

UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CLAVE 8793-24



*“Manual de Organización del Canal Local de Telecable de
Cortazar, Guanajuato”.*

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:
GUADALUPE DEL ROSARIO GUTIÉRREZ ROJAS

ASESOR:
Lic. Elba Eugenia Navarro Aguilar.

CELAYA, GUANAJUATO

JUNIO 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS:

GRACIAS a mis **Padres** que me han apoyado en todo momento, moral y económicamente para realizar esta gran meta en mi vida.

GRACIAS a mis **Hermanos** que siempre están presente cuando los necesito.

GRACIAS a todos mis **Familiares** y **Amigos** que han sido un apoyo muy grande durante el camino de mi carrera profesional.

GRACIAS a mi **Universidad, Catedráticos** y **Compañeros** por sus ánimos, amistad, consejos y conocimientos y sobretodo por toda la confianza que me brindaron para lograr esta meta de mi vida.

GRACIAS a ti **Dios** por el milagro de vivir cada día y la oportunidad de haber vivido esta etapa en mi vida y sobre todo de haber logrado la culminación de mis estudios profesionales.

GRACIAS a **Todos** los que han tocado mi vida y dejado la huella de su existencia.

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1. "El canal Local de Telecable de Cortazar"	1
1.1 Antecedentes de la empresa	2
1.2 La historia de la televisión por cable	3
CAPITULO 2. "La investigación para una buena estructura formal"	10
2.1 Como esta establecida una Organización	11
<i>2.1.2 Elementos claves para el diseño de una estructura organizacional</i>	<i>12</i>
<i>2.1.3 Especialización del Trabajo</i>	<i>12</i>
<i>2.1.4 Departamentalización</i>	<i>12</i>
<i>2.1.5 La Cadena de Mando</i>	<i>14</i>
<i>2.1.6 Tramo de Control</i> ..	<i>14</i>
<i>2.1.7 Centralización y Descentralización</i>	<i>15</i>
<i>2.1.8 Formalización</i>	<i>15</i>
2.2 LOS OBJETIVO GENERALES DE UNA ORGANIZACIÓN	16

2.3 Criterios para el diseño de una Estructura Organizacional.....	18
2.3.1 Estructura Lineal	20
2.3.2 Estructura Funcional	22
2.3.3 Estructura Línea y Staff	23
2.3.4 Estructura en Comité.....	25
2.3.5 Estructura Matricial	25
2.4 ¿Qué son los organigramas?	25
2.4.1 Clases de organigramas	26
2.5 La importancia de un canal local.....	30
2.6 La estructura organizacional de un canal local	31
2.6.1 Gerencia de dirección y producción.....	31
2.6.2 Gerencia de programación.....	34
2.6.3 Gerencia de ventas.....	34
2.6.4 Gerencia técnica o de ingeniería.....	35
2.6.5 Gerencia administrativa	36
2.7 El problema que se ha detectado en el canal local de Telecable de Cortazar	37

2.8 ¿Qué es un manual?	41
<i>2.8.1 Los manuales de organización</i>	<i>43</i>

**CAPITULO 3: "El manual de organización del canal local de
Telecable de Cortazar" 52**

<i>IDENTIFICACION</i>	<i>53</i>
<i>INDICE O CONTENIDO</i>	<i>54</i>
<i>INTRODUCCION</i>	<i>55</i>
<i>DIRECTORIO</i>	<i>58</i>
<i>ANTECEDENTES HISTORICOS</i>	<i>59</i>
<i>OBJETIVOS GENERALES</i>	<i>60</i>
<i>PROPUESTA DEL ORGANIGRAMA</i>	<i>74</i>
<i>ESTRUCTURA FUNCIONAL</i>	<i>92</i>

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

GLOSARIO DE TERMINOS

INTRODUCCION

El municipio de Cortazar, Guanajuato cuenta con un sistema de cable en donde se les ofrece a los suscriptores gran variedad de programación en sus canales, también ofrece un canal local donde se transmiten diferentes tipos de programas con la información más sobresaliente del municipio.

En el área del canal local de Telecable de Cortazar, hay una gran variedad de personas laborando, es por esta razón que el siguiente manual de organización pretende ser el medio para mejorar la organización de esta área.

Donde al principio de dicho manual se detalla cómo inició la televisión por cable en el municipio cómo se creó y como ha ido desarrollándose esta empresa.

