

879324



**UNIVERSIDAD LASALLISTA
BENAVENTE**



Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Con estudios incorporados a la
Universidad Nacional Autónoma de México
CLAVE 8793-24**

**"COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DELEGACIÓN
REGIONAL DE EDUCACIÓN V ESTE"**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

VALERIA ALEXANDRA UGALDE TAPIA

ASESOR:

LCC ELBA EUGENIA NAVARRO AGUILAR

Celaya, Gto.

Enero 2005

m341867



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.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios por dejarme vivir un sueño que tenía cuando era niña y por darme salud e iluminarme en mi camino para llegar a este día tan importante "Mi Titulación"

Quiero agradecerle a Dios por mandarme a la mujer más maravillosa, la cual ha estado a mi lado en todo momento y también ha sido la motivación principal de toda mi vida, GRACIAS MAMÁ, TE AMO.

Agradecer a mi Papá y a mis hermanos por apoyarme y ayudarme cuando los necesité en todos los aspectos.

A todos mis maestros por haberme formado en mí una mujer triunfadora ante las expectativas de la vida, por darme su tiempo y su espacio y no solo como profesionistas sino como personas.

Y gracias a mi asesora la Lic. Elba la cual me deja en mi corazón algo muy importante de ella.

DEDICATORIA

Se la dedico a Dios que me iluminó durante toda mi carrera y me guió para realizar mi trabajo de Tesis.

También mi trabajo de Tesis se lo dedico a mi Mamá que me apoyo bastante, a mi Papá que estuvo al pendiente de mí y a mis hermanos que se preocuparon en todo momento.

INDICE

Agradecimientos

Dedicatorias

Introducción

Capítulo I "Antecedentes de la Delegación Regional de Educación V Este"

1.1 Delegación Regional de Educación V Este.....	1
1.2 Delegación Regional de Educación V Este y su proyecto educativo.....	3
1.3 Filosofía Institucional	4
1.4 Servicio que ofrece la Delegación Regional de Educación V Este	6

Capítulo II "Funciones del Departamento de Comunicación Social"

2.1 Filosofía del Departamento de Comunicación Social	14
2.2 Funciones Genéricas	16
2.3 Organigrama	17
2.4 Políticas Generales de Comunicación e Informativa (Exclusivo para secretarios y delegados)	18
2.5 Funciones y Servicios en las Delegaciones Regionales de Educación	21
2.6 Enlaces de labor de las unidades de comunicación de las regiones con la coordinación de comunicación social en oficinas centrales	23
2.6.1 De las funciones de la coordinación de comunicación en las oficinas centrales.....	24
2.7 Unidades de comunicación social regional	25
2.8 Apoyos de comunicación social en las regiones de la SEG , atención a medios de comunicación	28

Capítulo III "Comunicación interna dentro de la Delegación Regional de Educación V Este"

3.1 Comunicación Interna	31
3.2 Objetivos y finalidades de Comunicación Interna	33
3.3 Comunicación Descendente.....	37
3.3.1 Redes de Mensajes	39
3.4 Comunicación Ascendente	41
3.4.1 Redes Informativas.....	44
3.5 Comunicación Operativa/Informativa	47
3.6 Soportes de Comunicación Interna.....	48
3.7 Acciones de Comunicación Interna.....	50
3.8 Comunicación Horizontal	60

Capítulo IV "Manual de Imagen Corporativa de la Delegación Regional de Educación V Este"

4.1 Definiciones de Imagen Corporativa.....	62
4.2 Importancia de una Imagen Favorable.....	64
4.3 Misión, Visión y Objetivo del Manual de Imagen Corporativa.....	69
4.4 Manual de Imagen Corporativa	
4.5 Propuestas	70

Conclusiones

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Mi trabajo de tesis el cual realice con base en mis prácticas profesionales lo desarrolle de la siguiente manera comencé con todos los antecedentes de la Delegación Regional de Educación. V Este en el cual se especificó la historia de su creación, así como la manera en que está estructurada y las áreas que la componen así como y las funciones que desempeña cada departamento por los cuales esta integrada, es muy importante el partir en cualquier lectura de un principio es por eso que el lector debe estar enterado del objetivo que tiene de mi trabajo, lo que interesa en este trabajo de tesis es extender y profundizar en especial en departamento de la Delegación el cual es el departamento de Comunicación Social (y las funciones que desempeña) mencionó la información básica de las funciones y actividades que tiene este departamento así como el objetivo que tiene dentro de la Delegación.

Al estar más involucrada con este departamento y al colaborar dentro del mismo, aparte de enriquecer mis conocimientos y de adquirir nuevas experiencias comenzaron a surgir las ideas y sugerencias de acuerdo a las necesidades que observe y a las conversaciones que estable con todo el personal colaborador, así como del personal de las dependencias de la Delegación, hice varias propuestas en las cuales di soluciones idóneas a las problemáticas encontradas de la misma forma realice propuestas basadas en una necesidad de identidad que sufría en esos momentos la Institución y de ahí surge la creación del Manual de Imagen Corporativa, esto es parte de las aportaciones que desarrolle como L.C.C durante mi instancia dentro de la Delegación.

También hago mención de funciones y actividades que desempeña el departamento de comunicación y en este punto hice hincapié a la importancia y desarrollo que debe tener la Comunicación Interna dejándome la expectativa que

cualquier problema, necesidades, etc; en cuanto a Comunicación Organizacional se refiera, mi rol y el papel que desempeño es básico y complementario para un mejor funcionamiento.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES DE LA DELEGACIÓN REGIONAL V ESTE

1.1 DELEGACIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN V ESTE

El proceso de regionalización de la SEG esta basado en el acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica y Normal, asignado por el Gobierno Federal, los gobiernos estatales y el S.N.T.E; también se basa en el Programa para la Transformación Educativa, que agrupa la opinión de alumnos, maestros, padres de familia y de la sociedad en general.

La regionalización se instrumenta con el decreto gubernativo No. 124 publicado el 18 de mayo de 1999 en el periódico oficial del Estado, que regula su organización, funcionamiento y distribuciones, con el objeto de proporcionar a los guanajuatenses mejores oportunidades para el logro del desarrollo integral.

Se fortalecen Jefaturas de Sector, Supervisiones de Zona, CEDE y USAE, a través de su facultación en la toma de decisiones con sus respectivos compromisos hacia la educación y la sociedad del Estado.

A través de este proceso se busca eficientar el sistema educativo al:

1. Eliminar los traslados a las oficinas generales
2. Aumentar la presencia del maestro en el aula
3. Capacitar y actualizar al personal
4. Involucrar a las autoridades municipales y a la sociedad
5. Proporcionar servicios de calidad a los actores y beneficiarios del sistema educativo

6. Lograr el apoyo y la coordinación de las oficinas centrales, delegaciones regionales, autoridades educativas, instituciones y organismos descentralizados de educación y las secciones sindicales del SNTE
7. Involucrar a los padres de familia en el proceso educativo de sus hijos
8. Proponer nuevos y mejores métodos didácticos
9. Impulsar proyectos educativos a partir de las necesidades de la región
10. Vincular el quehacer educativo con otras áreas de desarrollo, mediante la participación en los Consejos de Desarrollo Regional (Laja-Bajío).

“La Región Este, con sede en Celaya comprende los municipios de Apaseo el Alto, Apaseo el Grande, Cortazar, Comonfort, Santa Cruz de Juventino Rosas y Villagrán.

La Delegación Regional de Educación V Este esta facultada para:

- Toma de decisiones en el ámbito educativo de su región.
- Planear y ejercer un presupuesto anualmente para la comunidad educativa no tenga que trasladarse innecesariamente a las oficinas centrales ubicadas en la ciudad de Guanajuato.
- Simplificar los trámites y fortalece la operación que brindan los CEDES y las USAES Facultar a las autoridades educativas, jefes de sector, supervisores y directivos escolares”.¹



¹ García Castañeda Concepción “El rol del licenciado en ciencias de la comunicación dentro de la educación regionalizada” pp 11 y 12.

1.2 LA DELEGACIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN V ESTE Y SU PROYECTO EDUCATIVO

La educación es durante y para toda la vida, humanista, centrada en el desarrollo integral de la persona y fundamentada en los valores universales de calidad, pertinente, flexible, equitativa e incluyente: sustentada en los avances de la ciencia y la tecnología, con participación social y sistemas de evaluación.

OBJETIVOS EDUCATIVOS

1. Garantizar la cobertura en educación básica
2. Mejorar la calidad y pertinencia en la educación del nivel medio superior
3. Promover y establecer modelo educativos acorde a las necesidades de las minorías étnicas y niños del ámbito rural
4. Proporcionar servicios educativos a personas con capacidades especiales, acorde a sus necesidades
5. Desarrollar en los alumnos una formación integral basada en los valores fundamentales
6. Elevar la calidad de los servicios educativos
7. Garantizar la calidad de los servicios necesarios para el funcionamiento del sistema educativo
8. Asegurar el egreso en tiempo y forma de los alumnos de educación básica
9. Ofrecer servicios educativos a la población adulta



1.3 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

MISIÓN

Facilitar la formación armónica e integral del ser humano, a través de un sistema educativo de calidad que acerque y proporcione los servicios requeridos por la sociedad de la Región Este del Estado, con la promoción de los valores universales y el cuidado del medio ambiente.

VISIÓN

El sistema educativo regional permite ampliar las expectativas de todas las personas al desarrollar y fomentar conocimientos , competencias, habilidades, destrezas y actitudes que generan una mejor convivencia social ambiental, amor a la patria y el saber.

VALORES

VERDAD "Correspondencia de la presentación mental con la realidad y con lo que se dice con lo que se piensa.

LIBERTAD Facultad del ser humano por lo que decide o elige autodeterminándose con su voluntad en base a un discernimiento y por tanto buenos.

AMOR Fundamentalmente es la aceptación del don del otro y la disposición de entrega, la cual puede llegar a ser total. Es el valor supremo al que aspira toda persona humana, sin el cual no se realiza ni es feliz.

JUSTICIA Es la disposición habitual de conocer a cada quien su derecho a cada persona. A las instituciones y la sociedad.

LEALTAD Tiene por fundamentada identidad de un individuo con la razón de ser una organización o de una sociedad y el sentido de pertenencia a la misma. Se le reconocerá a las personas individualmente reconociendo el rol y la facultad que tiene.

HONESTIDAD Se interpreta fundamentalmente como el respeto a si mismo, a los demás así como sus cosas. Ser honesto es ser recto, integro, no aprovecharse de los demás ni de la sociedad, de alguna manera es un modo de llamar a la justicia.

RESPONSABILIDAD Actitud por lo que la persona se hace cargo de las consecuencias de sus actos responde por ellos incluso por las omisiones respecto a los que debería realizar".²

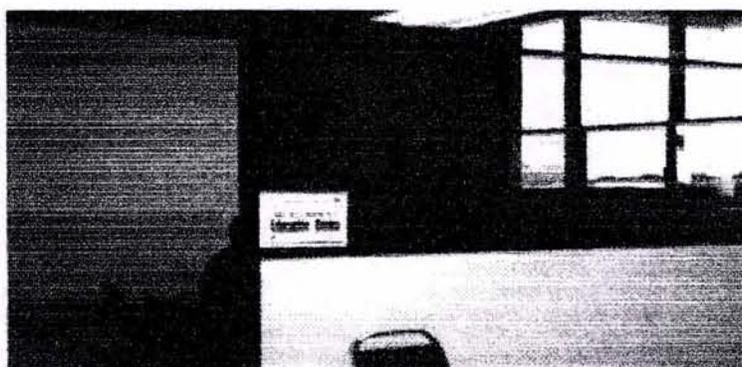


² Ibidem pp 17 y 18.

1.4 SERVICIOS QUE OFRECE LA DELEGACIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN V ESTE

COORDINACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN BÁSICA

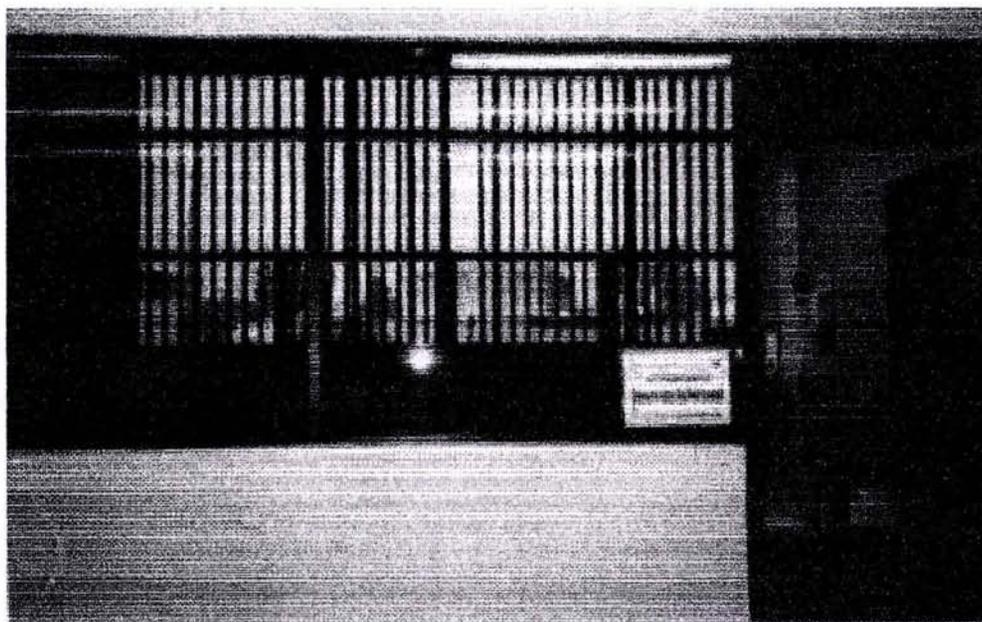
1. "Asesoría en el desarrollo de proyectos y propuestas educativas
2. Asesoría en la aplicación de la normatividad
3. Diseño y desarrollo de programas de supervisión
4. Asesoría en el desarrollo de Órganos Colegiados
5. Recepción en los procedimientos de programación detallada
6. Atención a la solicitudes para la reubicación de recursos humanos
7. Asesoría en el diseño e implantación de sistemas de medición, control y evaluación de procesos y proyectos
8. Asesoría para la aplicación de los procedimientos de inscripción-reinscripción, certificación y revalidación
10. El trámite de registro para la asignación de Clave Única de Registro de Población
11. El trámite de registro oficial de instituciones particulares incorporadas
12. Actualización de indicadores educativos
13. Validación de las necesidades para la construcción, equipamiento y mobiliario
14. Dictaminación para crear, cambiar o liquidar especialidades de formación tecnológica en secundarias³



