAL

7 SIS CON
BUNIA DE ORIGIN

FORMATO DE BOLETO
PARA REALIZAR
CLASIFICAS

LOGOTIPO
DE LA
ORGANIZACION

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN
Otorga el Presente
Reconocimiento

A: _____

Por su destacada labor en el Departamento de: _____

FIRMA DEL DIRECTOR GENERAL

FECHA

FOTOCOPY
FALLA DE ORIGEN

CONCLUSIÓN

Durante los cuatro años y medio que dura la carrera, el pensar en realizar una tesis, se me hacía algo muy difícil de lograr, y más el proponer algo diferente y que tuviera alguna utilidad, pues creía que desarrollar una investigación sería más el transcribir todo lo que encontrara referente a mi tema investigado, y mi tesis sería una copia de muchos libros.

Sin embargo, me di cuenta que era un trabajo más a realizar, el último en la carrera y como era el último trabajo a desarrollar, tenía que superar en mucho a los demás, pues tenía algunos meses para hacerlo y hacerlo bien, y hoy al terminar la tesis me hizo valorar todo lo que me enseñaron mis maestros, y sacarle fruto a toda mi etapa de estudiante. Darme cuenta de que en esta tesis hay algo de cada uno de mis catedráticos.

El proponer un Manual de Organización, que puede tener utilidad para otro comunicólogo, es ya un objetivo cumplido.

Creo que lo más importante que aprendí al realizar la investigación, fue el darme cuenta de que la Comunicación hoy en día juega un papel importante dentro de cualquier actividad a

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

desarrollar en nuestra vida cotidiana, algo tan sencillo como podría ser organizar un evento.

Que planear un evento no es nada más organizar una fiesta con determinado número de personas, y afinar detallitos que pudieran surgir, es mas que eso, pues un evento especial para una organización, requiere de todo un proceso a realizar por personas especializadas que sepan que es una responsabilidad y que de cuyo éxito o fracaso del mismo recaerá en los organizadores, por lo que es mejor contar una herramienta útil, es decir un manual de organización que nos indique los pasos a seguir para lograr un evento exitoso.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

BIBLIOGRAFÍA

- **ALONSO, Manuel, otros. RELACIONES PUBLICAS (TEXTO QUE ORIENTA, GUIA, DEFINE PRECISA Y EXPLICA ESTA ACTIVIDAD FUNDAMENTAL).** México Ed. EDAMEX. 1997. 224 p.
- **CARREÑO de Maldonado, Abigail. IMAGEN DE CELAYA.** 3ra. Edición, Celaya, Gto. Seriprit. Co. 1999 310 p.
- **FERNANDEZ Collado, Carlos. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.** 4ta. Edición. México, D.F. Ed. Trillas 1999.
- **FLEITMAN, Jack. EVENTOS Y EXPOSICIONES (UNA ORGANIZACIÓN EXITOSA).** Primera impresión. México Ed. Mc Graw Hill. 1997. 270 p.
- **GOLDHABER, Gerald. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.** Diana 1984
- **MARTINEZ de Velasco, Alberto. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PRÁCTICA.** Tercera reimpresión. México Ed. Trillas. 1995. 111p.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- **MUNCH Galindo, Lourdes. *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*. Décima reimpresión. México Ed. Trillas 2001. 240 p.**

- **P. ROBBINS, Stephen. *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, 1ra. Edición, México D.F. Ed. Prentice hall inc. 1996.**

- **RÍOS Szalay, Jorge. *RELACIONES PUBLICAS (ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES)*. Novena reimpresión. México Ed. Trillas. 2001. 130 p.**

- **TREVIÑO M., Ruben. *PUBLICIDAD COMUNICACIÓN INTEGRAL EN MARKETING*. 1ra. Impresión. México, D.F. Ed. Mc Graw Hill 2000 482 p.**

OTRAS FUENTES

- **Enciclopedia Encarta 2002**

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN