



***UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO***

***FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN***

***COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SECRETARÍA DE
RELACIONES EXTERIORES. PROPUESTA DE LA REVISTA
“NUESTRA COMUNIDAD”***

***TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
PRESENTA***

DIANA GRISELL PANIAGUA GARCÍA

ASESORA: LIC. MARTHA PATRICIA CHÁVEZ SOSA

septiembre 2006



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.

DEDICATORIAS

ERIC:

Agradezco al entorno que me dio la oportunidad de conocerte...

Intentando expresarte mi amor y gratitud por el apoyo recibido durante estos años, por compartir conmigo: triunfos, fracasos, sueños, inquietudes y ayudarme a salir adelante en los momentos más adversos de mi vida.

Gracias por tu inteligencia y por haber visto en mi, la mujer que siempre quise ser para alguien como tú.

TE AMO

A mis padres, que cada día de mi vida han estado conmigo de manera incondicional, porque han sido partícipes en los instantes de tristeza y alegría, porque gracias a su ejemplo hoy soy una mujer segura de mí, porque gracias a su cariño, apoyo y compañía hoy no me siento sola.

Para alguien que hoy está en el cielo, porque estoy consiente que si viviera estaría profundamente orgullosa de mí.

Gracias por enseñarme tantas cosas que van más allá de una simple instrucción escolar.

A mi hermano, sin el que mi vida no sería igual, porque se que soy su ejemplo a seguir y espero que esto le sirva como un estímulo para cumplir su sueño.

A mi maestra Martha, por hacerme una mejor profesionista, porque su ejemplo me ha hecho superarme y cumplir mis ideales... porque siempre ha sido para mí más amiga que maestra.

A mis amigos:

Anaid, a quien quiero mucho y deseo que esté en mi familia por siempre.

Aldo, porque siempre fue mi ejemplo de responsabilidad.

Artemio quien me enseñó a darle valor a las cosas.

Elisa, mi compañera y amiga inseparable.

Gina, porque nunca olvidaré lo que hiciste por mi.

Mario, a quien admiré desde el primer día que lo conocí.

Paco y Vero, mis grandes amigos.

Vladimir, porque gracias a su ayuda pude concluir este trabajo.

A Alejandro, quien me enseñó el verdadero valor de la amistad, porque siempre se preocupó por mí, y estuvo conmigo cuando más lo necesitaba.

A TODOS LOS QUE DE ALGUNA MANERA HICIERON POSSIBLE ESTE SUEÑO.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
1.1 La comunicación	4
• Modelos de la comunicación	4
• Los componentes de la comunicación	5
• Información y retroalimentación	6
• Áreas de la comunicación	7
• Tipos de comunicación	7
1.2 Comunicación Organizacional	9
• Funciones de la comunicación en las organizaciones	9
• Conceptos de comunicación organizacional	10
• Toma de decisiones y la organización	11
• La organización ideal	11
• Comunicación eficaz	12
• Perspectivas de la comunicación organizacional	12
1.3 Desarrollo Organizacional	14
• Conceptos de desarrollo organizacional	14
• Otros conceptos	15
• Características de una organización sana	15
• Objetivos del desarrollo organizacional	15
• Problemas del desarrollo organizacional	16
• Etapas del desarrollo organizacional	16
CAPÍTULO II	
2. Comunicación Interna	17
• Tipos y herramientas de comunicación interna	17
• Fundamentos teóricos de la comunicación interna	19
• Desarrollo de la comunicación interna	21
• Objetivos de la comunicación interna	21
• Métodos de comunicación interna	21
• Tipos de comunicación interna	23
• Responsabilidades de la Unidad de Comunicación Interna	25
CAPÍTULO III	
3. La comunicación interna en la Secretaría de Relaciones Exteriores	26
• De dónde surge la necesidad de la comunicación interna	26
• Objetivos estratégicos para la implantación de la comunicación interna en la SRE	27
• Objetivo general	28
• Objetivos específicos	28
• Misión	28
• Visión	28
• Metas	29
• Estrategias	29
• Medios de comunicación interna a utilizar	30



CAPÍTULO IV

4. La revista

32

- Estructura de la revista 32
- Presentación ordenada de la revista 32
- Elementos de la revista 33
- Análisis morfológico de otras revistas de comunicación interna 34
 - Secretaría de Economía
 - Nacional Financiera
 - Comisión Nacional del Agua
 - Correo Diplomático Consular
 - Secretaría de Gobernación
 - Procuraduría General de la República
 - Secretaría de Salud
 - Poder Ejecutivo del Estado de México
 - Secretaría de Educación Pública
 - Cruz Roja Mexicana
 - Coca Cola
 - Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales

CAPÍTULO V

5. Nuestra Comunidad

59

- Objetivo general 60
- Objetivos específicos 60
- Misión 60
- Metas 60
- Criterios editoriales 60
- Lenguaje a utilizar 61
- Selección de temas 61
- Secciones de la revista 61
- Justificación del diseño 63
- Aspectos formales del diseño 64
- Encuadernación 64
- Recursos materiales 65
- Estructura propuesta 66
- Tiempos de ejecución 67
- Lectores potenciales 68

CONCLUSIONES

74

APÉNDICE

76

ENCUESTA REVISTA

FUENTES DE CONSULTA

93



Introducción

La comunicación es un proceso verbal, escrito, visual o cualquier expresión que transmite una idea, información, pensamiento y que puede ejercer algún tipo de influencia en las personas.

Todos los tipos de interacción de una empresa y su medio dependen de alguna forma de comunicación, es decir, que el intercambio de ideas y de información es la savia vital de cualquier organización.

Una buena organización funciona con libertad de comunicación entre todos sus ejecutivos. Los objetivos de la comunicación son:

- Auxiliar en la resolución de problemas.
- Ejercer cierto grado de influencia sobre la opinión.
- Promover la acción.

La comunicación es un fenómeno que se da por naturaleza en toda organización. El proceso de comunicación debe responder a una estrategia común cuya única finalidad será ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos.

Se ha detectado una problemática muy generalizada en la comunicación organizacional de las dependencias gubernamentales, pues es frecuente que se dé por hecho que el personal comprende los sistemas de la empresa y los acontecimientos que se dan en su entorno.

A razón de las deficiencias comunicacionales existentes en las Dependencias Gubernamentales, se implantó la Red de Comunicación Interna dando inicio su conformación en agosto de 2001 y consolidando el Plan Estratégico de Comunicación Interna para la Administración Pública Federal en mayo del 2002.

A medida que nos adentramos en un mundo actual, cambiante, con nuevos sistemas, sale a relucir el problema del papel y la comunicación del hombre dentro de las organizaciones, de este modo surge la necesidad de hacer un uso adecuado de la comunicación auxiliándonos de las herramientas que ésta nos brinda.



El tener una organización incomunicada, no permite alcanzar los objetivos finales y las metas que ésta persigue; para el buen funcionamiento del sistema como empresa es necesario respetar e impulsar la comunicación entre los diferentes niveles que la integran, ya sea de forma vertical u horizontal.

Hablando ya de nuestro ámbito de estudio, la comunicación interna en la Secretaría de Relaciones Exteriores, es importante constituir un medio de difusión interna, pues ya se cita como obligatorio dentro de la *Norma que establece el Esquema General para la Implantación de Sistemas de Comunicación Interna en la Administración Pública Federal Centralizada*.

El acceso a la información se comprende dentro de las más importantes tareas de la Secretaría, en este sentido trataré de identificar las áreas de comunicación constituidas al interior de otras dependencias, esto con la finalidad de diseñar un medio de información destinado a promover y fortalecer la imagen de la SRE, al tiempo que se mantiene informados a los servidores públicos de los sucesos más relevantes.

Al respecto, se establece que la comunicación en la SRE se subdivide en dos ámbitos, el externo a cargo del área de Comunicación Social y el interno que se pretende encomendar al área de Recursos Humanos, llámese Coordinación de Comunicación Interna o su equivalente.

El establecer un órgano de comunicación interna que asegure el flujo de información oportuna y relevante, contribuye al logro de la misión y objetivos de la Dependencia.

Se propone la creación de la revista *Nuestra Comunidad*, pues se considera el órgano idóneo para ser difundido entre el personal que integra la dependencia. En *Nuestra Comunidad*, se incluirá una sección que nos dará como resultado el objetivo final de la comunicación: la retroalimentación.

Se propuso como título "Nuestra Comunidad" para la revista en cuestión, considerando que el personal que forma parte de esta Secretaría es una familia con intereses en común, donde destaca un principio de identidad, unión y fortaleza.

El slogan "Uniendo Destinos" exalta el sentido de la comunidad SRE en torno a un objetivo común.



Se pretende programar una reunión con personal de las diferentes Direcciones Generales, a efecto de establecer los mecanismos que determinen el contenido de la revista, así mismo delimitar la información que pueda proporcionar cada Unidad Administrativa y estar así en posibilidad de acordar la participación y colaboración de esas áreas, así como los alcances y límites de este medio de difusión.



Capítulo I

1.1 La comunicación

Uno de los referentes más relevantes de la antigua Grecia (Aristóteles), definió la comunicación como la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance, cuya meta principal es el logro de una respuesta determinada.

Según David K. Berlo (1929), nuestro objetivo básico en la comunicación es convertirnos en agentes efectivos, es decir, influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes determinantes y sentirnos capaces de tomar decisiones. En resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente.

En la actualidad, para definir la comunicación hay que distinguir entre *información*, *persuasión* y *entretención*.

Quien intenta *informar* tiene como propósito transmitir datos a un receptor, independientemente de la respuesta del destinatario.

Quien intenta *persuadir* desea obtener una determinada respuesta, mediante un proceso comunicacional en el que el otro también obtiene lo que desea o lo que "cree" que desea.

Quien intenta *entretener* persigue un propósito recreativo. Se busca mantener la atención del destinatario en todo momento, este tipo de comunicación tiene un fin que busca consumarse. No se espera ninguna respuesta más allá de la aprobación.

Podemos afirmar que toda comunicación tiene su objetivo, el cual es producir una respuesta. A menudo se confunde el propósito de la comunicación, y esto se debe a que el hombre, como exponente máximo de la misma, en ocasiones tampoco sabe bien cuál es su objetivo. Lo que se sugiere frente a este hecho es centrar la atención en un propósito para poder lograr un objetivo como comunicadores. De manera contraria se estaría perdiendo el propósito de la comunicación, ya que el mensaje no lograría obtener significado.

La comunicación es la herramienta que nosotros como seres humanos usamos para interpretar, reproducir, mantener y transformar redes de significados. En el ser humano existe la necesidad de estar en comunicación dentro de alguna cultura, es ver y conocer el mundo -para comunicarse- de forma que a diario se reproduzca esa cultura particular. La comunicación constituye la esencia de la cultura, de la empresa, de la vida misma.

Equivocadamente a veces se supone que la comunicación es un fenómeno autónomo, independiente del contexto social que se interpreta y reproduce, pero realmente las comunidades existen porque comparten significados y formas comunes de comunicación.

La habilidad de la comunicación, es sin duda la que le permitirá crear y reproducir valores y significados.

La comunicación es un proceso diario, permanente, en cierto modo limitado a los medios o eventos, pero aún así se da dentro de una organización, se quiera o no.

Modelos de la comunicación

Los procesos de comunicación, difícilmente se podrían esquematizar como el modelo tradicional, pues nunca es lineal, ni en un tiempo programado.



Los mensajes vienen en todas direcciones, en sincronidad o desorden. El emisor es receptor a un mismo tiempo.

Para comprender el modelo de "un proceso de comunicación", primeramente debemos definir lo que es un "proceso". Según los diccionarios, se define como cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo; del mismo modo, para poder comprender mejor este significado debemos tener presente el concepto "dinámico", pues los componentes de un proceso "interaccionan", es decir, que cada uno de ellos influye sobre los demás.

Otro problema es que para definir el concepto de proceso se debe hacer uso del lenguaje. Si entendemos que las unidades del lenguaje son signos, fonemas, palabras, etc., que representan la idea de otra cosa que se mantiene ausente, será muy difícil entonces relacionar el concepto con su estructura física.

En todo conjunto de componentes debe existir la interrelación, es decir, para que realmente exista un proceso debemos tener componentes y que éstos a su vez se relacionen.

Con todo lo nombrado anteriormente, no se puede dar una definición exacta de todo lo que este concepto representa, tan sólo podemos brindar una idea aproximada de lo que significa para la comunicación.

También la dinámica de los componentes es difícil de definir, pero lo que se puede afirmar es que los componentes existen y son indispensables para que el éste se lleve a cabo.

Los componentes de la comunicación

Según Aristóteles, en su *retórica*, para que la comunicación se realice deben existir: un emisor, el discurso y un receptor. Shannon y Weaver (1949) le adhirieron dos componentes más: el transmisor que envía el mensaje original, y el receptor, que lo capta para hacerlo llegar al destinatario.

Para evaluar una comunicación, además de los componentes, debemos tener en cuenta el modelo previamente construido al que responde.

Para que se inicie un proceso de comunicación debe existir una fuente, es decir, una persona o grupo de ellas dispuestas a comunicarse y que se constituyen en el origen del mensaje y de la que proviene el propósito de la comunicación.

El segundo componente será, pues, el emisor, el encargado de transmitir el mensaje, que puede o no ser la fuente. Éste actúa sobre el mensaje para convertirlo en señales que acepte el canal y que sean entendidas por el codificador.

El tercer elemento es el codificador. Se denomina codificador al proceso por el cual traducimos en signos lingüísticos, símbolos o señales; la intención o propósito de la fuente emisora. Es decir, extraemos el mensaje de una forma en que lo podamos utilizar.

El cuarto elemento es el mensaje en sí mismo, en el que se tiene en cuenta la forma y el modo en que vamos a comunicar. La forma refiere a la sintaxis y a la semántica, y el modo, al tono y a la expresividad.

Para analizar el mensaje es necesario tener en consideración tres factores (Berlo, 1929):

- El código



- El contenido
- La forma en que es tratado el mensaje: a) los elementos de cada uno, y b) la forma en que éstos son tratados.

Podemos definir el concepto de código del mensaje como todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien. Los idiomas son códigos, porque poseen letras, sonidos, palabras, etc., dispuestas en determinado orden de sucesión para poder otorgarle un sentido, a la cual toda la comunidad lingüística reconoce de la misma manera. Lo mismo ocurre con la música, el arte, el vocabulario militar, etc.

El contenido del mensaje es todo el material que vamos a incluir en él, para eso también necesitamos de elementos y estructura. Este material y la forma en que se disponga servirá para la comprensión del mensaje. Las formas elegidas para disponer este material otorgan, además, el sentido propio del mensaje.

Una vez establecido el mensaje, debemos seleccionar un canal para transmitirlo. Según David Berlo (1929), cuando nos referimos a un canal debemos hacerlo desde sus tres diferentes etapas: en la primera, visualizamos un punto de partida; que en la comunicación interpersonal representa al conjunto de condiciones físicas que posibilitan la emisión. En la segunda, el vehículo que transporta el mensaje. A éste lo denominamos medio de comunicación, por ejemplo, la voz humana. Finalmente, el soporte del vehículo que transporta el mensaje. Por ejemplo, el espacio por el que viajan las ondas sonoras.

La selección de canal resulta vital para la comprensión y retención del mensaje por parte del receptor. Debemos seleccionar correctamente la mayor cantidad de canales que tengamos a nuestra disposición para lograr que el receptor pueda retener el mensaje por un lapso determinado.

El elemento subsiguiente del mensaje está representado por el decodificador. La decodificación es el proceso por el cual el receptor del mensaje interpreta el propósito o intención de la fuente emisora expresada en el mensaje.

El receptor lo constituye quien recibe el mensaje transportado por el vehículo, en forma directa y sin intermediarios. El receptor no necesariamente debe ser el destinatario.

El destinatario, como último elemento del proceso, es aquel en quien centramos la intencionalidad de la comunicación y del que esperamos un tipo particular de respuesta.

Información y retroalimentación

La retroalimentación puede ser negativa o positiva, la segunda desempeña un papel fundamental en el logro y el mantenimiento de la estabilidad entre las relaciones. La retroalimentación positiva lleva al cambio, o sea, a la pérdida de estabilidad y equilibrio. En los dos casos, parte de la salida de un sistema vuelve a introducirse en él como información acerca de dicha salida. La diferencia es que en el caso de la retroalimentación negativa, esa información es usada para disminuir la desviación de la salida con respecto a la norma establecida, mientras que en el caso de retroalimentación positiva, la misma información actúa como una medida para aumentar la desviación de la salida y resulta así positiva en relación con la tendencia ya existente hacia la inmovilidad o la desorganización.

Cuando nos referimos a una comunicación interpersonal, la fuente, el emisor y el codificador pueden ser agrupados; como pueden serlo, por otro lado, el decodificador, el receptor y el destinatario.



Las habilidades comunicacionales sirven para lograr la efectividad de la comunicación. Debemos recurrir, por un lado, a nuestras habilidades codificadoras (hablar y escribir) y decodificadoras (leer y escuchar).

Por último, la comunicación puede estar sujeta a las creencias, costumbres, nivel sociocultural e intelectual y circunstancias socio-económicas, tanto del que emite, como de aquél que recibe el mensaje.

El fracaso de la comunicación puede ser atribuido a las siguientes causas: a la falta de eficiencia o a la interpretación errónea.

Debido a que hay una gran posibilidad de que se produzcan malos entendidos, es importante que exista la posibilidad de la retroalimentación cuando se comunica algo. De esta manera se logra aclarar el verdadero significado del mensaje. El tipo de comunicación que permite la retroalimentación se denomina comunicación bidireccional, ya que el emisor y el receptor pueden interactuar entre sí. Existe otro tipo de comunicación en el que no hay retroalimentación denominado comunicación unidireccional.

Áreas de la comunicación

El estudio de la comunicación humana se divide en tres áreas (Watzlawick, 1974). Éstas son:

La **sintáctica**. Abarca los problemas relativos a la transmisión de información, y constituye el campo fundamental del teórico de la información. Su interés se refiere a los problemas de codificación, canales, capacidad, ruido, redundancia y otras propiedades del lenguaje.

La **semántica**. Su preocupación central es el significado. Aunque es posible transmitir series de símbolos con corrección sintáctica, éstos no tendrían sentido si el emisor y el receptor no se hubieran puesto de acuerdo y de antemano con respecto al significado. Toda información compartida presupone una convención semántica.

La **pragmática**. Porque la comunicación afecta a la conducta humana. Aunque se puede dar una separación conceptual clara entre las tres áreas, éstas son interdependientes. Desde la perspectiva pragmática, toda conducta, y no solamente el habla, es comunicación, y toda comunicación, incluso los indicios comunicacionales de contextos impersonales, afectan a la conducta.

Tipos de comunicación

La comunicación puede dividirse de diferentes maneras según las connotaciones que se manejen; una división claramente entendible se menciona a continuación:

- Oral
- Gráfica
- Ascendente
- Descendente
- Horizontal
- Formal
- Informal



- Interna
- Externa
- Personal
- Impersonal
- Imperativa
- Informativa
- Exhortativa *

* www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/41/estcom.htm



1.2 Comunicación Organizacional

El tema de la comunicación organizacional es difundido ampliamente en la actualidad. Hacer una búsqueda de artículos, documentos o materiales que traten desde los elementos teóricos, hasta las experiencias prácticas más recientes, no resulta difícil.

Antes de adentrarnos en el concepto de Comunicación Organizacional, es importante tener claro el significado de organización.

La palabra organización significa a la vez "acción de organizar" y "conjunto organizado" siendo este último concepto el que usualmente se conoce como empresa.

Se considera como tal desde el momento en que un hombre se une con otros para desarrollarse, creando roles, funciones y tareas en beneficio mutuo.

Las organizaciones son fuente de satisfacción de diversas necesidades, ya sea económicas o sociales, por ende, vivimos inmersos en una sociedad organizacional.

Entendemos por organización cuando dos o más personas:

- Saben que ciertos objetivos sólo se alcanzan mediante actividades de cooperación.
- Se integran, coordinan y transforman sus actividades para transformar los recursos.
- Reintegran al ambiente los insumos procesados, como resultado de las actividades de la organización. (Fernández Collado, 2002)

Existen cinco elementos básicos en toda organización, son:

1) *Tamaño*. Se refiere al número de personas que trabajan en una organización. A medida que la organización aumenta de tamaño, se vuelve más compleja por lo que la comunicación se hace más necesaria, pero al mismo tiempo más difícil, en este caso debe hacerse un esfuerzo para que la información fluya entre todos los empleados.

2) *Interdependencia*. Son las relaciones que entrelazan a los miembros de la organización y sirven para bien lograr las tareas y objetivos comunes.

3) *Insumos*. Se puede definir como el personal que integra la organización en un tiempo y lugar determinados. Las organizaciones requieren personas, recursos materiales y financieros e información.

4) y 5) *Transformación y productos*.

Las actividades que se realizan en una organización deben tener como única finalidad: ayudar a la organización a alcanzar sus metas, aprovechando al máximo sus recursos y desarrollando una auténtica comunicación.

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso. (Fernández Collado, 2002)

Funciones de la comunicación en las organizaciones

En este caso, el término función se refiere a lo que una organización realiza o logra mediante la comunicación. (Melvin L. de Fleur, 1982)

Las funciones específicas de la comunicación organizacional son:



- Dar instrucciones y razones de trabajo,
- Dar a conocer los procedimientos organizacionales,
- Informar la misión, metas y objetivos de la organización, etc.

Conceptos de comunicación organizacional

El concepto de Comunicación Organizacional tiene tres acepciones:

- La comunicación es un *fenómeno* que se da naturalmente en toda organización y es el proceso social más importante. Bajo este concepto, la comunicación organizacional es el conjunto de mensajes que se intercambian entre los miembros de una organización. Los mensajes pueden intercambiarse en varios niveles y de diversas maneras.
- La comunicación organizacional es la *disciplina* que tiene como objeto de estudio la forma en que se da la comunicación dentro de las organizaciones. Se analiza el impacto que tienen determinadas variables sobre la comunicación y viceversa.
- La comunicación organizacional es un *conjunto de técnicas y actividades* que facilitan y agilizan el flujo de información entre los miembros de una organización. Estas técnicas deben partir de la investigación pues sólo a través de ella pueden conocerse los problemas, necesidades y opiniones de los empleados.

Gerald Goldhaber (1991) define la comunicación organizacional como el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Para Redding y Sanborn (1978), es simplemente la transmisión y recepción de información que se produce dentro de una organización compleja. Katz y Kahn (1977) la definen como el flujo de información dentro del marco de la organización. Por su parte, Thayer (1967) la define como el flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización.

Golhhaber (1991) afirma que la comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influido e influyente al medio.

La comunicación organizacional según Frederick M. Jarblin se considera como un proceso que ocurre entre los miembros de una colectividad social. Al ser un proceso, la comunicación dentro de las organizaciones consiste en una actividad dinámica, en cierta forma en constante flujo, pero que mantiene cierto grado de identificación, de estructura. No obstante se debe considerar que esta estructura no es estática, sino cambiante y que se ajusta de acuerdo con el desarrollo de la organización. La comunicación en las organizaciones se considera como un proceso que se lleva a cabo dentro de un sistema determinado de actividades interrelacionadas.

La comunicación organizacional se presenta como un fenómeno que se estudia para conocer y/o mejorar los aspectos que resulten negativos para los intereses de una empresa, es decir, que de alguna manera limiten o no favorezcan el logro de los objetivos estratégicos.

Para crear una auténtica comunicación organizacional, es de vital importancia identificar los símbolos presentes en la cultura de la empresa y darles el valor que se merecen para con ello crear mensajes que tengan sentido para todos los integrantes del grupo.

La comunicación organizacional es un proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes dentro de un sistema de objetivos determinados.



Toma de decisiones y la organización

La toma de decisiones se desarrolla dentro de un mundo de comunicación y educación. Las organizaciones se enfrentan diariamente a retos y a momentos de decisión. Se involucran en la identificación de problemas y la solución de los mismos. Todo esto requiere tener una mente abierta y racional para considerar las alternativas que tienen a su disposición.

El proceso de toma de decisiones organizacionales se ha descrito como una serie de pasos que llevan a la identificación de problemas y posteriormente a su resolución. Se hace en dos etapas, primero se identifica el problema y luego se soluciona. El primero de estos pasos se relaciona con la información acerca del ambiente y de las condiciones organizacionales que son estudiadas y revisadas en forma constante para poder determinar si el desempeño es satisfactorio y así diagnosticar la causa del problema. El segundo paso es aquél en el que se consideran las alternativas y se decide cuál se implementará.

Las organizaciones, al igual que los seres humanos, son siempre únicas. Cada una de ellas tiene su propia cultura, sus tradiciones y sus métodos de acción, lo que en su totalidad, constituye su clima.

Se concibe la organización como la identificación y clasificación de las actividades requeridas; el agrupamiento de las actividades mediante las cuales se consiguen los objetivos; la asignación de cada agrupamiento a un gerente con autoridad para supervisarla y la obligación de realizar una coordinación horizontal. Es así como la estructura organizacional se deberá diseñar para que aclare puestos, obligaciones y responsabilidad por los resultados.

Las organizaciones se han visto ante la necesidad de más información, de conocer más respecto al ambiente interno y el externo y no se cuenta todavía con un programa completamente maduro para monitorear el ambiente interno de la organización. Las organizaciones exitosas y competitivas carecen de información básica.

Se debe mejorar el conocimiento del ambiente interno, mostrando información, integrando y sintetizando mediante modelos establecidos. Los altos directivos deben poseer una capacidad de información organizacional total selectiva y de prioridades.

El desempeño del individuo dentro de las organizaciones depende de un conjunto de factores, que si son implementados adecuadamente, lo llevarán a alcanzar la productividad.

Eliminar las barreras entre los departamentos lleva a un mayor entendimiento de los individuos dentro de la organización, ya que se fomenta una buena comunicación y se pueden dar a conocer las metas y la misión general de la organización; logrando con esto que se fomente el trabajo en equipo para una mayor productividad.

La organización ideal

Lo que se requiere es diseñar una organización donde:

- La comunicación fluya rápidamente tanto por canales formales como informales.
- Se proporcione la información relacionada con el trabajo y un análisis del desempeño del mismo a todos los miembros de la organización.
- Se enseñe a los miembros de la organización a reconocer y llevar a cabo las metas de la organización.



- Se proporcione retroalimentación a los directivos acerca de los problemas actuales de la organización.

Comunicación eficaz

La comunicación cumple una serie de funciones dentro de una institución como: proporcionar información de procesos internos, posibilitar funciones de mando, toma de decisiones, soluciones de problemas, diagnóstico de la realidad, etc. El término función alude a la contribución de una actividad respectiva, a fin de mantener la estabilidad o el equilibrio. En este caso, el término función se refiere a lo que una organización realiza o logra mediante la comunicación.

Dentro de una organización la comunicación se estudia y se analiza en tres funciones: producción, innovación y mantenimiento.

En la función de **producción**, la comunicación revisa todas las actividades e información que se relacionan directamente con las formas de capacitación personal, orientación pertinente a la realización del trabajo, apertura de espacios para formulación y concertación de objetivos, la solución de conflictos y la sugerencia de ideas para mejorar la calidad del servicio y del producto.

En la función **innovadora** se presentan dos tipos de transformaciones: en la organización y en la comunicación. Las innovaciones en la organización cambian la empresa pero no afectan al personal que labora en ella. En el segundo caso, la organización requiere cambios en el comportamiento de los individuos, hecho que afecta a todo el conjunto; ya que exige una actitud positiva y de mucha perspectiva en todos y cada uno de los estratos: directivos, administrativos y empleados.

“La función innovadora del flujo de la información incluye actividades de comunicación tales como los sistemas de sugerencias a nivel general, el trabajo de investigación y desarrollo, la investigación y el análisis de mercados, las sesiones de manifestación de inquietudes y los comités de desarrollo de ideas”(Sayago, Enrique, 2004).

La función de **mantenimiento** está relacionada con los espacios de socialización de la gente que permite un contacto con el ambiente físico y el humano a través de la información oportuna, amplia y puntual; lo cual genera mejores relaciones interpersonales e identificación con la organización. La comunicación de mantenimiento busca compensar y motivar al personal para que se comprometa con los objetivos y las metas institucionales, reconoce al individuo competente y valioso, resalta el trabajo en equipo y la creación individual.

Perspectivas de la comunicación organizacional

La comunicación organizacional se mira en cinco perspectivas:

COMUNICACIÓN INTERNA: Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización. Es decir, es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Fernández Collado, 2002)



COMUNICACIÓN EXTERNA: Todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

RELACIONES PÚBLICAS: Son las diferentes actividades y programas de comunicación que se crean para sostener las buenas relaciones con los diferentes públicos que forman la organización.

PUBLICIDAD: Son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL: Se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que evoca en el público una imagen favorable de la organización.



1.3 Desarrollo organizacional

Hoy día existe la necesidad de desarrollar estrategias que tengan una visión más amplia y que sean congruentes con los requerimientos y objetivos de los climas organizacionales, modos de trabajo, relaciones, sistemas de comunicación y sistemas de información. A razón de esta necesidad, surge lo que comúnmente conocemos como desarrollo organizacional.

El desarrollo organizacional es el campo aplicado de la Ciencia Social que busca ayudar a las organizaciones a mejorar la realización humana y la productividad.

El desarrollo organizacional contiene datos tomados de las ciencias de la conducta y su objeto es facilitar el proceso de cambio proyectado o formulado de acuerdo con planes y programas.

Conceptos de desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional, "Es un esfuerzo planificado, de toda la organización y administrado desde la alta gerencia, para aumentar la efectividad y el bienestar de la organización por medio de intervenciones planificadas en los "procesos" de la entidad, las cuales amplían los conocimientos de las ciencias del comportamiento". (Becker, Richard, 1973)

El desarrollo organizacional es un esfuerzo que implica un diagnóstico sistemático de la organización y el desarrollo de un plan estratégico para el mejoramiento y la movilización de recursos para llevar a cabo dicho esfuerzo.

Es una constante definición y redefinición de metas que involucra al sistema total, busca un cambio profundo de la cultura. Su enfoque es total, no sólo de los subsistemas, sino de toda la organización. Como ya se mencionó, se administra desde la alta gerencia que debe participar activamente en el programa y sus resultados.

El desarrollo organizacional está ideado para aumentar la efectividad y el bienestar de la organización.

Es decir, un programa de desarrollo organizacional, implica un cambio dentro de la estructura total de la organización (mejorar las capacidades y habilidades en la solución de problemas organizacionales), dicho cambio debe ser manejado por la gerencia de la organización, pues es la que tiene conocimiento de los objetivos, además de ser la responsable de elaborar el plan estratégico para el mejoramiento y la movilización de recursos.

El desarrollo organizacional ofrece muchos instrumentos que de ser aplicados científicamente y considerando nuestra psicología y el actual estado de nuestros valores organizacionales, que no se pueden cambiar de improviso, beneficiarán notablemente la efectividad y el desarrollo no sólo de las empresas e industrias, sino también de todo tipo de organizaciones en nuestro país que estén formalmente estructuradas. (Ferrer, P. Luis, 1995)



Otros conceptos

Warren Bennis (1985)

Una respuesta al cambio, una compleja estrategia educacional que pretende cambiar las creencias, actitudes, valores y estructura de las organizaciones, de tal manera que puedan adaptarse mejor a las nuevas tecnologías, los mercados y los varios retos, incluyendo el mismo cambio vertiginoso.

Luis Ferrer (1995)

Es la aplicación creativa de largo alcance, de un sistema de valores, técnicas y procesos, administrado desde la alta gerencia y basado en las ciencias del comportamiento, para lograr mayor efectividad y salud de las organizaciones mediante un cambio planificado, según las exigencias del ambiente exterior y/o interior que las condiciona.

Gordon Lippitt (1989)

El fortalecimiento de aquellos procesos humanos dentro de las organizaciones, que mejoran el funcionamiento del sistema orgánico para alcanzar sus objetivos.

Características de una organización sana

- La organización, sus partes e individuos que la integran trabajan en relación con los objetivos y planes de la empresa.
- La comunicación lateral y vertical, no se distorsiona.
- La organización debe tener un programa efectivo de comunicación para vincular y desarrollar personal capaz.
- Debe haber fluidez de comunicación en la estructura interna.
- Habilidad para obtener y comunicar información confiada y válida.
- Flexibilidad interna y creatividad para llevar a cabo los cambios demandados por la información obtenida.
- La salud de la organización consiste en que ésta tenga un fuerte sentido de su propia identidad y misión y la apropiada capacidad de adaptarse prontamente al cambio; de ahí que la eficacia de la organización se conceptúe como la capacidad para sobrevivir, adaptarse y mantenerse; (Ferrer Luis, 1995) con un desarrollo que se efectúe independientemente de las funciones concretas que lleve a cabo, enfrentándose con su medio para obtener la información adecuada y procesarla en forma valiosa para lograr con el mínimo costo el máximo grado de beneficios en su misión o producción.

Objetivos del desarrollo organizacional

- Tiene como base primordial mejorar la conducta grupal y organizacional como un medio para lograr efectividad y bienestar en las organizaciones.
- Se dirige al mejoramiento de los sistemas que componen la organización.
- El desarrollo organizacional está interesado en el entrenamiento de grupos, relaciones intergrupales, sistema de comunicaciones, su estructura y funciones, y la mejora del proceso de fijación de objetivos.
- Organizar la empresa de tal manera que el trabajo sea menos tenso.
- Inducir procedimientos para analizar las tareas de trabajo y distribución de recursos y para elaborar continua retro-información, con relación a la manera en que opera la empresa.
- Utilizar la energía en beneficio de la producción y productividad.



- Tomar las decisiones sobre la base de las fuentes de información y no de las funciones organizacionales. Se debe delimitar cuál es la mejor fuente de información para trabajar sobre un problema en particular.
- Asegurar que las empresas estén siendo dirigidas hacia los objetivos por los que fueron creadas.
- Aumentar la apertura de las comunicaciones laterales, verticales y diagonales.

Problemas del desarrollo organizacional

El obstáculo número uno para la excelencia organizacional, son los problemas de comunicaciones, en relación no sólo de la estructura de éstas, sino también de la calidad de las mismas.

Un inventario de los problemas en el campo del desarrollo organizacional, probablemente incluiría la identificación de la misión y valores apropiados, conflicto y colaboración humana, control y liderato, afrontamiento y resistencia a un cambio, utilización de los recursos humanos, comunicación entre los rangos jerárquicos, patrones de crecimiento, desarrollo gerencial y de carreras.

Etapas del desarrollo organizacional

- Autodiagnóstico. Sirve para detectar el estado de la organización al momento del diagnóstico.
- Recopilación y diagnóstico de datos. Elaboración de encuestas, entrevistas y reuniones de confrontación para investigar la estructura organizacional, el clima organizacional, el poder, el ejercicio de autoridad, los estilos gerenciales y de liderazgo, la solución de problemas, la comunicación, la motivación, etc.
- Planeación de la aplicación del desarrollo organizacional en la organización. Se explica cómo llevar a cabo el cambio al interior de la organización.
- Capacitación del personal para la ejecución del desarrollo organizacional.
- Ejecución. Es la aplicación de la planeación, tomando en cuenta la relación entre liderazgo y administración y el cambio de conducta.
- Seguimiento y reciclaje. Tomar en cuenta los resultados del programa e implementar otros en caso necesario, o bien desechar los que no sean útiles.

En las organizaciones existen muchas fuentes ricas de información al igual que maneras distintas de recopilación de la misma.

Debe haber selecciones respecto a los tipos de información que se debe recopilar.

Los miembros de la organización son una guía excelente, con frecuencia, tienen una percepción muy buena del tipo de información que sería útil, y de la manera de obtenerla. Ningún tipo de información puede describir completamente el funcionamiento de un sistema organizacional.

La información es un factor importante en la vida organizacional y constituye un recurso indispensable para el cambio organizacional.



Capítulo II

2. Comunicación Interna

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de motivación que tienen que brindar las compañías a su equipo humano, al mismo tiempo tiene la finalidad de retener a los mejores del entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

Teniendo en cuenta esta función principal, podríamos afirmar que la comunicación interna permite:

- Construir la identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación.
- Profundizar en el conocimiento de la empresa como entidad.
- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Informar individualmente a los empleados.
- Hacer públicos los logros conseguidos por la empresa.
- Permitirle a cada uno expresarse ante la dirección general, cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Promover una comunicación a todas las escalas.

Tipos y herramientas de comunicación interna

Podemos dividir la comunicación interna en dos tipos*:

- Comunicación ascendente
- Comunicación descendente

Cada tipo de comunicación requiere de herramientas diferentes. Por ejemplo, entre las herramientas de comunicación descendente encontramos:

- Tablones de anuncios.
- Periódico interno.
- Carta al personal.
- Jornada de puertas abiertas.
- Reuniones de información.
- Entrevista individual.

Los diferentes estudios realizados respecto a la comunicación interna coinciden en que la mejor forma de comunicación descendente es la relación personal, seguida muy a la par de la utilización de soportes digitales y escritos.

Por otra parte, entre las herramientas de comunicación ascendente podemos encontrar:

- Entrevista.
- Programa de sugerencias.
- Sección en el periódico interno.
- Por correo.
- Buzón de sugerencias.

* La explicación de cada uno de estos tipos se da al final del capítulo.



- Intranet.

Como podemos comprobar, las empresas cuentan con un amplio repertorio de herramientas de comunicación que les permiten acercarse de la mejor manera posible al público al que se dirige, moderar el carácter informativo/afectivo de los mensajes, así como el grado de formalidad.

Pero de nada sirve implantar herramientas de comunicación interna, si ésta no nace de una auténtica cultura empresarial convencida de la necesidad de la comunicación. Si esta filosofía no está implantada, las herramientas más eficaces no servirán y lo único que se habrá conseguido es perder tiempo y dinero.

En el ambiente laboral uno de los puntos más importantes es la comunicación interna, pues es lo que permite que la gente sienta que puede expresarse y que sus ideas serán escuchadas, valoradas, lo que obviamente genera una mayor fidelidad y compromiso de los empleados hacia la empresa.

Teniendo canales de comunicación efectivos habrá menos posibilidades de que se produzcan malos entendidos por parte de los empleados.

Hoy, la gestión de la comunicación interna en las organizaciones cobra especial importancia. Conocer las características, fortalezas y debilidades de los medios y acciones a través de los cuales se envían mensajes a los empleados, constituye un requisito fundamental para garantizar la efectividad de la tarea.

Una clara y buena comunicación interna fortalece el sentido de pertenencia, la identificación, la motivación y el compromiso de los empleados con la organización, orientando los resultados en la dirección deseada y contribuyendo al incremento de la productividad.

Las relaciones que se dan entre los miembros de una organización se establecen gracias a la comunicación; en esos procesos de intercambio se asignan y delegan funciones, se establecen compromisos, y se le encuentra sentido a ser parte de ella.

Por estas razones, toda institución que se respete, debe priorizar dentro de su estructura organizacional un sistema de comunicaciones e información que dinamice los procesos que a nivel interno vivifican la entidad y la proyectan hacia su área de influencia.

Las comunicaciones internas promueven la participación, la integración y la convivencia en el marco de la cultura organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales.

La carencia de estrategias comunicativas al interior de la institución, la falta de canales o la utilización inadecuada de los mismos, genera lentitud en los procesos y en las acciones, retardo en las respuestas y desinformación acerca de las políticas empresariales. Por otra parte, son indispensables para que no se pierda la coherencia entre las acciones que se realizan dentro de la institución con la realidad del entorno.



Fundamentos teóricos de la comunicación interna

La comunicación en las organizaciones es un *proceso* complejo y *dinámico* en el que intervienen *personas* en múltiples situaciones.

Su carácter de *proceso* nos habla de la necesidad de construcción conjunta. Su carácter *dinámico* nos habla de la imposibilidad de que un canal permanezca siempre igual, indiferente ante los cambios. La intervención de *personas* nos habla del grado de complejidad, de una red de relaciones que le dan sentido a todos los canales de comunicación interna.

Cuando un canal se obstruye o dificulta su uso, debemos pensar más allá de las características técnicas del canal para pensar en estos tres elementos: proceso, dinamismo y personas.

No se puede perder de vista que la organización como tal, tiene una misión y unos objetivos profesionales prefijados que responden a la visión de la empresa, dicha misión es la brújula que orienta, canaliza y promueve todas las acciones.

Las organizaciones deben elaborar programas de inducción que intervengan en la cultura de la organización, con el fin de propiciar actitudes colectivas para comprender de forma madura la postura y comportamientos que se generan al interior de la organización. Se trata de construir canales confiables, sostenidos, flexibles, de comunicación entre todos los miembros; esto no sólo se refiere a publicar, hacer eventos deportivos o reuniones frecuentes, es decir desarrollar una visión compartida de los objetivos de la empresa, de los medios para ejecutar el plan de trabajo y la importancia de la constancia para construir una coherente y consciente actitud por trabajar juntos, para competir y ser cada vez mejores. Para llevar a cabo este tipo de propuestas es importante la creación de estrategias comunicativas que permitan actuar de manera productiva tanto para la organización como para sus públicos.

Toda persona comprometida con la organización, interactúa cooperativamente, desea ser aceptada y espera que sus opiniones se tengan en cuenta aunque sea por algunas personas de la empresa.

Las organizaciones humanas han empezado a darse cuenta del valor de la comunicación y de la información como recurso estratégico para desarrollarse y sobrevivir en un mundo altamente competitivo.

Pues es precisamente en la articulación de la información y la comunicación donde podemos darnos cuenta cómo fluyen éstas en los diferentes ámbitos y niveles; si a través de ellas se dinamizan y proyectan políticas pertinentes a la dirección, a la estructura y a la cultura organizacional. Si la información y la comunicación informales se procesan y se canalizan institucionalmente, para que trasciendan el nivel del rumor, de la opinión, del comentario inadvertido y se vuelvan comunicación estratégica que interprete, canalice, capitalice e incorpore el valor significativo de la información generada en la cotidianidad y se tome de ella lo realmente importante para la acción productiva de la organización.

La comunicación interna recoge todo el conjunto de acciones que se generan y se ejecutan dentro de la organización, para la creación y mantenimiento de las óptimas relaciones con y entre los miembros de la misma; para la cual debe emplear diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, motivados e integrados y de esta forma que el clima laboral armónico contribuya al logro de las metas y objetivos que se propone la empresa. La empresa debe ser un espacio abierto, un lugar donde los individuos obtengan el reconocimiento, la realización personal y profesional que buscan.



La pertenencia a la organización, tal como ocurre en los grupos puede ser de naturaleza voluntaria e involuntaria. Podemos caracterizar la organización por la existencia de una relación particular entre los individuos, regida por normas compartidas y con roles definidos que permiten controlar y realizar las distintas actividades.

Las organizaciones se clasifican según el tipo de función: empresarial, comercial, educativa, pedagógica, gubernamental, administrativa, militar, publicitaria, cultural y de salud entre otras; donde las personas conviven e interactúan con otros individuos de acuerdo con los espacios y normas de la institución. En las organizaciones es necesario controlar rigurosamente a las personas si se desean lograr los objetivos para los que fue creada.

Por eso al poner en marcha un Programa de Comunicación Interna lo primero que se debe hacer es observar el entorno que rodea al ámbito de aplicación de dicho programa, definiendo lo que se pretende conseguir, los apoyos, los problemas y las necesidades que existen; para más tarde definir cómo se va a conseguir lo que se pretende alcanzar (diseño del proyecto) y poder ejecutarlo en una fase última y haciendo un seguimiento del mismo, en todo este estudio está presente siempre la cultura, dicho análisis necesita de un estudio previo de la comunicación entre las partes.

Si utilizamos un Programa de Comunicación Interna como herramienta de gestión del cambio estaríamos persiguiendo los siguientes puntos:

- Participar en la comunicación interna de la "visión estratégica" de la organización.
- Ayudar a que se implanten los cambios organizacionales existentes, consecuencia de la adopción de posicionamientos estratégicos, comunicando los objetivos, motivos y derivaciones del nuevo modelo organizacional.
- Sirve de vínculo de unión entre las comunicaciones existentes en la organización, es decir, entre la comunicación interna y la comunicación externa; la comunicación se realiza a los dos niveles: clientes (externos) y personal de la organización (internos).
- Ayuda a la puesta en marcha de programas de Calidad Total, ya que un programa de este tipo necesita para su implantación y posterior seguimiento cada vez un mayor grado de participación por parte de sus beneficiarios.
- Es un elemento de marketing interno fundamental para la organización, en el sentido de que permite a las personas que participan en su gestión conocer los aspectos más significativos que de ella se derivan, en una palabra permite que los empleados conozcan más la organización.
- Influye sobre el clima dentro de la organización.
- Su puesta en marcha permite el conocimiento de la cultura de la organización o la resistencia al cambio de los empleados.

El Programa de Comunicación Interna se constituye como una herramienta para la mejora del rendimiento porque supone integrar en la organización nuevos elementos que sitúan a la organización en una clara situación de ventaja competitiva.

- Un buen Programa de Comunicación Interna puede promover o ser un instrumento para la mejora del rendimiento.
- El Programa de Comunicación Interna ayuda a que el problema sea comprendido y facilita al cliente la resolución del mismo.
- Sirve de elemento integrador entre las distintas áreas de la organización ya que promueve la interacción entre ellas a través de la comunicación.
- Un Programa de Comunicación Interna puede suponer una satisfacción en los empleados, una mejora en la calidad y el valor del servicio.



Desarrollo de la comunicación interna

Cualquier canal de comunicación interna que se instituya en una organización requiere de un proceso de diseño, apropiación, seguimiento y evaluación por parte del área a cargo:

DISEÑO: Todas las organizaciones son diferentes, es por ello que cada una se obliga a diseñar sus canales de sugerencia de manera particular coordinando esta herramienta a la cultura organizacional y a las necesidades de las personas. El diseño debe contemplar: el objetivo a alcanzar, el formato a utilizar, los espacios físicos donde va a estar ubicado, la manera en que vamos a procesar las respuestas. Esta etapa también vislumbra una instancia de información hacia los usuarios sobre el cómo, quién, cuándo, dónde y para qué del nuevo canal.

APROPIACIÓN: Como todo canal de comunicación que se instituya, debe contemplar una estrategia de apropiación que permita a las personas ver la importancia del uso y adoptarlo como un canal propio.

SEGUIMIENTO: Como canal de comunicación, por tal tiene un emisor y un receptor que cambian sus roles alternativamente. A cada organización le corresponde encontrar un método para agilizar la escucha de las respuestas y para convertirlas en acciones.

EVALUACIÓN: La evaluación de la evolución del canal nos provee de información cuantitativa y cualitativa sobre qué recibimos, quién interviene, qué se dice, cómo se dice, por qué se dice y cuál es la historia de las respuestas.

Objetivo de la comunicación interna

Un objetivo básico a la hora de trabajar en comunicaciones internas en la empresa es evitar los rumores, las especulaciones, los supuestos y la incertidumbre, ya que éstos afectan directamente los resultados de los proyectos y la productividad general de la empresa. Y una gran ayuda para poder evitarlos es la comunicación directa.

La planificación y coordinación de acciones complementarias, así como los medios impresos y electrónicos permitirán de una manera u otra llegar a los empleados una, dos o hasta tres veces con el mensaje. Y en cuantas más oportunidades entregue mensajes claves a los empleados, estará demostrando interés por estar conectado con ellos y éstos le retribuirán con lealtad y fidelidad, así como con efectividad y eficiencia. Algo que asegurará una relación duradera basada en la confianza y que será difícil de romper por los cazadores de talentos, la desmotivación por “no sentirse parte” o por las interferencias que todo lo distorsionan. Y esto no es otra cosa que el fin de las comunicaciones internas en las organizaciones.

Métodos de comunicación interna

La información dentro de una organización puede distribuirse en diferentes niveles y de diferentes maneras, con la finalidad de:

- Llevar a cabo una comunicación formal por la cual el personal es informado de sus responsabilidades, prácticas y procedimientos.



- Obtener un panorama claro de la organización, a través de la retroalimentación.
- Sondar y diagnosticar a la organización.
- Mantener un flujo adecuado de información.
- Conservar el rumbo del grupo hacia el logro de los objetivos de la empresa.
- Evitar la prevalencia del rumor como medio de comunicación.
- Apoyar la labor del equipo y el sentido de avance.
- Dar a conocer claramente los objetivos de la empresa.
- Proporcionar información fidedigna a los empleados, en un mismo formato y sin distinción entre los mandos medios y el personal operativo.
- Establecer una línea directa entre los empleados y la empresa.
- Mantener al personal bien informado de lo que sucede en la empresa, dándole la oportunidad de retroalimentar sus dudas.
- Identificar las características de los diferentes medios y acciones de comunicación interna, para diseñar un plan de comunicación a medida de las necesidades de la organización.
- Evaluar el impacto de los medios y las acciones de comunicación interna en la organización.

La comunicación interna se da a través de los siguientes medios:

COMUNICACIÓN ESCRITA: Es clara, precisa, completa y correcta; se califica como información de primera mano y se deja constancia. Por medio de ella las personas tienen la oportunidad de poder regresar a segmentos anteriores al mensaje, lo que permite una mejor comprensión en la información. Ésta puede darse a través de:

El manual del empleado: Se encuentra la información necesaria para que el empleado logre un excelente desempeño en sus funciones como también las condiciones y reglamentos de la empresa.

La filosofía, cultura de la organización como los derechos y deberes que tiene cada uno de los trabajadores.

Carta: Es el medio más usado dentro de la organización para las personas ausentes, en la cual se comunica alguna cosa de interés personal o grupal.

Memorando: Es el medio más usado, que lleva como objetivo el recordar mensajes o información con referencia a instrucciones internas que los empleados deben realizar dentro de la organización.

Los memorandos son un medio útil para transmitir los cambios que se produzcan en las distintas políticas y procedimientos de la empresa y que no están reflejados en el manual del empleado.

Carteleras: Son calificadas como un factor clave en la organización, allí se suele manejar información a través de otros medios sobre actividades de motivación o mensajes de interés general para los empleados y directivos, algo muy importante para que éstas funcionen se debe tener en cuenta su ubicación; es decir la empresa establece sitios estratégicos por donde hay mayor flujo de personal.

Revista: Es una forma de comunicación tradicional más común y con mayor aceptación dentro de la empresa, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, en aras de contribuir al fomento de la investigación y de acontecimientos afines a la comunicación; en las revistas se consigna la realidad de la organización.

Periódico mural: Envuelve un área de conocimientos especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.

Boletín: Es un medio de comunicación donde se maneja información especializada para los públicos internos y externos de la organización.



Consiste en una pequeña publicación mensual en donde se puede encontrar información de acontecimientos importantes de reuniones y cambios de puestos de trabajo o novedades de la organización.

Comunicación electrónica: El correo electrónico o *e-mail* es un sistema mediante el cual los distintos empleados de una empresa pueden comunicarse entre sí a través de mensajes electrónicos escritos que son enviados mediante los terminales de las computadoras personales conectadas a una red. Este medio es rápido para transmitir acontecimientos claves de la empresa a un gran número de empleados.

Uno de los problemas es que al ser muy fácil de utilizar contribuye en algunos casos a que haya un exceso de información.

Buzón de sugerencias: Es importante recordar que el buzón de sugerencias es un canal de comunicación, pero no es en sí mismo la comunicación.

El buzón de sugerencias puede hablar mucho de la empresa, es importante que las organizaciones puedan evaluar en un camino hacia la mejora, cómo es el proceso de comunicación ascendente con el personal a través del buzón de sugerencias y cómo nuestra organización habla y escucha a través de él.

COMUNICACIÓN MASIVA: Es la comunicación permanente que genera mensajes y noticias de manera específica, coherente, directa y sincera, para los públicos internos y externos de la organización. Ésta se da por medio de:

Entrevista: Es uno de los medios más utilizados dentro de la organización para la selección del personal; en otros casos la entrevista es empleada como un instrumento preliminar para estructurar la comunicación interna; ahí se puede aplicar una conversación específica para determinar los elementos que pueden intervenir en los problemas que aquejan a la organización en ese ámbito.

Reuniones: Se puede definir como una comunicación directa, donde intervienen más de dos personas; las reuniones son dirigidas por alguno de los integrantes de la organización, donde se retroalimentan, se transfiere información de interés general y lo más importante, se toman decisiones que tienen por objeto llegar a un acuerdo común para el beneficio de la organización.

Facilitan el diálogo y fomentan las relaciones personales, sobre todo entre empleados que no suelen interactuar entre sí frecuentemente por encontrarse separados.

Círculo cerrado de televisión y radio: Medios de comunicación que tienen como finalidad lograr una buena influencia y ofrecer grandes posibilidades de retroalimentación; allí los directivos, administrativos y empleados pueden tener una visión más precisa sobre actitudes y sentimientos generados en la interacción y percibir con mayor facilidad cuál va a ser el comportamiento del otro; ese tipo de información suele desarrollarse en la comunicación no verbal.

TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

El sistema de comunicaciones a nivel interno comprende las comunicaciones de tipo formal e informal. Las formales se constituyen por el conjunto de vías o canales establecidos por donde circula el flujo de información, relativo al trabajo entre los miembros de la empresa; tiene como objetivo lograr la coordinación eficiente de todas las actividades distribuidas en la estructura de la organización; éstas se regulan en las cartas y manuales de la organización.

Las comunicaciones informales constituyen un conjunto de interrelaciones espontáneas, basadas en preferencias y aversiones de los empleados, independientemente del cargo. En este tipo de



comunicación la información que se transmite puede tener relación con las actividades de la institución o a la vez puede no tenerla. El flujo de la información circula por los canales abiertos de la empresa; el compartir la información con todos los miembros de la organización tiene como fin que todos estén informados de lo que deben y desean hacer, es una manera de fomentar la participación, la identidad y el sentido de pertenencia; de esta manera el ambiente laboral es más favorable para el bienestar de la organización.

La comunicación formal e informal son complemento una de la otra y están relacionadas entre sí para el mejoramiento continuo de la organización en el ámbito de las comunicaciones; es decir, que dentro de ella no existe ninguna frontera. Por último se puede decir que la comunicación formal e informal, tiene como fin el enviar una serie de mensajes en los que se asegura una difusión adecuada por los procedimientos estipulados en la organización, estos mensajes suelen llevar implícitos los objetivos y políticas que se manejan dentro de la organización.

Dentro de la comunicación formal e informal se habla de comunicación multidireccional: descendente, ascendente, horizontal, transversal, interna y externa.

- **COMUNICACIÓN DESCENDENTE:** Esta clase de comunicación es utilizada para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los empleados, tiene como objetivo el indicar instrucciones claras y específicas del trabajo que se debe realizar; en dicha comunicación se pierde el valor comunicativo que lleva el mensaje.
- **COMUNICACIÓN ASCENDENTE:** Es cuando los trabajadores de una organización se comunican con los directivos o superiores, dándoles a conocer el panorama general que sucede al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo; esta información suele ser detallada y específica.
- **COMUNICACIÓN HORIZONTAL:** Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel. Por otro lado, cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura, se dice que es comunicación informal y comprende toda la información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización. La comunicación informal incluye el rumor.

La comunicación debe ser:

ABIERTA: Tiene como objetivo el comunicarse con el exterior; ésta hace referencia al medio más usado por la organización para enviar mensajes tanto al público interno como externo.

EVOLUTIVA: Hace énfasis a la comunicación imprevista que se genera dentro de una organización.

FLEXIBLE: Permite una comunicación oportuna entre lo formal e informal.

MULTIDIRECCIONAL: Esta maneja la comunicación de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna, externa entre otras.

INSTRUMENTADA: Utiliza herramientas, soportes, dispositivos; porque hoy en día muchas organizaciones están funcionando mal, debido a que las informaciones que circulan dentro de ella no llegan en el momento adecuado ni utilizan las estructuras apropiadas para que la comunicación sea efectiva.



RESPONSABILIDADES DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN INTERNA

- Actuar como altavoz de la alta dirección para transmitir los mensajes directamente ligados a ella y que tienen que ver con la visión, misión, objetivos generales, valores culturales... Muchas veces existe exceso de información. Y este exceso es precisamente de datos que no son necesarios a la hora de tomar una decisión. Un volumen grande de información se origina por no tener clara la misión y los objetivos de la empresa. Este apoyo se concreta en dos sencillas acciones: canalizar los mensajes y traducirlos para que sean correctamente comprendidos por todos.
- Ayudar a la línea ejecutiva en las acciones o procesos derivados de sus responsabilidades. Este apoyo puede hacerse desde dos frentes: generando un estado de opinión y actuando como proveedor o consultor de servicios de comunicación a la dirección.
- Crear un marco general de Información/comunicación, que consiga que todas las informaciones internas y externas respondan a una política determinada y definida, a un estilo homogéneo e integrado y no rivalicen ni compitan entre sí. Ésa es la clave: ligar cada noticia concreta a la misión o a un objetivo general de la organización.



Capítulo III

3. La comunicación interna en la Secretaría de Relaciones Exteriores

De dónde surge la necesidad de la comunicación interna

Dentro de las dependencias, los individuos son portadores de información, siendo emisores de mensajes institucionales con una interpretación personal, lo cual puede generar una formación o deformación de la imagen institucional. Para que ésta sea positiva, la información debe ser creíble, sólida y bien estructurada pues con ello se fomenta el sentido de pertenencia, se generan valores compartidos, decisiones conscientes y un claro compromiso de participación; todo esto apoyará el buen funcionamiento de los equipos de trabajo.

Como resultado y con fundamento en la *Norma que establece el Esquema General para la Implantación de Sistemas de Comunicación Interna en la Administración Pública Federal Centralizada*, firmada y dada a conocer el 25 de septiembre de 2002, se instituyó como obligatoria para las diferentes Dependencias, la creación de órganos de comunicación interna.

De conformidad con el Plan Estratégico de Comunicación Interna para la Administración Pública Federal 2002, a la Dirección General del Servicio Exterior y de Personal de la Secretaría de Relaciones Exteriores se le dio la tarea de diseñar un órgano de comunicación interna que promueva y fortalezca su imagen, al tiempo que informa a los servidores públicos de los sucesos más relevantes que se generan en la Cancillería.

De igual forma que se instituya como un medio que coadyuve a la consolidación de un buen gobierno y proporcione los elementos necesarios para el logro de objetivos institucionales.

La Coordinación de Comunicación Interna por medio de un conjunto de técnicas y actividades se encargará de facilitar y agilizar el flujo de mensajes entre los miembros de la Secretaría; para así conocer las opiniones, actitudes y conductas del público interno (mandos superiores, mandos medios y personal operativo).

A través de los canales de comunicación creados, se logrará transmitir al personal los objetivos, programas, actividades y acciones de la SRE, así como sus avances.

Otro punto importante que se debe difundir mediante la comunicación interna es el liderazgo, es decir transmitir con claridad a todo el personal operativo la misión y visión institucional y la fortaleza de sus medios, con la apertura necesaria para que exista una retroalimentación entre todos los niveles de la Dependencia, para que se fomente una responsabilidad compartida en los compromisos y logros institucionales.

Este plan estratégico nace como respuesta a la necesidad de tener una comunicación interna en la Secretaría, para de esta manera contribuir al mejoramiento de la cultura y el clima laboral y así desarrollar un ambiente óptimo y de pertenencia.

Para la creación de un plan estratégico se debe identificar qué es y para qué sirve el proyecto, así como sus partes, objetivos y tener un seguimiento para evaluar el desarrollo del mismo. ¿Qué se va a evaluar? ¿Cómo se va a evaluar? y ¿Quiénes lo van a evaluar?

La comunicación es parte fundamental en una organización y dentro de una institución la vinculación entre la comunicación interna y externa es fundamental y debe ser clara. En cada institución la comunicación es diferente y por este motivo el plan estratégico debe ser acorde a las necesidades de la Dependencia para, de esta forma, lograr resultados favorables.



Uno de los principales objetivos de la Coordinación de Comunicación Interna es crear medios de comunicación para mantener buenas relaciones con y entre sus miembros, además de ayudar a la SRE a alcanzar sus metas.

Para que los miembros de la SRE estén enterados en dónde estamos y a dónde queremos llegar y se tenga el mismo enfoque y unidad de propósitos, objetivos y políticas, se recomienda la creación de una revista institucional impresa.

Este medio será una forma de reunir a los miembros de la SRE para conseguir un fin común y cumplir las metas de la institución, y que no por falta de información se limite la capacidad para alcanzar los objetivos debido a que se llegue a tergiversar e interpretar libremente la información, causando conflictos y desvirtuando la integridad de la SRE.

El proceso de elaboración de este tipo de redes de comunicación, tiene como propósito inherente la creación de compromisos por medio de los cuales se va a construir la identidad y la historia de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

En este sentido, se aplicó una encuesta donde se puso a consideración del personal de la Dependencia el medio de comunicación más idóneo y el tipo de información que redituaría un mayor beneficio. Según los resultados de la encuesta referida, la cual se anexa, un 97% de la población encuestada estuvo de acuerdo en la necesidad de que exista un medio de comunicación interna, que fuera a través de medios impresos y electrónicos y que abarcara temas como noticias de la dependencia, convocatorias, prestaciones, capacitación, cultura y entretenimiento.

Al efecto, en primera instancia se propone una revista de periodicidad mensual con un tiraje de 5,000 ejemplares, que incluya información proveniente de las distintas Unidades Administrativas, para satisfacer así la demanda de información general.

Sobre el particular, se sugirió "Nuestra Comunidad" como título para la revista en cuestión, sobre la base de que los miembros de esta Secretaría deben ser una familia con intereses en común, a la cual hay que enriquecer con los principios de identidad, unión y fortaleza.

Del mismo modo se sugirieron diferentes slogans, entre los cuales "Uniendo Destinos" fue el más indicado pues al igual que el título, hace alusión al objetivo del medio de comunicación interna.

Objetivos estratégicos para la implantación de la comunicación interna en la SRE

- Consolidar la organización para el mejoramiento de la cultura y el clima laboral.
- Proponer nuevos medios de comunicación interna para fomentar la unión y sentido de pertenencia, colaborando en la integración del individuo a la SRE.
- Mejorar los mecanismos de difusión de la SRE.
- Promover la capacitación, el desarrollo institucional, social y cultural entre miembros.
- Optimizar la comunicación interna.

Estos objetivos se van a lograr gracias a la promoción de los derechos y obligaciones de los trabajadores, al dar a conocer la importancia de la misión y visión de la SRE. Es importante que también se desarrollen equipos para la mejora del potencial laboral y emocional (coordinación de capacitación).

El Plan estratégico será apoyado por el *marketing* social, para llegar a la población objetivo y detectar por medio de las fortalezas y debilidades institucionales la imagen de la institución y prevenir los riesgos y aprovechar las oportunidades de la SRE.



Dentro de una institución, los individuos llevan la comunicación interna siendo los emisores de mensajes institucionales y son quienes forman la imagen. Para que esto se logre positivamente en el trabajo, debe tener credibilidad, sentido de pertenencia, generar valores compartidos, promoción, decisiones consientes y un claro compromiso de participación. Y por todo esto se genera un buen funcionamiento de un equipo de trabajo. En el caso de la comunicación interna de la SRE, se ocupará de motivar al personal para integrar las metas individuales y los objetivos de la Secretaría.

La Coordinación de Comunicación Interna por medio de un conjunto de técnicas y actividades [revista impresa (medio más importante considerado como punto de arranque), página web y buzón de sugerencias] se encargará de facilitar y agilizar el flujo de mensajes entre los miembros de la Secretaría; para así conocer las opiniones, actitudes y conductas del público interno (directivos, gerencias y personal). Por medio de los canales de comunicación se logrará de una manera efectiva dar a conocer los objetivos de la SRE hacia dentro de la misma y conocer los avances de éstos.