Ya clarificados en un principio los antecedentes de la historia de la televisión por cable, se aborda teóricamente como debe ser una buena organización en una empresa, para que ésta, lleve cabo un patrón o lineamientos exactos para lograr el éxito.

Así también realizando como propuesta final después de analizar e investigar datos, temas para llegar a una propuesta de un manual de organización del canal local para Telecable de Cortazar.

Dentro de las organizaciones empresariales el motor primordial es el empleado por lo que este manual viene a ser una invitación a los directivos que conozcan y analicen como un empleado debe realizar sus funciones y actividades como corresponden, así como el empleado conozca sus limitaciones y responsabilidades, esto no solo para el empleado que inicia actividades sino también para el empleado que ya tiene antigüedad en la empresa.

Así mismo para que el empleado y los directivos lleven en común unos mismos objetivos que se proponen al área del canal local del sistema de cable de Cortazar, Guanajuato al tener el manual de organización para mejora de esta área y como anterior ya se mencionaba, llevar un mismo protocolo en el canal local.

CAPITULO 1:

**"El canal Local de Telecable de
Cortazar"**

1.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

Actualmente Telecable de Cortazar cuenta con servicios adicionales (películas de estreno, canal para adultos) y 70 canales en su sistema básico entre ellos ofrece una programación en el canal 2 local transmitiendo un programa de variedad y dos noticiarios a la semana, donde los Cortazarenses que cuentan con este servicio se informan de los acontecimientos mas relevantes en el ámbito de la cultura, la política, los deportes, los espectáculos, y la salud entre otros.

El canal local de este sistema de cable tiene funcionando poco mas de siete años, como resultado de la inquietud de dos Cortazarenses y de la necesidad de instalar un canal de este tipo en el municipio acudieron los Cortazarenses citados el Licenciado en Administración de Empresas. Gerardo López Flores y el Ciudadano. Enrique Martínez Cardeña quienes sabiendo de la necesidad del municipio, acudieron con el director general de Telecable de Cortazar Ingeniero. Francisco Javier Huerta Romero para proponerle en abrir un espacio para transmitir un noticiario en el municipio.

Logrando, así, que su proyecto fuera aprobado. Realizando su primer noticiario el día 20 de noviembre de 1998 bajo la conducción del Licenciado en Administración de Empresas. Gerardo López Flores y Ciudadano. Enrique Martínez Cardeña donde la notas para la emisión de Telecable Noticias como se le bautizó a este noticiario fueron: La entrega de nombramientos Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Cortazar, Guanajuato, conferencia de prensa Partido

de la Revolución Democrática, exposición cuando el río suena, programa tiempos políticos, Santa Cecilia patrona de los músicos. Esta primera edición jamás será olvidada.

Al ver el éxito y el interés del público, después fue creado un programa de espectáculos, donde su principal fin era el de transmitir las actuaciones de grupos importantes que la casa de la cultura promovía continuamente. La actuación se grababa y se pasaba el día sábado cuando todas las familias estuvieran en sus hogares, este programa fue denominado Sábados Especiales bajo la conducción de la Profesora. Concepción Sánchez Abraham.

1.2 LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN POR CABLE¹

Los Sistemas de Televisión por Cable remontan sus inicios al año de 1949 en Estados Unidos de América motivado por la necesidad de recibir señales televisivas en zonas rurales alejadas de las grandes ciudades o rodeadas por montañas que ofrecían un obstáculo natural a la transmisión de señales electromagnéticas.

¹ CUEVAS ESPINOSA, Adriana Patricia, Implementación de un sistema proveedor de Internet a través de una red de televisión por cable(Tesis), Celaya Gto, Instituto Tecnológico agropecuario no. 33, Enero 2001, 65 pp.

Lo anterior motivó el establecimiento de antenas instaladas en puntos estratégicos para bajar la señal mediante un cableado y amplificadores necesarios como repetidores para poder recibir la señal de televisión.

Esto marcó el inicio de lo que se denominó Sistemas de Antena Comunal y que posteriormente se conocieran como Sistemas de Televisión por Cable; desde entonces su evolución ha venido penetrando prácticamente en todo el mundo como una de las industrias con un crecimiento impresionante.