³ Departamento de Comunicación Social "Catalogo de Servicios y Directorio" p 6

COORDINACIÓN PARA EL DESARROLLO DOCENTE

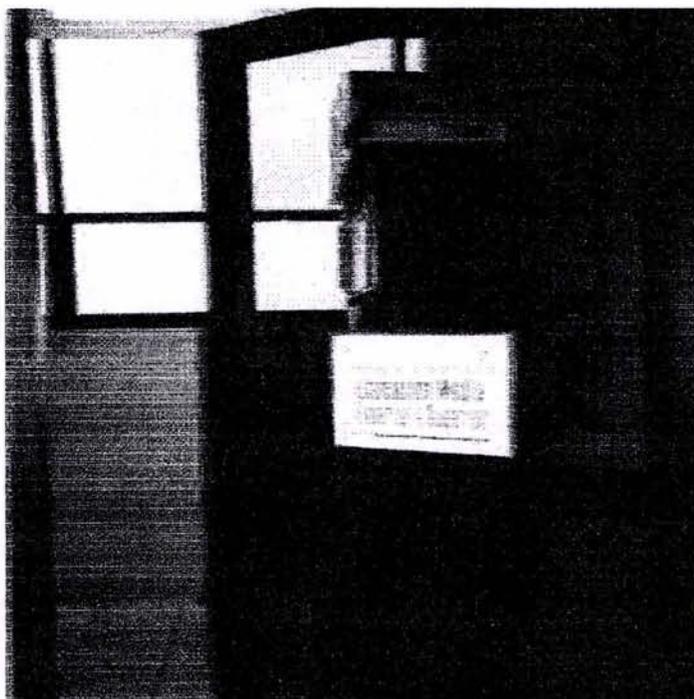
1. Promoción y coordinación de la actualización y capacitación del personal docente, directivo y administrativo de educación básica, a través de los cursos nacionales y estatales, talleres generales, biblioteca y cursos breves
2. Apoyo a los programas que coadyuven al desarrollo del potencial humano: mega dinámicas y la aventura de crecer
3. Apoyo a los proyectos educativos que atiendan necesidades regionales, como mejora continua y los cursos estatales
4. Apoyo a la utilización eficiente de los recursos en los CEDE
5. Asesoría en proyectos y programas de los CEDE y servicios de presta
6. Asesoría en los análisis de resultados de cursos nacionales, estatales y regionales
7. La gestión de los procesos educativos y administrativos
8. Orientación y apoyo a los procesos educativos estratégicos: Red una Ventana al Mundo, PRONALES, rincones de lectura, PACAEP, PAHD, etc.⁴



⁴ Ibidem p 7

COORDINACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR

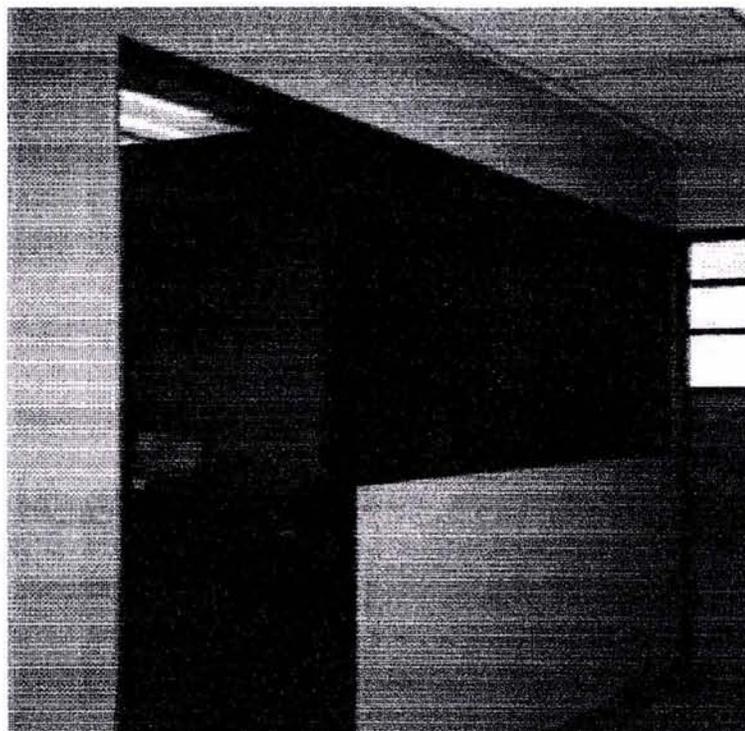
1. Trámites de incorporación
2. Asesoría de información sobre EDUCAFIN
3. Comunicados con instituciones educativas
4. Información sobre oferta educativa
5. Vinculación institucional de las Muestras de Orientación Vocacional y Profesiográfica
6. Operación de proyectos regionales
7. Información de certificación y legalización de estudios
8. Acuerdos y convenios de colaboración
9. Vinculación de servicio social y practicas profesionales
10. Asesoría en cumplimiento de normatividad para las instituciones particulares incorporadas⁵



⁵ Idem

COORDINACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LOS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

1. Gestión en tramites y movimientos del personal administrativo
2. Apoyo en la integración y desarrollo humano
3. Apoyo en la distribución de nómina
4. Apoyo en tramites ante el ISSSTE e ISSEG
5. Elaboración de constancias de servicio laboral
6. Elaboración y ejercicio de los presupuestos asignados a la Delegación
7. Tramites para la carrera magisterial y carrera administrativa
8. Apoyo a los procesos que se desarrollan en al USAES
9. Asesoría en el ejercicio de los presupuestos de la Delegación
10. Mantenimiento y control de los bienes muebles patrimoniales
11. Adquisición, compra y contratación de bienes y servicios que requieran las diferentes áreas de la Delegación, de acuerdo a los presupuestos disponibles⁶



⁶ Ibidem p 10

COORDINACIÓN PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL

1. Asesoría sobre los programas de calidad
2. Asesoría informática
3. Asesoría sobre mejora de procesos
4. Elaboración de diagnósticos del área de comunicación
5. Elaboración de síntesis informativas
6. Elaboración de boletines de prensa
7. Convocatoria para ruedas de prensa
8. Diseños de imagen y órganos informativos
9. Elaboración de la Gaceta Informativa
10. Elaboración de reseñas graficas y escritas
11. Reportes de retroalimentación a Comunicación Sectorial
12. Asesoría y mantenimiento a los sistemas de información⁷



⁷ Idem

DEPARTAMENTO DE CONSEJERÍA LEGAL

1. Orientación en consultas sobre disposiciones aplicadas en el sector educativo
2. Apoyo jurídico en el diseño de proyectos normativos de contratos, convenios y demás actos consensuales en los que intervenga la SEG como parte
3. Asesoría y apoyo en la instrumentación de actas por robo a instituciones educativas y unidades administrativas
4. Asesoría, apoyo y capacitación en la instrumentación de ordenamientos de carácter técnico pedagógico
5. Asesoría y apoyo en rectificación de nombres de alumnos en los certificados de estudio proporcionados por la SEG, así como en boletas y actas de preescolar
6. Asesoría y trámite de pensión alimenticia
7. Asesoría de apoyo para la atención de conflictos laborales a través de conciliación⁸



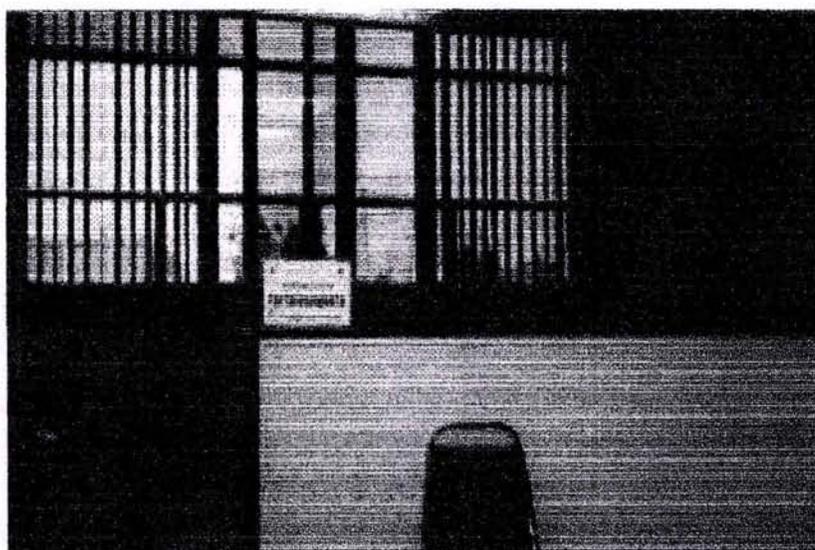
⁸ Ibidem p 11

UNIDAD DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA

1. Asesoría en la integración y funcionamiento de las asociaciones de padres de familia y consejos de participación social de acuerdo a la normatividad existente
2. Asesoría en la integración y funcionamiento de los círculos de escuelas de padres
3. Asesoría en los reconocimientos que se puedan otorgar a alumnos destacados de la región

DEPARTAMENTO DE PROYECTOS ESPECIALES

1. Asesoría y tramitación en los programas de construcción, rehabilitación y mantenimiento de infraestructura
2. Tramites para dotar y reponer mobiliario y equipo
3. Asesoría en propuestas, análisis, validación y priorización de obras
4. Seguimiento a programas de construcción y recepción de los mismos⁹



⁹ Ibidem pp 11 y 12

CEDE

1. Prestamos de material bibliográfico y didáctico
2. Actualización de docentes
3. Asesoría en actividades académicas
4. Asesoría en los cursos, programas y proyectos nacionales, estatales y regionales
5. Diagnostico de necesidades técnico pedagógico
6. Coordinación de cursos nacionales y estatales

USAE

1. Tramite en el pago de servicios básicos
2. Entrega de material diverso
3. Registro y tramite de carrera magisterial y administrativa
4. Apoyo logístico para actividades académicas
5. Elaboración de estudios de factibilidad
6. Trámite de asuntos de personal
7. Asesoría en aplicación de normatividad
8. Pago de nómina y reclamos
9. Asesoría informática
10. Tramites de programas de mantenimiento de escuelas¹⁰

¹⁰ Idem

CAPITULO II

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2.1 FILOSOFIA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VISION

Ser el área líder en comunicación que establezca un firme lazo de unión con todos los sectores de la sociedad participantes en el quehacer educativo, en el inicio de un nuevo milenio.

MISION

Somos el área profesional que difunde las actividades de la Transformación Educativa emprendidas por la SEG, en busca de promover la educación como la prioridad numero uno de los guanajuatenses y posicionando la dependencia como una institución cercana al efecto de la gente y en su vida cotidiana.

VALORES

VERDAD Luchar por el predominio de la razón, el dialogo y los hechos.

RESPONSABILIDAD Asumir nuestro compromiso de trabajo.

RESPECTO Congruencia entre el decir y el actuar tanto en la persona como en nuestra coordinación.

2.2 FUNCIONES GENERICAS

Conocer las necesidades de información que la sociedad requiere de la secretaria y de sus órganos representativos para sugerir respuestas oportunas y satisfactorias a los responsables de la educación de las regiones.

Evaluar la información emitida por los medios de comunicación que necesiten conocer oportunamente el secretario de educación y los responsables regionales.

Implementar estrategias para conocer y analizar el valor que la sociedad tiene el servicio ofrecido al Sistema Educativo.

Presentar al Secretario de Educación para su aprobación y consecuente aplicación, el Plan de Comunicación Social de la SEG, que tendrá finalidad posicionar a la educación como prioridad de la sociedad guanajuatense.

Guardar una relación profesional y eficiente con los diversos medios de comunicación social, con el objeto de que sean canales de comunicación veraz y oportuna entre la sociedad y la SEG.

Fungir como canal oficial de Información ante los medios impresos y electrónicos, con el objeto de garantizar su congruencia y formalidad.

2.3 (ORGANIGRAMA)



2.4 POLITICAS GENERALES DE COMUNICACIÓN E INFORMACION

(EXCLUSIVO PARA SUBSECRETARIOS Y DELEGADOS)

- Los delegados de la SEG deberán mantener un contacto regular con los directivos de los medios de comunicación social (prensa, radio y televisión) para conocer sus inquietudes e intercambiar puntos de vista que puedan enriquecer su tarea oficial.
- Los delegados invitarán a sus giras de trabajo a los directivos de los medios sociales, a representantes o líderes del SNTE, a líderes de opinión de su región, o aquellas personas o instituciones que cuestionar en trabajo educativo; para que conozcan la realidad y puedan modificar su apreciación personal.
- Los delegados deben de conocer de los medios de comunicación social de la región, su política editorial, su área de influencia, sus compromisos políticos con los grupos locales y el perfil de sus titulares. Lo anterior le permitirá dar respuestas adecuadas y comprensibles para cada medio.
- El delegado es el primer responsable de ser informado. Debe asegurarse de recibir siempre por parte de su departamento de comunicación información general y específica de la región de la que es responsable.
- Los delegados deben revisar las declaraciones del gobernador y del secretario de educación de Guanajuato, para evitar posturas antagónicas o que denotan que el funcionario no este informado del quehacer del ejecutivo y del titular del ramo. Todo comunicado de prensa será revisado y

validado por el delegado con el fin de evitar contradicciones, imprecisiones o inobservancia a alguna disposición normativa o jurídica.

- El delegado deberá manifestar ante los medios de comunicación pleno dominio del tema que le cuestionen; su trato con los representantes de la prensa será de respeto y aprecio por su trabajo.
- El delegado deberá siempre soportar sus declaraciones con datos estadísticos y comparativos. Deben insistir ante los medios sobre el impacto social de los programas que se manejan y deberán resaltar siempre el reto del gobernador a que se refiere.
- En rueda de prensa, el delegado abordará los temas que se hayan establecido como prioritarios, para ser difundidos. Deben respetar el tema para el cual fueron convocados los medios y evitar desvíen al funcionario de este propósito.
- En eventos de carácter público o ruedas de prensa, el delegado se hará acompañar del especialista de su área para reforzar sus declaraciones o evitar vacíos de información.
- Las declaraciones a los medios de comunicación deben circunscribirse al área de su competencia. Esto es, deben evitar abordar asuntos que desconocen, involucren a terceros o puedan causar polémica.
- No deben oponerse a reconocer errores y establecer el compromiso de corregir fallas.

- El delegado procurará dar un trato igualitario a los medios de comunicación, específicamente a la prensa escrita. En cuanto a radio y televisión el trato parcial se justifica aunque no con mucha regularidad.
- El delegado debe evitar al máximo discusiones públicas sobre temas educativos. Si algún líder de opinión abre a debate un tema educativo, el delegado deberá de desactivarlo a la brevedad. Analizará las respuestas a dar y evaluará el hacer una aclaración al interesado vía telefónica privada o publica, al director del medio de comunicación que lo hizo público y a las instancias involucradas.
- En caso de presentarse algún conflicto con o en los medios de comunicación, la respuesta será evaluada en conjunto por el delegado, la unidad de comunicación y la coordinación de comunicación social de la SEG.

2.5 FUNCIONES Y SERVICIOS EN LAS DELEGACIONES REGIONALES DE EDUCACIÓN

RUEDAS DE PRENSA

Convocatoria a los medios de comunicación para presentar informes de avances o programas de trabajo, con la presencia del delegado regional y funcionarios de la delegación.