Otro punto importante dentro de la comunicación interna que se debe dar en la Secretaría es el liderazgo, es decir la confianza, apertura y búsqueda de comunicación con los empleados para tener una discusión que retroalimente a la Coordinación de Comunicación Interna y sucesivamente a los puestos directivos y con esto lograr una responsabilidad compartida de los logros y mejora continua en forma participativa con todos los miembros de la SRE.

Objetivo general

Establecer un sistema estratégico de comunicación interna, que asegure el flujo oportuno de la información en la Secretaría de Relaciones Exteriores. Esto con la finalidad de contribuir en el logro de la misión y los objetivos de esta Dependencia.

Objetivos específicos

- Identificar, según las necesidades de la Dependencia, cuál es el medio de comunicación idóneo para difundir información dentro de ella.
- Institucionalizar un medio de comunicación interna en la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Identificar el órgano de comunicación interna como agente de cambio.
- Formar la Red y las áreas de comunicación interna.
- Promover la creación de un equipo de trabajo para cada una de estas áreas.
- Elaborar una estrategia que identifique la visión del órgano de comunicación interna.
- Garantizar la difusión de información propia de la Dependencia y otras instancias gubernamentales.
- Evaluar los resultados de la comunicación interna en la SRE.

Misión

- Lograr que la comunicación Interna fomente una cultura laboral para la mejora de un clima organizacional que coadyuve a la integración e identificación del personal de la Secretaría.

Visión

- Fomentar el intercambio y la difusión de información como un elemento indispensable para mejorar las prácticas de innovación y calidad gubernamental.



- Conformar dentro de las Dependencias de la Administración Pública un equipo de trabajo de comunicación interna que facilite el flujo de información al interior de la Dependencia.
- La información otorgada al Servidor Público debe ser veraz, clara, sencilla, concreta, oportuna, novedosa, creativa e incluyente, es decir, la comunicación interna debe encontrarse a tiempo con el trabajador.
- La información, entendiéndolo por ésta el lazo de comunicación con el empleado, debe tener una esencia propositiva, debe ser completa y estar bien estructurada; dicho de otro modo, debe planear la existencia de mecanismos de retroalimentación en los que lo oficial se vincule con los proyectos estratégicos.

Metas

- Que los servidores públicos conozcan las acciones y los logros alcanzados por la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Mejorar el clima laboral en la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Definir las políticas y las estrategias de comunicación interna al interior de la SRE.
- Diseñar el plan de comunicación interna en la SRE.
- Definir los medios de comunicación utilizados y por utilizar.
- Contar con un equipo de trabajo comprometido.
- Retroalimentación constante.
- Crear un medio de consulta viable y confiable.
- Dar a conocer la misión, visión y actividades de la SRE.
- Lograr que todos los miembros de la Secretaría estén informados del acontecer general de la misma, independientemente de su rango dentro de ella.
- Lograr que el órgano de comunicación interna tenga un contenido atractivo y de interés general para todos los Servidores Públicos.

Estrategias

- Identificar las normas vigentes sobre la comunicación interna en las instancias gubernamentales.
- Conformar un comité editorial que sea responsable y participativo en la selección, redacción y edición de la información.
- Definir los ámbitos de competencia para la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Vincular el órgano de comunicación interna con todas las áreas que integran la SRE.
- Establecer relación con el área de Comunicación Social.
- Evaluar permanentemente al órgano de comunicación interna, a fin de mejorarlo, corregirlo y enriquecerlo, según las necesidades que se vayan presentando.
- Vincular la información con las redes de otras Dependencias.
- Identificar el uso de los medios de comunicación con base en el público al que se quiera llegar.
- Utilizar todos los foros y medios disponibles.
- Descubrir las necesidades de capacitación y formación del equipo de trabajo del órgano de comunicación interna.
- Crear un sistema de calidad al momento de seleccionar la información que se publicará.
- Tener un acercamiento con la Oficialía Mayor, quien es responsable de la aplicación de la Norma.



Medios de comunicación interna a utilizar

MEDIOS IMPRESOS	
Formato Nombre Periodicidad Tiempo de ejecución Características y Observaciones	Revista <i>Nuestra Comunidad</i> Mensual Inmediato Incluirá temas de interés general, prestaciones, servicios, promociones, capacitación, información de otras Unidades Administrativas, etc. Adicionalmente se presentarán temas de análisis y difusión que coadyuven a fomentar una cultura laboral de respeto e integridad entre los servidores públicos de la Cancillería. La publicación se distribuirá en cada una de las Unidades Administrativas de la Dependencia, delegaciones metropolitanas foráneas, así como en las representaciones de México en el exterior.
Formato Nombre Periodicidad Tiempo de Ejecución Características y Observaciones	Periódico mural Por definir Mensual Mediano plazo Se incluirá información sobre efemérides, conferencias, presentación de libros y en general asuntos de interés para la Cancillería. Se solicitará a la Dirección General de Bienes Inmuebles y Recursos Materiales la instalación de vitrinas, en las cuales se exhibirá el periódico y otros documentos oficiales. El control y mantenimiento de estos espacios será responsabilidad de los Coordinadores Administrativos.
Formato Nombre Periodicidad Tiempo de Ejecución Características y Observaciones	Cartel Sin nombre Variable Mediano plazo Para la difusión de fechas conmemorativas y eventos de especial relevancia. Como complemento al cartel o de manera independiente se diseñarán folletos, panfletos, dípticos, etc.
Formato Nombre Periodicidad Tiempo de Ejecución Características y Observaciones	Tablero de servicios Por definir Permanente Mediano plazo Espacio reservado para la comunicación entre los trabajadores de la Dependencia. Se instalarán pizarrones de corcho en los descansos de las escaleras.



MEDIOS ELECTRÓNICOS	
Formato Nombre Periodicidad Tiempo de Ejecución Características y Observaciones	Portal en Internet Por definir Permanente. Se planea renovar la información y contenido cada semana. Mediano plazo El portal será el complemento de la Revista, principal medio Impreso, incluyendo información que por su periodo de vigencia no sea susceptible de ser incorporada en ésta. Permitirá al visitante emitir su opinión sobre el contenido del mismo. La Dirección General de Comunicaciones e Informática colaborará con el proyecto, diseñando el portal y brindando capacitación para su mantenimiento.
Formato Periodicidad Tiempo de Ejecución Características y Observaciones	Correo electrónico Permanente Mediano plazo Envío de información de interés para los empleados, así como recepción de comentarios y opiniones.

Se toma como punto de partida la revista ya mencionada. Para la elaboración de esta publicación es indispensable conocer las características (físicas, de diseño y contenido) que contempla el concepto de **revista**, éstas se mencionan en el siguiente capítulo.



CAPÍTULO IV

4. La revista

Estructura de una revista

Desde el punto de vista del diseño y contenido, las revistas son una forma híbrida, pues tienen algunas características de los periódicos como es el proveer de noticias al lector, pero al mismo tiempo tienen una calidad y valor duradero que las haría muy parecidas a los libros. En cuanto a su semejanza con la publicidad, en las revistas se pone una gran atención en el atractivo visual y en el caso de los órganos internos se establecen metas básicas parecidas a las trazadas en la publicidad.

- La revista noticiosa emplea encabezados estandarizados al estilo periodístico.
- La revista escolar tiene el formato tradicional de un libro.
- Las revistas de relaciones públicas o aquellas destinadas a un cierto tipo de consumidores, deben adaptarse funcionalmente a sus metas editoriales básicas.

Incluso en cada una de las categorías de revistas debe haber diferencias sustanciales. Cada una debe desarrollar un carácter, estilo y apariencia física propios, en este último aspecto cabe mencionar que a lo largo de gran parte de la historia de la revista la apariencia visual ha sido muy importante.

El diseño de una revista debe considerar la personalidad y el carácter específico de sus lectores. Todas las publicaciones gráficas están restringidas por límites visuales pues el diseño de cada página debe adaptarse a las proporciones establecidas, es decir al formato (forma, tamaño y estilo de la publicación).

El formato de la revista es un factor básico pues aunque hay una variación muy significativa en cuanto a forma y tamaño, es de vital importancia tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Facilidad de manejo. Es la principal ventaja pues se vuelve una publicación fácil de manipular y almacenar. En el tamaño carta, puede darse mayor énfasis en las imágenes y fotografías.
- Adaptabilidad del contenido al formato.
- Limitaciones mecánicas de los tamaños de las prensas de impresión.

La mayor parte de las revistas tiene texto e ilustración en una proporción relativamente equilibrada y usan un formato adecuado para ambos, el tamaño aproximado es de 21.5 × 28 cm. Debido a que este tamaño es el mismo al usado normalmente, las dimensiones son familiares y cómodas para el lector.

La meta final de las revistas es llevar información y lograr que ésta tenga significación para el lector.

Presentación ordenada de la revista

El diseño ordenado empieza con los márgenes usados para enmarcar el contenido, los márgenes son importantes pues facilitan la lectura y ayudan a que las páginas sean más atractivas. Los márgenes comúnmente se consideran obligatorios pues contribuyen a la legibilidad, sin embargo, el tamaño que deben tener varía ampliamente.

Aunque muchas revistas siguen los márgenes tradicionales, los diseñadores modernos se toman mucha libertad en la elaboración de la página tipográfica.



Para las revistas, también es importante un equilibrio de página a página, es decir, la distribución de pesos, los espacios en blanco, pues son los principios básicos para la formación de una unidad de diseño.

El auxiliar del equilibrio para lograr el orden en el diseño, tan vital para la comunicación, es la simplicidad. Sabemos desde hace mucho tiempo, con base en los estudios de legibilidad, que la simplicidad en el lenguaje verbal es esencial para una comunicación efectiva; lo mismo se aplica a la presentación visual. La sintaxis visual simple y directa es importante para las revistas debido a la naturaleza conceptual de gran parte del contenido de éstas. (T. Turnbull, Arthur, 2003)

Debe cuidarse que el lector sepa dónde empieza el texto de un artículo, un recurso tipográfico comúnmente utilizado es la gran capitular, igualmente al final del texto suelen emplearse marcas de verificación, logotipos, estrellas, o algunos otros ornamentos tipográficos.

Para llamar la atención en un artículo o nota, se debe dar al lector un punto de arranque, es decir colocar un elemento que sobresalga de entre los demás, éste debe ser ubicado en un sitio razonable (normalmente en la parte superior) para lograr que el lector se desplace al final del mensaje y lograr así el objetivo de comunicación..

La armonía entre el tema y su presentación, es de vital importancia en las revistas, una vez que se ha establecido el carácter del diseño para un artículo, deberá conservarse hasta su conclusión.

Sin embargo, no es necesario que la revista conserve el mismo carácter de diseño de cubierta a cubierta, y aunque debe existir cierta estandarización, cada artículo puede asumir su propia personalidad, especialmente cuando se trata de presentar una revista con contenido altamente variado.

Elementos de la revista

La portada de una revista debe estimular la atención y crear el deseo de entrar. Está integrada por titulares, ilustraciones, cintillo (único y de un tamaño que permita distinguirlo rápidamente), indicador o directorio. Es indispensable que incluya el volumen y número de ejemplar.

El diseño debe ser flexible para adecuarse a las diferentes ilustraciones y dar un atributo especial a las publicaciones subsecuentes.

Toda revista debe contar con un índice de contenido y aunque éste no ocupe toda la página es necesario que el lector lo pueda localizar instantáneamente, por lo que su colocación debe ser al principio de la revista.



Análisis morfológico de otras revistas de comunicación interna

A continuación se muestra un análisis de 12 publicaciones que muestran los estilos e información contenida en los órganos de comunicación interna de diferentes dependencias gubernamentales.

Se mencionarán de manera general las características físicas y cuestiones editoriales, donde se pondrá especial énfasis en el tipo de información que publican, la conformación del equipo de trabajo y la estructura general de la publicación.

Dichas publicaciones servirán como base para la creación de *NUESTRA COMUNIDAD*.

Nota: No se eligió ningún parámetro específico en la elección de las publicaciones analizadas.



SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PUBLICACIÓN: COMUCARSE

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño moderno pero sencillo, es fácil localizar la dependencia a la que pertenece pues además del logo institucional, tiene un cintillo donde se aclara el número y año.

Se hace alusión a los temas más importantes del ejemplar.





Las páginas 25% ilustraciones. interiores son de papel couché delgado brillante conservando el mismo diseño. Se trabaja a una, dos y tres columnas con fotos intercaladas que ilustran la información.

El equipo editorial está conformado por 6 integrantes.

Contiene noticias de la dependencia, reportajes especiales, prestaciones y capacitación para los trabajadores.

La publicación consta de 32 páginas con letra Times New Roman donde varía el puntaje y color, para hacer mayor o menor énfasis en cabezas, notas e informaciones adicionales.

Algunos encabezados tienen distinta fuente.

Todas las páginas traen número y nombre de la sección a la que pertenece el artículo que preceden.

No manejan publicidad.

El contenido es 75% información





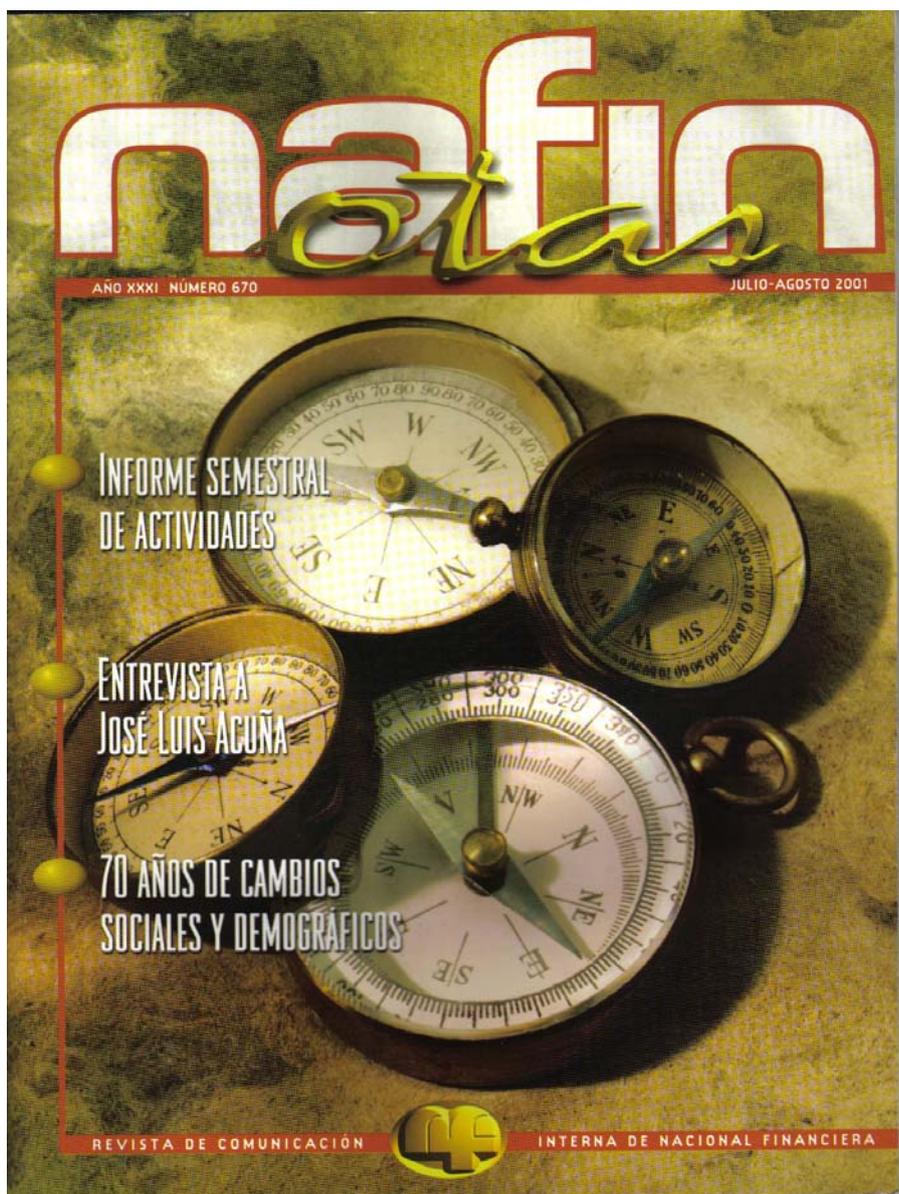
NACIONAL FINANCIERA

PUBLICACIÓN: NAFIN NOTAS

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño sencillo, se localiza fácilmente el organismo al que pertenece tiene un cintillo donde se autodenomina como revista de comunicación interna y otro que contiene el número y año.

Se hace alusión a los temas más relevantes del ejemplar.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante manejando sólo 3 colores (blanco, negro y azul). Se trabaja a una, dos y tres columnas con pocas fotos intercaladas que ilustran la información. El diseño es muy serio pero con contenido.

El equipo editorial está conformado por 8 integrantes.

Contiene noticias de este organismo, además de entrevistas a los directivos, artículos, salud, cocina, entretenimiento y servicios al lector.

La publicación consta de 40 páginas con letra Times New Roman donde varía el puntaje y se resalta con negritas para hacer mayor o menor énfasis en cabezas, notas e informaciones adicionales.

Al inicio de cada sección se enfatiza con un recuadro el nombre de ésta.

No manejan publicidad.

El contenido es 90% información 10% ilustraciones.



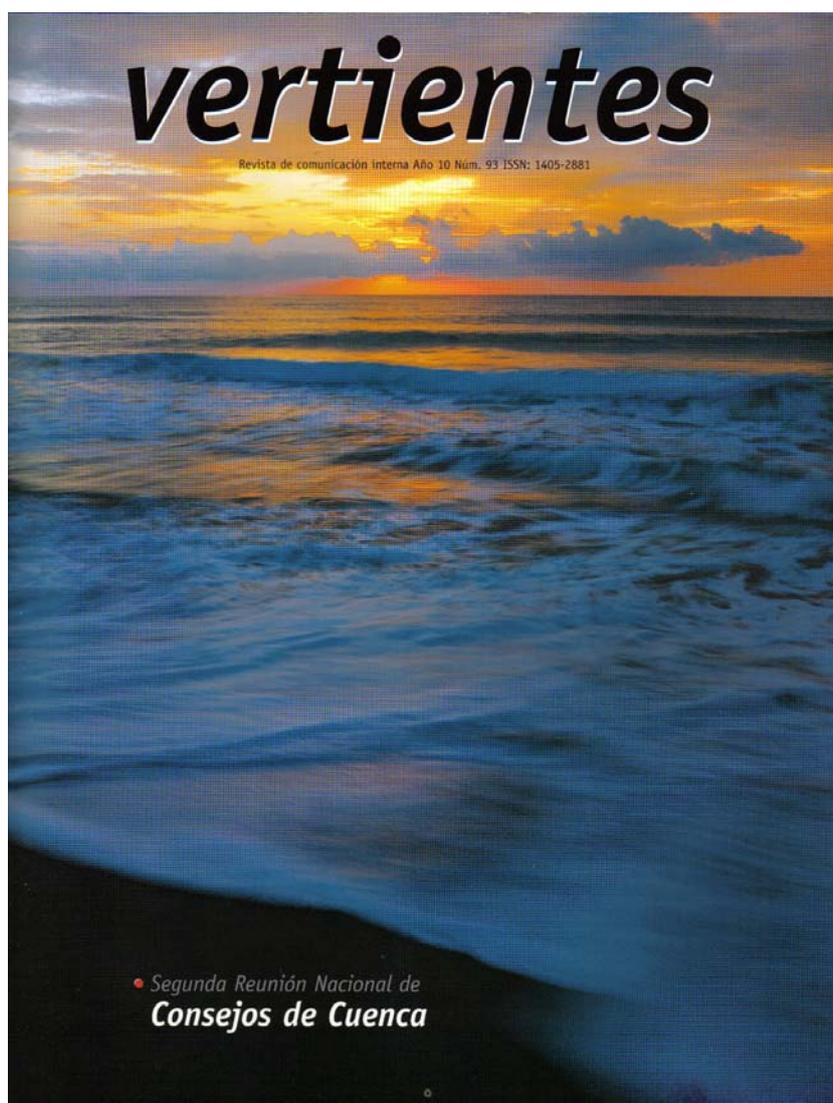


COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA

PUBLICACIÓN: VERTIENTES

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño sencillo, no contiene ningún señalamiento donde se indique el organismo al que pertenece, tiene un cintillo donde se autodenomina como revista de comunicación interna donde igualmente hace alusión al número y año. Se hace hincapié sólo al tema más relevante del ejemplar.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante manejando sólo 2 colores (negro y violeta). Se trabaja a una, dos y tres columnas con algunas fotos intercaladas que ilustran la información. El diseño es serio y bien distribuido.

El equipo editorial está conformado por 5 integrantes.

Contiene noticias de este organismo, cultura, salud y entretenimiento.

La publicación consta de 32 páginas con letra Arial. Para hacer mayor o menor énfasis en cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales se varía el color y puntaje.

No manejan publicidad.

El contenido es 85% información 15% ilustraciones.





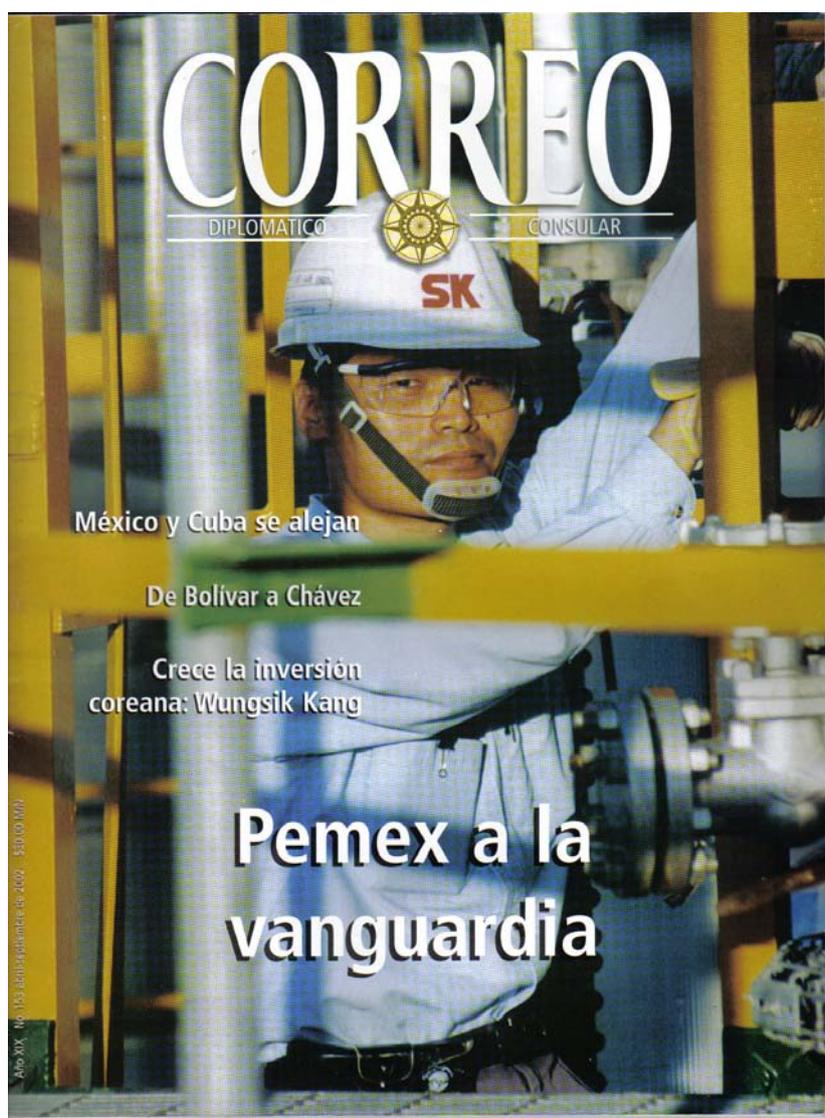
CORREO DIPLOMÁTICO CONSULAR

PUBLICACIÓN: CORREO

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño sencillo, se localiza fácilmente el organismo al que pertenece pues lleva su nombre, tiene un cintillo que indica número y año, pero puede pasar inadvertido por su ubicación.

Se hace alusión de manera más indicativa al artículo de mayor relevancia del ejemplar, aunque también se hace referencia a otros artículos.





Las *páginas interiores* son de papel couché delgado brillante a color. Se trabaja a una, dos y tres columnas con fotos intercaladas que complementan la información de manera gráfica. El diseño es muy versátil, atractivo y con contenido.

El equipo editorial está conformado por 7 integrantes, con 4 colaboradores especiales.

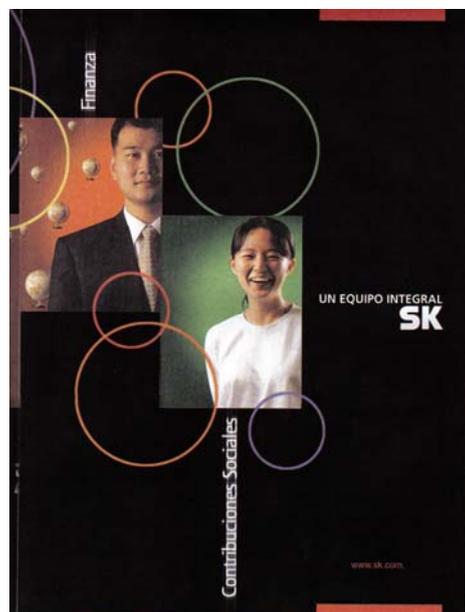
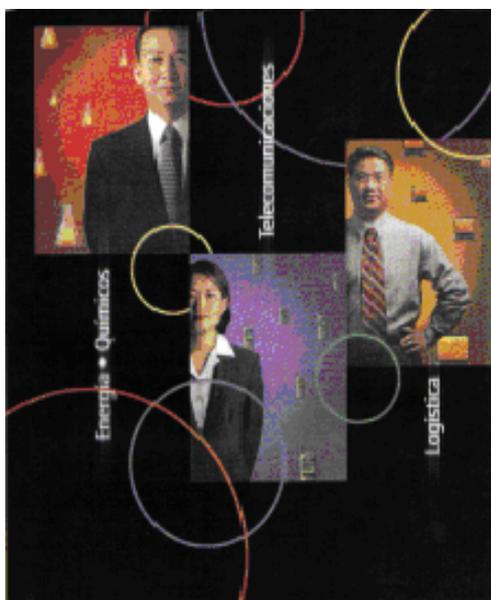
Contiene información de diferentes temas y no tiene secciones establecidas.

La publicación consta de 48 páginas con letra Times New Roman donde se varía el color y puntaje para hacer mayor o menor énfasis en cabezas, notas e informaciones adicionales.

Es una publicación muy gráfica.

Si manejan publicidad (15% de la publicación)

El contenido es 60% información 40% ilustraciones.





SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

PUBLICACIÓN: ACENTO CON SENTIDO HUMANO

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño sencillo, se localiza fácilmente la dependencia a la que pertenece pues trae el logo representativo de la misma, además del cintillo donde se menciona en número y año al que corresponde. Se hace alusión a los temas más representativos del ejemplar.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante a color. Se trabaja predominantemente a dos columnas con pocas fotos intercaladas que ilustran la información. El diseño es muy tradicional y todas las páginas contienen el nombre de la publicación y la dependencia.

El equipo editorial está conformado por 8 integrantes, además de la colaboración del departamento de Comunicación Social.

Contiene información de la dependencia y sus directivos, entrevistas, entretenimiento y cultura y salud.

La publicación consta de 12 páginas con letra Times New Roman donde se varía el color y puntaje para hacer mayor o menor énfasis en cabezas, notas e informaciones adicionales.

No manejan publicidad.

El contenido es 80% información 20% ilustraciones.





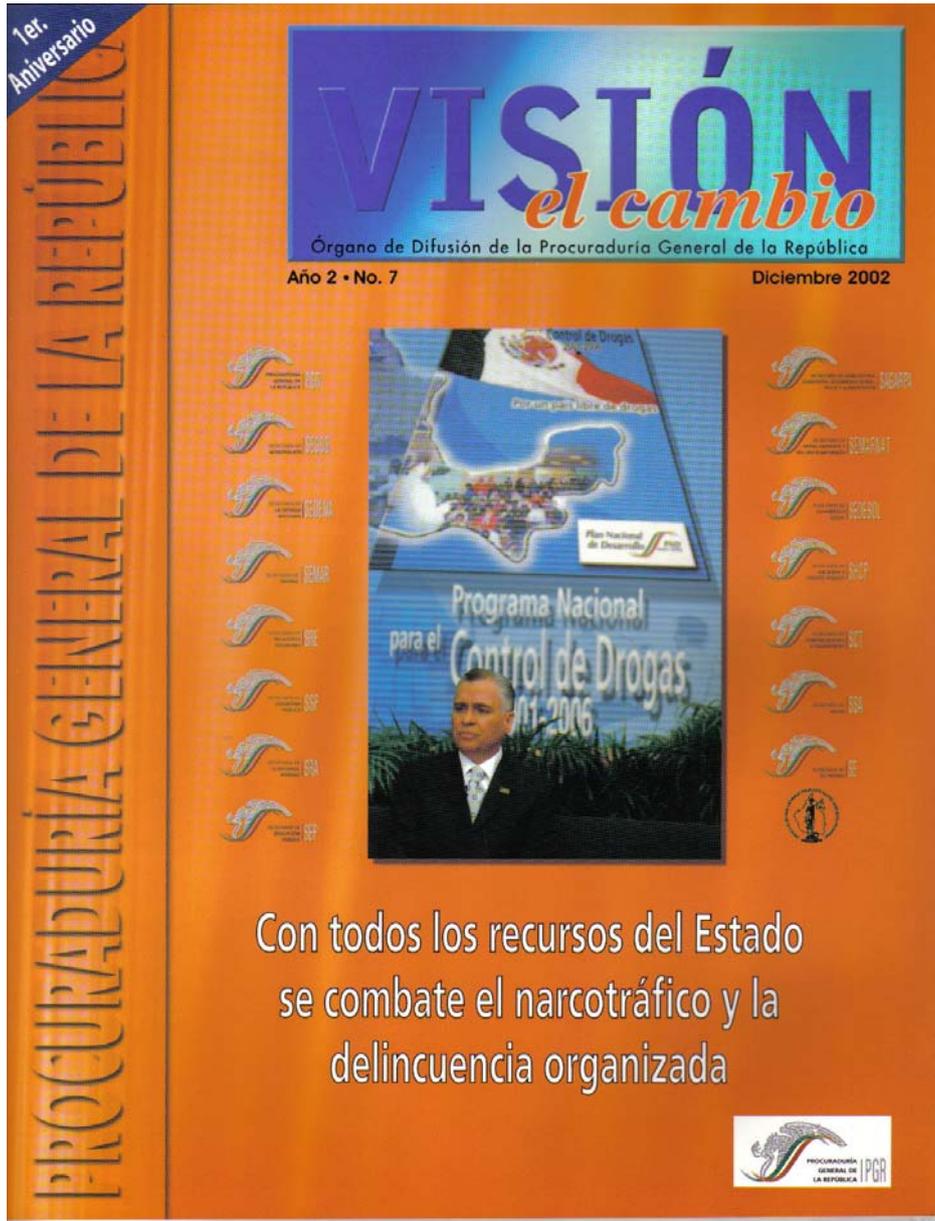
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

PUBLICACIÓN: VISIÓN EL CAMBIO

Portada

A color, en papel couché grueso mate, tiene un diseño sencillo, se localiza fácilmente la dependencia a la que pertenece pues trae el logo representativo de la misma, además del cintillo donde se menciona en número y año al que corresponde.

Sólo se menciona el tema más representativo del ejemplar.