En México, el primer Sistemas de Televisión por Cable se instaló en el año de 1955 en la ciudad de Nogales, Sonora y a la fecha existen más de 400 concesiones otorgadas por el Gobierno Federal a lo largo y ancho de la República Mexicana.

La concesión para realizar las operaciones de transmisión de señal codificada distribuida por medio de suscripción de programas de televisión a través de una red privada de televisión se otorgó por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el día 2 de octubre de 1995 al Ingeniero. Martín Antonio Huerta Carbajal, quién es el actual propietario de la empresa denominada Telecable de Cortazar.

Comenzando operaciones formalmente en abril de 1996, se ubica en domicilio fiscal en calle Leandro Valle 618, con código postal 38300, entre las calles de Recursos Hidráulicos y Colegio Militar en Cortazar, Guanajuato, ofreciendo 14 canales en su servicio básico y un servicio

adicional "Premium" de películas. Paulatinamente, se han venido incorporando un mayor número de canales siendo actualmente 58 canales en su servicio básico y continuando con su servicio adicional de tres canales de películas y un canal con programación exclusivamente para adultos.

Cuenta con una red de más de 64 Kilómetros. de distribución y 3 Kilómetros. de línea troncal con capacidad para 7000 suscriptores en la etapa de la zona urbana, para posteriormente iniciar ampliaciones a las comunidades aledañas.

Cortanet es la Red de Cortazar, que mediante la infraestructura bidireccional de Telecable de Cortazar te puede proporcionar video, voz y datos de alta velocidad.

La empresa, además, ofrece un sistema de publicidad por medio de los canales 2, 41, 64 los cuales son generados en la misma empresa.



Fachada principal y automóvil oficial de Telecable de Cortazar.



Atención al público.

**ESTOS SON LOS PRINCIPALES LOGOTIPOS DE LOS CANALES
CON LOS QUE CUENTA EL SISTEMA DE CABLE DE CORTAZAR,
GTO.**





**TELECABLE
DE CORTAZAR**

2	CANAL LOCAL	
3	MUSICA DIGITAL	
4	TELEMUNDO	
5	MUSICA DIGITAL	
6	TVC	
7	MUSICA DIGITAL	
8	TELEFORMULA	
9	GALAVISION	
10	10 DE LEON	
11	HALLMARK	
12	MUSICA DIGITAL	
13	XEW	
14	TELEMEDIOS	
15	XHGC	
16	VIDEOROLA	
17	AZTECA 7	
18	CMC	
19	BOOMERANG	

MINI BASICO	DEPORTES
INFANTILES	CADENAS
CULTURALES	MUSICALES
PELÍCULAS	SERV. ADICIONALES
20 APRENDE TV	
21 CINEMA PLATINO	
22 22 DE MEXICO	
23 AZTECA 13	
24 TBN	
25 FILM AND ARTS	
26 C. DEL CONGRESO	
27 PROGRAMACION	
28 CLARAVISION	
29 LOC. INFORMA TV	
33 JETIX	
34 CARTOON NETWORK	
35 DISCOVERY KIDS	
36 NICKELODEON	
37 ANIMAL PLANET	
38 DISNEY CHANNEL	
39 ANIMAX	
40 XHTV	

NUEVA PROGRAMACION

41 XEIPN		60 ESPN 2	
42 TVE		61 ESPN	
43 NATIONAL GEOGRAPHIC		62 FOX SPORT	
44 DISCOVERY HEALTH		63 AXN	
45 PEOPLE AND ARTS		64 FOX	
46 HISTORY		65 TNT	
47 MUNDO OLE		66 USA NETWORK	
48 INFINITO		67 SONY	
49 DISCOVERY CH.		68 WARNER CHANNEL	
51 FX		69 TELEHIT	
52 COSMOPOLITAN		70 VH1	
53 GOLDEN CHOICE 1		71 MTV	
54 GOLDEN CHOICE 2		72 BANDAMAX	
55 PLATINO PLUS		73 CNN ESPAÑOL	
56 E! ENTERTAINMENT		30 HBO OLE	
57 C. PLATINO 2		31 HBO ESTE	
58 CINEMAX		32 HBO PLUS	
59 DE PELICULA		99 PLAYBOY	