COBERTURA INFORMATIVA DE EVENTOS

Apoyo para recabar la información generada por un área determinada de la delegación regional en una rueda de prensa o encuentro con supervisores, maestros, sea para video, audio o medios escritos.

BOLETINES INFORMATIVOS

Redacción de notas, para la presentación de información de cifras y avances de programas o la realización de eventos de las diferentes áreas o departamentos de la secretaria.

En los casos de declaraciones del delegado o de eventos de importancia, la información generada será enviada el mismo día.

ARTICULOS EDITORIALES

Envío de colaboraciones del delegado regional a los medios impresos para su aplicación.

CARPETAS INFORMATIVAS

Datos completos de un proyecto, con cifras estadísticas y logros, incluso fotografías del trabajo realizado, para su entrega a los medios de comunicación, líderes de opinión y publicación.

MONITOREO DE INFORMACIÓN POR LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS

Información transmitida por televisión y radio referente a la delegación regional de educación, con grabación del material de noticieros.

RELACIONES PUBLICAS

El delegado deberá concertar reuniones con directivos de medios de comunicación escritos, radiales o televisivos, para la apertura de espacios. Así mismo, establecer contacto con los líderes de opinión.

DIRECTORIO DE LIDERES

Identificación de líderes de opinión en cada municipio y región, para enlazarnos en el servicio de información y de relaciones públicas. Líder de opinión se puede considerar a: Alcaldes, diputados, empresarios, sacerdotes, maestros o personalidades destacadas de algún campo social.

2.6 ENLACES DE LABOR DE LAS UNIDADES DE COMUNICACIÓN DE LAS REGIONES CON LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN OFICINAS CENTRALES

Realización de encuestas, sondeos de opinión, para el establecimiento de un sistema de Evaluación Informativa y de Comunicación Social.

Este sistema será permanente para conocer a la sociedad sobre el sistema educativo.

Para el levantamiento de los datos se buscará apoyo de escuelas, padres de familia y estudiantes que participan en servicio social.

Reporte mensual con especificaciones de las actividades realizadas durante este mes, respecto a: Boletines, ruedas de prensa, campañas de difusión, etc. El reporte se integrara con los respectivos de las demás unidades de comunicación en las Delegaciones Regionales de Educación.

Envío a la Coordinación de Comunicación Social en oficinas centrales de propuestas de información y de documentos a publicar, para su análisis, aportación de sugerencias y validación conforme de los criterios de la SEG.

2.6.1 DE LAS FUNCIONES DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN EN LAS OFICINAS CENTRALES

- Proponer el plan de comunicación social de la secretaria con la finalidad de posicionar a la educación como prioridad de la sociedad guanajuatense.
- Asesorar en materia estratégica para el lanzamiento de programas, posicionamiento de campañas y para caso de conflicto con los medios de comunicación.
- Establecer un sistema de evaluación permanente de las expectativas, necesidades, opiniones de la sociedad sobre el sistema educativo.
- Difundir el proyecto Educativo Estatal, sus avances y logros.
- Evaluar la información de los medios de comunicación social, en relación del quehacer de la Secretaría, para conocer su impacto y coadyuvar a la toma de decisiones.
- Asesorar a las áreas de la SEG en materia de comunicación social para unificar los criterios en información y difusión.
- Mantener una relación eficiente con los medios de comunicación veraz y oportuna entre la Secretaría y la Sociedad.
- Fungir como canal oficial de difusión de la Secretaría hacia la sociedad, en apoyo de las Unidades Administrativas que integran la Secretaría, garantizando la congruencia y veracidad de la información.

2.7 UNIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL REGIONALES

- Las unidades de comunicación de las regiones deberán formular las líneas de acción para la toma de decisiones de los delegados en materia de comunicación, por lo tanto deberán entregar al titular la información oportuna y actualizada necesaria para esta acción.
- Las unidades de comunicación de las regiones integrarán carpetas informativas generales regionales y especializadas, según sea el caso, que podrán ser entregadas en giras de trabajo, conferencias de prensa enviadas a líderes de opinión de la región.
- Las unidades de comunicación de las regiones deberán hacer un plan de medios para los delegados, a fin de que estos mantenga presencia constante y estratégica en los mismos.
- Las unidades de comunicación deberán agendar entrevistas en radiodifusoras regionales en los municipios, donde el delegado de la SEG realice de trabajo o reuniones públicas regionales.
- Las unidades de comunicación de las regiones deberán presentar a la coordinación de comunicación social de la SEG un informe mensual de la actividades de comunicación social que realicen en su región a fin de dar a conocer el cumplimiento a la normatividad establecida por la coordinación general de comunicación social del gobierno del estado de presentarle mensualmente un informe de actividades.
- Las unidades de comunicación de las regiones deberán presentar los planes publicitarios o que impliquen recursos directamente con el delegado regional para conocer la disposición presupuestal. El trato publicitario deberá ser equilibrado para los medios.

- Las unidades de comunicación en las regiones deberán tramitar su apertura de cuenta de correo electrónico para mantener una comunicación mas rápida y eficiente con oficinas centrales y las regiones que deseen colocar información en Internet, podrán hacerlo dentro de la página del gobierno del estado, enviando su solicitud de la coordinación de comunicación social de la SEG, una vez colocada deberán actualizar periódicamente la información.
- Las unidades de comunicación de las regiones dentro de su plan de trabajo y relaciones con los medios, deben entender que el trato a los medios deberán ser con completo respeto. Se evitarán compromisos de cualquier índole que puedan lesionar la materia institucional.
- Las unidades de comunicación de las regiones deberán entregar la información que se genere en los medios sin distinción, salvo datos específicos que se requieran para trabajos editoriales o reportajes.
- Las unidades de comunicación de las regiones invitarán a los medios y a su directivos a las giras de trabajo que se realicen, además de definir con oportunidad los temas a tratar en la localidad, y que sean de alto impacto social.
- Las unidades de comunicación de las regiones deberán conocer el perfil de los medios para seleccionar aquellos que sean mas efectivos de acuerdo al tipo de mensaje que se va a enviar.
- Las unidades de comunicación de las regiones deberán llevar un seguimiento del tratamiento que ofrece el medio a la dependencia. La coordinación de comunicación social enviará por separado los elementos que se deberán tomar en cuenta para el análisis de contenido.

- Los responsables de las unidades de comunicación de la región deben actuar como voceros del subsecretario y de la región. Lo harán únicamente a petición expresa del titular.
- La coordinación de comunicación social de la SEG a las unidades de comunicación de las regiones con los lineamientos, normas y medios diseñados para alcanzar sus metas de difusión.

2.8 APOYOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL A LAS REGIONES DE LA SEG

ATENCIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Directorio de directores de medios, jefes de información, columnistas, editorialistas, secciones especializadas y suplementos educativos de los medios de comunicación por región.

Procurar la información necesaria que facilite a los reporteros la cobertura sobre el quehacer institucional de la SEG.

Apoyo para atender a la asistencia de los medios de comunicación a los eventos institucionales, de invitación o giras de trabajo que realice el secretario, los funcionarios regionales o los funcionarios de primer nivel de la SEG.

Apoyo para envío de boletines de prensa, notas informativas, síntesis de repercusión en prensa escrita y medios electrónicos, desplegados, cintillos, así como los instrumentos que se requieran para la adecuada comunicación de la Secretaría de Educación con la sociedad general.

MONTAJES

Atender a la planeación logística de los eventos institucionales, programáticos y especiales que sean necesarios desarrollar para la secretaría o con su intervención.

Asesoría y montaje de cicloramas, letras, logotipos y todo aquello que se requiera de los eventos especiales, como mamparas, presidium, sonido, etc.

FORMATO SOBRE TIEMPOS, NECESIDADES Y RESPONSABILIDADES

Con este formato se pretende definir el tipo de eventos a realizar, la fecha y lugar y la necesidad de la difusión externa para la generación de opinión pública ante la sociedad y con los líderes de opinión.

Con este formato se supe a los oficios o memorandums que se envían a esta coordinación de Comunicación Social para la realización o apoyo de sus eventos.

Con este nuevo formato pretendemos hacer mas profesional el apoyo y establecer el contacto directo de quien es el responsable del mismo.

INTERNET

Apoyo para tramitar la publicación de información relevante sobre actividades y servicios de Internet.

Actualización de información ya publicada en la página de Gobierno del Estado.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Atender las necesidades del secretario y de las regiones de la SEWG a través de una adecuada cobertura y difusión por medio del audio y video.

Colaborar en la realización y cobertura informativa del quehacer institucional de la SEG y de las regiones.

Apoyar a las regiones de la SEG en la grabación de sus eventos especiales, copiados de cassettes de eventos especiales, que se hayan realizado y en todo aquello y en todo aquello que sobre el video y el audio que requieran.

Con respecto a los trabajos de radio y televisión, así como para el ejercicio de la partida delos gastos de difusión las dependencias o entidades requieren, sin

excepción de la autorización de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado.

CAPITULO III

COMUNICACION INTERNA DENTRO DE LA DELEGACION REGIONAL DE EDUCACION V ESTE

3.1 COMUNICACIÓN INTERNA

En este capítulo hablaré del manejo de comunicación interna que tiene la Delegación por parte del Departamento de comunicación social, comenzaré por dar la definición de comunicación interna:

“La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con los miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales³⁰”.

“La amplia aceptación del valor de la comunicación como instrumento dentro de todas las áreas de gestión funcional, implica que el director financiero, el director de RRHH, y otros deben aceptar toda responsabilidad en la función de comunicación. Sin embargo ni implica una completa descentralización de la función de comunicación a las distintas partes de la empresa.

Además de esto dicha visión del papel de comunicación entre las herramientas de los directores de área funcional. El director de área no tiene que ser especialista en comunicación, pero si que necesita tener suficientes conocimientos sobre la comunicación como herramienta, para ser capaz de dirigir y aconsejar a

³⁰ Collado Fernández Carlos “*La comunicación en las organizaciones*” Edit. Trillas 1991 p32

aquellos afectados por su uso, tanto dentro como fuera de la empresa. Segundo una política de comunicación global, o corporativa, ha de llevarse a cabo en el ámbito central, es decir en el ámbito de la dirección de la empresa, para poder coordinar las actividades de comunicación de las diferentes áreas. El tercer factor esta relacionado: tiene que ver con la concienciación de las consecuencias del input de la comunicación individual de cada uno para la política global de comunicación³¹”.

La comunicación interna es básica para un buen desempeño laboral y de relaciones humanas, en el capítulo anterior observé al momento de su realización que su comunicación es mas dirigida al exterior y al manejo de medios pero no en beneficio a los empleados que colaboran dentro de la delegación, incluso tiene sus manuales operativos establecidos pero de igual forma la mayoría del personal de la institución desconoce su existencia, esta situación se presenta por diferentes factores que más adelante mencionare.

Es una gran ventaja que esta institución tenga un departamento adecuado para el manejo de todo lo que se refiere a la comunicación, este tiene sus objetivos y fines específicos, pero también es importante que así como tiene objetivos específicos para el manejo de su comunicación externa los tenga para su comunicación interna, puedo decir que no esta del todo desconsiderado este aspecto pero debido a que no hay nada establecido no se le da la prioridad que tiene, el jefe de departamento de comunicación social debe tener conciencia de los objetivos y finalidades de la comunicación interna para poder aplicarla.

³¹ “*Comunicaciones Publicas*” p. 153

3.2 OBJETIVOS Y FINALIDADES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Los objetivos de la comunicación interna son los siguientes:

- **“INVOLUCRAR AL PERSONAL.** La comunicación es el vehículo para transmitir los valores y los objetivos empresariales, dar a conocer el rumbo futuro e integrar a la persona en el proyecto, Además de mantener informado al personal, cuando la empresa se comunica con cada empleado le esta dando un lugar de importancia, lo hace sentir de alguna manera parte de la organización.
- **DAR COHERENCIA Y COORDINACIÓN AL PLAN DE ACCION.** La integración de las diferentes acciones ven un plan coordinado exige una comunicación omnidireccional entre todos los niveles jerárquicos entre los distintos departamentos que conforman la organización.
- **ACOMPañAR EL CAMBIO.** Los grandes cambios que ha mostrado el mapa empresarial no solo local, son también internacional, exige a las grandes organizaciones una gran adaptabilidad. Ya no basta una estructura flexible que acepte nuevas condiciones: es necesario un organismo permanente adaptable, que sea capaz de adoptar nuevos valores y actitudes, según lo exijan las circunstancias. Estos cambios requieren de un importante esfuerzo de comunicación y de capacitación que los acompañe.
- **MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD.** La optimización de los procesos productivos requiere no solo la adecuada comunicación de tipo operativa, sino también de la comprensión por parte de los empleados de su participación activa en los resultados de la empresa. Es importante que cada

colaborador sepa no sólo lo que tiene que hacer y como, sino por qué y para qué lo hace³³".

En este último objetivo puedo mencionar un ejemplo muy claro dentro de la Delegación, el cual se presenta en el cubículo del CURP, debido a la rotación de personal en este puesto, la persona que entra a cubrir esta vacante se enfrenta a diferentes tipos de problemas:

1. El primero es que la persona que ocupa este puesto es estudiante debido a que la Delegación pide a alguna escuela una persona que desee hacer su servicio social.
2. Al momento de terminar una persona con su servicio y de entrar la nueva vacante, existe el problema de capacitación, ya que no existe una persona que oriente al manejo de este puesto.
3. La vacante se enfrenta con el problema del trabajo incompleto que dejó la otra persona así de cómo corregir y responsabilizarse de los errores que puedan surgir tanto por parte de los clientes como por parte del jefe.
4. Se tiene que enfrentar al sistema operativo mal implantado por parte del jefe del Departamento de Sistemas, ya que esta persona implementó un sistema el cual creía que era mejor tanto para mayor rapidez y un mejor ahorro y no fue así, quitando el sistema oficial que mandó la SEG, (esta decisión la tomó sin pedir la autorización del rango superior a él).
5. Se enfrenta a errores que están en la papelería debido a que su jefe inmediato no cumple sus funciones como la de contabilizar los formatos y checar los números de cédula.

³³ Gerald M. Goldhaber, " *Comunicación Organizacional*", México, D.F., Edt. Diana, 1984 p. 141 y 142

5. Se enfrenta a errores que están en la papelería debido a que su jefe inmediato no cumple sus funciones como la de contabilizar los formatos y checar los números de cedula.

El empleado que se encuentra ocupando este puesto se siente desmotivado debido a que continuamente hay reclamos, llamadas de atención, poca flexibilidad por parte de su jefe para la capacitación, etc.; esto con el paso del tiempo se convierte en un clima laboral y personal muy estresante, por lo que el empleado no produce como debería ser con empeño y calidad.

“Una de las finalidades de la comunicación en la empresa moderna para colocarse en una posición de aspirar a un fin común, es necesario que quienes la constituyen establezcan una serie de relaciones mutuas para coordinar esfuerzos.