Las *páginas interiores* son de papel couché delgado brillante a dos colores (negro y anaranjado). Se trabaja casi en su totalidad a dos y tres columnas con fotos intercaladas que complementan la información. El diseño es tradicional y todas las páginas contienen un cintillo con el nombre de la dependencia a la izquierda y el de la publicación a la derecha.

El equipo editorial está conformado por 20 integrantes (10 de ellos fotógrafos y 4 colaboradores).

Contiene información de la dependencia y sus directivos, temas de actualidad, entrevistas, reportajes, logros, entretenimiento y un espacio para el lector.

La publicación consta de 48 páginas con letra Verdana donde se varía el puntaje o se señalan con negritas las cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales.

Sólo manejan publicidad de la propia dependencia.

El contenido es 70% información 30% ilustraciones.

Procuraduría General de la República

Actualidad

El Procurador Rafael Macedo de la Concha, nuevo Presidente de la CICAD

En México existe la convicción de que la única forma de enfrentar el fenómeno de las drogas, así como a la delincuencia organizada transnacional, es por medio de acciones conjuntas y de la equilibrada confianza y cooperación multilateral de las naciones, pues nadie es capaz, por sí mismo, de ser exitoso frente a este problema, aseveró Rafael Macedo de la Concha, Procurador General de la República, después que fue elegido por unanimidad como nuevo Presidente de la Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas (CICAD) para el periodo 2002-2003.



El Procurador General de la República, durante el 118º Período Ordinario de Sesiones de la CICAD

Reconoció que el Continente Americano es la región con mayores niveles de consumo y producción de estupefacientes, y reafirmó la necesidad de que los países renueven su compromiso y voluntad política para combatir el fenómeno globalizado del crimen organizado y los delitos conexos, basados en una estrategia hemisférica de coordinación y colaboración, así como en la efectividad de las políticas nacionales, reconociendo la soberanía e igualdad jurídica de los Estados y con pleno respeto del Derecho Internacional.

Macedo de la Concha hizo un reconocimiento a la labor realizada por su antecesora, la venezolana Mildred Camero, y agregó que unidos



El Lic. Rafael Macedo de la Concha, Presidente de la CICAD

24

VISIÓN EL CAMBIO

por las convicciones y los objetivos comunes venceremos el uso abusivo de drogas y al crimen organizado que lo propicia.

Señaló la necesidad de fortalecer la cooperación para evitar la fabricación ilegal y el tráfico de armas, municiones y explosivos, en términos de las convenciones multilaterales que rigen en el hemisferio, así como de instrumentar medidas de cooperación contra el lavado de dinero, el financiamiento del terrorismo, la corrupción y el combate al tráfico marítimo.

Ante integrantes de la CICAD, embajadores de los países miembros, delegados de organizaciones internacionales y observadores permanentes de la Comisión, Macedo de la Concha calificó como muy importante el fortalecer la reducción de la demanda a través de la instrumentación de políticas públicas preventivas, con la adopción de programas nacionales en lugares específicos, como las escuelas, los niños de la calle y la población penal, ante la tendencia hacia el consumo de drogas sintéticas.



PRESIDENTE

Al asumir la Presidencia de la CICAD, México cumplirá con las tareas encomendadas y, junto con la Secretaría Ejecutiva, dará un nuevo impulso y dinamismo a la Comisión, en el entendido de que el diálogo, la confianza y las convicciones comunes son los mejores mecanismos para convertir en resultados el compromiso asumido con nuestros pueblos, concluyó.

La CICAD fue creada en 1985 y está integrada por 31 países. Es un organismo autónomo de la Organización de Estados Americanos (OEA) que brinda asesoría a los Estados miembros para facilitar la ejecución de las acciones y la adopción de las medidas necesarias para prevenir el uso indebido de estupefacientes y sustancias psicotrópicas; así como prevenir, controlar y sancionar la producción y el tráfico ilícito de estupefacientes, el blanqueo de activos producto del delito, el desvío de precursores y sustancias químicas esenciales, el tráfico ilícito de armas y delitos conexos y promover la reglamentación de las sustancias controladas e inhalantes. Entre sus propósitos también está el brindar cooperación técnica, a solicitud de uno o más de los Estados miembros de la OEA, y establecer enlaces con otras organizaciones internacionales.

25



SECRETARÍA DE SALUD

PUBLICACIÓN: SALUD

Portada

A color, en papel couché grueso mate, tiene un diseño muy sencillo, sólo contiene el nombre de la dependencia y en el mismo cintillo el número y año al que corresponde. No hace alusión a ningún tema.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante a color. Se trabaja a dos y tres columnas con fotos y gráficos intercalados que complementan e ilustran la información. El diseño es moderno y todas las páginas contienen un cintillo con el nombre de la dependencia en los extremos salientes de la página y el de la sección al centro.

El equipo editorial está conformado por 9 integrantes.

Contiene información de la dependencia, cultura, entretenimiento y novedades médicas.

La publicación consta de 16 páginas con letra Arial donde se varía el puntaje, se enmarca o se señalan con negritas las cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales.

No manejan publicidad.

El contenido es 50% información 50% ilustraciones.

Hogares con gastos catastróficos por motivos de salud por entidad federativa, México 2002

Un hogar de Michoacán o Chiapas como un hogar cívico recibe mejor de empoderamiento por motivos de salud que uno de Tlaxcala.

Hogares con gastos catastróficos por motivos de salud por estado por entidad federativa, México 2002

Los gastos catastróficos por motivos de salud son más frecuentes en el nivel de gastos por capita más pobre y en los hogares no asegurados.

Salud México

Salud

El buen gobierno requiere de la participación del ciudadano en los asuntos públicos.

Un ingrediente esencial de esta colaboración es la información, con ella se documentan la naturaleza y magnitud de los retos que enfrenta una sociedad, se definen de manera más racional las prioridades, se fortalece la toma de decisiones y se obtienen conclusiones más objetivas sobre el impacto del quehacer de los funcionarios públicos.

El documento Salud México 2002, presentado en el Segundo Foro Ciudadano de la Salud, el 5 de agosto, tiene como objetivo fortalecer la participación de los ciudadanos en todos los asuntos relacionados con su salud y constituirse en un instrumento para la rendición de cuentas mediante la oferta de información:

- Sobre la magnitud y distribución de los recursos humanos, materiales y financieros disponibles en las instituciones de salud.
- Acerca de los servicios de atención médica y salud pública que se proporcionan en el país.
- En relación con los resultados que están generando los distintos componentes del sector.

Con esta información, los legisladores, los partidos políticos, las instituciones académicas, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad en general pueden cumplir más fácilmente con su papel de actores vigilantes de las acciones de gobierno y constructores activos del progreso de la nación.

Salud México

Salud



PODER EJECUTIVO DEL ESTADO DE MÉXICO

PUBLICACIÓN: RECONOSER

Portada

A color, en papel couché grueso mate, tiene un diseño sencillo pero atractivo, se localiza fácilmente la dependencia a la que pertenece pues trae el logo representativo de la misma, además de un pequeño cintillo donde se menciona en número y año al que corresponde. Se mencionan los artículos más representativos del ejemplar.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante a dos colores (negro y morado). Se trabaja en su mayoría a dos y tres columnas con fotos intercaladas que ilustran de manera gráfica la información. El diseño es tradicional y todas las páginas contienen un cintillo con el nombre de la dependencia a la derecha y el de la publicación a la izquierda, además en la parte superior está el nombre de la sección.

El equipo editorial está conformado por 12 integrantes.

Contiene información de la dependencia, entrevistas, entretenimiento, buzón para el lector y cultura.

La publicación consta de 24 páginas con letra Arial donde se varía en tipo, puntaje o se señalan con negritas y cursivas las cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales.

Sólo manejan publicidad de la propia dependencia y referente a la educación.

El contenido es 65% información 35% ilustraciones.

EXPRESATE

25 frases que siempre hay que considerar

Virgilio Vite Flores*



1. La clave de la felicidad está en abrir la mente a la posibilidad de vivir una vida plena.
2. La virtud máxima es dominar la mente.
3. Cultiva tu mente y ésta florecerá más allá de todas las expectativas.
4. La calidad de tu vida es determinada por la calidad de tus pensamientos.
5. No existen los errores, sólo lecciones. Considera las reveses como oportunidades de expansión personal y de crecimiento.
6. El propósito de la vida es vivir con propósito.
7. Descubre y luego llevar a cabo la meta de tu vida aporte una satisfacción duradera.
8. Métrate objetivos bien definidos en lo personal, lo profesional y en lo espiritual, y luego ten vector de clase en consecuencia.
9. Antes de querer cambiar a los demás, trabaja en tu propio perfeccionamiento.
10. La soledad y el silencio te conectan con tu fuente creadora y liberan la limitada inteligencia del universo.
11. Leer regularmente, hacerlo media hora todos los días realízate miles en ti.
12. Decide a hacer las cosas que no te gustan. Si te acostumbras a ejercer tu voluntad, dejarás de ser esclavo de los impulsos más oscuros.
13. La disciplina se logra realizando todos los días pequeños actos de valor.
14. La fuerza de voluntad es la virtud esencial de una vida realizada.
15. Escucha tu conciencia; deja que ella te guíe.
16. El mejor regalo que puedes dar a tus hijos es amor. Procura comprenderlos. Multiplícalos que ellos son miles innumerables para ti, que las fugaces recompensas de tu profesión.
17. Cualquiera que sea tu actual circunstancia, puedes embriagarte para disfrutar la vida y tener tu existencia con los joys que ella tiene por muy cotidiana que ésta sea.
18. De un modo o de otro, cada uno de nosotros es un héroe y tiene el potencial de hacer grandes cosas, de superar la timidez y sentirse satisfecho. Todo lo que se necesita es dar pequeños pasos todos los días en dirección de nuestros sueños.
19. Practica diariamente actos de bondad.
20. La calidad de la vida se realice, en definitiva, en la calidad de lo que uno aporta a ella.
21. Sigue la regla del Venturoso: si haces algo durante 33 días seguidos, se convertirá en una oportunidad de adquirir un buen hábito.
22. Ofrece una oración diaria de gratitud por todo lo que tienes. Y todos los días agrégale a tu lista de gratitudes.
23. Escucha buena música.
24. Sea todos los días cuando vayas a dormir, lee es una medicina para el alma.
25. El divo empieza siempre por el interior de la persona.

*Sociólogo público adscrito a la Subsecretaría de Educación Básica y Normal.

12 **Reconocimiento**

Argumentos para una gestión eficaz

Ejes del Código Administrativo del Estado de México

Vicior M. Ramos Ríos*

Con el propósito de consolidar una gestión pública eficiente y eficaz, el Gobierno del Estado de México ha establecido, entre otras estrategias, la revisión integral de la legislación administrativa vigente en la entidad, a fin de lograr su codificación, sistematización, simplificación y modernización, adecuándola a las condiciones del entorno.

En este sentido, el pasado 13 de diciembre de 2007 se publicó, en la Gaceta del Gobierno del Estado de México, el Código Administrativo del Estado de México, el cual constituye un importante esfuerzo que disminuye y sistematiza a los principios jurídicos en un solo cuerpo legislativo, lo que permite, además de un amplio margen de la norma, cumplir cabalmente con la disposición y congruencia legislativa, claridad de ordenamientos y falta de colisión jurídica en algunos de los actos administrativos.

Con la entrada en vigor del Código, el 13 de marzo del presente año, la entidad cuenta con un ordenamiento jurídico simplificado y moderno que, establecido en 11 libros y 389 artículos, regula los materias de salud, educación, ejercicio profesional, investigación científica y tecnológica, cultura, deporte, juventud y medio ambiente.

De la salud a la Normatividad y Legitimación Administrativa de la Dirección General de Organización y Documentación.

Con la entrada en vigor del Código Administrativo, la entidad cuenta con un ordenamiento jurídico simplificado y moderno, que regula las materias de salud, educación, ejercicio profesional, investigación científica y tecnológica, cultura, deporte, juventud y medio ambiente.

El primer ejercicio no se agota con la emisión de los ordenamientos incluidos en el Código, por lo que, regularmente, se presentará con posterioridad una nueva iniciativa que codificará un mayor número de leyes, a fin de configurar una mejor y mejor regulación administrativa que eficiente el quehacer de la administración pública estatal.

13 **ANARCA**

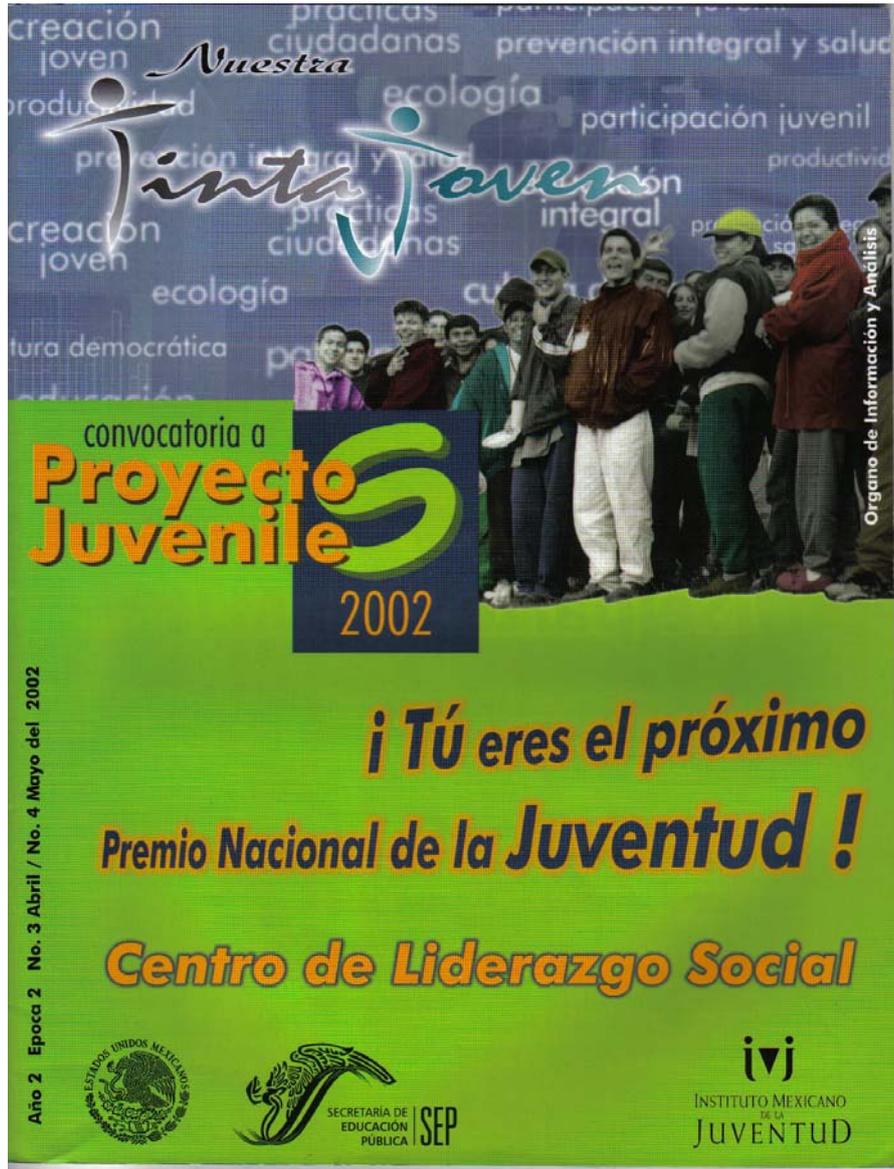


SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

PUBLICACIÓN: NUESTRA TINTA JOVEN

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño moderno y muy atractivo, se localiza fácilmente el nombre de la dependencia a la que pertenece pues trae el logo representativo de la misma, además del cintillo donde se menciona en número y año al que corresponde. Se mencionan los artículos más representativos del ejemplar, resaltando éstos de manera jerárquica.





Las *páginas interiores* son de papel couché delgado brillante a color. Se trabaja en su mayoría a dos columnas con fotos intercaladas que ilustran la información. El diseño es tradicional con toques creativos.

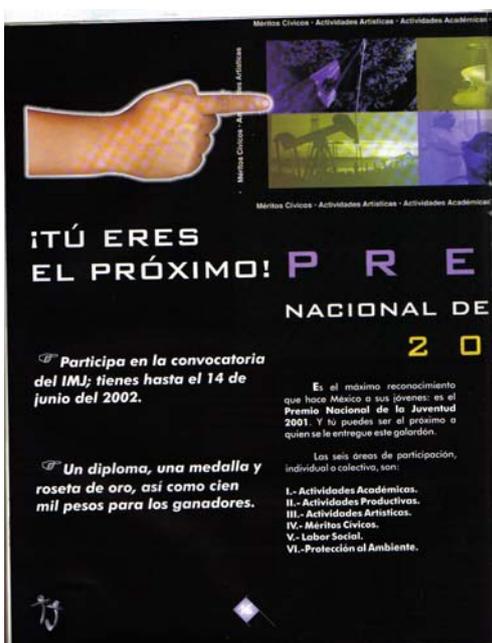
El equipo editorial está conformado por 19 integrantes.

Contiene información de la dependencia, información de interés general, convocatorias, actividades, entretenimiento y cultura.

La publicación consta de 32 páginas con letra Arial donde se varía en tipo, puntaje, color o se señalan con negritas y cursivas las cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales.

Sólo manejan publicidad de la propia dependencia (menos de 10%).

El contenido es 70% información 30% ilustraciones.





CRUZ ROJA MEXICANA

PUBLICACIÓN: SUMA

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño sencillo, se localiza fácilmente el organismo al que pertenece pues trae el logo representativo de la misma, además de un cintillo donde se menciona el número y año al que corresponde y donde se reitera nuevamente su identidad. Se mencionan los artículos más representativos del ejemplar, haciendo alusión a uno en particular.





Las páginas interiores son de papel couché delgado mate a color. Se trabaja a dos y tres columnas en la mayor parte del ejemplar, contiene fotos e ilustraciones intercaladas que complementan de manera gráfica la información. El diseño es tradicional y las páginas contienen un cintillo con el nombre de la sección.

El equipo editorial está conformado por 7 integrantes.

Contiene información del organismo, datos de interés general, consejos de salud, etc.

La publicación consta de 24 páginas con letra Arial donde se varía en tipo, puntaje y color o se señalan con negritas y cursivas las cabezas, subtítulos e informaciones adicionales.

No manejan publicidad.

El contenido es 60% información 40% ilustraciones.

Protección a la Infancia

Jineseki y Unacari

Dos Palabras que Significan Esperanza



Una casa que "rescata niños" y un hogar que protege a víctimas de maltrato o abandono...

El Programa de Atención a Menores y Adolescentes (AMAS) del DIF Sonora tiene una misión: mejorar las condiciones de vida de los niños y jóvenes que se encuentran en situaciones de desventaja o son altamente vulnerables.

En este contexto, se inscriben proyectos como "Jineseki" palabra maya étnica que significa "una que rescata niños" y "Unacari", abrigue temporal para menores.

Para los niños de la calle DIF Sonora puso en marcha, en abril de 1999, el Hogar Temporal Jineseki que, además de dar cobijo a estos pequeños, ofrece un sistema formativo. Para ello, cuenta con el planeadora Laura Alicia Frías de López Noguera, donde los residentes pueden continuar con su educación primaria y recibir capacitación en diversas habilidades. Para proporcionar una formación integral, también participan en actividades recreativas, culturales y deportivas.

No puede faltar en este espacio integral una alimentación balanceada, vestido, atención psicológica, jurídica y médica, puesto que el fin de este proyecto es lograr la rehabilitación y la reintegración de estos niños al seno familiar.

Por su parte, la Casa Hogar Unacari de DIF Sonora brinda albergue temporal a menores víctimas de maltrato, abandono, abuso sexual o situaciones que afectan de una u otra manera su desarrollo. Aquí también, vestido, alimentación, asistencia médica, psicológica, jurídica y psicológica, actividades deportivas, recreativas, culturales y de estimulación, ayudan a lograr una educación completa y la plena reintegración de estos niños a sus familias, si esto no fuera posible, a un hogar sustituto.

Visitados constantemente por el señor Gobernador y su esposa, así como por la Directora General del DIF Sonora, Margarita Elías de Prieto, estos dos centros fundados en las acciones de asistencia social de la institución, pendiente también de apoyo mensualmente a 700 menores, a quienes se otorgan becas académicas y despesas alimenticias para que continúen sus estudios.

El gran objetivo de esta labor - a la que se suman, entre otras, pláticas formativas para jóvenes y el Programa Escuela para Padres - es invertir una nueva fuerza en el núcleo familiar. En este sentido, la suma de cada proyecto y de cada tarea se trata de niños maltratados, de la calle, de escasos recursos y familias desintegradas: significa avances consistentes hacia una meta: un mejor bienestar familiar.

Visitados periódicamente por el Gobernador y su esposa, así como por la Directora General del DIF, Margarita Elías de Prieto, los Centros fortalecen las acciones de asistencia social.

Un "Regalo de Vida"

...para 900 Niños y Niñas



Desde enero de 1998, 900 niños y niñas han encontrado una nueva oportunidad gracias a un programa modelo: "Regalo de Vida".

En Sonora, y a lo largo de poco más de cuatro años, cirujías para solucionar graves problemas de salud han abierto una puerta de esperanza a familias que no cuentan con los recursos para enfrentar un gasto que hace la diferencia entre la vida y la muerte.

De 1998 a la fecha se han realizado un promedio de 225 operaciones cada año, desde una intervención para arrancar un tumor, hasta cirujías de pulmón, ojos, cadera e, inclusive, a corazón abierto y cerrado.

Digno que se finca son gratificantes para todos sus impulsores, el Programa "Regalo de Vida", creado a iniciativa del Gobernador de Sonora y su esposa, se refleja constantemente y de una diversa manera.

Desde el punto de vista médico no sólo está respaldado por el entusiasmo y la entrega del equipo de cirujanos del Hospital Infantil del Estado; recientemente, la experiencia y el conocimiento de este grupo de médicos se han visto reforzados por los del reconocido cirujano cardiocirculatorio John Mark Morales, Jefe de Cirugía Pediátrica Cardiovascular del Dinscull Foundation Children's Hospital, de Corpus Christi, Texas.

Desde el punto de vista económico, "Regalo de Vida" cuenta con un Patronato en promoción constante de actividades - serenos, cenas, bailes navideños, etc. - que invierten fondos a esta obra. También tiene el apoyo de instituciones como Banamex, a través del donativo de un porcentaje de las inversiones de sus trabajadores en Invermático Sonora.

Los casos exitosos y felices en el inventario de "Regalo de Vida" son muchos, y forman ya una colección de emocionantes y dramáticas historias de vida, de biografías de pequeños que sobrevivieron gracias al Programa. Baste pensar, por ejemplo, en la pequeña Charita Laguarda Rey (de Nevoqui), quien apenas a los tres meses de edad necesitaba una cirugía a corazón abierto. El éxito obtenido en esta intervención, por el propio doctor Morales, dio a la niña una nueva oportunidad de vida. Significó, además, una inversión de entusiasmo para fortalecer y consolidar este magnífico programa.

Los casos exitosos conforman una colección de emocionantes historias de vida.

Laura Alicia Frías de López Noguera

IV ANIVERSARIO DEL PROGRAMA



El Cuarto Aniversario de "Regalo de Vida" reunió a familias a las que el Programa ha abierto una puerta a la esperanza.

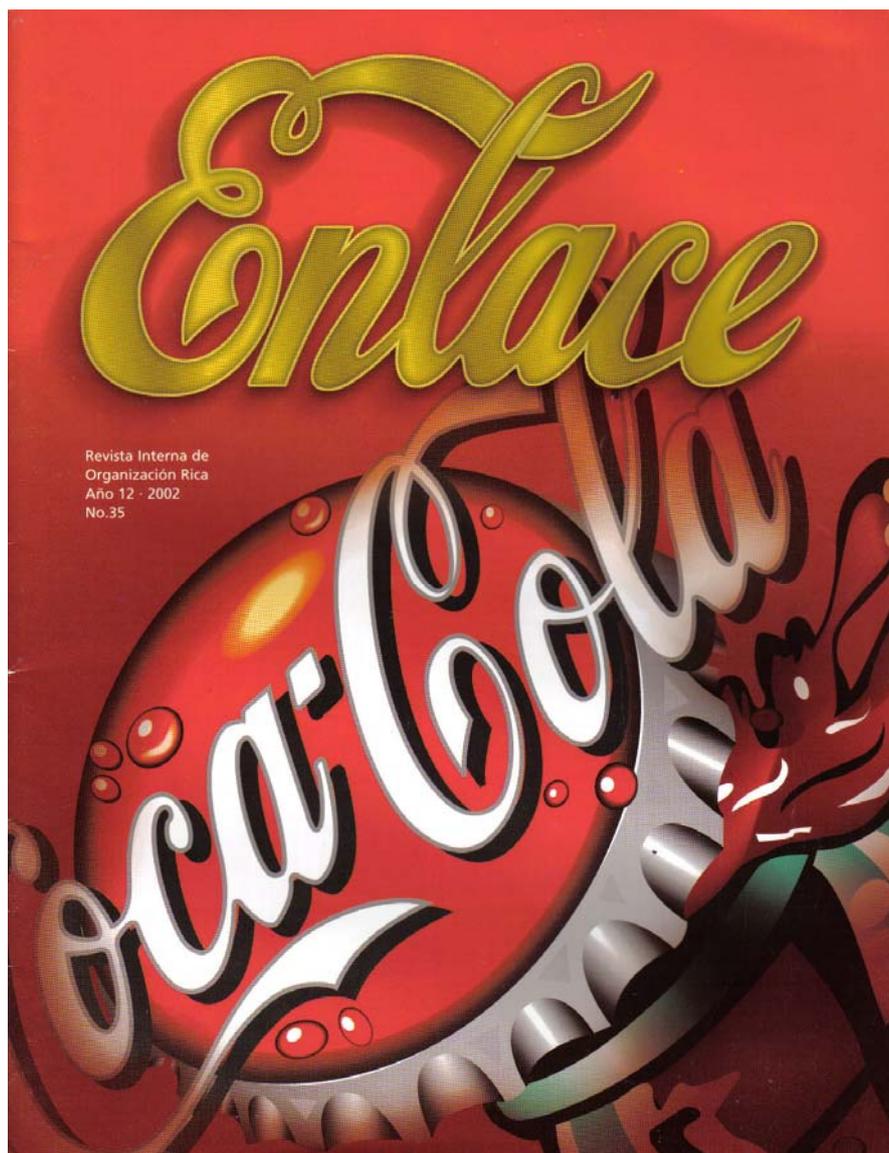


COCA COLA

PUBLICACIÓN: ENLACE

Portada

A color, en papel couché grueso mate, tiene un diseño sencillo que se vale de su imagen a nivel mundial, se localiza fácilmente la organización a la que pertenece pues el logo representativo de la misma ocupa toda la página. Contiene un pequeño cintillo con el año y número.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante a color. Se trabaja a dos columnas en toda la publicación con fotos intercaladas que ilustran la información. El diseño es tradicional y todas las páginas contienen el logo de la organización y nombre de la publicación.

El equipo editorial está conformado por 7 integrantes.

Contiene información de la organización, entrevistas, eventos, consejos, recetas y entretenimiento.

La publicación consta de 20 páginas con letra Times New Roman donde se varía el puntaje y color o se señalan con negritas y cursivas las cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales.

Sólo manejan publicidad de la propia organización.

El contenido es 70% información 30% ilustraciones.





SEMARNAT

PUBLICACIÓN: MUCHO AMBIENTE

Portada

A color, en papel couché grueso brillante, tiene un diseño sencillo y poco atractivo, se localiza fácilmente la dependencia a la que pertenece pues trae el logo representativo de la misma, además de un pequeño cintillo donde se menciona en número y año al que corresponde. Se mencionan los artículos más representativos del ejemplar, haciendo alusión a uno en especial.





Las páginas interiores son de papel couché delgado brillante a color. Se trabaja en su mayoría a dos y tres columnas con fotos intercaladas que ilustran y complementan la información. El diseño es tradicional y todas las páginas contienen un cintillo con el nombre de la publicación en la parte inferior y el de la sección en la superior.

El equipo editorial está conformado por 13 integrantes y 5 colaboradores.

Contiene información de la dependencia, entrevistas, entretenimiento, espacio para el lector, consejos para cuidar el medio ambiente y cultura.

La publicación consta de 24 páginas con letra Times New Roman donde se varía color y puntaje o se señalan con recuadros, negritas y cursivas las cabezas, notas, subtítulos e informaciones adicionales.

Manejan publicidad de la dependencia y eventos culturales (Menos del 10%).

El contenido es 70% información 30% ilustraciones.

Reconocimientos

Reconocimiento al trabajo bien hecho

"Resaltamos valores y principios como honestidad, entrega, compromiso, compañerismo y la calidad en el trabajo, para que más compañeros se unan a este equipo de excelencia y logremos cada vez más una secretaria, un gobierno y un país de calidad". José Levy



El honorato homenaje se hizo en la sede de la Secretaría de Relaciones Exteriores, en un momento que reflejó el deseo de reconocer, de fomentar, de incentivar el trabajo de calidad.

18 de Edusant a todos los delegados estatales para que la celebración se hiciera extensiva a todos los servidores, sus familias y sus amigos.

Presidente de todos los ramos del país, los galardonados vivieron la emoción de ser premiados, como lo expresó el oficial mayor de la institución, José de Jesús Levy García, en una ceremonia que reflejó el deseo de reconocer, de fomentar, de incentivar el trabajo de calidad.

Para obtener el premio por conducta sobresaliente, la iniciativa comenzó con una serie de reuniones para llegar a un reconocimiento absolutamente imparcial, sin compromisos ni anticipaciones. Es relevante un reconocimiento al trabajo bien hecho, equitativo y fundamentado.

Esto nos hace resaltar los valores y principios, digo, para no ser tratada más de tener valores extraños, paraguasados, sino tener valores propios.

Dejo a su trabajo un plus de ser fuertes y dedicados, y mostrar una conducta honesta y una actitud laboral ejemplar, los han merecidos el reconocimiento en el que este sector es pionero dentro de la estructura gubernamental federal.

En dos años, un total de 612 trabajadores de los organismos mencionados han sido postulados para obtener ese premio. Pero este año, de 251 trabajadores, 50 merecieron satisfactoriamente todas las fases del proceso en el que participaron jefes, subordinados y beneficiarios del postulado.

La premiación se efectuará en un acto que se transmitirá por el canal

12
México ambiente | diciembre 2002

Reconocimientos

los como honestidad, entrega, compromiso, compañerismo y calidad en el trabajo, para "que cada año compañeros como ustedes se vayan uniendo a este equipo de excelencia y se tenga cada vez más una secretaria, un gobierno y un país de calidad".

Por su parte, el gobernador federal de Protección al Ambiente, José Luis Leroy Tamayo, destacó lo significativo del acto, no solo porque se premia a compañeros de la Protección y la Semarnat, sino porque lo importante es la fuerza, el valor que le dan a ese trabajo servidores públicos que cumplen a cabalidad y dan un plus a su responsabilidad.

Definió el servicio público como una vocación de servicio que realizada con honestidad, entrega, dedicación y cumplimiento, puede llevar a la más alta dignidad del trabajo que podemos desarrollar en este país.

"No conocemos otra forma de conducirnos"

Con singular modestia, en representación de los trabajadores premiados, la ingeniera Carmen Mónica Olivares Álvarez, de la Delegación de la Semarnat en el Estado de México, expresó que la conducta calificada de sobresaliente no es más que una forma natural de comportarse. "No conocemos otra forma de conducirnos en el trabajo", expresó.

Ella destacó que la actitud en el trabajo determina los propósitos éticos y la cultura general de cada uno de los premiados, tanto a través del esfuerzo de la Semarnat de capacitar a todo el personal en todos los niveles y en diversos temas que inciden en la calidad en el servicio público.