 TELECABLE DE CORTAZAR		MINI BASICO	DEPORTES	<h1>NUEVA PROGRAMACION</h1>			
		INFANTILES	CADENAS				
		CULTURALES	MUSICALES				
		PELICULAS	SERV. ADICIONALES				
2	CANAL LOCAL	20	APRENDE TV	41	XEIPN	60	ESPN 2
3	MUSICA DIGITAL	21	CINEMA PLATINO	42	TVE	61	ESPN
4	TELEMUNDO	22	22 DE MEXICO	43	NATIONAL GEOGRAPHIC	62	FOX SPORT
5	MUSICA DIGITAL	23	AZTECA 13	44	DISCOVERY HEALTH	63	AXN
6	TVC	24	TBN	45	PEOPLE AND ARTS	64	FOX
7	MUSICA DIGITAL	25	FILM AND ARTS	46	HISTORY	65	TNT
8	TELEFORMULA	26	C. DEL CONGRESO	47	MUNDO OLE	66	USA NETWORK
9	GALAVISION	27	PROGRAMACION	48	INFINITO	67	SONY
10	10 DE LEON	28	CLARAVISION	49	DISCOVERY CH.	68	WARNER CHANNEL
11	HALLMARK	29	LOC. INFORMA TV	51	FX	69	TELEHIT
12	MUSICA DIGITAL	33	JETIX	52	COSMOPOLITAN	70	VH1
13	XEW	34	CARTOON NETWORK	53	GOLDEN CHOICE 1	71	MTV
14	TELEMEDIOS	35	DISCOVERY KIDS	54	GOLDEN CHOICE 2	72	BANDAMAX
15	XHGC	36	NICKELODEON	55	PLATINO PLUS	73	CNN ESPAÑOL
16	VIDEOROLA	37	ANIMAL PLANET	56	E! ENTERTAINMENT	30	HBO OLE
17	AZTECA 7	38	DISNEY CHANNEL	57	C. PLATINO 2	31	HBO ESTE
18	CMC	39	ANIMAX	58	CINEMAX	32	HBO PLUS
19	BOOMERANG	40	XHTV	59	DE PELICULA	99	PLAYBOY

CAPITULO 2

**"La investigación para una
buena estructura formal"**

2.1 ¿Cómo está establecida una Organización? ²

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Es decir jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. Esto permite ubicar las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.

Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La estructura formal es explícita y oficialmente reconocida por la empresa. La estructura informal, es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros.

² www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml

2.1.2 Elementos claves para el diseño de una estructura organizacional.

- Especialización del Trabajo.
- Departamentalización.
- Cadena de mando.
- Extensión del Tramo de Control.
- Centralización y Descentralización.
- Formalización.

2.1.3 Especialización del Trabajo.

También es conocida como división de la mano de obra; se sustenta en el hecho de que en lugar de que un individuo realice todo el trabajo, éste se divide en cierto número de pasos y cada individuo termina uno de los pasos.

2.1.4 Departamentalización.

Una vez divididos los puestos por medio de la especialización del trabajo, se necesita agruparlos a fin de que se puedan coordinar las tareas comunes. La Departamentalización es el proceso que consiste en agrupar tareas o funciones en conjuntos especializados en el cumplimiento de cierto tipo de actividades. Generalmente adopta la forma de gerencias, departamentos, secciones.

La calidad de una estructura organizativa depende mucho de la calidad de la Departamentalización y de la consecuente delegación de funciones y autoridad para el desarrollo eficiente de las mismas.

La Departamentalización implica el riesgo de tener que lograr la coordinación entre las unidades definidas.

Existen dos modelos de Departamentalización: por procesos y por objetivos.

En la Departamentalización por procesos se agrupan las actividades por pasos, maximizando el aspecto especialización, es frecuente en el área de fabricación donde separan el trabajo en varios procesos.

En la Departamentalización por Objetivos se divide cada sector en subsectores que cuentan con iguales objetivos que la unidad superior a la cual reportan, con lo cual se optimiza la coordinación. Existen variantes las cuales se clasifican en función del concepto agrupador de funciones en sectores, entre las cuales podemos nombrar:

Departamentalización por zona geográfica: suele ser para el marketing. Es más bien geográfica ya que la departamentalización se efectúa por territorios o regiones de acción.