Uno de los objetivos del área de comunicación es concebir y realizar actividades que creen y fomenten la vitalidad y eficiencia de los referidos flujos internos y externos, esto se logra adecuar el contenido y la forma, lo cual depende de las audiencias a las que se dirigen los mensajes.

El mero hecho de hablar de comunicación entre los integrantes de un grupo supone la existencia o activo concurso de información bruta o procesada de canales para su transporte, de redes y flujos formales e informales.

En virtud de lo anterior, entiéndase como fin ultimo de los esfuerzos, diagnósticos, actividades y funciones de la comunicación organizacional, en un clima laboral y humano que pueda presumir de sano, crear, reforzar y modificar entre todo el personal de la organización o los componentes del grupo, una actitud positiva en la empresa. Todo esta relacionado con:

- Actividades
- Objetivos
- Superación

- Medios para lograrlo³⁴”.

³⁴ Ibidem p 142

3.3 COMUNICACION DESCENDENTE

“La comunicación descendente implica a todos aquellos mensajes que fluyen de la dirección con destino a los empleados”.

“Smith y otros consideran que la comunicación descendente es la dimensión de canales formales mas frecuentemente estudiada. La autoridad, la tradición y el prestigio son evidenciados en las comunicaciones descendentes. Los individuos que ocupan los puestos mas altos de la organización están naturalmente interesados por la eficacia de las comunicaciones descendentes destinadas a los empleados. Los estudios de las comunicaciones descendentes responden a la pregunta: Hasta que punto los mensajes descendentes obtiene los tipos de respuesta deseados por el directivo que envía el mensaje. Las comunicaciones descendentes marcan el ritmo y establecen el medio ambiente necesario para que las comunicaciones ascendentes sean eficaces.

Katz y Kanh han identificado cinco tipo de comunicaciones descendentes³⁵:

- “Instrucciones laborales: directrices explicando una tarea especifica”; esta comunicación se maneja en la delegación por parte de los altos mandos, sobre todo cuando hay juntas de trabajo, se les da una orden o instrucción especifica que se tiene que llevar a cabo.
- “Exposición razonada: mensajes que explican como determinadas tareas se relacionan con otras tareas de la organización.
- Procedimientos y practicas: mensajes relacionados con las políticas, regulaciones, beneficios: etc., de la organización.

³⁵ Ibidem p 131

- Feedback: mensajes que sirven para elogiar el trabajo individual de un empleado.
- Adoctrinamiento de objetivos: mensajes diseñados para motivar a los empleados explicándoles la misión, general de la organización³⁶.

La Delegación Regional de Educación maneja esta comunicación descendente ya que la mayoría de sus mensajes fluyen sobre redes formales, a continuación se mostrará el organigrama de la Delegación de acuerdo a su estructura interna, en este se observará claramente que es necesario la reestructuración de un nuevo organigrama, ya que de acuerdo a mi experiencia existen muchos problemas en cuanto a su flujo de mensajes, por esta red.

Un ejemplo claro sería la toma de decisiones por parte de algunos jefes de departamento sin consultar a su mando superior por este motivo se han cometido muchos errores laborales y esto trae como consecuencia problemas y estrés en cuanto a sus relaciones humanas.

El personal al no sentirse valorado comienza a manejarse por intereses propios descuidando la misión principal de la Delegación, ya que no existe el feedback.

³⁶ Ibidem p 132

3.3.1 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 caminos denominados redes de comunicación. La red de comunicación existirá en tanto si incluye a solo dos personas como si incluye a toda la organización. Muchos son los factores que influyen la naturaleza y la extensión de la red de comunicación. En ciertas organizaciones, las redes de comunicación vienen determinadas por mecanismos formales y en otros casos su naturaleza es informal.

Existen algunos problemas que afectan a los mensajes mientras fluyen descendentemente por las redes de la organización:

1. Confiar en los métodos de difusión y hardware. Muchas organizaciones confían excesivamente en los métodos de difusión escritos y mecánicos al enviar mensajes por redes descendentes. Se utilizan películas, circulares, sistemas de publifusión y folletos en vez de los contactos cara a cara.
2. Sobrecarga de mensajes. Davis lo denomina “exceso de publicaciones”. Como consecuencia de ello, algunos de los empleados tienden a reaccionar negándose a leer o a escuchar los mensajes y pueden llegar a establecer un sistema selectivo que puede ser la causa de que muchos mensajes importantes sean archivados sin recibir atención alguna.

3. Momento oportuno. Los mensajes deben ser difundidos descendientemente cuando representan algún beneficio tanto para la gerencia como para los empleados.

4. Filtración. Los mensajes tienden a ser cambiados, reducidos, ampliados, etc.; mientras siguen las redes de comunicación descendentes³⁷".

³⁷ Ibidem p. 133

3.4 COMUNICACIÓN ASCENDENTE

“La Comunicación Ascendente es aquella que hace su recorrido en sentido inverso a la comunicación descendente, y canaliza sus sugerencias hacia los subordinados.

La comunicación ascendente habla de un proceso en solo sentido y los intercambios comunicativos, por definición, implican una ida y una vuelta³⁸”.

“Comunicación Ascendente. Se entiende por comunicación ascendente aquellos mensajes que fluyen de los empleados los superiores, normalmente con el propósito de formular preguntas, proporcionar feedback y hacer sugerencias.

La gerencia debe valorar las comunicaciones ascendentes por las siguientes cuatro razones:

1. “Indican la respetabilidad del medio ambiente para las comunicaciones descendentes.
2. Facilitan la aceptación de las decisiones tomadas alentando a los empleados a que participen en el proceso de toma de decisiones.
3. Proporcionan el feedback en la comprensión, por parte de los empleados, de las comunicaciones descendentes.
4. Animam a la presentación de ideas valiosas³⁹”.

“Las comunicaciones ascendentes son indispensables para la eficaz planificación, toma de decisiones y motivación.

³⁸ Ibidem p. 134

³⁹ Ibidem p. 140

La comunicación ascendente permite a los subordinados conocer a los empleados y sobre la base de esto muchas veces logran satisfacer sus necesidades humanas básicas, disminuyendo la tensión emocional y las presiones y son fundamentales para la democracia.

Los mensajes que deben mandarse con relación a la comunicación ascendente son:

- Lo que están haciendo los empleados
- Los problemas laborales no resueltos
- Sugerencias de mejoras
- Lo que los empleados piensan y sienten con relación a sus trabajos, colegas y a la compañía

Los primeros dos puntos mencionados anteriormente son aplicados dentro de la Delegación, se hablan o se discuten en las juntas que se tienen con el Delegado, los dos puntos siguientes deberían de ser considerados ya que son de suma importancia para el buen funcionamiento y desempeño e los empleados.

Las actividades que normalmente se incluyen en las comunicaciones ascendentes son:

- Asesoramiento
- Sistemas de discusión y liquidación de quejas
- Charlas
- Políticas de puerta abierta
- Sistemas de sugerencias
- Encuestas de opinión
- Cartas de los empleados
- Reuniones sociales

- Y mítines⁴⁰”

“El método más efectivo para alentar las comunicaciones ascendentes consiste en escuchar con simpatía en los muchos contactos informales que se dan a diario, tanto en el seno del departamento como fuera del área de trabajo”.

⁴⁰ Ibidem p. 141

3.4.1 REDES INFORMALES

“Cuando los mensajes no fluyen siguiendo las líneas escalares o funcionales son clasificadas como informales.

Tompkins sostiene que los mensajes informales no son racionalmente especificados, Se derivan de incidentes en los arreglos especiales, en la personalidad o en la capacidad de las personas. Muchos estudiosos utilizan el termino de grapevine” (enredadera) como sinónimo de este tipo de mensajes.

Davis afirma que el término de grapevine puede aplicarse a todas las comunicaciones informales.

El termino grapevine apareció en los días de la Guerra Civil de los Estados Unidos. Las líneas telegráficas de los servicios de inteligencia colgaban de árbol a árbol, teniendo un aspecto muy similar a las enredaderas (grapevine) y, debido a ello, la retransmisión de mensajes no era muy clara; por consiguiente, se decía que cualquier rumor provenia de la enredadera (grapevine).

Las investigaciones sobre el grapevine de Jacobsen y Seashore, Davis, Walton Sutton y Porter, Rudolph han dado los siguientes resultados⁴¹:

- “Los grapevine son rápidos.- Esto es por que su canal no es formal y son mucho más personales en la transmisión, el mensaje se mueve a velocidad deseada por el remitente y los receptores. Walton sostiene que el grapevine constituye el canal más rápido para la difusión de los mensajes entre los empleados.

⁴¹ Ibidem p. 142

- Los grapevine son exactos.-En este punto considero que el grapevine es inexacto. Davis supone que los grapevine son inexactos debido a los errores ya que son más dramáticos y quedan impresos en la memoria que la exactitud demostrada día a día. Además, las inexactitudes son con frecuencia, más importantes.

Las situaciones en las que domina la ansiedad o la excitación pueden afectar la exactitud del grapevine, aunque en general, su exactitud media es impresionante.

- Los grapevine contiene mucha información.- Los grapevine ofrecen una información que no podría ser enviada por redes formales⁴².

“Una ventaja de los grapevine es que proporciona el feedback a los gerentes con relación a los sentimientos de los empleados. Otra ventaja de los grapevine es que son una salida para la expresión de los mensajes cargados de emoción que, en caso de no ser expresados, fomentarían la hostilidad entre los empleados, finalmente los grapevine pueden ayudar a traducir algunos de las directrices de la gerencia en un lenguaje comprensible para todos los empleados.

Una de las desventajas del grapevine es que en ocasiones propaga los rumores falsos.

Davis considera que el rumor falso “es aquel grapevine que es comunicado sin que se presente pruebas con exactitud”.

Allport y Postman sostienen que la “ley básica de los rumores” es que estos se propagan en función de la importancia y ambigüedad de la información relacionada con el tema que se está tratando. Un tema altamente interesante pero del que se tiene pocos datos, puede propagarse vía rumor.

⁴² Ibidem p. 143

- Los grapevine se arraciman.- A medida que la información envejece se incrementa el numero de personas que la conocen, la información muere gradualmente, debido a que aquellos que la reciben no la repiten. Esta red se conoce con el nombre de "racimo" debido a que cada eslabón de la cadena tiende a informar a un grupo de individuos en vez de a uno solo.

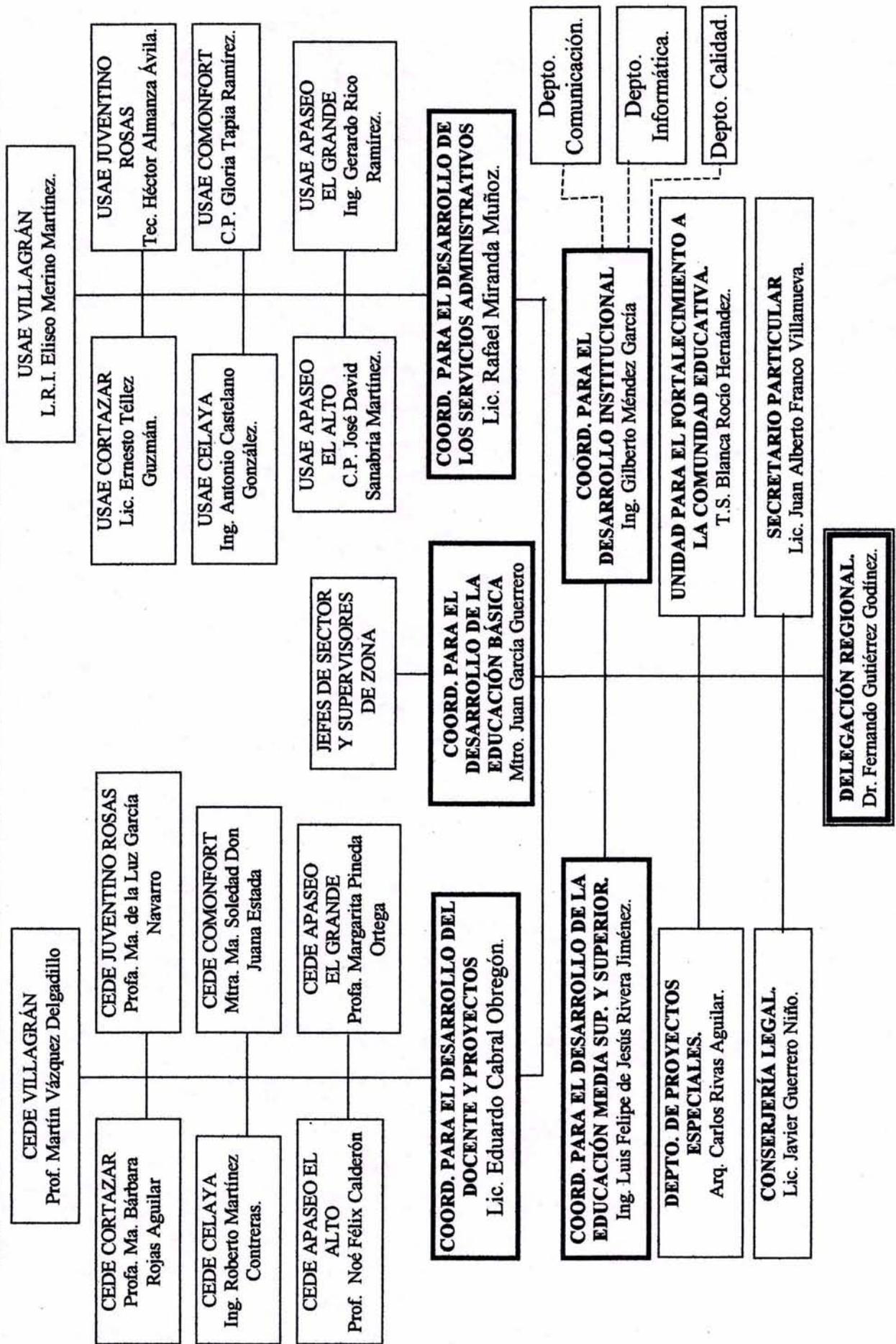
Jacobsen y Searshore y Davis denominan a todas las personas que contribuyen activamente a la propagación de los grapevine "enlaces" y a aquellos que reciben mensajes pero los transmiten pobremente o no los transmiten "aislados". Walton, basándose en su posición en la red de comunicaciones los denomina "centrales" y "periféricos"⁴³.

⁴³ Ibidem p. 144

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL SIMPLIFICADA

ESTUDIANTES

PADRES DE FAMILIA MAESTROS ESCUELAS SOCIEDAD



3.5 COMUNICACION OPERATIVA / INFORMATIVA

“La comunicación operativa es la que concentra y organiza el flujo de información esencial para el funcionamiento de la empresa. Incluye los manuales de normas y procedimientos, los de inducción, los instructivos, las regulaciones. Este tipo de comunicación es la mas aceptada por los usos y costumbres. Sin embargo, por su mismo carácter, suele ser producida desde áreas técnicas o en forma exclusiva desde el departamento de personal. Por lo tanto el desafío es integrarla al programa general de acciones internas de modo que refuerce y complemente la comunicación informativa”⁴⁴.