Muchos más minutos, expresó, el ejemplo de meritum con que conducen los mandos superiores en nuestra dependencia en el Estado de México, que al igual que muestra capacitación nos permite seguir nuestra cultura general el ejemplo de nosotros mismos.

El personal, lo más valioso de la institución: Ing. Alberto Cárdenas

Durante su intervención en la ceremonia de entrega de estos galardones, el Ing. Alberto Cárdenas Zamora, secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales, dijo que los galardonados representan 50 postulados más de liderazgo que pueden influir en sus áreas de trabajo para que se multiplique la cultura de que esto es el camino, es así como le proponemos, hacer llegar el día en que se falle ninguno de nuestros compañeros en la entrega de reconocimientos por conductas sobresalientes en beneficio del servicio público.

Sin lugar a dudas, dijo, habéis más compañeros de buena voluntad asociados a personal extraordinario al igual que a los que los entregamos hoy está llamado reconocimiento en el primer acto público del segundo tiempo de la presente administración dedicado al elemento más valioso de la institución: nuestro personal.

Otros puntos sobresalientes de su discurso fueron los siguientes:

- Reconocemos que ustedes -los galardonados- están dando lo mejor de sí. Su conducta y carácter sobresaliente ha sido en beneficio del medio ambiente y de nuestra nación.
- Es indispensable que las instituciones, además de ser productivas en el ámbito de sus competencias, sean reconocidas por su integridad y su credibilidad ante la sociedad.
- Durante muchos años las acciones indolentes de unos cuantos propiciaron desconfianza y pérdida de la confianza en la calidad de los servicios que estamos obligados a prestar de manera eficaz y limpia.
- El gobierno del presidente Fox ha creado un nuevo modelo laboral para el desempeño, un portafolio histórico que reconoce y valora el desempeño de cada uno de nosotros: el Servicio Profesional de Carrera y también a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información.
- Somos hombres y mujeres libres que no pueden ser forzados nunca a hacer nada incorrecto y menos el ser en contra de su dignidad personal.
- El liderazgo debe emanarse en sólidos principios y fundamentos de la ética, la moral y el conocimiento.
- Necesitamos fejar, en cada uno de nosotros trabajadores de la Semarnat a un líder que concuerde a los demás al bien común, dispuesto a servir a los propósitos más altos.
- Ha sido fundamental contar con procesos de selección sobre las conductas identificadas como corruptas. No menos importante ha sido establecer mecanismos y procesos que permitan identificar y monitorear las conductas íntegras para la institución.
- El reconocimiento por conducta sobresaliente en beneficio del sector público deberá realizarse día con día en cada una de las áreas en que nos desempeñamos hasta lograr que nuestra sociedad identifique a nuestra institución, la Semarnat, como una institución íntegra, ágil, confiable y eficaz.

13
México ambiente | diciembre 2002



Capítulo V

5. Nuestra Comunidad

Anteriormente, la SRE se conformaba por 30 Unidades Administrativas (fue en ese momento en que se realizaron las encuestas referidas), a partir de 2005 la estructura organizacional sufrió varias modificaciones quedando conformadas 38 Unidades, independientes de las Delegaciones Metropolitanas, Foráneas y Representaciones en el Exterior.

Se realizaron 100 encuestas al personal de las Oficinas Centrales, eligiéndose de manera aleatoria dos integrantes del personal operativo y uno o dos pertenecientes al personal de Mandos Medios y Superiores.

Como información anexa, se presentan los resultados de la encuesta aplicada al personal de la SRE; esto con la finalidad de constatar el porqué se optó por formalizar una revista como órgano de comunicación interna en esta dependencia.

La encuesta se dirigió principalmente a identificar dos aspectos:

- La situación que guarda la dependencia en materia de comunicación.
- Las características específicas del personal y sus necesidades de comunicación, expectativas y requerimientos.

Los resultados de la encuesta destacaron que la comunicación interna en la Dependencia era:

- Deficiente en cantidad y calidad.
- Jerarquizada, aislada, impositiva, distorsionada y con exagerada formalización.
- Información formal con poca credibilidad.
- Predominio del rumor.
- Imprecisa.
- No oportuna.
- Informal y pésima.
- Vertical y autoritaria.

La mayoría de los servidores públicos demandan:

- La existencia de un órgano informativo al interior de la Dependencia.
- Que dicha publicación tuviera una periodicidad definida.
- Que se incluya información institucional y necesaria para el desarrollo profesional.
- Que promueva la participación del personal.

A continuación se hace la presentación de la revista Nuestra Comunidad, indicando cuáles son los principios básicos de su creación y su estructura.



Objetivo general

Constituirse como el principal órgano de comunicación interna en la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Objetivos específicos

- Facilitar el flujo de información entre los miembros de la Secretaría.
- Transmitir al personal los objetivos, programas, actividades y acciones de la SRE, así como sus avances.
- Promover en el exterior la imagen de la Secretaría.
- Contribuir al mejoramiento de la cultura y el clima laboral.

Misión

Brindar al servidor público, información veraz, oportuna y actual sobre el acontecer de la Dependencia.

Metas

- Dar a conocer al servidor público las acciones y los logros alcanzados por la Dependencia.
- Constituirse como un medio de consulta confiable.

Criterios editoriales

La información de la revista será generada de dos formas:

- Por investigación del equipo de trabajo.
- Por aportación de los lectores.

El equipo de trabajo, asistirá a los diferentes eventos que se generen al interior de la dependencia; cada reportero será el encargado de redactar su nota y entregar la foto respectiva para la aprobación del Consejo Editorial.

En el caso de aportaciones, el Consejo Editorial dictaminará los trabajos que deban ser publicados. De ser aprobados, vía correo electrónico o de manera personal se les comunicará a los autores si su trabajo aparecerá en la versión impresa o en la versión en línea.

Todos las colaboraciones para publicar deberán ajustarse a las siguientes directrices de estilo editorial:

Géneros: Todos los trabajos deberán presentarse en alguno de los siguientes géneros: ensayo, nota informativa, investigación, reportaje, entrevista o crónica.

Idioma: Únicamente se aceptarán artículos escritos en español.



Extensión: Los textos deberán tener una extensión mínima de 2 cuartillas (por una cara, a doble espacio, letra *Courier* en 12 puntos) y máxima de 6 cuartillas, incluidas notas, tablas y bibliografía. Dicha información será analizada y en caso necesario depurada para su publicación.

Citas: Todas las citas deberán incluir las llamadas en el cuerpo del texto y las referencias al final del mismo. Para el manejo de citas deberán seguirse las siguientes indicaciones:

a) Libros. Cuando se trate de una cita, se iniciará por el nombre del autor, empezando por su apellido, seguido del título del libro, escrito en cursivas, edición, lugar, editorial y páginas correspondientes.

b) Artículos. Cuando se cite un artículo dentro de un libro colectivo, revista o periódico, deberá iniciarse con el nombre del autor, empezando por su apellido; seguido del nombre del libro o revista, escrito en cursivas; finalmente se anotará la página o páginas correspondientes y la fecha.

c) Materiales tomados de Internet. En estos casos deberá citarse primero la fuente en la forma antes descrita, después deberá citarse la dirección correspondiente.

Resumen curricular: Los trabajos deberán incluir un breve resumen curricular (no más de 5 líneas) del autor, así como correo electrónico y teléfono.

Especificaciones técnicas: Los textos deberán enviarse en procesador de palabras Word; las tablas y/o gráficas, en Excel o Word. Deberán estar impresos en original y grabados en disco de 3 1/2 pulgadas en Word para PC.

Lenguaje a utilizar

Es por demás conocido que dentro de la dependencia existe una diversidad de pensamientos e ideologías, por lo que emplearemos un lenguaje claro, sencillo y concreto.

La revista fue creada con la finalidad de llegar a todos los sectores que integran esta dependencia.

Se decidió utilizar diferentes géneros como medio de expresión, pues cada uno de ellos tiene particularidades específicas que mediante el lenguaje nos ayudarán a lograr nuestros objetivos. El responder las cuestiones qué, cuándo, cómo, dónde y por qué dará al trabajador la posibilidad de conocer con detalle lo que sucede en el ambiente laboral.

Selección de temas

Los temas a incluir, serán los que proporcionen información oportuna sobre el acontecer general y específico de las diferentes áreas que integran la Secretaría.

Se elegirán las notas que sirvan como instrumentos que puedan emplearse en beneficio de la comunidad de la SRE.

Secciones de la revista

Los miembros de la Secretaría de Relaciones Exteriores, aunque trabajan con una misma finalidad, también profesan intereses individuales. Con el propósito de llegar a todos ellos, se crearon



diferentes secciones que sirven para satisfacer la demanda de información de cada uno de estos sectores.

Se creyó conveniente incluir secciones de interés general para no limitar el panorama informativo del lector.

Se pretende tener un canal de interacción con el trabajador, que se constituya como un vínculo que nos permita conocer las diferentes opiniones y sugerencias.

Prestaciones

Es el apartado encargado de difundir servicios y prestaciones que ayudan a la economía del trabajador.

En él se indicarán los detalles de las actividades programadas: entrega de uniformes, útiles, juguetes y vivienda; promociones: giros comerciales; y eventos a realizarse: entrega de estímulos, olimpiada, rosca de reyes, etc.

Becas

En esta sección se incluirán las fechas, ofertas y requisitos para los interesados en empezar, continuar o terminar sus estudios en el extranjero.

Este apartado también dará información a los extranjeros que desean estudiar en nuestro país.

Artículos especiales

Es la sección donde se encontrarán notas o artículos que sobresalgan por su novedad, es decir, aquellos acontecimientos que aunque importantes, no pueden quedar en una sección específica (pues no pertenecen a alguna temática en particular).

Su función es difundir información de las actividades propias de otras unidades administrativas.

Cápsula médica

En esta sección se incluirán soluciones a los problemas de salud que suelen presentarse en el ambiente laboral.

Igualmente se hablará sobre diferentes temas médicos, que ayudarán al trabajador a conocer un poco más sobre los padecimientos del cuerpo humano, su prevención y cuidado.

Sección infantil

Tiene como objetivo sensibilizar a la población de educación básica de la primaria José Gorostiza y del CENDI, sobre la importancia que tiene la labor de la Secretaría de Relaciones Exteriores y su repercusión a nivel nacional e internacional.



Aquí también se resolverán las inquietudes de la comunidad infantil.

Valija Diplomática

Esta sección es el vínculo que nos permite conocer las opiniones y sugerencias del lector.

Es la carta abierta a los trabajadores, que tiene como finalidad la retroalimentación.

Sección cultural

Es el espacio que tendrá como finalidad incrementar el nivel cultural del trabajador, al tiempo que le informa las actividades culturales a realizarse durante el mes.

En él se expondrá una síntesis de lo que son las artes, historia, tradición, etc., es decir todo lo que se acumula para elevar el nivel cultural.

Capacitación

La capacitación es importante pues es el medio para obtener una mayor productividad, al tiempo que se mejoran las habilidades de los trabajadores.

En esta sección se da información de los diferentes cursos, conferencias, congresos, etc. que se imparten en la Secretaría.

JUSTIFICACIÓN DEL DISEÑO

La comunicación actual está relacionada de manera natural con la cultura visual. Nuestro entorno está saturado de signos e imágenes evocadoras de la realidad. Ante la posibilidad que brindan medios como Internet y las aplicaciones multimedia puede parecer absurdo la existencia de los medios impresos. Sin embargo, la importancia de éstos está plenamente justificada. Los medios impresos, revistas y periódicos llegan de manera cotidiana a las manos de millares de lectores. Por el momento, los medios electrónicos, no han superado el placer y la facilidad de tener la información requerida en la palma de la mano.

Nuestra Comunidad, más allá de los aspectos formales y el cumplimiento de una normatividad, se presenta como un vínculo y un medio de comunicación para todos y cada uno de los sectores que conforman esta Secretaría. El propósito es ofrecer información, imagen y contenido acorde con los cambios que nuestro país está experimentando.

Tenemos la propuesta de un órgano de comunicación interna con una nueva visión, el cual ofrece calidad, innovación y desarrollo constante. Un medio moderno y adaptable a la realidad.



Aspectos formales del diseño

Se trata de un medio tradicional de 28 páginas, tamaño carta. La tipografía empleada para el cuerpo de texto, es Arial de diferentes puntos. Títulos y contenidos utilizarán otras tipografías. El diseño se maneja generalmente a dos columnas en una página de 19.05 de ancho por 25.4 de alto.

La revista se imprimirá en papel couché mate paloma para interiores y los exteriores se imprimirán en papel couché brillante con recubrimiento UV. La impresión será a todo color, a través del proceso cuatricomático, el cual utiliza los colores primarios el rojo (magenta o rojo de proceso), el amarillo y el azul (cyan o azul de proceso) en conjunto con el negro.

Encuadernación

La encuadernación es el proceso en que se juntan hojas de papel por sus márgenes o zonas intermedias para que formen un libro o cuadernillo que se puede consultar en forma secuencial.

La revista nuestra comunidad unirá sus páginas por medio de la "Encuadernación a caballete" donde las hojas se unen formando cuadernillos que son engrapados o cosidos en el lomo formado por el pliegue central. Es un sistema muy resistente y de gran calidad que da un acabado profesional a los documentos.



Recursos materiales

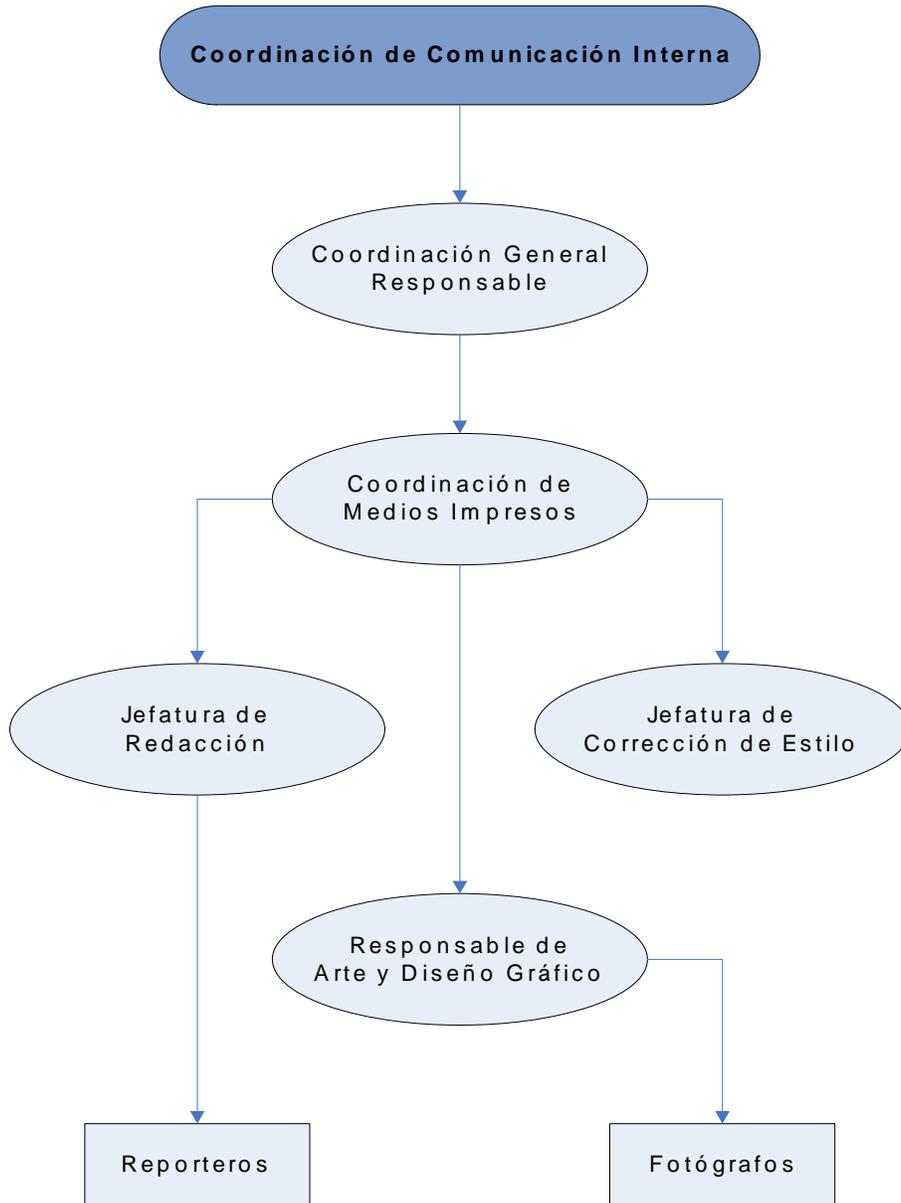
Equipo de cómputo y software que se utilizará en la creación del órgano de comunicación interna y medios adicionales.

Cantidad	Equipo	Características	Costo Aproximado
1	Estación de trabajo	Dell Precision 340 Mini tower, procesador Intel Pentium 4, 2.0 GHZ-Español, 512 megas en memoria RAM, monitor de 21" tarjeta de video ATI, Radeon VE, 32 Mb, VGA/DVI, bocinas, Windows XP Profesional, disco duro 80 Gb, Cd-Rom 20X/48X IDE y Cd-Writer 24X/10X/40X, tarjeta de sonido, NT, &Unidad de Zip Interno Iomega ZIP 250Mb, tarjeta de red.	\$26.500.00
2	Computadora Personal	Dell Dimension , procesador Intel Pentium 4, a 2.4 GHZ-Español, 256 megas en memoria RAM, monitor de 17" tarjeta de video de 64 Mb, bocinas, Windows XP Profesional, disco duro 80 Gb, Cd-Rom 16X y Cd-Writer 40X/10X/40X, tarjeta de sonido, NT, tarjeta de red.	\$28.000.00
1	Impresora	Impresora HP PhotoSmart 7550, calidad de impresión 4800dpi, 17 páginas por minuto, 8MB, conexión a puerto USB o Paralelo.	\$3.600.00
1	Cámara digital	Kodak DC 3400	\$5.000.00
1	Escáner	Scanner Hellewt Packard 4500C USB2 2400dpi. PC	\$1.500.00
2	Diskettes Zip	Disco Iomega ZIP de 250 Mb	\$350.00
1	Software	Macromedia FreeHand 10 p/Win-Esp.	\$4.400.00
1	Software	Corel Draw Graphics Suite Versión 11	\$6.400.00
1	Software	Adobe Illustrator V.10 Win-Esp	\$6.000.00
1	Software	Adobe Photoshop V.7.0. Win-Esp.	\$8.900.00
			\$90.650.00



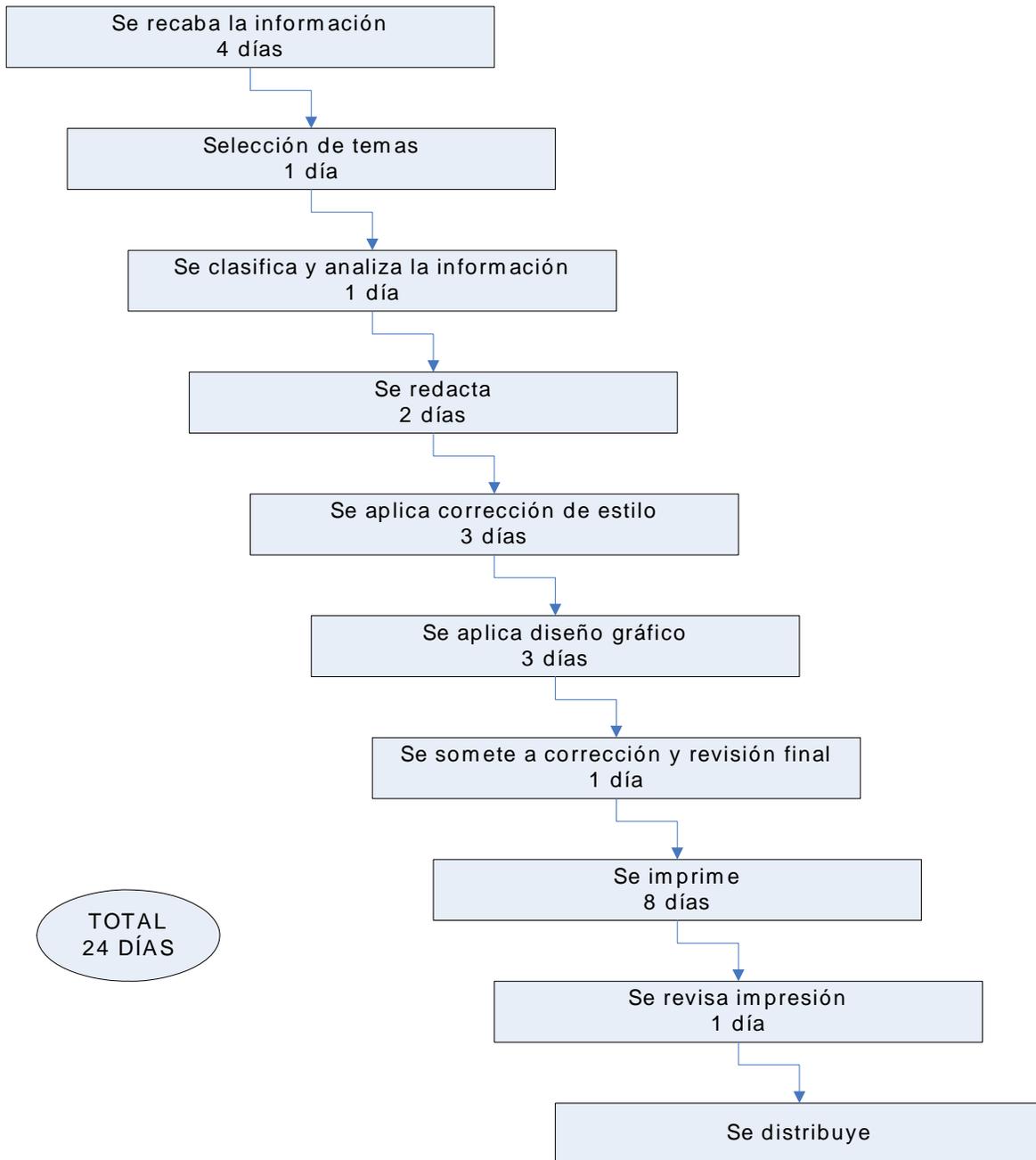
Estructura propuesta

Para la consecución de los objetivos planteados, se formará un equipo de trabajo interdisciplinario integrado por los siguientes elementos:





Tiempos de ejecución





Lectores potenciales

DISTRIBUCIÓN LOCAL		
DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
Tlatelolco	1,090	1,120
Cancillería Reforma	800	830
Centro Bursátil	279	300
Delegaciones Metropolitanas	91	101
<i>SUBTOTAL</i>	2,260	2,351

DISTRIBUCIÓN NACIONAL		
DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
Delegaciones Foráneas	282	68
CILA Norte y Sur	111	14
<i>SUBTOTAL</i>	393	82

DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL		
DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
Representaciones en el Exterior	958	264
<i>SUBTOTAL</i>	958	264

OTROS		
DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
Red de Comunicación Interna (Se enviarán ejemplares de cortesía a 18 Secretarías de Estado, Presidencia de la República, Procuraduría General de la República y Unidad de Servicio Civil de SHCP)		42
Remanente DGSEP		81
<i>SUBTOTAL</i>		123
<i>TOTAL</i>		3,000

DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
CILA NORTE Y SUR		
CILA Norte - Ciudad Juárez	35	2
CILA Norte - Oficina Ciudad Acuña	13	2
CILA Norte - Oficina Mexicali	10	2
CILA Norte - Oficina Reynosa	19	2
CILA Norte - Oficina Tijuana	3	2
CILA Sur - Tuxtla Gutiérrez	23	2
CILA Sur - Oficina Tapachula	8	2
<i>SUBTOTAL</i>	111	14



DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
DELEGACIONES METROPOLITANAS		
Delegación Álvaro Obregón, D.F.	9	10
Delegación Benito Juárez, D.F.	11	12
Delegación Cuauhtémoc, D.F.	13	14
Delegación Gustavo A. Madero, D.F.	11	12
Delegación Iztacalco, D.F.	7	8
Delegación Miguel Hidalgo, D.F.	9	10
Delegación Naucalpan de Juárez, Edo. de Mex.	9	10
Delegación Tlalpan, D.F.	8	9
Delegación Venustiano Carranza, D.F.	14	16
SUBTOTAL	91	101

DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
DELEGACIONES FORÁNEAS		
Delegación Acapulco, Gro.	4	2
Delegación Aguascalientes, Ags.	9	2
Delegación Campeche, Cam.	5	2
Delegación Cancún, Q.Roo	3	2
Delegación Ciudad Juárez, Chih.	5	2
Delegación Ciudad Victoria, Tamps.	13	2
Delegación Colima, Col.	3	2
Delegación Cuernavaca, Mor.	7	2
Delegación Culiacán, Sin.	6	2
Delegación Chihuahua, Chih.	9	2
Delegación Durando, Dgo.	6	2
Delegación Guadalajara, Jal.	26	2
Delegación Hermosillo, Son.	15	2
Delegación Jalapa, Ver.	10	2
Delegación La Paz, B.C.	2	2
Delegación León, Gto.	13	2
Delegación Mérida, Yuc.	12	2
Delegación Mexicali, B.C.	8	2
Delegación Monterrey, N.L.	27	2
Delegación Morelia, Mich.	8	2
Delegación Oaxaca, Oax.	3	2
Delegación Pachuca, Hgo.	6	2
Delegación Puebla, Pue.	5	2
Delegación Querétaro, Qro.	4	2
Delegación San Luis Potosí, S.L.P.	2	2
Delegación Tapachula, Chis.	4	2
Delegación Tepic, Nay.	3	2
Delegación Tijuana, B.C.	15	2



DESTINO	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
Delegación Tlaxacala, Tlax.	3	2
Delegación Toluca, Edo. De Mex.	12	2
Delegación Torreón, Coah.	13	2
Delegación Tuxtla Gutiérrez, Chis.	8	2
Delegación Villahermosa, Tab.	8	2
Delegación Zacatecas, Zac.	5	2
SUBTOTAL	282	68

TOTAL	282	68
--------------	------------	-----------

	REPRESENTACIÓN	NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
500	LA HABANA, CUBA -EMBAJADA-	12	2
502	ANKARA, TURQUÍA -EMBAJADA-	6	2
505	ARGEL, ARGELIA -EMBAJADA-	3	2
506	ATENAS, GRECIA -EMBAJADA-	4	2
508	BARCELONA, ESPAÑA -CONSULADO-	7	2
510	BEIRUT, LÍBANO -EMBAJADA-	3	2
511	BELGRADO, YUGOSLAVIA -EMBAJADA-	3	2
512	BERNA, SUIZA -EMBAJADA-	6	2
513	BUDAPEST, HUNGRÍA -EMBAJADA-	6	2
514	BRUSELAS, BÉLGICA -EMBAJADA-	10	2
515	BUCAREST, RUMANIA -EMBAJADA-	3	2
517	TAILANDIA -EMBAJADA-	5	2
518	CANBERRA, AUSTRALIA -EMBAJADA-	6	2
519	BERLIN, ALEMANIA -EMBAJADA-	14	2
520	COPENHAGUE, DINAMARCA -EMBAJADA-	5	2
521	CIUDAD DEL VATICANO -EMBAJADA-	6	2
525	DUBLIN, IRLANDA -EMBAJADA-	5	2
526	EL CAIRO, EGIPTO -EMBAJADA-	5	2
527	ESTOCOLMO, SUECIA -EMBAJADA-	7	2
528	FRANKFURT, R. F. A. -CONSULADO-	5	2
533	O. I. -DELEGACIÓN-	13	2
536	HELSINKI, FINLANDIA -EMBAJADA-	4	2
537	HONK KONG -CONSULADO-	5	2
540	JAKARTA, INDONESIA -EMBAJADA-	5	2
541	KUALA LUMPUR, MALASIA -EMBAJADA-	5	2
542	LA HAYA, PAÍSES BAJOS -EMBAJADA-	7	2
544	LISBOA, PORTUGAL -EMBAJADA-	4	2
546	LONDRES, GRAN BRETAÑA -EMBAJADA-	21	2
548	MADRID, ESPAÑA -EMBAJADA-	16	2
549	MANILA, FILIPINAS -EMBAJADA-	4	2
550	MILÁN, ITALIA -CONSULADO-	8	2



REPRESENTACIÓN		NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
551	MONTREAL, CANADÁ -CONSULADO-	4	2
552	FEDERACIÓN RUSA -EMBAJADA-	11	2
553	SUDÁFRICA -EMBAJADA-	5	2
554	NAIROBI, KENIA -EMBAJADA-	4	2
555	NUEVA DELHI, INDIA -EMBAJADA-	5	2
557	OSLO, NORUEGA -EMBAJADA-	1	2
558	OTTAWA, CANADÁ -EMBAJADA-	16	2
560	PARÍS, FRANCIA -EMBAJADA-	21	2
561	REPÚBLICA, CHECA -EMBAJADA-	7	2
562	PEKIN, REP. POPULAR CHINA -EMBAJADA-	8	2
563	MARRUECOS -EMBAJADA-	3	2
565	ROMA, ITALIA -EMBAJADA-	12	2
567	SEUL, COREA DEL SUR -EMBAJADA-	4	2
569	SHANGAI, CHINA -CONSULADO-	3	2
570	SINGAPUR -EMBAJADA-	5	2
572	TEL-AVIV, ISRAEL -EMBAJADA-	5	2
573	UNIÓN EUROPEA, BÉLGICA -DELEGACIÓN-	7	2
574	TOKIO, JAPON -EMBAJADA-	12	2
575	TORONTO, CANADÁ -CONSULADO-	7	2
576	TEHERAN, IRÁN -EMBAJADA-	3	2
577	WINDHOEK, NAMIBIA -EMBAJADA-	1	2
578	UNESCO, PARÍS, FRANCIA -DELEGACIÓN-	3	2
579	NUEVA ZELANDA -EMBAJADA-	3	2
580	VANCOUVER, CANADÁ -CONSULADO-	6	2
581	VARSOVIA, POLONIA -EMBAJADA-	6	2
582	VIENA, AUSTRIA -EMBAJADA-	11	2
583	RIAD, ARABIA SAUDITA -EMBAJADA-	1	2
584	VIETNAM, VIETNAM -EMBAJADA-	3	2
585	ASUNCIÓN, PARAGUAY -EMBAJADA-	5	2
586	BELICE, BELICE -EMBAJADA-	5	2
587	BOGOTÁ, COLOMBIA -EMBAJADA-	8	2
588	BUENOS AIRES, ARGENTINA -EMBAJADA-	11	2
589	RÍO DE JANEIRO, BRASIL -CONSULADO-	4	2
590	BRASILIA, D.F., BRASIL -EMBAJADA-	12	2
592	CARACAS, VENEZUELA -EMBAJADA-	12	2
594	GUATEMALA, GUATEMALA -EMBAJADA-	10	2
595	GUATEMALA, GUATEMALA -CONSULADO-	5	2
596	KINGSTON, JAMAICA -EMBAJADA-	4	2
598	LA PAZ, BOLIVIA -EMBAJADA-	5	2
599	LIMA, PERÚ -EMBAJADA-	7	2



REPRESENTACIÓN		NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
602	MANAGUA, NICARAGUA -EMBAJADA-	6	2
603	MONTEVIDEO, URUGUAY -EMBAJADA-	9	2
604	PUERTO ESPAÑA, TRINIDAD Y TOBAGO -EMBAJADA-	4	2
605	PANAMÁ, PANAMÁ -EMBAJADA-	8	2
606	PUERTO PRÍNCIPE, HAITÍ -EMBAJADA-	3	2
607	QUETZALTENANGO, GUATEMALA -CONSULADO-	3	2
608	QUITO, ECUADOR -EMBAJADA-	7	2
609	SAN PEDRO SULA HONDURAS -CONSULADO-	3	2
610	SAN JUAN, PUERTO RICO -CONSULADO-	2	2
611	SAN JOSÉ, COSTA RICA -EMBAJADA-	9	2
612	SAN SALVADOR, EL SALVADOR -EMBAJADA-	8	2
613	SANTO DOMINGO, REP. DOMIN. -EMBAJADA-	5	2
614	SAU PAULO, BRASIL -CONSULADO-	6	2
615	SANTIAGO, CHILE -EMBAJADA-	11	2
616	TECUNMUMAN GUATEMALA -CONSULADO-	2	2
617	TEGUCIGALPA, HONDURAS -EMBAJADA-	5	2
620	ALBUQUERQUE. N. M. -CONSULADO-	6	2
621	AUSTIN, TEXAS -CONSULADO-	6	2
622	ATLANTA, GEORGIA -CONSULADO-	9	2
625	BROWNSVILLE, TEXAS -CONSULADO-	5	2
626	BOSTON, MASS -CONSULADO-	3	2
628	CALEXICO, CALIFORNIA -CONSULADO-	6	2
630	CHICAGO, ILLINOIS -CONSULADO-	14	2
632	DALLAS, TEXAS -CONSULADO-	11	2
633	DEL RIO, TEXAS -CONSULADO-	4	2
634	DENVER, COLORADO -CONSULADO-	6	2
635	DETROIT, MICHIGAN -CONSULADO-	3	2
639	EAGLE, PASS, TEXAS -CONSULADO-	5	2
640	EL PASO, TEXAS -CONSULADO-	13	2
642	FRESNO, CALIFORNIA -CONSULADO-	5	2
644	OMAHA, NEBRASKA -CONSULADO-	3	2
645	HOUSTON, TEXAS -CONSULADO-	13	2
646	INDIANAPOLIS, INDIANA -CONSULADO-	3	2
647	KANSAS CITY, KANSAS -CONSULADO-	4	2
648	LAS VEGAS, NEVADA -CONSULADO-	5	2
649	LAREDO, TEXAS -CONSULADO-	5	2
650	LOS ANGELES, CALIFORNIA -CONSULADO-	34	2
653	MC. ALLEN, TEXAS -CONSULADO-	6	2
657	MIAMI, FLORIDA -CONSULADO-	12	2



REPRESENTACIÓN		NO. DE TRABAJADORES	EJEMPLARES POR ENVIAR
660	NOGALES, ARIZONA –CONSULADO-	6	2
661	NUEVA ORLEANS, L. –CONSULADO-	2	2
662	NUEVA YORK, N.Y. –CONSULADO-	15	2
664	RALEIGH CALIFORNIA DEL NORTE -CONSULADO-	3	2
665	O.E.A., WASHINGTON E.U.A. -DELEGACION-	13	2
666	O.N.U. NUEVA YORK –DELEGACION-	23	2
667	ORLANDO, FLORIDA –CONSULADO-	6	2
668	PHOENIX, ARIZONA –CONSULADO-	12	2
669	PRESIDIO, TEXAS	1	2
670	PHILADELPHIA, PENSILVANIA -CONSULADO-	6	2
671	PORTLAND, OREGON –CONSULADO-	6	2
672	SAN JOSE, CALIFORNIA –CONSULADO-	6	2
673	SACRAMENTO, CALIFORNIA -CONSULADO-	6	2
674	SALT LAKE CITY, UTAH -CONSULADO-	4	2
675	SAN ANTONIO, TEXAS -CONSULADO-	12	2
676	SAN BERNARDINO, CALIFORNIA -CONSULADO-	6	2
677	SAN DIEGO, CALIFORNIA -CONSULADO-	13	2
678	SAN FRANCISCO, CALIFORNIA -CONSULADO-	10	2
681	SEATTLE, WASHINGTON -CONSULADO-	6	2
682	TUCSON, ARIZON –CONSULADO-	5	2
683	YUMA, ARIZONA –CONSULADO-	4	2
686	WASHINGTON, E.U.A. –EMBAJADA-	43	2
TOTAL		958	264



CONCLUSIONES

Como comunicadora, considero que la comunicación no se define bajo un solo horizonte, puesto que es una actividad propia del ser humano. Por esta razón estoy de acuerdo con la definición de Leonardo Sagayo en la que afirma que ésta es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización para el desarrollo de los sistemas sociales. Se le considera como un proceso humano de interacción de lenguajes que se encuentra más allá del traspaso de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico.