2.1.5 La Cadena de Mando.

Es una línea continua de autoridad que se extiende desde la cima de la organización hasta el escalón más bajo y define quien informa a quien. Contesta preguntas de los empleados como: ¿A quien acudo si tengo un problema? Y ¿Ante quien soy responsable?

En la cadena de mando tenemos presente dos importantes conceptos: Autoridad y Unidad de Mando.

La autoridad se refiere al derecho inherente de una posición administrativa para dar órdenes y esperar que se cumplan y la Unidad de Mando ayuda a preservar el concepto de una línea ininterrumpida de autoridad, si se rompe la unidad de mando un subordinado podría tener que atender las demandas o prioridades conflictivas de varios superiores.

2.1.6 Tramo de Control.

Hay un límite en cuanto al número de subordinados que deben reportarse a un ejecutivo, de tal manera que éste pueda realizar todas sus funciones eficientemente.

2.1.7 Centralización y Descentralización.

La centralización se refiere al grado hasta el cual la toma de decisiones se concentra en un solo punto de la organización, la descentralización se da cuando hay aportes de personal de nivel inferior o se le da realmente la oportunidad de ejercer su discrecionalidad en la toma de decisiones; en una organización descentralizada se pueden tomar acciones con mayor rapidez para resolver problemas, mas personas contribuyen con información.

2.1.8 Formalización.

Se refiere al grado en que están estandarizados los puestos dentro de la organización. Si un puesto está muy formalizado, entonces su ocupante tienen una mínima posibilidad de ejercer su discrecionalidad sobre lo que se debe hacer, cuando se debe hacer y como se debe hacer.

Cuando la formalización es baja, el comportamiento en el puesto no está programado relativamente y los empleados tienen mucha libertad para ejercer su discrecionalidad en el trabajo.

2.2 LOS OBJETIVOS GENERALES DE UNA ORGANIZACIÓN.

¿QUÉ ES UNA MISIÓN? Son los principales propósitos estratégicos y los valores esenciales de una empresa que deberán ser conocidos, comprendidos y compartidos por todas las personas que colaboran en el desarrollo del negocio.

¿Para que sirve la misión?

Para potencializar la capacidad de respuesta de la organización ante las oportunidades que se generan en su entorno para la alta dirección, a la gerencia media le permite orientar sus programas en una forma clara y conocida, pues con esto mejorará el rendimiento de los recursos humanos, materiales y financieros. Al personal operativo le facilita comprender su participación e importancia en el trabajo³.

³ www.monografías.com/trabajos12/tepic/tepic.shtml

¿QUE ES UNA VISIÓN?. Es aquella idea o conjunto de ideas que se tienen de la organización a futuro. Es el sueño maspreciado a largo plazo.

La visión de la organización a futuro expone de manera evidente y ante todos los grupos de interés el gran reto empresarial que motiva e impulsa la capacidad creativa en todas las actividades que se desarrollan dentro y fuera de la empresa.

Consolida el liderazgo de alta dirección, ya que al tener claridad conceptual acerca de lo que se requiere construir a futuro, le permite enfocar su capacidad de dirección, conducción y ejecución hacia su logro permanente⁴.

¿QUÉ SON LOS VALORES?. Es el grado de utilidad o aptitud de las cosas; así también como el alcance o importancia de una cosa, palabra o frase.

Un valor en la organización tiene como finalidad generar un compromiso compartido dentro de la cultura organizacional.

¿CÓMO SE DEFINE UNA ACTITUD?. Es una forma de respuesta, a alguien o a algo; aprendida y relativamente permanente.

⁴ ALBRECH Kart, *La misión de la empresa*, editorial Paidós, 1996, Pág. 318.

Las actitudes son aprendidas, en consecuencia pueden ser diferenciadas de los motivos biosociales como el hambre, la sed y el sexo, que no son aprendidas. Las actitudes tienden a permanecer bastantes estables con el tiempo. Éstas son dirigidas siempre hacia un objeto o idea particular.

¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS?. Metas o logros que se pretenden conseguir en una empresa, y cuya medida de consecución sirve para valorar el rendimiento alcanzado.

¿QUÉ SON LAS POLÍTICAS?. Son grandes directrices formuladas por la Alta Dirección para orientar y facilitar el cumplimiento de la misión y el desarrollo de la visión. Son reglas o guías que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción. Las políticas conforman el marco de acción en el que se deben resolver los conflictos que resulten en el desarrollo de las operaciones de la empresa.