“La comunicación informativa se define por oposición a la operativa y concentra el resto de los aspectos que hacen a la organización, su proyecto, su cultura, sus resultados.

Esta ultima a adquirido importancia creciente, hasta el punto que en alguna de sus manifestaciones es considerada imprescindible por parte de los empleados. El contenido es decisión de cada empresa en función de sus necesidades. Lo importante es que se encuentren razones para comunicarse con el publico interno, en lugar de buscar justificaciones para no contar a los empleados. Algunos de los temas a tratar incluirían:

- Situación de la empresa
- Políticas y planes de administración
- Aspectos financieros
- E información del personal⁴⁵”

⁴⁴ Amado Suárez Adriana, Castro Zuñeda Carlos “*Comunicaciones Publicas modelo de la organización integral*” Edit. Océano/Temas Febrero 2002 p. 131

⁴⁵ Ibidem p. 132

3.6 SOPORTES DE COMUNICACIÓN

“Los soportes de la comunicación son variados y numerosos. Comprenden desde la clásica cartelera hasta los sistemas más sofisticados de videoconferencia. Su utilización depende de las necesidades y de los recursos de los que dispone la organización.

A continuación mencionare la clasificación sobre los soportes de comunicación que son:

- Soportes escritos.- es el soporte más tradicional y más característica de la comunicación formal. Como mayores ventajas ofrecen la permanencia y la variedad de formas que puede adoptar. Por ejemplo, memorandums que resultan accesibles a cualquier empleado.

El inconveniente de este medio es que puede convertirse en una mas de las montañas que se manejan cotidianamente en las oficinas.

- Soportes orales.- son inmediatos y estimulan al intercambio directo, por lo que son particularmente recomendados para situaciones que requieran información inmediata. Sus efectos tienden a diluirse con el tiempo y no hay garantías de que la información haya sido comprendida de manera clara y uniforme. Por ello para asegurar su efectividad debería de acompañarse con reportes escritos.
- Soportes audiovisuales.-Estos soportes combinan lo mejor de los dos anteriores: son impactantes, agradables y altamente recordables. Las limitaciones están en la producción: exigen una cuidada preparación, como amplios plazos, y suelen ser muy onerosos. En el caso de los tradicionales videos a estas tareas se agregaba la distribución. Sin embargo, no debe

olvidarse que es el medio más moderno, y dadas las posibilidades que brinda la digitalización, en breve serán de uso masivo, permitiendo incorporar imágenes para ilustrar situaciones o esquematizar explicaciones complejas.

Cualquiera que sea el medio elegido si se trata de comunicaciones que van a llegar a todas las personas, deben tener como condición su calidad e interés. No deben subestimarse al empleado interno y debe recordarse en todo momento que las comunicaciones internas compiten con el resto de los mensajes masivos que recibe un empleado⁴⁶.

⁴⁶ Idem

3.7 ACCIONES DE COMUNICACION INTERNA

A continuación se mencionara una lista mediante un cuadro de las acciones de comunicación interna mas utilizadas, clasificadas de acuerdo con sus características, dentro de la Delegación Regional de Educación, estas herramientas son utilizadas y enviadas por el departamento de comunicación social hacia los empleados de la organización:

ACCIONES	FUNCION		SOPORTE			OBSERVACIONES
	IN FOR MA TI VA	OPE RA TI VA	O R A L	ES CRI TO	AU DIO VI SU AL	

CARTELERAS	*	*		*	<p>El departamento de comunicación es el encargado del manejo de las carteleras, en este caso mi función era estar al pendiente de la información que ya había pasado de fecha para retirarla, así como de ver que la información que pusiera algún otro departamento se encontrara en la parte específica del mural. Ya que hice unos letreros para que el público identifique con mayor facilidad la información que el interesa, también era importante que estuviera al pendiente de que la información se encontrará en buen estado, así de que tuvieran una buena redacción ya que esto es parte importante de una buena imagen institucional.</p>
-------------------	---	---	--	---	--

CIRCULARES HOJAS INFORMATIVAS	Y *	*	*		<p>Estas son utilizadas dentro de la Delegación para mejor uso del envío de los mensajes, los que se realizan por parte de otro departamento piden la asesoría del departamento de comunicación para hacer la corrección o verificar que esta bien en su formato y en su redacción.</p>
DESAYUNOS TRABAJO	DE *		*		<p>Con el cambio de edificio se implemento un antecomedor para un mejor servicio a los empleados, en este el personal de los distintos departamentos nos reunimos y comentamos sobre temas sociales, deportivos, laborales, etc.; pero sobre todo y lo más importante es que compartimos temas personales.</p>

CORREO ELEVTRONICO	*	*	*	*	*	Este sistema lo manejaba para el envío de cualquier tipo de información y para recibir todo tipo de mensajes, los cuales eran enviados sobre todo descendentemente, por lo general eran mensajes urgentes.
EVENTOS INTERNOS	*	*	*			Estuve presente en un evento deportivo, en el cual colabore para su organización tuve que ver cuantas personas eran dentro de la Delegación desde el mas alto mando hasta el mas bajo, forme los equipos en una forma donde conviviera el personal de un departamento con otro, etc.; así como este evento se realizaron desayunos; etc.
INFORMES EMPLEADOS	A *	*	*			Por lo general toda la información se les hace llegar por medio del periódico mural, o de cara a cara.

MEMORANDA	*	*	*			Esta se utiliza cuando se tiene que mandar por algún medio electrónico por ejemplo por fax, el memoranda lo remplazamos por el correo electrónico.
MEMORIA ANUAL	*			*		El departamento de comunicación realiza carpetas en donde reporta de acuerdo a su importancia ó proyectos la información y se entrega al final del año a subordinados.
PROGRAMA DE BECAS		*				El departamento de comunicación hace llegar la información de becas para el personal, estas becas se mandan por parte de la SEG.
PROGRAMA DE CAPACITACION		*				De igual forma se encarga el departamento de comunicación, estos programas también son mandados por parte de la SEG.

PUBLICACIONES SEGMENTADAS	*			*		La mayoría de las publicaciones o más bien todas se ponen en el periódico mural o bien el público si requiere de mayor información tiene que pasar al departamento de comunicación.
REUNIONES	*	*	*	*	*	Todas las reuniones que se realizan son de aspecto laboral, por lo común se hacen dos juntas por semana, en ocasiones se realizan reuniones si se presenta algo de emergencia.
RUMORES	*		*			Por lo común se presentan, sobre todo en la comunicación que fluye horizontalmente.

SÍNTESIS INFORMATIVA	*	*	*	Otra de mis funciones dentro de la Delegación era la realización de la síntesis, la cual la enviaba a través del correo electrónico, el cual lo tiene toda la delegación. En ésta se recopilaba toda la información que compete a la educación, algunas de las fuentes de donde recopilaba la información era El Sol del Bajío, a.m; el Heraldo, Guanajuato hoy y Correo.
GACETA INFORMATIVA	*	*	*	El departamento de comunicación e encarga de la realización de la gaceta informativa en donde se redacta información competente a la SEG.
VIDEOS INSTITUCIONALES	*	*	*	El equipo lo proporciona el departamento de comunicación, así como también la realización de ellos, en este punto me encargaba de la edición.

De la lista anterior se le proporcionara al lector el desarrollo que tiene cada tipo de acción dentro de una organización:

Secretaría de Educación de Guanajuato
Delegación de Educación V este Celaya
Departamento de Desarrollo Humano



Agosto 8 del 2002

Gaceta informativa

Dirección General de Comunicación Año 6 Número Especial Primera quincena de junio 2002

AVISO

**Evaluación
del Factor de
Aprovechamiento Escolar**
de la décima etapa de Carrera Magisterial

**17 al 21
de Junio**



Sistema Estatal de Evaluación de los Aprendizajes

• ¿Qué es el SEEA?

El Sistema Estatal de Evaluación de los Aprendizajes (SEEA), implementado por la SEG tiene como objetivo contar con información pertinente y oportuna que dé cuenta del estado que guarda el desarrollo del proceso educativo en Guanajuato, para fundamentar la toma de decisiones e implementación de procesos de mejora continua en los centros educativos.

¿Qué se propone el SEEA?

Pretende detectar e informar la realidad que guarda la educación en el Estado y en cada uno de los centros educativos, para que a partir de nuestras fortalezas y debilidades se formulen y desarrollen estrategias que nos permitan elevar el nivel educativo en el Estado con la participación comprometida de cada uno de los actores educativos involucrados.

¿Cuál es su enfoque?

1. Integrar en un sistema a los docentes, alumnos, escuelas, directivos, supervisores y autoridades estatales, a fin de eficientar los procesos de evaluación realizados en los diferentes ámbitos educativos.
2. Contar con información que dé cuenta del logro de una educación integral, esto es, que, además de desarrollar el conocimiento, desarrolle a la vez habilidades, valores, destrezas y actitudes.
3. Contar con información educativa con características de representatividad, pertinencia y oportunidad.



www.guanajuato.gob.mx



It's... Gobierno



Cine en Guanajuato
Vamos al cine gratis durante todo el año.
PAG. 2



Emyco te regala zapatos
PAG. 2



Gánate un libro
PAG. 17

Obras y acciones que cambian tu vida

- "Boletines.- son comunicaciones escritas periódicas, de formato sencillo y estilo simple, que se utilizan para transmitir una compilación de novedades.

Generalmente son de producción interna y de distribución directa.

- Carteleras.- deben instalarse en lugares estratégicos y estar bajo la supervisión de alguien que se encargué de actualizar la información. Idealmente, dentro de una misma cartelera puede destinarse un sector para las comunicaciones formales y otro, libre, para las informales.
- Circulares y hojas informativas.- son útiles para transmitir información inmediata a un grupo numerosa de personas. Se diferencian de los memorandas por que no se personalizan, y de los boletines, por que trata de un único tema que requiere comunicación inmediata.
- Desayunos de trabajo.- estos pueden ser comidas o almuerzos también. , esta acción sirve para que el grupo de trabajo se reúna en un ámbito mas relajado a intercambiar información y opiniones. Es una excelente técnica para motivar el clima laboral y para generar un acercamiento entre los colaboradores.
- Correo electrónico.- este medio reemplaza a los memorandas y circulares. Es un medio electrónico muy eficiente en el cual se pueden incluir imágenes o videos como soporte del mensaje que se esta enviando, otra variante es la de óbice mail, que permite grabar el mensaje oralmente.
- Eventos internos.- comprende las reuniones anuales, los encuentros deportivos y recreativos, los convenciones, los programas de intercambio,

etc.. suelen ser acontecimientos motivadores y muy útiles para la integración del personal.

- Informes a empleados.- es una versión abreviada y explicada del reporte anual, especialmente diseñada para los empleados, que tienen inquietudes distintas de los que pueden tener los inversores. Debe tener gráficos explicativos y cifras relevantes, incluir las palabras del presidente y brindar un sucinto análisis de los antecedentes y planes futuros.
- Memoranda.- son los medios más tradicionales de comunicación. Actualmente se practican en todas las empresas adoptándolo a la forma de correo electrónico.
- Programa de becas.- puede estar dirigido al personal o a los hijos de los empleados. En el primer caso, generalmente está asociado al plan de carrera en la empresa requiere un seguimiento del rendimiento laboral académico del empleado.
- Reuniones.- en una organización pueden darse distintos tipos de reuniones, con distintos objetivos y participantes. Algunas de ellas son:
 - de trabajo
 - de intercambio de información
 - de negociación
 - de coordinación
 - de formación

pese a la diversidad, todas las reuniones deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Objetivos definidos
 - Temario definido de antemano
 - Preparación mínima: convocatoria y organización
 - Una minuta o informe con lo tratado y las conclusiones, que deberán distribuirse entre los asistentes
-
- Rumores.- debe recordarse que el rumor no es una herramienta de comunicación, es una variables permanente en los circuitos. Es absurdo pensar en su control y menos en su manipulación.

 - Síntesis informativa.- es la información que recopila el departamento de relaciones publicas o del departamento encargado, que generalmente se restringe a las apariciones en medios de la empresa. Para algunos negocios es conveniente distribuir periódicamente los recortes de los noticias del sector al que pertenece la empresa con el fin de mantener informados a ciertos colaboradores de las circunstancias externas.

 - Videos institucionales.- es conveniente distribuir a cada empleado una copia del medio institucional que generalmente muestra la magnitud de la empresa y la opinión de sus principales responsables^{47"}.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

⁴⁷ Ibidem p. 132

“La comunicación horizontal consiste en el intercambio lateral de mensajes entre personas que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la organización⁴⁸”.

“Se han identificado varios propósitos de las comunicaciones horizontales dentro del marco de la organización:

1. Coordinación de la tarea.⁴⁹
2. Resolución de problema
3. Participación en la información
4. Resolución de conflictos”

“A despecho de la aparente importancia de la comunicación horizontal, varios factores tienden a limitar su frecuencia, rivalidad, especialización y falta de motivación.

- Rivalidad. Los cambios rápidos que tienen lugar en las organizaciones son la causa de que los miembros de la misma no tengan tiempo de confiar entre si, lo cual podrían reducir la rivalidad.
- Especialización. En la actualidad casi todas las organizaciones subrayan la importancia de la especialización, causando con ello una atmósfera competitiva.
- Falta de motivación. Muchas de las gerencias no estimulan la comunicación horizontal, ni recompensan a los empleados. Cuando la

⁴⁸ Gerald M. Goldhaber, “*Comunicación Organizacional*”, Edit. Diana 1984 p.137

⁴⁹ Ibidem p. 138

gerencia considera que sus objetivos son cumplidos, no se ve en necesidad alguna de alterar los sistemas de comunicación.

Smith y otros comparten esta opinión diciendo que "los beneficios que consigue la organización se derivan principalmente de una mayor sensibilidad con los superiores y con los subordinados que con los iguales".

En la Delegación la comunicación horizontal esta muy descuidada tanto en lo laboral como en el aspecto humano por lo que es necesario la implementación de algún proyecto en el cual se planteen diferentes estrategias para el mejor funcionamiento en cuanto a su comunicación horizontal⁵⁰".