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales; ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo específico.

Los gobiernos actuales utilizan gran parte de su presupuesto en comunicación, la necesidad de que la mano derecha sepa lo que está haciendo la izquierda requiere un cuantioso y veloz flujo de información. La información acumulada, tanto interna como externa, se utiliza para difundir los intereses gubernamentales, seguir los acontecimientos de los demás gobiernos, el progreso de la industria, etc.

Tiempo atrás, la comunicación no despertaba la atención de los grandes gobiernos, la revolución tecnológica y filosófica cambió el transcurso de esta tendencia, así pues, las dependencias gubernamentales comenzaron a prestar especial énfasis en ésta como método de supervivencia frente a las preocupaciones mundiales.

Las organizaciones deben seleccionar las estructuras que satisfagan mejor sus necesidades de información, de manera que ésta no sea excesiva ni insuficiente.

Con la encuesta aplicada a los Servidores Públicos de la Secretaría de Relaciones Exteriores se detectaron grandes deficiencias comunicacionales; se constató que la información brindada era deficiente en cantidad y calidad, debido a que el rumor era predominante ante otras fuentes fidedignas.

Los Servidores Públicos demandaron la creación de un órgano informativo que promoviera la participación del personal, brindando la información necesaria para su propio desarrollo y de la Dependencia.

Para establecer un Sistema de Comunicación Interna, es necesario considerar los diferentes medios que nos ofrece la Comunicación Organizacional; en este trabajo se mencionó cada uno de ellos con una propuesta de acción.

De todos los métodos de Comunicación Interna presentados en el Capítulo II, se eligió el formato de revista, ya que en otras Dependencias Integrantes de la Administración Pública Federal Centraliza y en algunas Empresas Privadas ha operado correctamente como medio transmisor de información. Cabe mencionar que se consideró la opinión externada por los servidores públicos, donde apoyaron la creación de una revista como medio de difusión.

El aspecto más significativo de este trabajo fue desarrollar el proyecto de "Nuestra Comunidad", considerada como el principal órgano de Comunicación Interna de la SRE; con ella se



pretende facilitar el flujo de información al tiempo que se contribuye al mejoramiento de la cultura y el clima laboral.

El ejemplar modelo que se presenta como conclusión de este trabajo incluye algunas de las secciones propuestas en el Capítulo V, el diseño no es muy laborioso; (ya que fue elaborado en Power Point una aplicación de office que no es una herramienta para diseño) sin embargo, si el proyecto es aceptado como tal, se procederá a la contratación de un Diseñador Gráfico que pueda darle todos los atributos que como revista requiere.

La información se seleccionó siguiendo los criterios de actualidad y novedad para el mes de noviembre de 2005, se incluyeron temas de interés general y algunos sucesos relevantes al interior de la Dependencia. Para los números posteriores se pretende formar un Comité Editorial quien será el encargado de la selección de los temas con base en la información proporcionada por cada Unidad Administrativa, eligiendo la de mayor utilidad para los Servidores Públicos.

La conclusión más importante de este trabajo es el concretar el proyecto abordado a lo largo de toda esta investigación, y como muestra tenemos el ejemplar modelo de lo que en un futuro será la revista *Nuestra Comunidad*.

APÉNDICE



**RED DE COMUNICACIÓN INTERNA
MANDOS MEDIOS Y SUPERIORES**

Compañero: A través de esta encuesta queremos conocer su opinión y sus preferencias sobre la manera en que deberíamos establecer canales de comunicación efectivos y continuos. La información que nos brinda es absolutamente confidencial y nos será de gran utilidad.

<p>1. Sexo</p>	<table border="1"> <caption>Distribución por Sexo</caption> <thead> <tr> <th>Sexo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombres</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>37%</td> </tr> </tbody> </table>	Sexo	Porcentaje	Hombres	63%	Mujeres	37%		
Sexo	Porcentaje								
Hombres	63%								
Mujeres	37%								
<p>2. ¿Cuántos años cumplidos tiene?</p>	<p>40 EN PROMEDIO</p>								
<p>3. ¿Hasta qué nivel escolar estudió usted?</p>	<table border="1"> <caption>Nivel de Estudios Profesionales</caption> <thead> <tr> <th>Nivel de Estudios</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Estudios profesionales completos</td> <td>83%</td> </tr> <tr> <td>Estudios profesionales incompletos</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>No especificó</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	Nivel de Estudios	Porcentaje	Estudios profesionales completos	83%	Estudios profesionales incompletos	13%	No especificó	4%
Nivel de Estudios	Porcentaje								
Estudios profesionales completos	83%								
Estudios profesionales incompletos	13%								
No especificó	4%								



<p>4. ¿Qué tipo de estudios o cursos realiza usted actualmente?</p>	<table border="1"> <caption>Datos del Gráfico 4</caption> <thead> <tr> <th>Tipo de estudio/curso</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ninguno</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Preparatoria</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Estudios profesionales</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Posgrado</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Estudios técnicos</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Cursos de capacitación</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Actualización</td> <td>18%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de estudio/curso	Porcentaje	Ninguno	44%	Preparatoria	4%	Estudios profesionales	12%	Posgrado	2%	Estudios técnicos	9%	Cursos de capacitación	8%	Actualización	18%
Tipo de estudio/curso	Porcentaje																
Ninguno	44%																
Preparatoria	4%																
Estudios profesionales	12%																
Posgrado	2%																
Estudios técnicos	9%																
Cursos de capacitación	8%																
Actualización	18%																
<p>5. En total, ¿cuántos años tiene trabajando en el gobierno federal?</p>	<p style="text-align: center;">1.4 EN PROMEDIO</p>																
<p>6. ¿Cuántos años tiene trabajando en esta dependencia?</p>	<p style="text-align: center;">DE UNO A DOS AÑOS EN PROMEDIO</p>																
<p>7. ¿Cuál es el cargo o puesto que usted desempeña actualmente?</p>	<table border="1"> <caption>Datos del Gráfico 7</caption> <thead> <tr> <th>Cargo/Puesto</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director general</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Director de área</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Subdirector de área</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Jefe de departamento</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>13%</td> </tr> </tbody> </table>	Cargo/Puesto	Porcentaje	Director general	18%	Director de área	27%	Subdirector de área	31%	Jefe de departamento	11%	Otro	13%				
Cargo/Puesto	Porcentaje																
Director general	18%																
Director de área	27%																
Subdirector de área	31%																
Jefe de departamento	11%																
Otro	13%																
<p>8. ¿Cuánto tiempo tiene usted en este puesto?</p>	<p style="text-align: center;">Menos de un año</p>																



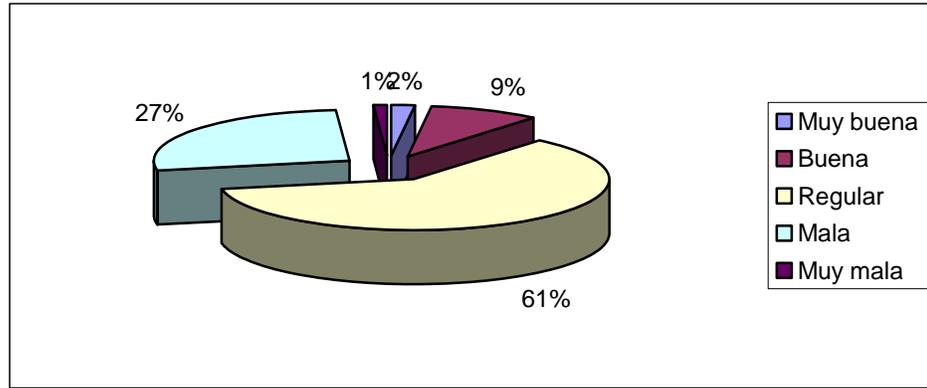
<p>9. ¿Qué tanto conoce usted la misión y visión (organización administrativa) del gobierno federal?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No la conoce</td> <td>81%</td> </tr> <tr> <td>Medianamente la conoce</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Sí la conoce</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	No la conoce	81%	Medianamente la conoce	18%	Sí la conoce	1%
Categoría	Porcentaje								
No la conoce	81%								
Medianamente la conoce	18%								
Sí la conoce	1%								
<p>10. ¿Qué tanto conoce la misión y visión (organización administrativa) de su dependencia?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No la conoce</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>Medianamente la conoce</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Sí la conoce</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	No la conoce	90%	Medianamente la conoce	9%	Sí la conoce	1%
Categoría	Porcentaje								
No la conoce	90%								
Medianamente la conoce	9%								
Sí la conoce	1%								
<p>11. ¿Qué tanto conoce la misión y visión (organización administrativa) del área a la que usted pertenece?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No la conoce</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>Medianamente la conoce</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Sí la conoce</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	No la conoce	90%	Medianamente la conoce	9%	Sí la conoce	1%
Categoría	Porcentaje								
No la conoce	90%								
Medianamente la conoce	9%								
Sí la conoce	1%								
<p>12. En términos generales, ¿usted considera que conoce (muy bien, bien, poco, muy poco o nada) las actividades encomendadas a su dependencia?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy bien</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Bien</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>Nada</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy bien	54%	Bien	45%	Nada	1%
Categoría	Porcentaje								
Muy bien	54%								
Bien	45%								
Nada	1%								



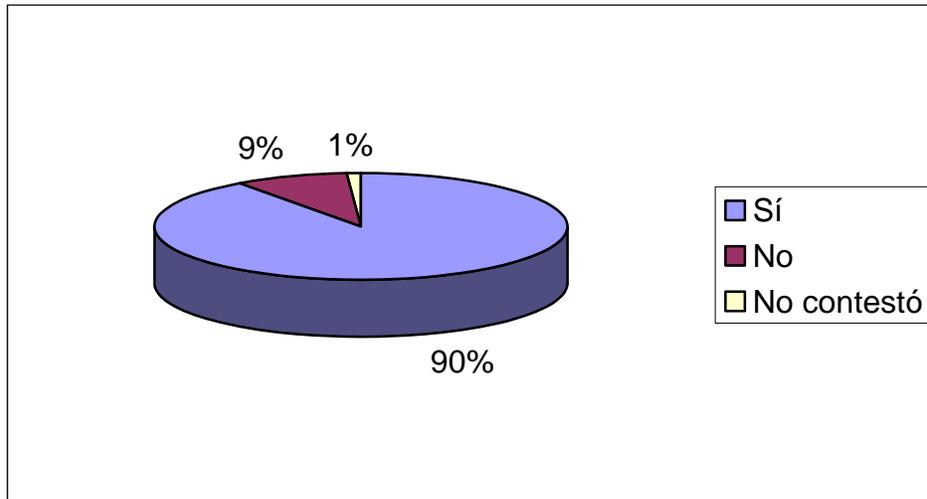
<p>13. ¿Usted considera que en su área cuentan con información suficiente acerca de los logros y avances de su dependencia?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>72%</td> </tr> <tr> <td>No contestó</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	27%	No	72%	No contestó	1%				
Respuesta	Porcentaje												
Sí	27%												
No	72%												
No contestó	1%												
<p>14. Por lo general, ¿sobre qué tipo de asuntos recibe información de su dependencia y área de trabajo? (mencione hasta 3 opciones)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Asunto</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Administrativos</td> <td>81%</td> </tr> <tr> <td>Notas/Reportes de avances</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>Invitaciones a eventos</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Prestaciones</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>45%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Asunto	Porcentaje	Administrativos	81%	Notas/Reportes de avances	90%	Invitaciones a eventos	27%	Prestaciones	27%	Otros	45%
Tipo de Asunto	Porcentaje												
Administrativos	81%												
Notas/Reportes de avances	90%												
Invitaciones a eventos	27%												
Prestaciones	27%												
Otros	45%												
<p>15. ¿A través de qué medios recibe información o se entera de las actividades de su dependencia? (mencione la opción más frecuente)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Medio de Información</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Páginas de Internet</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Circulares/Memorándum/oficios</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>Directamente de sus superiores</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Medio de Información	Porcentaje	Páginas de Internet	18%	Circulares/Memorándum/oficios	63%	Directamente de sus superiores	18%	Otros	1%		
Medio de Información	Porcentaje												
Páginas de Internet	18%												
Circulares/Memorándum/oficios	63%												
Directamente de sus superiores	18%												
Otros	1%												



16. En su opinión, ¿la comunicación dentro de su dependencia es?

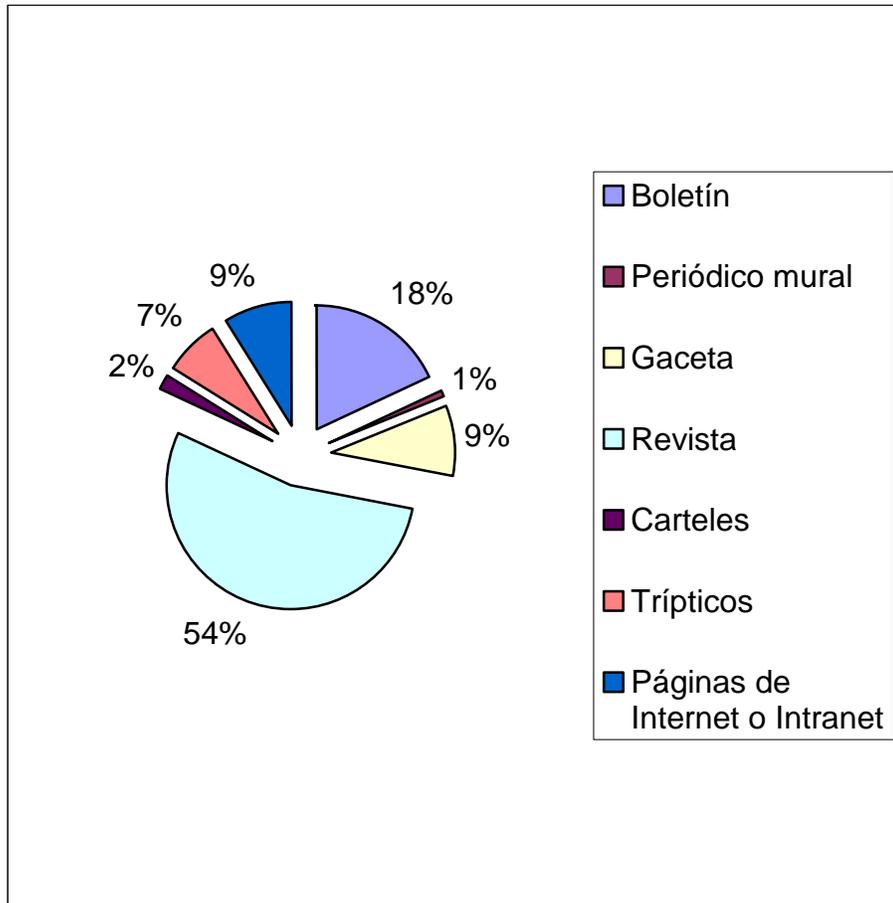


17. ¿Usted considera que sería útil que en su dependencia existiera un medio de información con periodicidad definida?

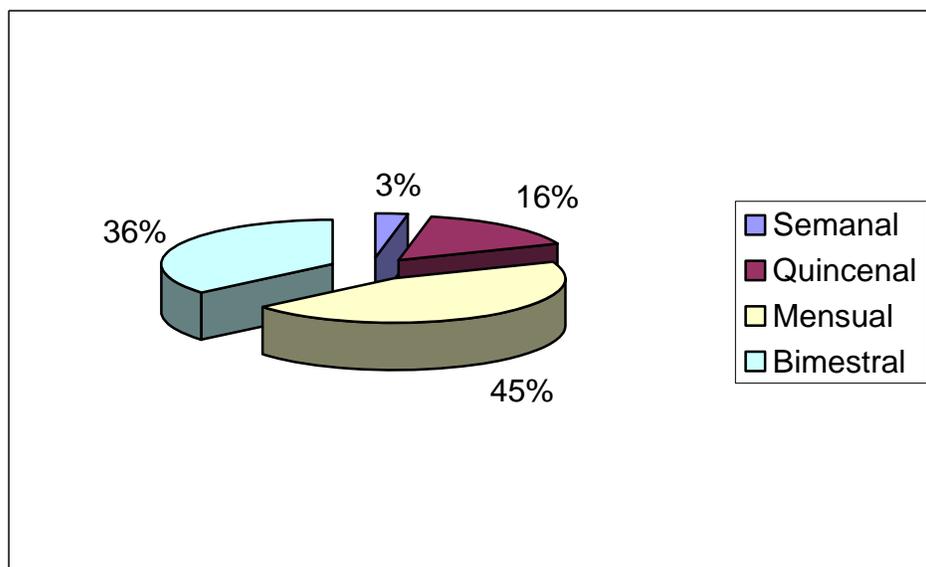




18. De existir un instrumento de información, ¿cuál considera usted que sería el mejor formato?



19. ¿Cada cuándo, considera usted que debería circular este órgano informativo?





<p>20. ¿Qué tipo de información cree que debería ser incluida? (Mencione hasta 4 tipos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cultura y entretenimiento ■ Actividades educativas ■ Capacitación ■ Noticias de la dependencia ■ Convocatorias y promociones ■ Prestaciones ■ Avisos de la dependencia ■ Información de otras dependencias
<p>21. ¿A usted le interesa que exista un órgano informativo en su dependencia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sí ■ No ■ No contestó



<p>22. ¿Le gustaría participar en este instrumento informativo?</p>	<table border="1"> <tr> <td>■ Sí</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>■ No</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>■ No contestó</td> <td>1%</td> </tr> </table>	■ Sí	54%	■ No	45%	■ No contestó	1%						
■ Sí	54%												
■ No	45%												
■ No contestó	1%												
<p>23. Principalmente, ¿cómo le gustaría participar? Mencione hasta 3 opciones NOTA: El 10% de las encuestas se anularon para esta pregunta</p>	<table border="1"> <tr> <td>■ Elaborando artículos</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>■ Enviando noticias</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>■ Opinando</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>■ Haciendo recomendaciones</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>■ Proponiendo ideas para el formato</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>■ No contestó</td> <td>12%</td> </tr> </table>	■ Elaborando artículos	8%	■ Enviando noticias	12%	■ Opinando	34%	■ Haciendo recomendaciones	21%	■ Proponiendo ideas para el formato	3%	■ No contestó	12%
■ Elaborando artículos	8%												
■ Enviando noticias	12%												
■ Opinando	34%												
■ Haciendo recomendaciones	21%												
■ Proponiendo ideas para el formato	3%												
■ No contestó	12%												
<p>24. En una escala de 0 a 10, donde 0 es muy malo y 10 es muy bueno ¿cómo calificaría usted el funcionamiento de su dependencia?</p>	<p style="text-align: center;">8.6 EN PROMEDIO</p>												
<p>25. Para enterarse del acontecer nacional e internacional, ¿a qué medio de comunicación recurre usted con mayor frecuencia?</p>	<table border="1"> <tr> <td>■ Radio</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>■ Televisión</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>■ Periódicos</td> <td>36%</td> </tr> </table>	■ Radio	9%	■ Televisión	45%	■ Periódicos	36%						
■ Radio	9%												
■ Televisión	45%												
■ Periódicos	36%												

RED DE COMUNICACIÓN INTERNA



PERSONAL OPERATIVO

Compañero: A través de esta encuesta queremos conocer su opinión y sus preferencias sobre la manera en que deberíamos establecer canales de comunicación efectivos y continuos. La información que nos brinda es absolutamente confidencial y nos será de gran utilidad.

<p>1. Sexo</p>	<table border="1"> <caption>Distribución por Sexo</caption> <thead> <tr> <th>Sexo</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombres</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>62%</td> </tr> </tbody> </table>	Sexo	Porcentaje	Hombres	38%	Mujeres	62%				
Sexo	Porcentaje										
Hombres	38%										
Mujeres	62%										
<p>2. ¿Cuántos años cumplidos tiene?</p>	<p style="text-align: center;">35 EN PROMEDIO</p>										
<p>3. ¿Hasta qué nivel escolar estudió usted?</p>	<table border="1"> <caption>Nivel de Escolaridad</caption> <thead> <tr> <th>Nivel de Escolaridad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Estudios de bachillerato y licenciatura incompletos</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>Licenciatura completa</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>No especificó</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Secundaria completa</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	Nivel de Escolaridad	Porcentaje	Estudios de bachillerato y licenciatura incompletos	82%	Licenciatura completa	9%	No especificó	5%	Secundaria completa	4%
Nivel de Escolaridad	Porcentaje										
Estudios de bachillerato y licenciatura incompletos	82%										
Licenciatura completa	9%										
No especificó	5%										
Secundaria completa	4%										



<p>4. ¿Qué tipo de estudios o cursos realiza usted actualmente?</p>	<table border="1"> <caption>Datos del Gráfico de Estudios o Cursos</caption> <thead> <tr> <th>Tipo de Estudio/Curso</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ninguno</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>Preparatoria</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Estudios profesionales</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Posgrado</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Estudios técnicos</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Curso de capacitación</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Diplomado</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Estudio/Curso	Porcentaje	Ninguno	57%	Preparatoria	11%	Estudios profesionales	19%	Posgrado	2%	Estudios técnicos	4%	Curso de capacitación	4%	Diplomado	3%
Tipo de Estudio/Curso	Porcentaje																
Ninguno	57%																
Preparatoria	11%																
Estudios profesionales	19%																
Posgrado	2%																
Estudios técnicos	4%																
Curso de capacitación	4%																
Diplomado	3%																
<p>5. En total, ¿cuántos años tiene trabajando en el gobierno federal?</p>	<p>4 EN PROMEDIO</p>																
<p>6. ¿Cuántos años tiene trabajando en esta dependencia?</p>	<p>4 EN PROMEDIO</p>																
<p>7. ¿Cuál es el cargo o puesto que usted desempeña actualmente?</p>	<table border="1"> <caption>Datos del Gráfico de Cargos o Puestos</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Operativo</td> <td>89%</td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Operativo	89%	Otro	11%										
Categoría	Porcentaje																
Operativo	89%																
Otro	11%																
<p>8. ¿Cuánto tiempo tiene usted en este puesto?</p>	<p>DE 5 A 10 AÑOS EN PROMEDIO</p>																



<p>9. ¿Qué tanto conoce usted la misión y visión (organización administrativa) del gobierno federal?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No la conoce</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>Medianamente la conoce</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>Sí la conoce</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	No la conoce	26%	Medianamente la conoce	65%	Sí la conoce	9%
Categoría	Porcentaje								
No la conoce	26%								
Medianamente la conoce	65%								
Sí la conoce	9%								
<p>10. ¿Qué tanto conoce la misión y visión (organización administrativa) de su dependencia?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No la conoce</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Medianamente la conoce</td> <td>56%</td> </tr> <tr> <td>Sí la conoce</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	No la conoce	40%	Medianamente la conoce	56%	Sí la conoce	4%
Categoría	Porcentaje								
No la conoce	40%								
Medianamente la conoce	56%								
Sí la conoce	4%								
<p>11. ¿Qué tanto conoce la misión y visión (organización administrativa) del área a la que usted pertenece?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>No la conoce</td> <td>69%</td> </tr> <tr> <td>Medianamente la conoce</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Sí la conoce</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	No la conoce	69%	Medianamente la conoce	24%	Sí la conoce	7%
Categoría	Porcentaje								
No la conoce	69%								
Medianamente la conoce	24%								
Sí la conoce	7%								



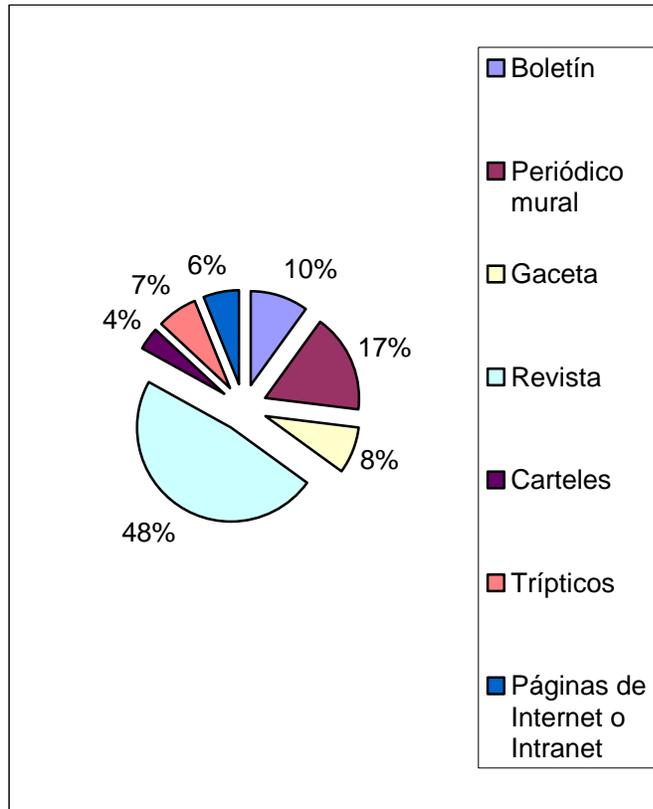
<p>12. En términos generales, ¿usted considera que conoce (muy bien, bien, poco, muy poco o nada) las actividades encomendadas a su dependencia?</p>	<table border="1"> <caption>Datos para la pregunta 12</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy bien</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>Bien</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>Nada</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Muy bien	28%	Bien	57%	Nada	1%				
Respuesta	Porcentaje												
Muy bien	28%												
Bien	57%												
Nada	1%												
<p>13. ¿Usted considera que en su área cuentan con información suficiente acerca de los logros y avances de su dependencia?</p>	<table border="1"> <caption>Datos para la pregunta 13</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>No contestó</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	29%	No	60%	No contestó	1%				
Respuesta	Porcentaje												
Sí	29%												
No	60%												
No contestó	1%												
<p>14. Por lo general, ¿sobre qué tipo de asuntos recibe información de su dependencia y área de trabajo? (Mencione hasta 3 opciones)</p>	<table border="1"> <caption>Datos para la pregunta 14</caption> <thead> <tr> <th>Tipo de Asunto</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Administrativos</td> <td>59%</td> </tr> <tr> <td>Notas/Reportes de avances</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>Invitaciones a eventos</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Prestaciones</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>57%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Asunto	Porcentaje	Administrativos	59%	Notas/Reportes de avances	46%	Invitaciones a eventos	30%	Prestaciones	10%	Otros	57%
Tipo de Asunto	Porcentaje												
Administrativos	59%												
Notas/Reportes de avances	46%												
Invitaciones a eventos	30%												
Prestaciones	10%												
Otros	57%												



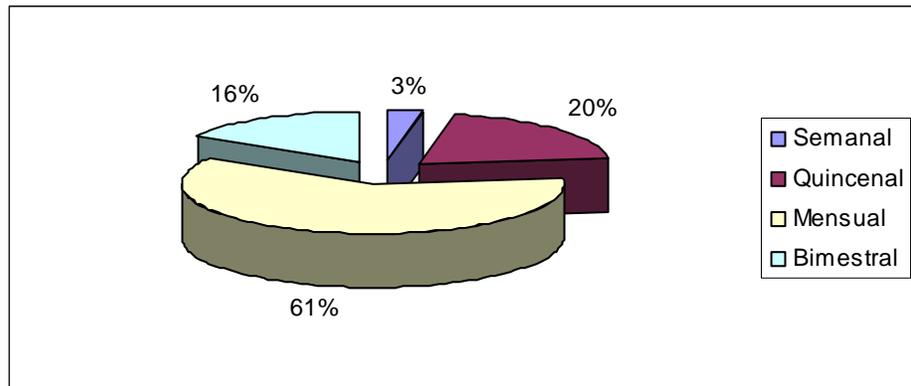
<p>15. ¿A través de qué medios recibe información o se entera de las actividades de su dependencia? (mencione la opción más frecuente)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Medio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Páginas de Internet</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Circulares/Memorándum/oficios</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>Directamente de sus superiores</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Medio	Porcentaje	Páginas de Internet	30%	Circulares/Memorándum/oficios	38%	Directamente de sus superiores	20%	Otros	12%		
Medio	Porcentaje												
Páginas de Internet	30%												
Circulares/Memorándum/oficios	38%												
Directamente de sus superiores	20%												
Otros	12%												
<p>16. En su opinión, ¿la comunicación dentro de su dependencia es?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Opinión</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy buena</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Buena</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>Mala</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>Muy mala</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Opinión	Porcentaje	Muy buena	10%	Buena	16%	Regular	42%	Mala	26%	Muy mala	11%
Opinión	Porcentaje												
Muy buena	10%												
Buena	16%												
Regular	42%												
Mala	26%												
Muy mala	11%												
<p>17. ¿Usted considera que sería útil que en su dependencia existiera un medio de información con periodicidad definida?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>No contestó</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	95%	No	4%	No contestó	1%				
Respuesta	Porcentaje												
Sí	95%												
No	4%												
No contestó	1%												



18. De existir un instrumento de información, ¿cuál considera usted que sería el mejor formato?



19. ¿Cada cuánto, considera usted que debería circular este órgano informativo?