¿QUÉ SON LAS REGLAS?. Las reglas son uno de los ingredientes más importantes de un entorno institucional, son estructuras jurídicas o reguladoras de una organización.

2.3 Criterios para el diseño de una Estructura Organizacional.

Los siguientes principios o elementos pueden ser tomados en consideración para el establecimiento de toda organización:

- Toda organización debe establecerse con un objetivo previamente definido y entendido, incluyendo las divisiones o funciones que sean básicas, al mismo tiempo: para que una organización sea eficaz, requiere que sus objetivos sean claros y la consecución de los mismos esté apoyada por un plan de organización que mantenga las políticas para llevar a cabo la acción.

- La responsabilidad siempre debe ir acompañada por la autoridad correspondiente: la autoridad no se puede concebir separada de las responsabilidades, es decir, ésta debe ser comprendida por la persona que la ejerza y por los demás miembros de la organización.

- La delegación de la autoridad debe ser descendente para su actuación: de acuerdo con el sistema de organización que se establezca, la autoridad debe darse de un nivel superior a otro inferior, la falta de una apropiada delineación de autoridad produce demora, mala comunicación, falta de control administrativo y sobre todo fuga de responsabilidad.

- La división del trabajo adecuado evitará duplicidad de funciones: una lista de todas las funciones que se desarrollan en la empresa sirve de guía para asignar las a áreas o divisiones específicas, estableciendo

y determinando como entidades separadas el menor número de funciones en que pueda ser dividido el trabajo.

- Cada empleado debe ser responsable ante una sola persona: si no se respeta el principio básico de la "unidad de mando" es imposible establecer responsabilidades. Es necesario diferenciar ante quien se es responsable y las cosas por las que se es responsable.

- Debe estructurarse una organización lo más sencilla posible: cada estructura deberá ser analizada con el objeto de asegurarse que ésta resulte práctica, desde el punto de vista de costos, si la misma implica costos elevados, la organización tiene que ser modificada.

Tipos De Estructuras Organizativas, Ventajas y Desventajas de cada una:

Tenemos cuatro tipos de Estructuras Organizativas:

2.3.1 Estructura Lineal:

La estructura lineal se basa en la autoridad directa del jefe sobre los subordinados, por ejemplo la estructura militar. Ésta obedece al hecho de que entre el superior y los subordinados existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad, cada jefe recibe y transmite todo lo que sucede en su área, puesto que las líneas de comunicación se establecen con rigidez y tienen solo dos sentidos: uno

orientado hacia arriba que lo une al cargo superior y representa la responsabilidad frente al nivel más elevado y otro orientado hacia abajo que lo une a los cargos directamente subordinados y representa su autoridad sobre el nivel más bajo. Y tiene autoridad única y absoluta sobre sus subordinados.

Ventajas de la Estructura Lineal:

- Es sencilla y de fácil comprensión: debido a que la cantidad de cargos es relativamente pequeña, la cúpula solo representa un cargo centralizador y el subordinado únicamente se relaciona con su superior.

- Clara delimitación de las responsabilidades de los cargos involucrados: esto proporciona una jurisdicción notablemente precisa.

- Estabilidad considerable: permite el funcionamiento tranquilo de la organización gracias a la centralización del control y de las decisiones por un lado y a la rígida disciplina garantizada por la unidad de mando por el otro.

Desventajas de la Organización Lineal:

- Rígida e Inflexible: la estabilidad y la constancia de las relaciones formales pueden conducir a la rigidez y a la inflexibilidad de la

organización lineal lo que dificulta la innovación y la adaptación de la organización a nuevas situaciones o condiciones externas.

- Excesivo énfasis en la jefatura: la unidad de mando hace del jefe un generalista que no puede especializarse en nada, la organización lineal impide la especialización puesto que ocupa a todos los jefes en todos los asuntos posibles en la organización.

2.3.2 Estructura Funcional:

Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de funciones para cada tarea. El principio funcional separa, distingue y especializa. Esta estructura fue consagrada por Taylor quien preocupado por las dificultades producidas por el excesivo y variado volumen de atribuciones dadas a los jefes de producción en la estructura lineal de una siderúrgica estadounidense optó por la supervisión funcional.