⁵⁰ Ibidem p. 139 y 140

CAPITULO IV

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA DE LA DELEGACIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN V ESTE

4.1 DEFINICIONES DE IMAGEN CORPORATIVA

- Imagen es un conocimiento subjetivo (Boulding, 1956)
- Imagen es la suma de cualidades funcionales y atributos psicológicos en la mente del consumidor. (Martineau, 1958)
- Imagen es el resultado de la forma en la que el individuo evalúa el objeto según: la intangibilidad, la importancia personal, y el grado de correspondencia de la imagen misma. (Enis, 1967)
- Se utiliza la imagen para referirse a un código de memoria, o medidor asociativo, que proporciona información especialmente paralela para medir respuestas abiertas, sin necesidad de ser conscientemente experimentadas de una imagen visual. (Paivio, 1971)
- Imagen es el perfil del objeto, es decir la suma de impresiones y expectativas reunidas en la memoria de un individuo. (Topalian, 1984)
- Imagen es una combinación de aspectos del producto de distintas de sus características físicas, pero que sin embargo, se identifican con él. Como ejemplos están ,la marca, símbolos utilizados en la publicidad, respaldo de una figura conocida, y país de origen. (Erickson, Joahanssen y Chao, 1984)
- Imagen es una estructura con significado jerárquico que consiste de cadenas de significativos (/valor). (Reynolds and Gutman, 1984)
- Imagen es la suma de experiencias que alguien tiene de una institución. (Ford, 1987)
- Imagen es al forma subjetiva y de dimensiones múltiples de la representación o impresión de la realidad en el cerebro humano, como

consecuencia dicha realidad se introduce de manera reducida, coloreada, y por tanto a menudo, transformada. (Fauconnier, 1988)

- Imagen hace referencia a una impresión holística y viva que mantiene un público concreto hacia una empresa, es parte como resultado del procesamiento de la información (dar sentido) llevado a cabo por los miembros del público, y en parte la comunicación global de la empresa en cuestiones que tiene que ver con la naturaleza, es decir, el retrato del fabricado y proyectado de sí misma. (Alvesson, 1990)

4.2 IMPORTANCIA DE UNA IMAGEN FAVORABLE

- Una imagen corporativa positiva es condición indispensable para la continuidad y el éxito estratégico. Ya no se trata de algo exclusivo de marketing, sino más bien de un instrumento estratégico de la alta dirección. (De Soet (CEO Dutch KLM), en Blauw, 1994)
- Una imagen corporativa sólida de un incentivo para la venta de productos y servicios. Ayuda a la empresa a contratar mejores empleados es importante para los agentes financieros y los inversores, y genera confianza entre los públicos objetivo internos y externos. Una imagen corporativa, firme proporciona autoridad en la empresa y forma la base para el éxito y continuidad. (Blauw, 1994)
- Una imagen corporativa firme crea un valor emocional añadido para una empresa y una seguridad de encontrarse a un paso por delante de sus competidores. Una imagen corporativa firme es competitiva, es decir distinta y creíble. (Brinkerhof, 1990)
- Una buena imagen ayuda a la empresa a traer a la gente que sea necesaria para su éxito: analistas, inversores, clientes, socios y empleados. La gestión de la identidad asegura esa buena imagen. (Chajet, 1989)
- La imagen es una representación de la mente. afecta las actitudes, las cuales a su vez, afectan el comportamiento. Ninguna empresa puede permitirse ignorar la imagen. La imagen que crea conscientemente o inconscientemente, lo quiera o no afecta inevitablemente a las personas con quien hacen negocios. (Bernstein, 1986)
- La investigación ha demostrado que 9 de cada 10 consumidores señalan que a la hora de elegir, entre productos similares en calidad de precio, la reputación de la empresa determina que producto o servicio comprar. (Mackiewicz, 1993)

4.3 REALIZACION DEL MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA DE LA DELEGACIÓN REGIONAL DE EDUCACION V ESTE

En el capítulo 1 hable sobre la historia de la Delegación, de su aparición en la ciudad de Celaya y el ¿porqué? de su creación.

Al momento de emprender la apertura o inauguración de una empresa, una de las cosas importantes es el manejo de su imagen corporativa, la primera impresión física que se tiene de un lugar y de la gente que labora es muy importante, esto sucede comúnmente, la imagen o la impresión que da una persona a primera vista nunca se olvida y esto lo vivimos día con día, desde que nos vestimos para ir a una entrevista de empleo, etc, hasta la invitación que hacemos a cualquier persona a nuestro propio hogar; un lugar que proyecta una estructura sólida a la mayoría del público consumidor les da seguridad y por ende confianza, incluso les es grato visitar ese espacio físico; la Delegación es una institución importante dentro de la sociedad ya que es una dependencia del gobierno, la cual está al servicio de la comunidad, es por ello que las instalaciones deben estar en las mejores condiciones, tanto para las personas que solicitan del servicio, como de los colaboradores, para que así gocen de una instancia confortable.

Durante la realización de mis prácticas me di cuenta de la importancia que tenía realizar un manual donde se estableciera las políticas en cuanto a su Imagen se refiere ya que una de las situaciones principales que se daban eran las siguientes:

- La comunidad no sabía donde se encontraba la Delegación, ya que el edificio no tenía el logotipo de la Delegación ni el escudo del gobierno del estado para que lo identificaran como una institución perteneciente a

la SEG; lo mismo sucedía con los medios de comunicación cuando se les citaba para cubrir algún evento o darles algún tipo de información y lo que hacían era llamar a la Delegación para identificar en donde esta ubicada y pedir bien la dirección.

➤ A nivel estado Celaya es el única ciudad que cuenta con una Delegación y anteriormente se mencionaron los municipios que comprende esta institución, por lo que era importante señalar que si se hacia la realización de otra Delegación es importante utilizar la misma estructura en cuanto a su espacio físico medidas, arquitectura etc, y los mismos colores así como el mismo logotipo, imagotipo, etc.

➤ El personal que colabora dentro de la Delegación al no utilizar un una vestimenta apropiada, por ejemplo las mujeres en ocasiones llegaban a trabajar con faldas muy cortas por lo que los hombres que trabajan dentro y fuera de la institución como los empleados de las USAES y CEDES de otros municipios, por el tiempo que tiene trabajando juntos, llegaba a darse ciertas situaciones incómodas como frases en doble sentido al grado de hacer sentir incómoda a la persona, haciendo a un lado por completo toda comunicación formal entre los puestos jerárquicos que ocupan dentro de la Delegación, es por ello que considere que se tenia que dar una propuesta a esta situación, ya que es importante que sepamos que existe varias prendas para todo tipo de ocasiones, no podemos presentarnos a trabajar con una vestimenta que esta adecuada para un evento social o para un evento deportivo, lo ideal es que vayamos casuales o formales, según lo amerite el día que nos presentemos a nuestro sitio de trabajo.

➤ El personal que colabora en esta institución debe contar con una presentación propia (tarjetas de presentación) para poder proporcionarla a las demás personas, esto sirve para identificarlas y dirigirse directamente a tratar cualquier tipo de situación; en ocasiones las personas que iban y visitaban en este caso el departamento de comunicación a veces se le daba los datos de la jefa de departamento en una hoja en blanco para que anotara los datos personales para comunicarse con ella, este aspecto cae en la informalidad de una institución seria.

➤ La persona encargada del telemarketing en ocasiones al momento de contestar no menciona el nombre de la Delegación ni da un saludo cordial, esto provocaba que la gente colgara o preguntara a donde estaba hablando para ver sino se habían equivocado de número telefónico, por tanto había que dar solución a este punto, ya que auditivamente las personas no estaban percibiendo una imagen positiva ya que lo único que se estaba proyectando era informalidad y falta de cordialidad dejando una mala impresión del personal de la Delegación, ¿por qué de toda la Delegación? Por lo general tendemos a generalizar, la mayoría de las personas pensamos que si alguien es grosero los demás van actuar de igual manera hasta no recibir otro tipo de **actitud**.

Otra situación de problema que se presentaba era al momento de querer comunicarse con otro departamento, ya que los departamentos cambiaban continuamente sus extensiones por lo que había confusión y es necesario establecerlas y no cambiarlas.

➤ Así como se necesita de una propuesta para la identificación personal de los colaboradores de la Delegación es necesario que toda la Delegación utilice la misma papelería ya que con el cambio de logotipo que ya no es de la SEG sino del gobierno del estado, el departamento de comunicación tenía que mandar un comunicado para que el personal estuviera enterado de que la papelería que se utilizara sería membretado con el logotipo del gobierno del estado, pero como esto no se realizó o la mayoría de los empleados no chequeaban sus correos no estaban al tanto de los nuevos cambios ya establecidos por el momento, dejando que desear ya algunos realizaban sus escritos con el logotipo anterior y otros con el nuevo dando una imagen de una pésima organización y comunicación.

➤ Otra norma que debe estar bien establecida ya que es uno de los puntos más importantes, es la imagen que deja que desear la Delegación en cuanto al manejo de su información en los medios de comunicación, al momento de realizar lo que era la síntesis informativa me daba cuenta de que las notas por lo común se llegaban a confundir con notas que salían de la institución del DIF, ya que esta institución tiene proyectos o programas muy parecidos a los de la Delegación y la importancia de la imagen de lo que estaba realizando perdía de cierta forma su trascendencia para la institución en ese momento, dándole pérdida de valor a los logros obtenidos y perdiendo reconocimiento.

Por estos puntos considero importante la realización de una Manual de Imagen Corporativa para la Delegación Regional de Educación V Este a continuación se mencionará la Misión y la Visión:

MISIÓN

La creación de este manual de Imagen Corporativa tiene por objetivo que la comunidad identifique y ubique la imagen propia y definida de la estructura física y sólida de la Delegación Regional de Educación V Este, proporcionada por la SEG ubicada en la ciudad de Celaya, la cual esta al servicio de la sociedad.

VISION

Gracias a la implementación de las propuestas que se definieron en el manual, la Delegación logrará una IMAGEN POSITIVA y por tanto su proyección en el futuro y por siempre tendrá el ÉXITO asegurado y el personal colaborador tendrá una afiliación plena así como un compromiso moral hacia la institución y hacia su trabajo, ya que estarán por completos identificados como colaboradores de una misma institución.

MANUAL

DE

COMUNICACIÓN

CORPORATIVA



Delegación Regional de Educación V Este

INDICE

INTRODUCCIÓN	
LOGOTIPO	1
IMAGOTIPO	4
PAPELERIA	5
UNIFORMES	7
ARQUITECTURA	14
MOBILIARIO	18
TELEMARKETING	22
PROMOCIONALES	24

INTRODUCCION

El contenido de este manual que se le presenta a continuación habla sobre las reglas específicas que debe seguir toda Delegación de Educación a nivel regional de acuerdo al manejo en cuanto a su Imagen Corporativa, las cuales dependen del Estado de Guanajuato.

Estas reglas se han establecido ya que de acuerdo a muchos estudios se ha comprobado que uno de los factores principales en las empresas es que tienen un buen manejo en cuanto a su Imagen Corporativa y esto es parte de su éxito y son reconocidas dentro de la sociedad y sobre todo de su mercado.

La Delegación esta compuesta por 45 empleados, por tanto es una Institución mediana, la cual depende del Gobierno en este caso en primera instancia esta la SEP Secretaria de Educación Pública la cual es la matriz y de esta se deriva la SEG Secretaria de Educación de Guanajuato la cual para un mejor funcionamiento estableció en el Estado diferentes Delegaciones para un mejor servicio a la sociedad para evitar el desplazamiento de la gente para requerir o arreglar cualquier situación relacionada con la educación.

LOGOTIPO

El logotipo es: "Delegación Regional de Educación V Este"

Es de color morado, solo la letra principal va con mayúscula y las demás con minúsculas.

- El logotipo se utilizara en todo medio escrito y audiovisual
- En todo medio de transporte que utiliza la Delegación, deberá utilizar el logotipo y el imagotipo de la SEG, sus colores son azul y blanco, los medios de transporte serán: combis, camionetas y automóviles (este ira a los costados).
- En el uniforme deberán portar un broche (bañado de plata, tamaño dos centímetros) con el imagotipo de la SEG.
- En los eventos especiales o relacionados con la SEG deberá utilizarse mamparas con el logotipo de la Delegación y con el Imagotipo.



Guanajuato

GOBIERNO DEL ESTADO



IMAGOTIPO

El imagotipo es el escudo de la SEG, este es de color morado con blanco.

A continuación se mostrara el imagotipo que debe implementarse a todo lo anterior mencionado junto con el logotipo.



PAPELERIA

La papelería que debe llevar impresa la imagen de la Delegación es la siguiente:

- Folders
- Hojas oficial (ya sea en tamaño oficio o carta)
- Sobres
- Tarjetas de presentación
- Carpetas

En cuanto a su comunicación interna:

- Formatos de: Circulares
- Memorándums
- Oficios
- Reportes
- Acuses de recibos
- Invitaciones internas para eventos internos
- Convocatorias para el personal interno

En cuanto a su comunicación externa:

- Manuales de servicios
- Manuales de operativos
- Invitaciones al público externo
- Convocatorias al público externo

Las tarjetas de presentación manejadas en la Delegación llevan el logotipo y el imagotipo del Gobierno del Estado por tanto la propuesta es que las tarjetas utilicen lo que es el logotipo y el imagotipo de la SEG, ya que es importante que la persona se presente como un colaborador antes que nada de la identidad en que labora ya que se sabe de antemano que la Secretaria de Educación es parte del Gobierno, a continuación se presenta las tarjetas con la nueva propuesta:



UNIFORMES

Su uso es recomendable para que el personal se identifique tanto fuera y dentro de la Delegación.

Los tonos apropiados para utilizar en los uniformes son los siguientes tanto para hombres y mujeres de cualquier puesto jerárquico:

- Azul marino
- Verde olivo
- Gris
- Vino

Y para eventos especiales se utilizara el color negro.

El hombre portara traje sastre (saco, pantalón, camisa de vestir, corbata, zapato de vestir cerrado)

Las mujeres portaran traje sastre (falda, saco, blusa de vestir, mascada, medias y zapatilla)

Este uniforme será en época de Otoño-Invierno, en la temporada de Primavera- verano el hombre podrá eliminar la corbata y usar camisa de manga corta y las mujeres podrán eliminar la mascada y podrán usar una blusa más ligera (con manga corta o de tirante)

La tela será poliester combinada con algodón.

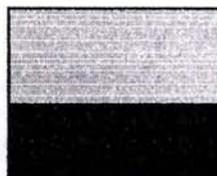
A continuación se muestran los diseños que deberán portar así como los colores:

COLORES ASIGNADOS PARA HOMBRES Y MUJERES EN SU UNIFORME

**60 % POLIESTER
40 % ALGODÓN**

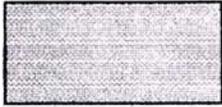


GRIS RATA

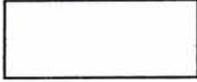


GRIS CLARO CORBATA

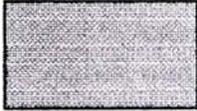
NEGRO



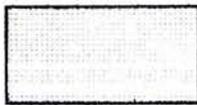
VERDE OLIVO



BLANCO



AZUL CLARO



AMARILLO ORO



AZUL MARINO

UNIFORME MUJERES PRIMAVERA- VERANO

Nota importante: Las mujeres pueden usar sandalia de vestir en época de calor de calor medias claras y zapato cerrado en Otoño – Invierno.