<p>20. ¿Qué tipo de información cree que debería ser incluida? (Mencione hasta 4 tipos)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Información</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cultura y entretenimiento</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Actividades educativas</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Capacitación</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Noticias de la dependencia</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Convocatorias y promociones</td> <td>53%</td> </tr> <tr> <td>Prestaciones</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Avisos de la dependencia</td> <td>79%</td> </tr> <tr> <td>Información de otras dependencias</td> <td>83%</td> </tr> <tr> <td>(Categoría no etiquetada)</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Información	Porcentaje	Cultura y entretenimiento	14%	Actividades educativas	40%	Capacitación	18%	Noticias de la dependencia	24%	Convocatorias y promociones	53%	Prestaciones	48%	Avisos de la dependencia	79%	Información de otras dependencias	83%	(Categoría no etiquetada)	1%
Tipo de Información	Porcentaje																				
Cultura y entretenimiento	14%																				
Actividades educativas	40%																				
Capacitación	18%																				
Noticias de la dependencia	24%																				
Convocatorias y promociones	53%																				
Prestaciones	48%																				
Avisos de la dependencia	79%																				
Información de otras dependencias	83%																				
(Categoría no etiquetada)	1%																				
<p>21. ¿A usted le interesa que exista un órgano informativo en su dependencia?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>97%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>No contestó</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	97%	No	2%	No contestó	1%												
Respuesta	Porcentaje																				
Sí	97%																				
No	2%																				
No contestó	1%																				



<p>22. ¿Le gustaría participar en este instrumento informativo?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>61%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>No contestó</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Sí	61%	No	38%	No contestó	1%								
Respuesta	Porcentaje																
Sí	61%																
No	38%																
No contestó	1%																
<p>23. Principalmente, ¿cómo le gustaría participar? Mencione hasta 3 opciones</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Elaborando artículos</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Enviando noticias</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Opinando</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>Haciendo recomendaciones</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Proponiendo ideas para el formato</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>No contestó</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Distribuyéndolo</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Actividad	Porcentaje	Elaborando artículos	2%	Enviando noticias	8%	Opinando	42%	Haciendo recomendaciones	8%	Proponiendo ideas para el formato	17%	No contestó	2%	Distribuyéndolo	9%
Actividad	Porcentaje																
Elaborando artículos	2%																
Enviando noticias	8%																
Opinando	42%																
Haciendo recomendaciones	8%																
Proponiendo ideas para el formato	17%																
No contestó	2%																
Distribuyéndolo	9%																
<p>24. En una escala de 0 a 10, donde 0 es muy malo y 10 es muy bueno ¿cómo calificaría usted el funcionamiento de su dependencia?</p>	<p style="text-align: center;">7.9 EN PROMEDIO</p>																
<p>25. Para enterarse del acontecer nacional e internacional, ¿a qué medio de comunicación recurre usted con mayor frecuencia?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Medio de Comunicación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Radio</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Televisión</td> <td>66%</td> </tr> <tr> <td>Periódicos</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Ninguno</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Medio de Comunicación	Porcentaje	Radio	12%	Televisión	66%	Periódicos	14%	Ninguno	8%						
Medio de Comunicación	Porcentaje																
Radio	12%																
Televisión	66%																
Periódicos	14%																
Ninguno	8%																



Fuentes de Consulta

BIBLIOGRAFÍA

- A. Nadler, David, *La retroalimentación y el Desarrollo Organizacional*, México, Fondo Educativo Interamericano, 1982.
- Achilles de Faria Mello, Fernando, *Desarrollo Organizacional, enfoque integral*, México, Ed. Limusa, 1994.
- Becker, Richard, *Desarrollo Organizacional: Estrategias y Modelos*, México, Fondo Educativo Interamericano, 1973.
- Berlo, David. *El Proceso de la Comunicación Humana*. Buenos Aires, El Ateneo, 1988.
- Bonilla, Carlos. *La comunicación: función básica de las relaciones públicas*. México, Ed. Trillas, 1994.
- De Green, K. B. *La organización adaptable*, Ed. Trillas, México, 1998.
- Ferrer Pérez Luis, *Desarrollo Organizacional*, México, Ed. Trillas, 3era. Edición, 1995.
- Frank E. X. Dance (comp.), *Teoría de la comunicación humana*, Buenos Aires, Ed. Troquel, 1967.
- Goldhaber, Gerald M. *Comunicación Organizacional*. México, Diana, 1991.
- Jiménez Alfonso, *Creando valor a través de las personas*, España, Ed. Díaz de Santos, 1999.
- Katz, D. y Kahn, R. L., *Psicología social de las organizaciones*, México, Trillas, 1997.
- Keith, Davis, *Comportamiento humano en las organizaciones*, Mc. Millan, 1997.
- Lee Thayer, "Teoría de la comunicación y de la organización", Buenos Aires, Ed. Troquel, 1967.
- Lippitt, Gordon, y otros. *El cambio en las organizaciones empresariales*, Edit. Biblioteca de Gestión de la Universidad de Deusto, Bilbao, 1989.
- Muñiz Gonzalez, Rafael, *Marketing en el siglo XXI*, México, Ed. Cef, 1era. Edición, 2001.
- Nosnik, Abraham, *El desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico*, Trillas, México, 1991.
- Pinillos Andreu, *Apuntes: Programa de Comunicación Interna*, Instituto de Empresa, 1999.
- Redding, W. Charles. *Communication within the Organization*. New York: Industrial Communication Council Inc., 1978.
- Robbins, Stepehn P. *Comportamiento Organizacional*, México, Prentice Hall, 1995.
- Sayago, Leonardo Enrique, *Comunicación Social Organizacional con Énfasis en Educación*, Universidad Autónoma de Bucaramanga. UNAB, Colombia, 2004.



- Shannon, Claude y Weaver, Warren. *La teoría matemática de la comunicación*. The University of Illinois Press. 1964.
- Smith, Alfred, (Editor). *Comunicación y Cultura*. Nueva Visión. Buenos Aires. 1984.
- Tichy, N. *Administración del cambio estratégico. Dinámicas Técnicas, Políticas y Culturales*, John Wiley & Sons, New York, 1993.
- T. Turnbull, Arthur, N. Baird, Russell, *Comunicación Gráfica*, México, Trillas, 2003.
- Villafañe Justo, *El estado de la publicidad y el corporate en España*, Ed. Pirámide, 2000.
- Warren, G. Bennis, *Desarrollo Organizacional: Su naturaleza, sus orígenes y perspectivas* Fondo Educativo Interamericano, México, 1985.
- Watzlawick, Paul (et.al.). *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*, 1ª Edición, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971. Traducción de Noemí Rosenblatt.
- Weaver, Warren. *La Matemática de la Comunicación*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1984.

HEMEROGRAFÍA

- M. Gayeski, Diane, *Integrar la comunicación para mejorar el rendimiento*, Cuadernos de mejora del rendimiento profesional, mayo-junio, 1998.
- Seisdedos Nicolás, *El clima laboral y su medida*, Revista "Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, Núm 2, España, 1996.
- Acento con sentido humano*, Órgano de Comunicación Interna de la Secretaría de Gobernación, Año 2, Número 20, julio de 2003.
- Comunicarse*, Revista Interna de la Secretaría de Economía, No. 4, marzo de 2002.
- Correo Diplomático Consular*, Revista de Comunicación Interna del Correo Diplomático Consular, Año XIX, No. 153, abril-septiembre de 2002.
- Enlace*, Revista interna de Coca Cola, Año 12, No. 35, 2002.
- Gobernación, Capítulo Desarrollo de las Relaciones y de la Comunicación Interna.
- Mucho ambiente*, órgano de comunicación interna del sector medio ambiente y recursos naturales, No. 6, 15 de diciembre de 2003.
- Nafinotas*, Revista de Comunicación Interna de Nacional Financiera, Año XXXI, No. 670, julio-agosto de 2001.
- Nuestra Tinta Joven*, Órgano de información y análisis de la Secretaría de Educación Pública, Año 2, Época 2, No. 3 Abril/No. 4 Mayo de 2002.
- Presidencia de la República, Informe anual de la Red de Comunicación Interna, Innovación y Calidad Gubernamental, México, 2002.



Presidencia de la República, Plan Estratégico de Comunicación Interna para la Administración Pública Federal, México, 2002.

ReconoSer, Órgano Informativo de los servidores públicos del Poder Ejecutivo del Estado de México, Año 2, No. 14, mayo de 2002.

Salud, Gaceta de Comunicación Interna de la Secretaría de Salud, No. 13, julio de 2003.

Suma, La Revista de Cruz Roja Mexicana, enero-febrero de 2003.

Vertientes, Revista de comunicación interna de la Comisión Nacional del agua, Año 10, No. 93, noviembre de 2003.

Visión el cambio, Órgano de difusión de la Procuraduría General de la República, Año 2, No. 7, diciembre de 2002.

FUENTES ELECTRÓNICAS

www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/41/estcom.htm

www.exponet.es/edufam/2volunt.htm

<http://194.224.55.12/exponet/edufam/2tzeta.htm>

www.i-trade.com/infosrc/pw/mx/app10.htm

www.i-trade.com/infosrc/pw/mx/Ch8.htm

miespacio@infosol.com.mx

<http://www.unab.edu.com>

www.uch.edu.ar

<http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/invest/comuni.htm>

html.rincondelvago.com/tipos-de-papel.html

www.papelnet.cl/papel/tipos_papel_usos.htm

www.geocities.com/imma_font/m1c8/enquadernacio.pdf

www.fotonostra.com/glosario/encuadernacion.htm

NUESTRA COMUNIDAD

AÑO 0, NÚMERO 1, NOVIEMBRE DE 2005, PUBLICACIÓN MENSUAL

ÓRGANO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES

FORO APEC 2005

CONGRESO SINDICAL



LA ONU A 60 AÑOS
DE EXISTENCIA

“PROGRAMA
AMIGO”

BECAS Y
ESTÍMULOS

¿TIENES LA CLAVE DE
TU VIDA?

SRE

SERVICIO EXTERIOR
MEXICANO, ORGULLO
DE LA **SRE**

NUESTRA COMUNIDAD

SRE

Contenido

Año 0, núm. 1, noviembre de 2005

EDITORIAL	
ARTÍCULOS	
La ONU a 60 años de existencia	14
Foro APEC 2005	16
El estrés, ¿Quién tiene tiempo para él?	20
NOTICIAS DE LA DEPENDENCIA	
Programa Amigo	4
Congreso Sindical	5
El retiro voluntario en cifras	6
Se reactiva la ayuda económica a los prestadores de Servicio Social	7
Becas	9
CAPACITACIÓN	
Capacitación de Gran Impacto	8
PRESTACIONES	
Programa de vivienda	8
Estímulos y recompensas 2005	10
CÁPSULA MÉDICA	
¿Qué hacer en caso de... asma?	19
SECCIÓN CULTURAL	
Vivir para contarla	22
Ballet Aztlán	23
DIVERSOS	
¿Tienes la clave de tu vida?	12
Giros Comerciales	27
VALIJA DIPLOMÁTICA	
Buzón del Lector	25

Directorio

DIRECTOR:

Emb. Luis Alberto del Castillo Bandala

EDITOR RESPONSABLE:

Lic. Ernesto Pérez Jiménez.

CONSEJO EDITORIAL:

Lic. Ernesto Pérez Jiménez

Diana Grisell Paniagua García

Vladimir Ramírez Romero

COLABORADORES:

Dr. Eric Islas Martínez

Dr. Francisco Juvera Andrade

ARTE Y DISEÑO:

Diana Grisell Paniagua García

REDACCIÓN:

Diana Grisell Paniagua García

CORRECCIÓN DE ESTILO:

Diana Grisell Paniagua García

Fecha del cierre de la edición: 30 de octubre de 2005.
Publicación mensual de la Secretaría de Relaciones Exteriores, ubicada en Av. Paseo de la Reforma No. 175, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, editada por la Dirección General de Servicio Exterior y Personal. Teléfonos: 52*41*33*77 y 55*41*35*61. Fax: 52*41*34*71.

EL CONTENIDO DE LOS ARTÍCULOS Y COLABORACIONES FIRMADOS, ES RESPONSABILIDAD DEL AUTOR Y NO REFLEJAN NECESARIAMENTE LA OPINIÓN DE LA DEPENDENCIA.

Comunicar es una actividad fundamental del quehacer humano que posibilita la consecución de objetivos y metas, sobre todo, cuando ésta propicia un efecto retroalimentador en beneficio de los miembros de una organización.

Hoy, esta Cancillería tiene la responsabilidad de diseñar un mecanismo de comunicación interna que no actúe sólo como un medio de difusión, sino también sea un foro que contribuya a la expresión de nuestros trabajadores.

Considerando que todos formamos parte de la familia SRE, deseamos resaltar en el título que da origen a esta revista, que somos una comunidad con intereses similares y donde tenemos estrechos vínculos de identidad. Nuestra Comunidad, revista que sometemos a consideración de nuestros lectores, es el órgano de comunicación interna de la Secretaría de Relaciones Exteriores que tiene la misión de informar de manera fidedigna y objetiva las actividades de interés general propias de esta dependencia.

Para su realización, se consideró necesaria la aplicación de una encuesta que reflejara las inquietudes, preferencias y áreas de interés del personal, pues el compromiso es desarrollar un medio que además de cumplir nuestras expectativas ofrezca información veraz y oportuna. Cabe resaltar, que este órgano forma parte de un diseño estratégico de comunicación interna de la Administración Pública Federal, que ha sido reglamentado e integra un mecanismo interinstitucional, argumento que reafirma su personalidad.

Agradezco el esfuerzo de todos los que han hecho posible la realización de esta publicación y, sobre todo, que Nuestra Comunidad abra espacios de comunicación para beneficio de todos. **SRE**

El Oficial Mayor

"Programa Amigo", En apoyo de la ciudadanía

A través de su red de Delegaciones en todo el país, nuestra Cancillería atendió en 2005 a más de 2.2 millones de mexicanos que solicitaron su pasaporte; en este año se estima que la emisión de dicho documento podría llegar hasta los 2.5 millones. Es necesario anotar, que casi el 70% de los pasaportes emitidos en territorio nacional, se centraliza en 17 delegaciones, destacando entre ellas: Monterrey, Guadalajara, Cd. Victoria y Torreón, en las que se genera más de un tercio del total de pasaportes.

El 17% de los trámites de expedición de pasaportes en nuestro país, se realiza en las delegaciones ubicadas en el área metropolitana de la Ciudad de México.

Aunado a la concentración de la "demanda" en unas cuantas oficinas del país, el funcionamiento de las delegaciones también está determinado por un fenómeno estacional que provoca un mayor flujo de usuarios en períodos establecidos, específicamente en tres épocas del año: semana santa, vacaciones de verano e invierno.

Durante estos períodos, las largas filas, aglomeraciones, molestias y agresiones del público en contra de los empleados de las delegaciones, se habían convertido en un fenómeno recurrente que los medios de comunicación publicitaban en sus principales páginas, lo que como consecuencia propiciaba una imagen negativa de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Pero no sólo estos factores han provocado las multitudinarias crisis, este fenómeno se ha agravado por la presencia de personal ajeno a la Secretaría, los famosos *Coyotes*, quienes ubicados alrededor de las oficinas delegacionales, ofrecen servicios complementarios y asesoría para agilizar los trámites, a cambio de un pago, la mayoría de las veces, excesivo.

En el área metropolitana de la Ciudad de México, los mencionados *Coyotes* han jugado un papel importante en la formación de las crisis y el deterioro de la imagen de la Cancillería, al filtrarse entre los usuarios con el fin de desinformar, vender lugares y promover incidentes violentos.



Programa amigo en la
Delegación Álvaro Obregón



Programa amigo en la Delegación de
la S.R.E. en Tijuana, B.C.N.

Con el propósito de solventar la problemática señalada, a partir de mayo pasado se estableció una nueva estrategia encaminada a satisfacer de manera integral al público usuario, modificando horarios de recepción de la documentación para el trámite y estableciendo un sistema de citas.

De manera paralela, y con la finalidad de orientar, informar y asesorar al usuario que está por iniciar el trámite para la obtención de su pasaporte y/o simplemente obtener información, se instrumentó en el área metropolitana de la Ciudad de México y en la Delegación de la SRE en Tijuana, el "Programa Amigo", que cuenta con la participación de jóvenes universitarios de las carreras de Sociología, Trabajo Social, Derecho y Relaciones Internacionales, cuya misión es brindar un trato amable y de calidad al público.

Los llamados *Amigos*, que se identifican con un gafete de servicio social, camiseta y gorra en color amarillo con las siglas de la Secretaría y una leyenda alusiva al programa, se ubican fuera de las instalaciones, revisando documentación, informando, entregando solicitudes y trépticos a lo largo de la fila. Cuando la situación lo amerita auxilian al usuario en el llenado de la solicitud, lo que agiliza el trámite, disminuye el tiempo de espera en fila y reduce los incidentes por rechazo o falta de documentación. **SRE**

Los días 25, 26 y 27 de octubre pasado, teniendo como sede la ciudad de Pátzcuaro, Michoacán, se llevó a cabo el Congreso General Extraordinario 2005 del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Inicialmente, el evento fue programado para 130 personas; pero por ausencia de algunos representantes de Mérida, Piedras Negras y del Distrito Federal, el Congreso se instaló con 94 delegados, subdelegados y miembros del Comité Ejecutivo Nacional.

En representación de la Dirección General de Servicio Exterior y Personal acudieron el Act. Jesús Suárez Guerrero, Director de Personal y Lic. José Ariel Jaramillo, Subdirector de Capacitación y Desarrollo. El Act. Suárez, resaltó la importancia del diálogo entre las autoridades y los representantes de esta Secretaría, con el fin de adecuar el trabajo para obtener una mayor productividad y calidad del mismo.

Se propuso integrar en una primera etapa, la información del Perfil de Puestos, es decir, establecer las funciones, cargas de trabajo, necesidades de capacitación; ésta última deberá estar apegada a los lineamientos de la Ley de Servicio Civil de Carrera.

Dado el espíritu de cordialidad del Congreso, se convocó a los participantes a dar una aportación para mejorar las prestaciones de carácter socioeconómico.

En este sentido, los delegados y subdelegados sindicales manifestaron su inconformidad por el incumplimiento de las Condiciones Generales de Trabajo vigentes.

Los miembros del sindicato, con fundamento en los principios de justicia y equidad que rigen las Condiciones Generales de Trabajo y la Ley Federal del Trabajo, demandaron el cumplimiento de estos puntos en la asignación de recursos y prestaciones, pues denuncian gran diferencia entre las facilidades otorgadas a los trabajadores del Distrito Federal y los foráneos.

Los asistentes pidieron establecer dentro de las posibilidades presupuestales cursos de capacitación para el perfeccionamiento de su labor, recursos para fomentar el deporte, financiamiento para la educación de sus hijos, ya sea con colegios o guarderías, y facilidades para participar en la Olimpiada Deportiva y Cultural, entre otros.

Finalmente, externaron que se debe regir a todo el personal de la misma manera, pues todos son trabajadores y constituyen parte fundamental de la Secretaría de Relaciones Exteriores. **SRE**



NUESTRA COMUNIDAD

De conformidad con la "Norma que regula el Programa de Retiro Voluntario de Pensión con apoyo económico del personal operativo de la Administración Pública Federal" emitida por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Dirección General del Servicio Exterior y Personal, a través de la Dirección de Personal, llevó a cabo el Programa de Retiro Voluntario, que para este año, benefició a 47 trabajadores de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Entre los empleados que se incorporaron, fueron 29 los que se jubilaron u obtuvieron pensión y 18 los que fueron favorecidos con su petición de retiro voluntario. Las plazas de estos trabajadores fueron canceladas, siguiendo la normatividad mencionada, que entre otras cláusulas señala:

• "Se podrán incorporar los servidores públicos considerados como personal operativo de base en el tabulador general de las dependencias del Gobierno Federal, el personal operativo de confianza y el de enlace; que por edad y/o tiempo de servicios tengan derecho a obtener una pensión o jubilación."

• "Queda excluido el personal de carrera y asimilados del Servicio Exterior Mexicano."

• "Los servidores públicos que se incorporen o hayan sido incorporados a los Programas de Retiro Voluntario, podrán ingresar nuevamente a la Administración Pública Federal, previo dictamen de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público."

A continuación, se detallan estadísticamente el número de trabajadores favorecidos y la unidades administrativas de adscripción: **SRE**

RESUMEN POR ÁREA DE PERSONAL, INCORPORADO AL PROGRAMA DE RETIRO VOLUNTARIO 2005

ID	ÁREA	JUBILACIÓN O PENSIÓN	RETIRO VOLUNTARIO	TOTAL
1000	Oficinas del C. Secretario	1	-	1
1010	Coordinación General de Asesores	1	1	2
1100	Consultoría Jurídica	2	1	3
1150	Dirección General de Asuntos Culturales	2	-	2
2100	Dirección General para América del Norte	-	1	1
2200	Dirección General de Protección y Asuntos Consulares	1	1	2
2400	Sección Mexicana de la Comisión Internacional de Límites y Aguas Mex-EUA (Ciudad Juárez)	3	1	4
2410	CILA Norte-Oficina Ciudad Acuña	3	-	3
2420	CILA Norte-Oficina Mexicali	1	-	1
2430	CILA Norte-Oficina Reynosa Tamaulipas	2	-	2
3000	Subsecretaría para América Latina y el Caribe	1	-	1
4200	Dirección General para África, Asia-Pacífico y Medio Oriente	1	-	1
4300	Dirección General para el Sistema de las Naciones Unidas	1	-	1
4400	Dirección General de Derechos Humanos	-	1	1
5000	Subsecretaría de Relaciones Económicas y Cooperación Internacional	-	1	1
6200	Dirección General del Servicio Exterior y Personal	-	1	1
6210	Dirección de Personal	1	-	1
6230	Escuela Primaria "José Gorostiza"	-	2	2
6300	Dirección General de Asuntos Jurídicos	1	4	5
6400	Dirección de Comunicaciones e Informática	-	1	1
6500	Dirección General de Bienes Inmuebles y Recursos Materiales	2	2	4
6600	Dirección General de Delegaciones	1	1	2
7318	Delegación La Paz, B.C.S.	1	-	1
7327	Delegación Toluca, Estado de México	1	-	1
7329	Delegación Villahermosa, Tabasco	1	-	1
7337	Delegación Mazatlán, Sinaloa	1	-	1
8100	Dirección General para Temas Globales	1	-	1
		29	18	47

NUESTRA COMUNIDAD

SE AUTORIZA EL PAGO A LOS PRESTADORES DE SERVICIO SOCIAL EN LA SRE

Después de un periodo de 7 años en los que estuvo suspendida la ayuda económica a los prestadores de Servicio Social, la Dirección General del Servicio Exterior y de Personal ha realizado un esfuerzo para otorgar nuevamente este beneficio a los estudiantes que coadyuvan en las actividades de esta Cancillería.

Por instrucciones del Emb. Leandro Arellano, entonces Director General del área mencionada, la Coordinación del Servicio Social realizó un estudio para determinar el número de prestadores que se registran anualmente, y en esa proporción solicitar los recursos necesarios para el pago individual y el monto total a cubrir en ese periodo. Como resultado de éste, se concluyó que acuden a esta Secretaría un promedio de mil estudiantes por año.

Así mismo, en el estudio referido, se indicó que la ayuda económica debe ser equitativa para los niveles de licenciatura, técnico y secretarial, pues todos están considerados dentro de los "Lineamientos Generales para la prestación del Servicio Social".

Este beneficio implica por una parte, reconocer el apoyo que los prestadores brindan para el desahogo de las múltiples actividades que se generan a diario, y por otro lado, dar cumplimiento a la Ley Reglamentaria del Art. 5º constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el Distrito Federal, que en su capítulo VII, Art. 53, a la letra dice:

"Se entiende por Servicio Social el trabajo de carácter temporal y mediante retribución que ejecuten y presten los profesionistas y estudiantes en interés de la sociedad y el Estado."

Cabe destacar, que existe un acuerdo firmado por el Oficial Mayor, a través del cual se solicitaron los recursos para tal fin, éstos serán proporcionados para el cuarto trimestre del presente.

Del mismo modo hay que mencionar que se tomará como línea base para el pago correspondiente, el ingreso de prestadores que se origine a partir también del cuarto trimestre; por lo que no será posible aplicar esta remuneración para el número total de prestadores que se encuentran activos. La Dirección General del Servicio Exterior y de Personal dará a conocer en su oportunidad a las coordinaciones administrativas, los nombres del personal beneficiado y la fecha de pago. **SRE**



NUESTRA COMUNIDAD



Hoy en día la importancia del factor humano se reconoce más que nunca. El éxito de cualquier organización depende de forma crítica de qué tan buena sea ésta para adquirir y desarrollar sus recursos humanos.

Simplemente, son las personas las que hacen que las organizaciones funcionen bien.

En este sentido las acciones de capacitación que se están llevando a cabo en el segundo semestre del presente año son las siguientes:

JULIO

- Se llevan a cabo 11 cursos de idiomas.
- Motivación al trabajo y desarrollo de personal.
- Motivación al cambio y trabajo en equipo para la docencia.
- Se dieron 3 cursos de informática.
- Iniciaron 10 talleres de informática.

AGOSTO

- Terminaron 11 cursos de idiomas.
- Asistentes educativos.
- Continúan los 10 de talleres de informática.

SEPTIEMBRE

- Iniciaron 8 cursos de idiomas.
- Auditoría de procesos.
- Control de almacenes e inventarios.
- Atención y trato al público vía telefónica.
- Cambio organizacional.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamiento, y Servicios en el Sector Público.
- Se terminaron los 10 talleres de Informática.
- Iniciaron 4 talleres de informática.

OCTUBRE

- Continúan los 8 cursos de idiomas.
- Atención y trato al público.
- Dos grupos de redacción de documentos oficiales.
- Internet y correo electrónico.

Se tiene programado:

- Dos cursos de redacción de documentos oficiales.
- Concentración de documentos oficiales.
- Inicio de 8 cursos de informática.

NOVIEMBRE

- Finalizan los 8 cursos de idiomas.

Se tiene programado:

- Planeación estratégica.
- Cambio organizacional.
- Conferencia introductoria de ISO-9001; 2000.
- Control y manejo del estrés.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios en el Sector Público II. **SRE**

Prestaciones

Programa de vivienda

De acuerdo con la convocatoria emitida por el FOVISSSTE para participar en el sorteo del Programa Extraordinario de Vivienda, la Dirección de Personal y el Sindicato de la Secretaría de Relaciones Exteriores, se dieron a la labor de atender las solicitudes de los trabajadores interesados en obtener un crédito.

Debe resaltarse que en esta ocasión el FOVISSSTE dio la oportunidad a los derechohabientes de elegir entre dos modalidades de crédito: individual o mancomunado y paquete de vivienda o mercado abierto.

Como resultado a los sorteos celebrados del 26 de julio al 29 de agosto, 69 trabajadores de esta Secretaría fueron los beneficiados. Los créditos se repartieron entre los diferentes estados del país, quedando de la siguiente manera:

Sinaloa 1	Agascalientes 2
Baja California 3	Michoacán 1
San Luis Potosí 1	Coahuila 1
Chiapas 1	Sonora 3
Zacatecas 2	Nuevo León 1
Durango 1	Tamaulipas 1
Tlaxcala 1	Distrito Federal 38
Estado de México 12	SRE



Mexicanos y extranjeros de la mano en la educación

Desde el segundo semestre del año 2001 a la fecha, la Dirección de Intercambio Académico, ha continuado con la labor de apoyo, promoción y difusión de la oferta educativa, donde 41 países de todos los continentes, ofrecen de manera oficial la posibilidad de realizar estudios en el extranjero. De ello da cuenta la "Convocatoria de Becas para mexicanos", aplicable al 2005.

En reciprocidad y de acuerdo con los convenios suscritos con dichos países, la SRE a través de esta dirección otorgó becas a estudiantes y profesores extranjeros que desearon ingresar o seguir desarrollándose académicamente en alguna institución mexicana, ya sea bajo el esquema bilateral, multilateral o de programas especiales.

A partir del año 2005 se ha enfatizado la promoción de becas otorgadas por países extranjeros para mexicanos.

La Dirección de Intercambio Académico ha colaborado activamente en la difusión; mediante la impresión de carteles, trípticos, manuales y libros que fueron distribuidos a nivel nacional,

en todas las instituciones y centros académicos del país; en las delegaciones de la SRE, en el interior de la República y en el extranjero a través de embajadas, consulados e institutos. Del mismo modo se ha trabajado en la difusión por radio y televisión.

Se han desarrollado actividades sustantivas relacionadas con los procesos de becas, tales como el diseño y apoyo a los programas de clases de español, que son impartidas actualmente por el CEPE-UNAM.

A la par, se realizó un proyecto para modificar el sistema de cómputo con el que cuenta la Dirección de Intercambio Académico, con objeto de dar mejor atención y servicio a los usuarios.

Las embajadas, delegaciones de la SRE y el público en general, pueden encontrar información detallada sobre la oferta de becas a través del buzón "info.becas@sre.gov.mx".

Como muestra de la labor que se ha llevado a cabo, a continuación se detallan las cifras de los estudiantes beneficiados por su nivel académico. **SRE**

CIFRAS TOTALES DE ESTUDIANTES Y PROFESORES NACIONALES O EXTRANJEROS CON BECA DE ENERO A JUNIO DE 2005

Región Geográfica

Concepto	África	América del Norte	América del Sur	Caribe	Centro-América	Europa	OEA	Pacífico	Medio Oriente	Asia	Total por Concepto
Estudiantes extranjeros con beca en México	45	8	128	30	144	93	0	1	6	39	494
Expertos y/o profesores con beca en México	1	51	3	5	2	25	0	0	1	6	94
Estudiantes mexicanos becados en el extranjero	0	284	18	2	26	240	22	11	4	71	678
Expertos y/o profesores mexicanos becados en el extranjero (1)	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	18
Total por región	46	361	149	37	172	358	22	12	11	116	1284

(1) Incluye Banco de Misiones

Fuente: Dirección de Intercambio Académico

PREMIAN ESFUERZO DE TRABAJADORES EN LA SRE



De conformidad con la Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles, la Secretaría de Relaciones Exteriores hace un reconocimiento anual a sus trabajadores en dos modalidades: antigüedad y desempeño.

En esta ocasión, comprendiendo operativos y funcionarios, serán 32 los trabajadores premiados por su antigüedad. Se les otorgará una medalla de plata y diploma a aquellos que cumplan 25, 30, 40 ó 50 años de servicio en el Sector Público.

En este mismo rubro, se incorporó desde 1993 a las Condiciones Generales de Trabajo, en sus artículos 90 y 99, el premio "Alfonso García Robles", a través del cual se reconoce la antigüedad de los servidores públicos en esta Secretaría por 10, 15, 20, 25, 30, 40 y 50 años de servicio.

Los trabajadores que tengan 20 años de servicio o más se harán acreedores a una medalla de plata, un diploma y un pago proporcional de días de salario; en esta ocasión serán 177 los galardonados.

En cuanto al desempeño, este año se entregarán 83 estímulos al personal, el premio consiste por una parte en 10 días hábiles de vacaciones extraordinarias, mismos que correrán a partir del primer semestre de 2006, y por otra serán 60 trabajadores los que reciban una recompensa por la cantidad de \$6,480.00 (seis mil cuatrocientos ochenta pesos 00/100 M.N.)

Cabe resaltar, que para el otorgamiento de premios por desempeño, se instaló una Comisión Evaluadora, quien actuó como órgano supervisor y dictaminador del proceso de selección, ésta estuvo integrada por: el C. Oficial Mayor, en calidad de Presidente; Director General del Servicio Exterior y Personal, en calidad de Secretario Técnico; como miembros: el Director General de Programación, Organización y Presupuesto, Titular del Órgano Interno de Control; Presidente de la Asociación del Servicio Exterior Mexicano; Secretario General del Sindicato de la Secretaría de Relaciones Exteriores y un Secretario Técnico adjunto; que en este caso fue el Director de Personal.

Así mismo, se conformaron 8 comités de evaluación quienes a través de un proceso transparente y objetivo, propusieron a los candidatos merecedores de los premios referidos. Se informa que la ceremonia de premiación tendrá verificativo durante el mes de noviembre en el auditorio "Alfonso García Robles" de las instalaciones de Tlatelolco. **SRE**



Servicio Exterior Mexicano, orgullo de la SRE

El pasado 22 de octubre, teniendo como escenario el área de conferencias del auditorio "Alfonso García Robles" de las instalaciones de Tlatelolco, se llevó a cabo la ceremonia de entrega de la "Condecoración Servicio Exterior Mexicano" por 25 años de servicio.

En el presidium honraron con su presencia: el Dr. Luis Ernesto Derbez Bautista, Secretario de Relaciones Exteriores; Lic. Patricia Olamendi Torres, Subsecretaria para Temas Globales; Dr. Miguel Hakim, Subsecretario de Relaciones Económicas y Cooperación Internacional; Emb. Gustavo Iruegas, Subsecretario para América Latina y el Caribe; Emb. Miguel Marín Bosch, Subsecretario para África, Asia-Pacífico, Europa y Naciones Unidas; Lic. Mariclaire Acosta, Subsecretaria para Derechos Humanos y Democracia y Emb. Maurice Toussaint, entonces Oficial Mayor.

En representación de los 69 condecorados el Min. Jaime García Amaral destacó: "Es un honor y privilegio trabajar en una Cancillería cuyo objetivo es beneficiar al país, una Cancillería donde todos los días se aprende algo nuevo y donde se encuentran amigos entrañables que comparten un fuerte amor por México". "La entrega de este reconocimiento, representa un estímulo para la continuación de nuestras labores", concluyó.



A nombre de la Secretaría de Relaciones Exteriores y del suyo propio, el Dr. Luis Ernesto Derbez, agradeció a los premiados los 25 años de labor al servicio de México y de la Cancillería.

La entrega de esta medalla se instituyó por decreto presidencial en 1946, "Es un incentivo que sirve en el pasado y el futuro, en el primero para reconocer los méritos ya logrados y en el segundo para impulsar a otros a cumplir los mismos objetivos", subrayó.

El Dr. Derbez finalizó resaltando el objetivo de la Cancillería: "Fortalecer al Servicio Exterior Mexicano para que se desarrolle como un cuerpo eficaz que siga ayudando al país".

Entre los galardonados podemos mencionar al Emb. Ricardo Villanueva, Min. Jaime Enrique García, Primer Secretario José Antonio Esquivel Martínez; además de algunos agregados y técnicos administrativos. **SRE**

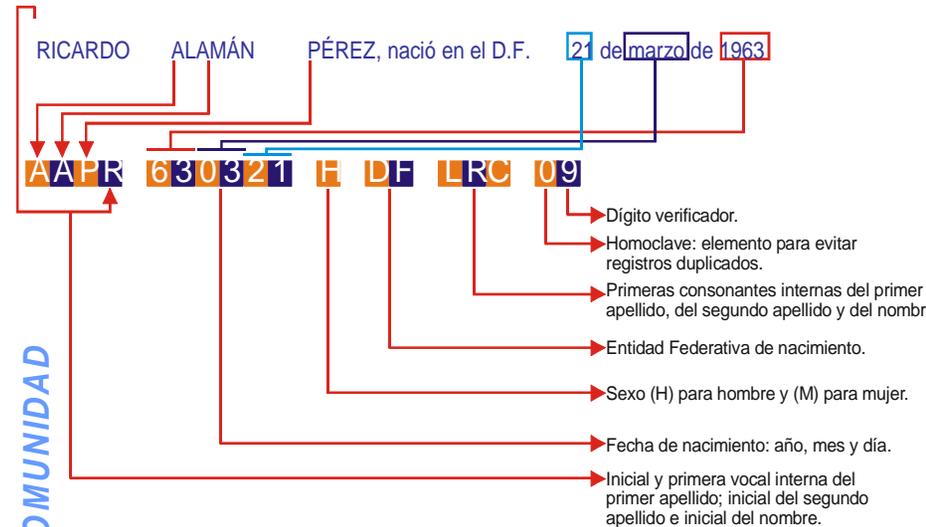


NUESTRA COMUNIDAD

La Clave Única de Registro de Población (CURP) es un elemento de identificación que se asigna a todas las personas que viven en el territorio nacional, así como a los mexicanos que residen en el extranjero. El Acuerdo Presidencial para la adopción y uso por la Administración Pública Federal de la CURP, fue publicado el 23 de octubre de 1996 en el **Diario Oficial de la Federación**. La Dirección General del Registro Nacional de Población (RENAPO), dependiente de la Secretaría de Gobernación, se encarga de la asignación de la CURP, así como la expedición de constancias.

La CURP está integrada por dieciocho caracteres, representados por letras y números, que se obtienen a partir de los datos contenidos en el documento probatorio de identidad (acta de nacimiento, carta de naturalización o documento migratorio, según sea el caso). La CURP está constituida por:

- 1) Primero y segundo apellidos y el nombre de pila
- 2) Fecha de nacimiento
- c) Sexo
- d) Entidad federativa de nacimiento



Las dos últimas posiciones de la CURP son asignadas por el RENAPO y evitan la duplicidad de la clave, ya que cada una de éstas debe identificar a una sola persona.

¿TIENES LA CLAVE DE TU VIDA?

NUESTRA COMUNIDAD

La CURP se irá incorporando paulatinamente a todos los documentos oficiales, con el fin de eliminar la diversidad de claves de registro y a partir del 31 de diciembre de 2003 se instituyó como obligatoria.

A manera de ejemplo presentamos algunos documentos en los que será incorporada:

En materia de:	Documento:
<ul style="list-style-type: none">• Registro civil• Educación• Prestación de Servicios• Seguridad Social• Otros	<ul style="list-style-type: none">• Acta de nacimiento, matrimonio, adopción, etc.• Cartilla de vacunación, expediente médico, identificación, etc.• Registro escolar, constancia y certificado de estudios, identificación, cédula profesional.• Solicitud de empleo, registro individual, expediente, nómina, recibo de pago, identificación, etc.• Cuanta individual del Sistema de Ahorro para el Retiro, identificación, etc.• Pasaporte, cartilla del Servicio Militar Nacional, licencia para conducir, etc.

Por estas razones es importante que tramites tu CURP y si ya la tienes debes revisar que los datos asentados sean correctos. Ponte en contacto con la Dirección de Personal para obtenerla, solicitar alguna corrección, o bien la reposición en caso de que la hayas extraviado. Adicionalmente, la Dirección General del Servicio Exterior y Personal acordó con el Registro Nacional de Población la realización del trámite de constancias CURP de beneficiarios de los trabajadores, para lo que únicamente se requiere una copia del acta de nacimiento.

No dejes pasar más tiempo, haz de la clave CURP **“la clave de tu vida”**. [SRE](#)



La Organización de las Naciones Unidas, foro multilateral por excelencia, nace un 24 de octubre de 1945 a través de la Carta de San Francisco, con la misión inmediata de garantizar la paz y seguridad internacionales.

Después de que la extinta Sociedad de Naciones, primer organismo internacional y antecedente de la ONU, fracasa en sus intentos por evitar la segunda conflagración mundial que inicia en 1939 con la invasión alemana a Polonia, se le presenta a la nueva organización un contexto internacional caracterizado por un enfrentamiento bipolar entre lo que se consideró como dos sistemas incompatibles: el capitalismo y el socialismo.

Este periodo denominado “Guerra Fría”, que concluye formalmente con Los Acuerdos de Malta en diciembre de 1989, va a permear las relaciones internacionales desde la óptica este-oeste, donde los intereses de Estados Unidos y la Ex-Unión Soviética se interpretaron como un “Juego Suma-Cero”, en el que la ganancia de uno constituye la pérdida del otro, es decir, una estrategia que pretende maximizar la extensión de la zona de influencia de una potencia, en detrimento de la otra. Para las Naciones Unidas, este antagonismo significó en muchos casos un estancamiento para evitar nuevos episodios armados, específicamente, cuando las potencias que forman parte del Consejo de Seguridad como miembros permanentes:

Estados Unidos, URSS (hoy Rusia), Francia, Gran Bretaña y China, utilizaron el Derecho de veto para oponerse a alguna resolución de ese organismo.

Sin embargo, la ONU tiene un campo de acción mucho más amplio que el sólo mantenimiento de la paz y seguridad internacionales, pues en sus principios consagrados en un documento de 111 artículos y con fundamento en la igualdad soberana de sus miembros, la Organización promueve la democracia, el desarrollo, el desarme, la defensa de los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la autodeterminación e independencia, el apego al derecho internacional, la solución pacífica de controversias, los pronunciamientos judiciales, la defensa de refugiados y en últimos tiempos la lucha contra narcotráfico, entre otros.

Para atender esta problemática, las Naciones Unidas se conformaron en 5 grandes órganos y una Corte Internacional de Justicia, con sede en La Haya, Holanda. Éstos son:

La Asamblea General, formada por todos los miembros de la organización, (190 en la actualidad).

El Consejo de Seguridad, formado por 5 miembros permanentes y 10 no permanentes por un periodo de dos años.

La Secretaría, quien siempre ha sido encabezada por un Secretario General por un periodo de 5 años. En la actualidad este cargo lo ocupa Kofi

Annan originario de Ghana; los anteriores desde la fundación de este organismo han sido: Trygve Lie (Noruega), Dag Hammarskjöld (Suecia), U Thant (Birmania), Kurt Waldheim (Austria), Javier Pérez de Cuellar (Perú) y Boutros Boutros-Ghali (Egipto).

El Consejo Económico y Social, formado por 54 miembros.

El Consejo de Administración Fiduciaria, integrado por a) miembros que administran territorios, b) miembros del Consejo de Seguridad que no están administrando territorios, c) otros miembros elegidos por la Asamblea General.

La Corte Internacional de Justicia, integrada por 15 miembros.

México, actual integrante del Consejo de Seguridad en calidad de miembro no permanente, ha manifestado una posición a lo largo de la historia acorde con los principios de nuestra política exterior. Esto lo ha reflejado con su apego al derecho internacional, la búsqueda de soluciones pacíficas a las controversias, así como la cooperación internacional para el desarrollo, la no intervención y la autodeterminación de los pueblos.

En el actual periodo de sesiones de la Asamblea General, México ha enfocado su esfuerzo a las causas del desarme, prevención de desastres naturales, lucha contra el terrorismo internacional, respeto a los derechos humanos y promoción de la democracia, protección de los trabajadores migratorios, combate al narcotráfico, respeto de los derechos y dignidad de las personas con discapacidad, Consenso de Monterrey,



desarrollo sostenible, respeto al derecho internacional y lucha contra la corrupción y la impunidad.

Asimismo, en el seno del Consejo de Seguridad, ante la coyuntura actual del desarme iraquí, México manifestó su apego a los principios de la Organización Mundial, afirmando que de ser necesario aceptaría el uso de la fuerza como último recurso siempre y cuando se haga bajo reglas claras y con el consenso internacional, tal como lo indicó Adolfo Aguilar Zinser, embajador mexicano ante la ONU; cabe destacar que esta misma posición la guarda Francia, miembro permanente de este organismo. **SRE**



FORO APEC 2005

Recientemente, en Los Cabos, Baja California Sur, se celebró la Décima Reunión de Líderes de APEC, foro multilateral de las economías que integran la Cuenca del Pacífico.

Este Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC por sus siglas en inglés)* se forma en el año de 1989 como respuesta a la creciente interdependencia de las economías de la región, con los objetivos fundamentales de:

- Facilitar el comercio
- Liberalizar comercio e inversión
- Mantener una cooperación económica y técnica.

Es importante tener claro que APEC es un foro intergubernamental de consulta (no de negociación) para la coordinación de políticas orientadas al cumplimiento de los objetivos antes señalados. Este mecanismo reconoce la diferencia entre los niveles de desarrollo de las economías integrantes y por lo mismo, ha intentado establecer esquemas a través de los cuales los Estados desarrollados apoyen a los que se encuentran en vías de desarrollo, pues mantiene la tesis de que una nación sólo puede desarrollar su potencial en tanto sus vecinos sean prósperos.

Actualmente son 21 los países miembros de APEC, los cuales son:

Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, China, Estados Unidos, Hong Kong, Indonesia, Japón, Corea, Malasia, México, Nueva Zelanda, Nueva Guinea, Perú, Filipinas, Rusia, Singapur, Taiwán, Tailandia y Vietnam.

La importancia de este mecanismo es clara, ya que las economías que lo integran concentran el 50% de la producción y el 47% del comercio mundiales. En el caso de México, en el año 2001, se tiene que el 88% del comercio del país fue con la región de APEC (básicamente con Estados Unidos), y el 6.8% fue realizado con las economías asiáticas.

•Asia-Pacific Economic Cooperation

Por su naturaleza, en APEC están involucrados los sectores públicos de cada uno de sus integrantes, pero además tienen participación activa el sector privado y académico de los mismos.

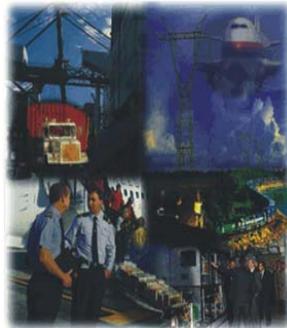
Todos juntos, interactúan en diversas reuniones, tareas y proyectos que son parte inherente del foro.

En la estructura orgánica de APEC, la Reunión de Líderes, que se celebra anualmente desde 1993, es la máxima instancia de decisión y definición de sus políticas.

Importancia de APEC para México

Para nuestro país, la región Asia-Pacífico representa tanto un reto como una oportunidad. Por la elevada competitividad de las economías asiáticas constituye un reto y una oportunidad debido al potencial que representan los mercados de los países de oriente. Por eso se ha buscado fortalecer nuestra relación económica a la par que se han identificado oportunidades de comercio e inversión. Como miembro de este foro desde 1993, México ha diversificado sus relaciones internacionales y coadyuvado en la definición de la política comercial de la zona, con esto, también se ha beneficiado con instrumentos de cooperación internacional, técnica y científica. Tomando en consideración los niveles de producción y comercio ya referidos, nuestro país tiene posibilidades de dinamizar su desarrollo y competitividad frente a los países asiáticos, pues en APEC se abarcan prácticamente todos los rubros en materia económica, tal como lo demuestran las iniciativas mexicanas relacionadas con el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, mejor conocidas como PyMES lo que permite entre otras cosas hacer frente a la globalización o mundialización. La Secretaría de Relaciones Exteriores ha participado en los trabajos de este foro, en actividades tales como: Subcomité de Cooperación Económica y Técnica

Comité de Presupuesto y gestión
Red de Mujeres Líderes
Como cada año desde su creación, se han venido organizando reuniones con la finalidad de definir las políticas que instrumentará el Mecanismo. En esta ocasión, México es el primer país latinoamericano que fue sede de la Reunión de Líderes, los pasados 26 y 27 de octubre, de la cual se obtuvieron los siguientes acuerdos:
Un acuerdo de intención suscrito por los líderes sobre la liberalización comercial.
Un acuerdo que compromete a Estados Unidos y Japón a revisar su política de subsidios al sector agrícola.
Abolir todas las formas de subsidios a las exportaciones en la agricultura.
Mantener armonía en el libre flujo de bienes, capital y personas y simultáneamente fortalecer la seguridad.
Mantener la idea de obtener ganancias reales para todas las economías de la región, especialmente las que están en desarrollo.
Compromiso de fortalecer a la micro, pequeña y mediana empresa, impulsando el microfinanciamiento.



Incluir temas como: salud, desarrollo humano y participación de las comunidades, mujeres y jóvenes en los procesos económicos de la región. Asimismo, se formuló una declaración final de líderes, denominada "Declaración de Los Cabos", que se centró en dos ámbitos: comercial y terrorismo. En este sentido, se estableció el compromiso de conformar una región libre, abierta al comercio e inversión para eficientar los flujos de finanzas y sistemas de información. Paralelamente se firmó un acuerdo relativo al combate al terrorismo, punto impulsado fuertemente por los Estados Unidos. Al efecto declararon: "condenamos en los términos más severos los recientes actos de terrorismo en la región de APEC y reafirmamos nuestra determinación para mejorar la cooperación para combatir y responder al terrorismo". Además señalaron: "Adoptamos la Declaración de Los Cabos sobre el combate al terrorismo y la promoción del crecimiento, en la cual nos comprometemos a seguir una serie de pasos concretos, que proyectarán y harán más eficientes los flujos de comercio, finanzas y sistemas de información". El Presidente Fox mencionó la certidumbre, paz y confianza en las naciones, como puntos importantes que se requieren para el crecimiento de una economía.

Paralelamente a la reunión de líderes de APEC, la mayor parte de los participantes celebraron reuniones bilaterales o multilaterales, entre las que destacan las siguientes:
Suscripción de un mandato de negociación para concretar un Tratado de Libre Comercio entre México y Japón, incluido el sector agrícola.
Llamado a Corea del Norte para abandonar el Programa de Desarrollo de Armas Atómicas.
México y Nueva Zelanda intentarán ampliar lazos comerciales, analizando los beneficios potenciales del libre comercio y la inversión entre países.
Chile, Nueva Zelanda y Singapur iniciarán negociaciones para un acuerdo de libre comercio.
Estados Unidos intenta sin éxito, convencer a Rusia y a México, miembros del Consejo de Seguridad, sobre la conveniencia de iniciar una escalada militar hacia Irak sin esperar la resolución de la ONU que lo permita.
México intentó reactivar el tema migratorio en las conversaciones con Estados Unidos. **SRE**



¿Qué es el asma?

El asma es un desorden de tipo inflamatorio crónico de las vías aéreas, cuando éstas son expuestas a varios estímulos o factores desencadenantes, que obstruyen parcial o totalmente los bronquios, limitando el flujo respiratorio.

Los factores desencadenantes comunes del asma incluyen infecciones virales, alérgenos (sustancias provocadoras de la sensibilidad alérgica) como los ácaros domésticos en ropa de cama, alfombras y muebles, animales con pelaje, cucarachas, polen y mohos, humo de tabaco, contaminación, ejercicio, reacciones emocionales intensas, químicos irritantes y medicamentos (aspirina y beta bloqueadores), etc.

El asma puede cambiar con el tiempo; puede ser ligera, moderada o severa variando de acuerdo con cada individuo. Es posible que muchos infantes, adolescentes o adultos que padecen infecciones respiratorias no desarrollen asma.

Desafortunadamente, el asma se manifiesta principalmente en niños, siendo en muchas ocasiones subdiagnosticada y tratada en forma inadecuada.

No se puede predecir con certeza si un niño sufrirá de asma persistente, pero las alergias, historia familiar, exposición prenatal pasiva al tabaco o alérgenos, se asocian en gran medida con una continuidad del asma.

Diagnosticando el asma en casa

Actualmente existen nuevos métodos de reconocimiento, diagnóstico, tratamiento y control del asma.

Se considera asma, cuando el individuo presenta alguno de los siguientes indicadores:

- Tos, que empeorará particularmente en la noche
- Sibilancias recurrentes (sonidos como silbidos de tono alto al respirar)
- Dificultad respiratoria recurrente
- Opresión en el pecho recurrente

Con la ayuda del paciente y la de otros en el equipo de salud, se podrán prevenir problemas y se ayudará al enfermo a llevar una vida productiva y físicamente activa, siempre y cuando se administre correctamente sus medicamentos y se aleje de los factores desencadenantes.

Como enfermedad crónica genera múltiples gastos, tanto en forma particular como hospitalariamente, lo que produce un déficit en la economía familiar. **SRE**

Estrés, ¿quién tiene tiempo para él?

por el Dr. Eric Islas Martínez

El estrés es la condición que uno nota cuando reacciona a la presión, así sea del mundo exterior (trabajo, escuela, familia, amigos) o del interior de uno mismo (querer hacerlo mejor, sentido de responsabilidad, obsesión de conseguir o satisfacer algo).

El estrés es una reacción normal en la vida de las personas de cualquier edad. Está producido por el instinto del organismo de protegerse de las presiones físicas o emocionales, o en situaciones extremas de peligro.

"El principal signo de alarma es dejarse llevar"

En ocasiones el estrés puede ser demasiado para controlarlo. Puede conducir a sentimientos negativos que pueden llegar a la auto-lesión e incluso al suicidio. Si nota que se está dejando llevar, puede parecer que las cosas nunca cambiarán, y la forma de empezar a oponerse a ello es hablar con alguien. Hablar de los propios sentimientos es el primer paso para aprender a controlar el estrés y empezar a sentirse mejor.

Signos que denotan un nivel alto de estrés

- Sentimientos de depresión, angustia, culpabilidad, cansancio
- Tener dolores de cabeza, de estómago, problemas con el sueño
- Reír o llorar sin razón alguna
- Culpar a otros por los problemas propios
- Ver solamente el lado negativo de las cosas
- Pensar que las cosas que uno hace para divertirse no son divertidas o son aburridas
- Evitar a los demás o las propias responsabilidades

Factores que ayudan a enfrentarse al estrés

- Alimentarse de forma equilibrada
- Beber menos cafeína
- Dormir lo suficiente
- Practicar ejercicio de forma periódica

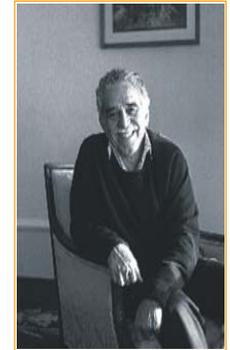
"El estrés no siempre es malo. De hecho, un poco de estrés es bueno"



"Vivir para contarla"

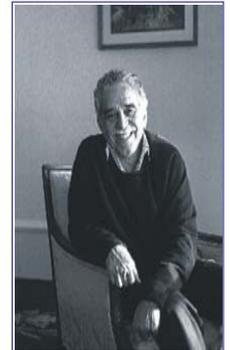
de Gabriel García Márquez

La más reciente obra de Gabriel García Márquez, "*Vivir para contarla*", fue presentada en la residencia de la embajadora de Colombia, en Lima, Perú, el pasado 9 de octubre.



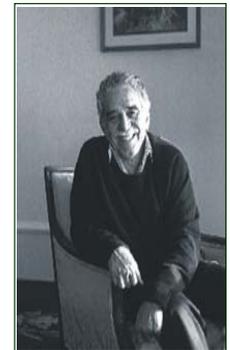
El libro no es sólo una autobiografía de García Márquez, sino parte de la historia de su ciudad natal y de toda una generación de escritores latinoamericanos.

La lectura de más de quinientas páginas constituye un viaje por la vida del autor, en el que se borran las fronteras existentes entre todos los géneros literarios.



El escritor logra en su obra un efecto mágico, donde el lector que está recibiendo información anecdótica se ve atrapado en las entrañas de una obra de ficción. De repente uno se encuentra sumergido en el centro de *La mala hora*, *Cien Años de Soledad*, *El amor en los tiempos del cólera* o *El coronel no tiene quien le escriba*.

El género triunfante en este libro es sin dudar, el periodismo, pues *Vivir para contarla* es una crónica más que una novela o un texto de memorias. 



La mayoría de las personas no puede hacer bien todas las cosas: deporte, música, baile, trabajo, escuela, sin sentir la presión de la competición. Sin el estrés de alcanzar la meta, algunos no seríamos capaces de terminar un proyecto o de llegar a trabajar con puntualidad.

Si el estrés es normal, ¿por qué se siente uno tan mal? Porque con todas las cosas que nos pasan, no es difícil sentirse estresado. Lo que no puede controlarse es a menudo lo más frustrante. Uno puede sentirse mal simplemente por ponerse presión sobre sí mismo, como sacar buenas calificaciones o tener aspiraciones en el trabajo. Una reacción común del estrés es la autocrítica. Se puede estar tan abatido que las cosas ya no parecen ser divertidas y la vida se torna cada vez más difícil. Cuando esto ocurre es fácil pensar que no hay nada que hacer para cambiar las cosas. Pero, ¡sí que se puede!

"Es peligroso intentar escapar de los propios problemas utilizando drogas o alcohol"

Qué no ayuda a controlar el estrés

Existen formas seguras y formas no recomendables para controlar el estrés. Es peligroso intentar escapar de los propios problemas utilizando drogas o alcohol. Ambas opciones son tentadoras y los amigos pueden ofrecérmolas, y aunque parezcan respuestas fáciles, no lo son. Controlar el estrés con alcohol y drogas sólo añade nuevos problemas, como la adicción, conflictos familiares y el deterioro de nuestra salud.

"Aunque no siempre se puede controlar el desencadenante que causa estrés, sí se puede controlar la reacción a ello"

¿Cómo se puede controlar el estrés?

Aunque no siempre se puede controlar qué es lo que causa estrés, sí se puede controlar la reacción a ello. La forma en que uno siente las cosas es el resultado de la forma en que uno piensa sobre ellas. Si uno modifica su forma de pensar, se cambia la forma de sentir.

Algunas recomendaciones para controlar el estrés son las siguientes:

- **Hacer una lista de lo que le causa estrés.** Piense en los amigos, la familia, el colegio, el trabajo y las demás actividades. Acepte que no puede controlarlo todo.
- **Tomar el control de todo lo que se pueda.** Por ejemplo, si está trabajando demasiadas horas y su familia se queja, intente dedicarles más tiempo, no es tan difícil.
- **Darse un respiro.** Recuerde que uno no puede hacerlo todo bien siempre. Y no es malo equivocarse de cuando en cuando.
- **No obligarse a hacer cosas que no se puede o no se quiere hacer.** Si ya está suficientemente ocupado no se comprometa hacer otras cosas. Si está cansado no prometa que saldrá con los amigos de fiesta.
- **Hablar con alguien.** Hablar con los amigos o la familia puede ayudar ya que brinda la oportunidad de expresar los sentimientos. Es cierto que los problemas familiares o de la vida social pueden ser difíciles de tratar, pero si cree que no puede hablar con la familia, busque alguien ajeno a la situación. 

EL BALLEZ AZTLÁN ABRE SUS PUERTAS A LA FAMILIA SRE

El Ballet Folclórico Nacional de México Aztlán, regresando a su sede en el Teatro de la Ciudad, presenta a partir del pasado 1º de septiembre y hasta el próximo mes de diciembre, un programa de danzas y bailes mexicanos con cuadros de varios estados del país.

En su espectáculo resalta la Boda Tarasca, Oaxaca, Veracruz, la tradicional Danza del Venado y Jalisco, así como un cuadro de Yucatán con la historia de la jarana.

Con el propósito de que no sólo el turismo disfrute de este gran evento folclórico, auténtico y original, el Ballet Nacional otorga un 50% de descuento a los servidores públicos de esta dependencia.

No pierda la oportunidad y conozca la historia del folclore, al tiempo que disfruta de una agradable escenografía y ambientación al lado de su familia.

Para ser acreedor al descuento de promoción, es necesario presentar la credencial que lo acredita como miembro de la SRE. 



NUESTRA COMUNIDAD

**POR LA SEGURIDAD
DE TODOS, NUEVA
CULTURA LABORAL**

**A partir del 17 de febrero es
indispensable presentar el gafete
para ingresar a las instalaciones.**



Ser parte de esta Dependencia es un orgullo. Tu gafete te identifica con ella.

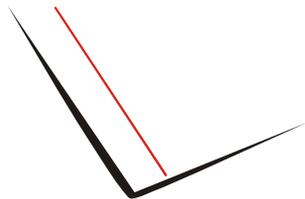
**"PORTAR EN PARTE VISIBLE DURANTE
LAS LABORES, LAS CREDENCIALES DE
IDENTIFICACIÓN QUE SE LES PROPORCIONEN".**

Art. 56, fracción XIV de las
Condiciones Generales de Trabajo.

**Si no cuentas con tu gafete acude a las
oficinas de la Subdirección de Capacitación y
Desarrollo, ubicadas en Reforma 175, 6º Piso.**

VALIJA DIPLOMÁTICA

Éste es tu espacio... En Nuestra Comunidad queremos recibir tu aportación. Envía tus comentarios, cartas y sugerencias a la Dirección General del Servicio Exterior y Personal. jjaramillo@sre.gob.mx



En **Nuestra Comunidad** sabemos que tu opinión es importante, y por ello te pedimos que respondas la siguiente encuesta.



1. ¿Qué es lo que más te gustó de la revista?
a) Contenido b) Presentación c) Diseño d) Todas las anteriores
2. ¿Cómo consideras el contenido de los artículos?
a) Excelente b) Bueno c) Malo
3. ¿Cómo calificarías el diseño de la revista?
a) Excelente b) Bueno c) Malo
4. Consideras que la información de la revista te es útil.
a) Sí b) No
5. ¿Qué artículo y/o sección te interesó más?

6. ¿Qué temas o secciones te gustaría que fueran incluidos en la revista?

7. Después de leer la revista, ¿cubrió tus expectativas?
a) Sí b) No
8. ¿Qué sugieres para mejorar **Nuestra Comunidad**?

NUESTRA COMUNIDAD



El departamento de Prestaciones te informa de los siguientes:

Descuentos en giros comerciales

Laboratorios Médicos

Frontera: presentando credencial de la **SRE**, obtén el 25% de descuento en estudios de gabinete y 20% de descuento en rayos x.

Gram: 30% de descuento a empleados de la **SRE** acreditando su identidad.



Prestaciones



Parques Acuáticos

Oaxtepec: 20% de descuento presentando la credencial o Cupón.

Ex Hacienda de Temixco: solicitar cupón en el Departamento de Prestaciones, válido por 30% de descuento.

Ropa Infantil

Diseños Italianos Baby Factory: Ropa y calzado infantil y de bebé. Obtén la membresía de descuento que otorga hasta un 50%.



Gimnasio

Roma Gym: Inscripción gratis y 30% de descuento en la mensualidad, presentando la credencial de la **SRE**.

Restaurantes:

Konditori: 10% de descuento presentando la credencial de la **SRE**.

Maranatha: 15% de descuento presentando la credencial de la **SRE**.



Eventos

RAC Producciones: eventos en el Auditorio Nacional y en el Centro Cultural TELMEX. Aplica distintos descuentos según evento. Informes en el Departamento de Prestaciones.

Ópticas

Lux: 15% de descuento, presentando una credencial de la **SRE**, extensivo a familiares directos con una identificación.

Aplica en cualquier sucursal.



OPTICAS
LUX
Oftalmología y más



Foto Acabado

Precios especiales para el personal de la Secretaría en el revelado de rollos. El personal de la empresa proporciona el servicio en las instalaciones de la Secretaría.

Parque de Diversiones

Six Flags: Descuentos del 30% y 40% todo el año en la compra del pasaporte.