NOTA IMPORTANTE: En ambos casos de la mujer y hombre en Otoño- Invierno se utilizará la misma ropa pero su respectivo saco del mismo color que el pantalón o la falda. Y las mujeres podrán utilizar medias gruesas del mismo tono de la falda.

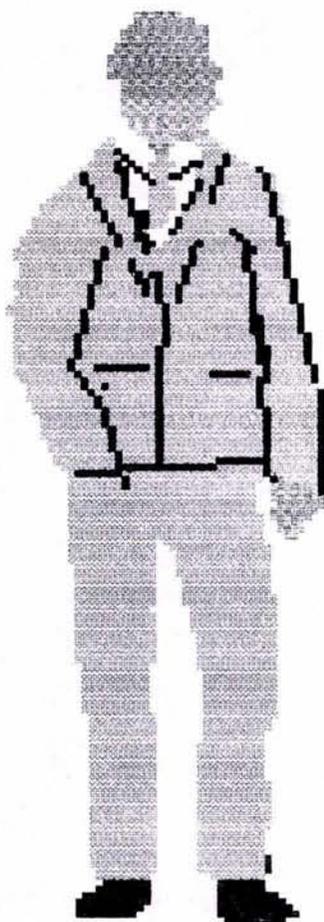


UNIFORMES PARA LOS HOMBRES OTOÑO- INVIERNO

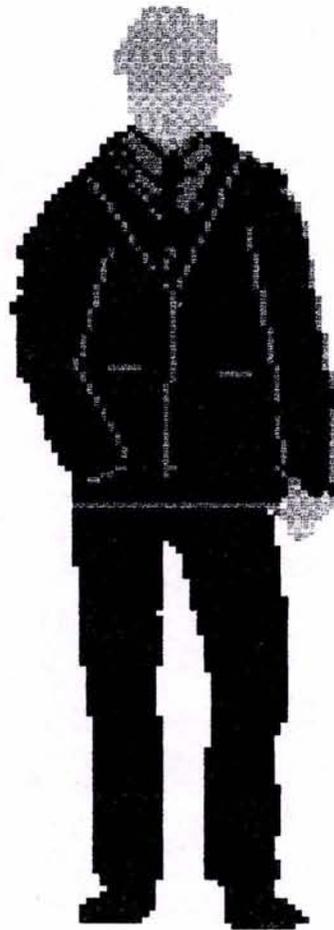
NOTA IMPORTANTE: Los hombres deberán llevar calcetín del mismo tono del pantalón y zapato negro de vestir.



**VERDE OLIVO Y BLANCO CON CORBARTA VERDE
OLIVO**



NEGRO CON GRIS, CORBATA NEGRA O GRIS CLARA



ARQUITECTURA

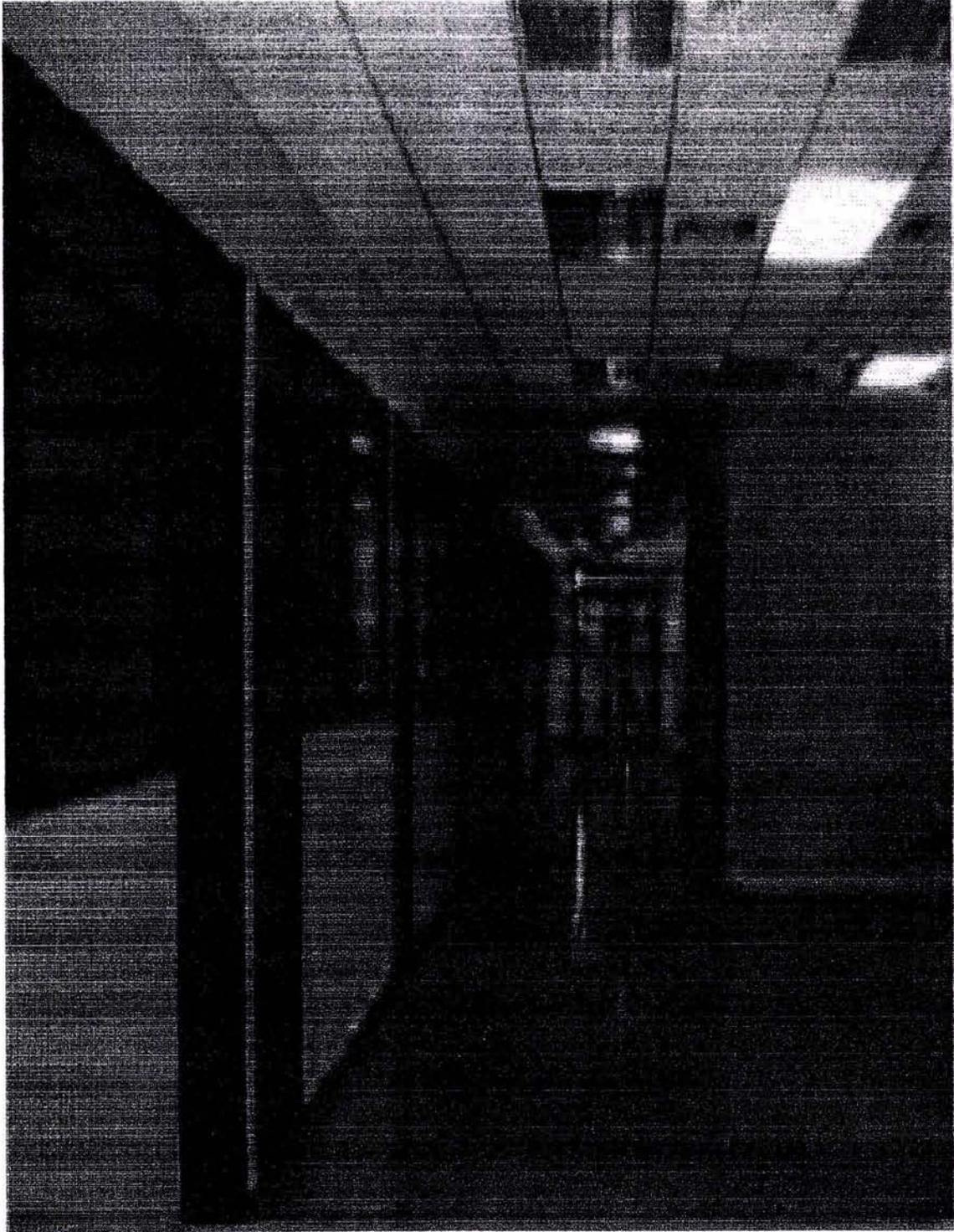
La arquitectura deberá ser en la estructura y topografía para todas las Delegaciones como el plano que se muestra a continuación:

- El mosaico será de color blanco de 0.30 x 0.30 m.
- El techo ira de color blanco de material prefabricado junto con lámparas de luz blanca, además de contar con un sistema de aire acondicionado
- Las ventanas y las puertas tendrán un marco de color negro de material de fierro, cada área contara con 4 ventanas de 1x1 m. Y la puerta de 0.90 x 1.90 m.
- Los cristales de las ventanas externas serán de material de filtra luz.
- La fachada es de forma rectangular de tono ostión, la marca de la pintura a utilizar es comex de aceite.
- El color de las paredes es de color crema.
- Los baños cuentan con puerta de aluminio con mica color blanco, en los baños de los hombres sus 2 mingitorios y sus 2 escusados son de color blanco así como dos lavamanos, cuentan con 2 espejos de 1x1 m. La diferencia del baño de

las mujeres es que en lugar de tener dos escusados tiene cuatro.

- Se colgaran algunos cuadros de Miguel Ángel y Picasso así como los reconocimientos y títulos del personal.

A continuación se mostrarán imágenes de la arquitectura de la Delegación Regional de Educación V Este:





MOBILIARIO

El mobiliario que deberá contener las Delegaciones son:

- Escritorios
- Sillas giratorias
- Libreros
- Repisas
- Silla estáticas
- Mobiliario especial para equipo de computo
- Televisiones
- Videograbadoras
- Grabadoras
- Lámparas
- Persianas
- Archiveros

El mobiliario deberá ser de madera fina (caoba o cedro de tono oscuro)

- Las sillas miden 1 metro de largo por 90 de ancho el cojín será de color negro.

- Los escritorios miden 1m. De largo y de ancho 1 metro con treinta centímetros, este debe tener 4 cajones corredizos con cerradura de llave.
- Los archiveros deberán medir 1 metro 50 centímetros y estos deberán ser de color gris.
- Las persianas medirán el ancho de la ventana y serán de color blancas.
- Las sillas estáticas serán de color negro y tendrán la misma medida de las corredizas.
- El inmueble para el equipo de computo será de color gris de madera con una medida de largo de un metro y de ancho un metro cincuenta centímetros.
- El equipo de computo será de color blanco y de marca SAMSUNG.
- El equipo electrónico será de color negro y será de marca Sony.
- Las lámparas serán de color blanco, cada área tendrá dos lámparas en el techo proporcionadas según la mitad del lugar.
- Los libreros serán de madera con tres divisiones sus medidas serán de 1 metro de ancho por 1.50 metros de alto.

A continuación se mostrara como debe estar ubicado el mobiliario tanto de planta baja como de planta alta:

Dentro de la Delegación deberá existir:

- Dos estacionamientos
- Un centro de copiado
- Sala de usos múltiples
- Dos bodegas
- Un comedor
- Una terraza
- Dos salas de espera
- Cuatro baños (dos de hombres y dos de mujeres)
- Veintiuno Departamentos (oficinas)

El publico externo no tiene derecho a todos los accesos, mas que a baños que se encuentre con acceso, a un estacionamiento, al comedor, al centro de copiado y a las dos salas de espera.

TELEMARKETING

Se debe dar servicio telefónico.

1. Se cuenta con un conmutador en el cual el encargado da un saludo, el nombre de la institución y pregunta que se le ofrece.
 2. Pasa la llamada al departamento correspondiente y se lleva a cabo la misma acción.
- Cada departamento cuenta con una extensión específica.
 - El personal tiene la función de atender al cliente con respeto y tiene la obligación de proporcionar la información que se les pida siempre y cuando no sea confidencial o extraoficial.

➤ Información a proporcionar:

-Gaceta informativa

-Periódico mural

-convocatorias a: cursos

diplomados

becas

etc.

-Dentro del periódico mural estarán dos carteles especificando que áreas hay en la planta baja y planta alta para una mejor orientación del público.



PROMOCIONALES

Los promocionales de todo lo que compete a Educación deberá difundirse en los siguientes medios de comunicación:

- Radio
- Televisión
- Y prensa

En estos medios se promocionaran las becas para el publico en general, las escuelas gratuitas, las fechas de inscripciones para que los niños no se queden sin lugar, así como también la entrega de libros de texto gratuitos, desayunos gratuitos, los programas de servicio a la comunidad como el programa "Ver bien para Aprender Mejor".

A continuación se mostrara un ejemplo de cómo debe ir la nota en un medio escrito en este caso la prensa:

OBRAS
EN
CAMBIO
DE VIDA

“Los cambios tecnológicos
en el mundo de hoy
requieren una nueva
manera de pensar y
actuar. El mundo de hoy
es un mundo de cambios
rápidos y constantes.”



4.4 PROPUESTAS

Durante mi instancia laboral de mis practicas profesionales dentro de la Delegación me di cuenta que el papel que tiene un comunicólogo y las funciones que puede desempeñar son inmensas, hay tantas cosas que se pueden realizar para la mejora de la Delegación en cuanto a comunicación se refiere.

Conforme pasa el tiempo las necesidades de una organización van aumentando ya que el personal que colabora demandan satisfacer todo lo que pide el mercado que abarca esta institución por lo que se tiene que realizar nuevas actividades y proyectos para el beneficio de la propia institución.

Considero que la Delegación por lo mismo de que tiene poco tiempo de apertura le falta consolidarse en sus diferentes áreas como institución, pero claro que se puede lograr con el esfuerzo conjunto que hasta ahora se ha pretendido.

El objetivo de este capítulo es dar soluciones idóneas a las necesidades encontradas durante mi experiencia laboral dentro de la Delegación Regional de Educación V Este, a través de un plan de trabajo con objetivos específicos ya analizados, para que así se obtengan ventajas mayores, para una mejor productividad en cuanto a su organización.

Como se observo en el capítulo 3 destaque durante el desarrollo la mala estructura que tiene la Delegación en cuanto a su organización por lo que trae como consecuencia una mala estructuración en su organigrama y por tanto no se

tiene bien definidas las funciones de cada departamento ni bien definidas las tareas que tiene cada puesto ni su puesto jerárquico.

De acuerdo al análisis realizado en capítulos anteriores, la estructura que existe en la Delegación propuesta por el departamento de comunicación, demuestra que no existe una estructura sólida, dicho departamento tiene muchos problemas ya que al momento de la realización de la estructura de la Delegación no definió bien sus tareas y sus funciones, por lo que siempre se encuentra con tareas y responsabilidades de otras áreas, dejando a un lado su tarea principal que es la del manejo de comunicación interna.

De acuerdo a las necesidades presentadas deberán ser reestructuradas y delimitadas, para que así se hagan llegar a toda la Delegación y sepan con que se pueden apoyar con dicho departamento.

Dentro de las propuestas cabe mencionar que la realización de una revista interna sería muy interesante para el personal ya que dentro de ella se hablaría de temas generales como: medicina, psicología, educación, deportes, eventos culturales y de entretenimiento, etc; todos estos temas tendrían que ser investigados por los diferentes departamentos, los cuales ellos considerarían de interés para todo el personal, la revista sería mensual y en cada edición se daría un espacio especial para invitar a todo el personal para aportar o escribir algo de interés personal.

El Objetivo de esta revista sería que el personal identifique a la gente que existe dentro de la Delegación así como de las dependencias de la Delegación en este caso CEDES y USAES, así como también hacerlos sentir parte importante de la institución y valorar su aportación dentro de la revista.

Para la realización de esta revista es necesario la realización de un sondeo para ver que tanto interés tendrían los empleados en leerla ó en que se lleve acabo la propuesta.

Después del sondeo y de sacar los resultados, se realizaría una junta con los jefes de cada departamento para que ellos hicieran alguna aportación para la estructura de la revista ya que va hacer para ellos mismos. Si la propuesta planteada no cubre todas sus expectativas no tendría sentido su realización, se debe saber cual es el objetivo común para la mayoría de los empleados para encontrar y planear la realización de esta revista.

Cabe destacar la intención de que la revista se haga sin un costo alguno para su adquisición, por tanto se debe hacer una junta con el Delegado para que ya presentada la propuesta se de una respuesta si se cuenta con un presupuesto idóneo para su elaboración.

Otras de las propuestas es la realización de talleres y cursos de motivación, el personal mientras más valorizado se sienta dentro de su empresa y por parte de sus jefes va a tener mas afiliación y compromiso hacia ella, si se aplica esta propuesta se tendrá un ambiente más sano en el cual se va a laborar por gusto y no por obligación, el hacer que crezca la autoestima de los empleados trae como consecuencia un gran beneficio para la persona que lo esta recibiendo, ya que se le hace sentir que vale por lo que es y en segundo plano por lo que hace. El ser humano es sentimental por tanto no se puede dejar a un lado lo que le afecta, lo que le gusta, lo que lo motiva ya que es parte de su personalidad y estos puntos sino se toman en cuenta se hace a un lado que la persona deje de crecer en su vida.

Para la realización de esos cursos se debe contratar a gente capacitada y especializada para que logre realmente el objetivo que se pretende.

Dependiendo del interés que muestre el personal de la Delegación de esta propuesta se ira designando cada cuando serian, por lo tanto se pretende que sean una vez al mes.

Uno de los objetivos de estos cursos es unir al personal de la Delegación, sea el empleado de cualquier puesto jerárquico, para que esto ayude a tener una mejor convivencia y armonía y que esto lleve a tener más confianza y respeto y se logre una comunicación no solo laboral sino personal.

Se realizaría también un sondeo previo dentro de la Delegación para ver que tanto interés tiene en cuanto a la realización de esta propuesta.

Si se llegara a realizar la propuesta se pretende que los cursos fueran sin costo alguno, por lo que se tiene que plantear a la alta gerencia y hacerles ver lo importante y el valor que tiene el personal colaborador ya que sin ellos no existiría la empresa y los logros que hasta ahora se han realizado.

Para la realización de un plan de comunicación será necesario hacer un sondeo a las otras áreas para saber que tanto conocimiento tienen de las funciones que realiza dicho departamento, ya que en ocasiones sucedió que el personal que labora en dicho departamento se siente comprometido con el personal de otras áreas para apoyarlos en tareas que necesitan o que son de emergencia dejando a un lado el trabajo que se tiene en ese momento, no hay que confundir que por el hecho de que se tenga una filosofía donde la cultura sea de ayudar quiere decir que vamos a delegar nuestras responsabilidades a nuestros compañeros de trabajo.

Durante unas preguntas que realice a los diferentes departamentos algunas personas no saben que puesto tiene dentro de la Delegación ni sus funciones ya que debido a que no se ha estructurado, dicho personal toma el puesto de comodín aunque no lo quiera en trayendo como consecuencia un mal desempeño laboral ya que se si en ocasiones salía algo mal se desligaban de sus errores culpando a otras personas y dejando trabajos a medias o perdidos todo por no aceptar una responsabilidad laboral ya que la mala estructura ha provocado que no la tenga.

Otra de las propuestas que surgió al realizar mi capítulo anterior que me di cuenta que es importante desarrollar es un programa de comunicación interna ya que el departamento de comunicación trabaja al día, realizando actividades que salen al momento, dejando a un lado las actividades que tiene que realizar, por ello es necesario programar sus actividades para definir las y cumplirlas.

El programa tendría por objetivo que el departamento de comunicación trabaje sobre objetivos específicos para su propio beneficio, ya que si se cumplen habrá una mejora en el aspecto laboral, ya que el trabajo requerido estará a tiempo sin necesidad de presionarse por terminarlo y a su vez se hará con profesionalismo, ya que sabemos que cualquier proyecto, trabajo, etc, bien planeado y hecho será aprobado y realizado con éxito.

A su vez el personal trabajara sobre tiempos y movimientos cumpliendo con sus tareas y funciones en beneficio para su departamento y por ende para la Delegación. El programa tendría como misión que el personal trabaje sobre algo planeado y establecido en si sobre la organización que es lo más importante para tener éxito en el ámbito laboral.

Su visión El departamento de comunicación seria siempre un área eficaz el cual laboraría con la eficacia plena para un mejor colaboramiento con la Delegación, esto lo haría un área líder y de éxito, hoy y siempre.

Daré un breve recordatorio de mis capítulos anteriores en especial del capítulo 3, en el cual plasme ya un poco de mis experiencias dentro del departamento de comunicación.

Durante los seis meses que estuve laborando era realizar actividades que surgían en el momento y tenía que dejar aun lado tareas específicas que tenía que realizar como la síntesis informativa , otra de las situaciones era la realización de proyectos como el de "Ver Bien para Aprender Mejor" el cual le correspondía a otra área la cual esta más involucrada con el objetivo de dicho proyecto.

También considero que se ha perdido en cierto punto el sentido de responsabilidad para cumplir con las tareas o actividades ya que existe demasiada comunicación informal por lo que se pierde mucho tiempo, casi la mitad del día y esto provocaba el dejar todo el trabajo planeado a la mitad, así como el acumulamiento para otros días e incluso trabajar horas extras.

Sugiero que el departamento de comunicación puede tomar como referencia la estructura del programa de actividades de la LCC Liliana Moreno el cual implemento en la empresa de Mabe, ya que les seria de gran ayuda.

INTRODUCCION

Estamos conscientes que en toda organización importante y de calidad se debe contar con todas las áreas para que se logre un buen funcionamiento y se tenga éxito, las áreas existentes en una organización es de acuerdo a sus objetivos, estas deben contar con el personal idóneo para el puesto idóneo, no todas las empresas cuentan con un departamento de relaciones publicas a pesar de que la alta gerencia esta conciente de que es muy importante.

En el presente trabajo se hablara de las tareas que se realizan en la Delegación Regional de Educación V Este de acuerdo al esquema establecido de Tareas de la "A" a la "Z", en este trabajo también se dejara claro sus medios y sus formas de realizar dichas tareas, así como también las que no se realizan y su motivo.

Dichas tareas de relaciones publicas son aplicadas y manejadas por el departamento de Comunicación Social.

TAREAS DE LA "A" A LA "Z" APLICADAS EN LA DELEGACIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN V ESTE

a) En esta organización se hace una síntesis informativa, la cual se manda a todos los municipios que dependen de la delegación, esta síntesis contiene toda la información que se relaciona con la educación, la síntesis se manda por mail, la información que se recopila es de los periódicos el Sol del Bajío, el a.m, el Correo, el Heraldo, Guanajuato Hoy.

b) El departamento de Comunicación Social se encarga de atender este tipo de eventos tanto los propios como el de los otros departamentos, se hace un escrito en el cual se menciona el tema y motivo de la conferencia como las personalidades que estarán presentes, el día y el no. de personas que asistirán a dicho evento para la organización de este, en caso de una visita se elige al personal adecuado según sea la personalidad para darle una visita guiada y la mejor atención así como la mejor información, la cual se elige y organiza de acuerdo al punto de interés de dicho evento.

c) La Delegación tiene diferentes proyectos destinados al beneficio de la comunidad como el programa Ver Bien Para Aprender Mejor entre otros, los cuales son de importancia y la sociedad requiere estar informada de dichos sucesos, en el programa anteriormente mencionado se entregan lentes a diferentes niños de distintas municipios por lo tanto se les hace una invitación a los medios en este caso la prensa local, para que cubran el evento y se confirma ese día unas horas antes realización, así como también se les mandan boletines, si se sacan convocatorias, etc.

d) Si sale alguna información distorsionada o de gran importancia se cita a la prensa a la Delegación para darles la información necesaria, oportuna y completa con la persona adecuada y con mayor información y conocimiento del tema a desarrollar en la entrevista.

e) Si se realiza algún evento se le da las ordenes a la persona que va a cubrir el evento sobre cuantas fotos se van a tomar, de que personalidad, etc, al terminar el fotógrafo su trabajo deberá llegar y vaciar a la computadora todas las fotos tomadas para guardarlas en u archivo y escoger las mejores así como también deberá revelarlas y guardarlas en el archivero correspondiente poniendo en el sobre nombre del evento y fecha.

f) En la Delegación se graban y editan los videocasetes de todo evento que involucra a la organización, toda convocatoria, invitación, etc se ponen en los lugares estratégicos los cuales son los tableros, circulares, a través de la red por mensajes emergentes, memorándums, antes manejaban una gaceta informativa la cual se paro su distribución por falta de presupuesto.

g) Se manda una revista dirigida a todo el personal directa de Guanajuato, en la cual se mandan artículos de interés que competen a toda la SEG, y como mencione anteriormente se distribuía una gaceta interna.

h) Se tienen escritos educativos para todas las escuelas incorporadas a la SEG, así como posters ya que una de los objetivos principales de la SEG es la de hacer crecer la creatividad y la cultura de valores en los niños y motivarlos en su vida personal y educativa, así que se mandan posters de convocatorias para concursos donde se expresen y den un mensaje, etc, así como también se mandan impresos que tengan un mensaje positivo ya sea de amor, limpieza, salud, etc.

i) Se manejan videocasetes documentales internos los cuales se mantiene en orden de acuerdo a las fechas y se mantiene en completo orden y limpieza para un acceso mas rápido.

j) La SEG cuenta con un logotipo, con colores: azul y blanco, su impresión de letras es específico, toda esta imagen corporativa esta bien definida ya que en toda la República Mexicana se puede identificar la organización ya que todo el manejo de imagen se envía desde la organización principal la SEP la cual tiene una estructura bien definida.

k) Por ser una dependencia de gobierno no busca patrocinios ni ofrece este recurso a otras empresas, se determina cierto presupuesto para la planeación de diferentes proyectos destinados para la sociedad pero la Delegación no cuentan con el apoyo de ninguna empresa.

l) El departamento de calidad hace diferentes visitas a escuelas para ver que los proyectos o programas presentados y aprobados por la Delegación se llevan a cabo y otorgar el premio de Calidad.

n) Se les hace una pequeña invitación a los jefes de departamento para las reuniones que se efectúan dentro de la Delegación para que todos estén informados e involucrados y estén a la orden del día.

o) Algunos de los departamentos como el de informática tiene algunas juntas para ver todo lo que compete sobre la venta e inversión de material de sistema de computo para el beneficio y conveniencia de la Delegación.

q) En la Delegación no se cuenta con el departamento de R.P, pero a pesar de ello la relación con los demás departamentos es básica y se esta en constante interacción en todo movimiento que se planea en la organización.

r) Propongo se realicen semidinámicas y cursos tanto de relaciones humanas como de trabajo, también se les invita a conferencias en las cuales se pretenden la motivación del personal. En este punto se requiere menos apatía por parte del personal para contar su apoyo y presencia.

s) Propongo se realicen sondeos en cada departamento entre su mismo personal para ver si sus relaciones personales y laborales son buenas o malas.

t) El departamento de Comunicación Social se encarga de checar la publicidad que sale en la prensa, se checa si sale el día que se les pidió, con la información correcta, etc.

u) Esta organización tiene una relación directa con todo tipo de partido político, etc ya que estamos hablando de una dependencia del gobierno, por tanto se involucra y se relaciona con todo el sistema del gobierno y mas si se habla de la educación publica.

v) La Delegación acaba de cambiar sus instalaciones, por tanto se cito a la prensa para darles toda la información sobre donde se encuentra el nuevo edificio, porque el cambio, los nuevos teléfonos, etc todo esto, para que la gente los ubique y sigan dando su servicio sin ningún impedimento.

w) Se cuenta con el mobiliario conveniente, con un personal capacitado que de la información y atención oportuna, con el espacio físico adecuado.

x) Se celebran los aniversarios de la Delegación, así como también los cumpleaños de todo el personal esto da motivación al personal, en si todo evento que lo amerite es digno de celebrarse si corresponde a la Delegación.

y) Toda la informacion emitidas por radio ya sean entrevistas, informes, etc, son grabados y guardados en un archivero, así como todo lo que sale en la es de importancia y debe estar enterado todo el personal, todo lo que sale en la prensa es de gran valor por lo que se hace un análisis de contenido por ciclos en el cual el formato contiene la fecha, la fuente, el tema, la plana y si la nota es positiva o negativa

z) La posición de la Delegación que desempeña de acuerdo a sus funciones dentro de su mercado (educación) se mide a través de un análisis de contenido.

Estas tareas de la "A a la Z" decidí plasmarlas como una propuesta para que el mercado que abarca la Delegación tenga conciencia de que se trabaja con responsabilidad y sobre todo con **CALIDAD** dejando claro que se trata de cubrir al máximo (100%) todo a lo que información se refiere, la cual se distribuye o se obtiene por los medios de comunicación los cuales son la base para el trabajo y proyección de esta Institución.

CONCLUSIONES

Me doy cuenta que el mundo en el que habitamos todo es comunicación, todo a nuestro alrededor nos comunica algo ya que a través de nuestros sentidos lo percibimos y mandamos en muchas de las ocasiones una respuesta; en base a mi tesis las imágenes que encontramos a nuestro alrededor comunican: sensaciones, emociones, pensamientos, conceptos en si una serie de sentimientos y conceptualizaciones a través de dibujos, fotografías, etc.

Una persona puede comunicarse por medio del lenguaje pero también puede comunicar mucho de si en base a muchas cosas una de ellas podría ser su Imagen desde su forma de vestir hasta su forma de expresarse, esa proyección que va ha tener ante los demás es de acuerdo a si identidad que tiene y la caracteriza como individuo único dentro de la sociedad, la cual la identificara en cualquier lugar, momento, etc; lo mismo sucede con todas las ciudades del mundo las cuales cuentan con características propias que las hacen ser lugares turísticos ya que la gente las identifican por que cuentan con una imagen propia y única, así de esta formas debo mencionar a las empresas las cuales deben y tienen que contar no importa si es una micro o macro empresa, con una Imagen (Corporativa), se dice que la primera impresión nunca se olvida y en cuanto a mi experiencia se refiere es cierto, la Institución en la que di mis prácticas e hice mi proyecto de tesis es un mas claro ejemplo de que el tener una imagen corporativa es esencial y fundamental y cabe destacar que esa Imagen debe ser positiva y orientada a una proyección de CALIDAD donde la gente al momento de identificarnos tengan confianza en cuanto a nuestros servicios a la educación los cuales son nuestro principal objetivo, cubrir toda necesidad que nuestro mercado demande. Como comunicóloga puedo decir que tenemos un campo muy grande pero considero que nuestra principal labor es mostrarles a las empresas lo que sabemos hacer en cuanto al manejo de la comunicación, porque insisto nuestro papel es vital y necesario ya que somos parte importante para el mejor desarrollo y funcionamiento de las empresas.

Bibliografía

AMADO SUAREZ ADRIANA, CASTRO ZUÑEDA CARLOS

"Comunicaciones Publicas, modelo de la organización integral" Edit. Océano México 2002 pp. 269

CEES B.M VAN RIEI, **"Comunicación Corporativo"** Edit. Prentice Hall, México 1997, pp. 270

COLLADO FERNÁNDEZ CARLOS **"La comunicación en las organizaciones"** Edit. Trillas México 1991, pp. 245

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL **"Catálogo de Servicios y Directorio"** Edit. Talleres Generales, Guanajuato; México 2000 pp. 15

GARCIA CASTAÑEDA CONCEPCIÓN **"El rol del licenciado en ciencias de la comunicación dentro de la educación regionalizada"** Tesis Profesional, ULSAB. pp. 150

GERALD M. GOLDHABEN **"Comunicación Organizacional"** Edit. Diana 1984, México, D.F pp. 280