Ventajas de la Estructura Funcional:

- Proporciona el máximo de especialización a los diversos cargos de la organización: esto permite que cada cargo se concentre exclusivamente en su trabajo o función y no en las demás tareas secundarias.

- Permite la mejor supervisión técnica posible: cada cargo reporta ante expertos en su campo de especialización.
- Separa las funciones de planeación y de control de las funciones de ejecución: existe una especialización de la planeación y del control, así como de la ejecución, lo cual facilita la plena concentración en cada actividad sin que deba prestarse atención a las demás.

Desventajas de la Estructura Funcional:

- Dispersión, en consecuencia perdida de la unidad de mando: la sustitución de la autoridad lineal por la autoridad funcional, relativa y dividida dificulta que los cargos superiores controlen el funcionamiento de los cargos inferiores.
- Subordinación simple: si la organización tiene problemas en la delegación de autoridad, también los presenta en la delimitación de las responsabilidades.
- Tendencia a la competencia entre los especialistas: puesto que los cargos son especializados en determinadas actividades tienden a imponer a la organización su punto de vista y su enfoque en los problemas que surgen.

2.3.3 Estructura Línea y Staff:

Es aquella que combina las relaciones lineales de autoridad directa con las de consulta y asesoramiento con los departamentos o staff. Los departamentos en línea se ocupan de las decisiones, y los de staff realizan apoyo y asesoramiento.

Ventajas de la Estructura Línea y Staff:

- Asegura asesoría especializada e innovadora y mantiene el principio de autoridad.

- Actividad conjunta y coordinada de los órganos de línea y los órganos de staff. La organización línea-staff se caracteriza por la existencia de órganos de línea y órganos de staff.

Desventajas de la estructura Línea y Staff:

- Conflictos entre la asesoría y los demás órganos y viceversa: existe una probabilidad de conflictos entre los órganos de línea y los de

staff basados en que el asesor de staff generalmente tiene mejor formación académica pero menor experiencia; el personal de línea puede sentir que los asesores quieren quitarles porciones de autoridad para aumentar su prestigio y posición, etc.

- Dificultad en la obtención y mantenimiento del equilibrio dinámico entre línea y staff: el tipo de organización de línea y staff puede llevar a desequilibrios y distorsiones inevitables.

2.3.4 Estructura en Comité:

Es aquella en donde la autoridad y la responsabilidad son compartidas conjuntamente por un grupo de personas en vez de una. En ellas se reúne el comité, por lo general para tomar una decisión y suele complementar a la de línea o staff. Suele aplicarse para la creación de un nuevo producto, donde se reúnen los distintos departamentos para decidir. Suele tener detractores por su lentitud y por ser conservadoras.

2.3.5 Estructura Matricial:

Se trata de una estructura en la que especialistas de diferentes partes de la organización se unen para trabajar en proyectos

específicos. Suele responderse ante dos superiores en vez de uno, una doble autoridad, la autoridad de línea (habitual) y la autoridad de proyecto (específica), para evitar doble mando el director de proyecto suele responder ante el director general.

2.4 ¿QUÉ SON LOS ORGANIGRAMAS?⁵.

Un organigrama es un gráfico de la estructura formal de una organización, señala los diferentes cargos, departamentos, jerarquía y relaciones de apoyo y dependencia que existe entre ellos.

Según el concepto de organigrama, este muestra:

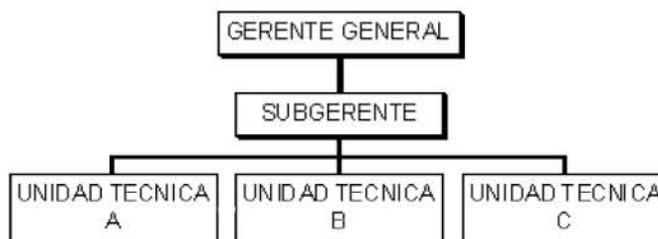
- Un elemento (figuras)
- La estructura de la organización
- Los aspectos más importantes de la organización
- Las funciones
- Las relaciones entre las unidades estructurales
- Los puestos de mayor y aun los de menor importancia
- Las comunicaciones y sus vías
- Las vías de supervisión
- Los niveles y los estratos jerárquicos

⁵ <http://www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml>

- Los niveles de autoridad y su relatividad dentro de la organización
- Las unidades de categoría especial.

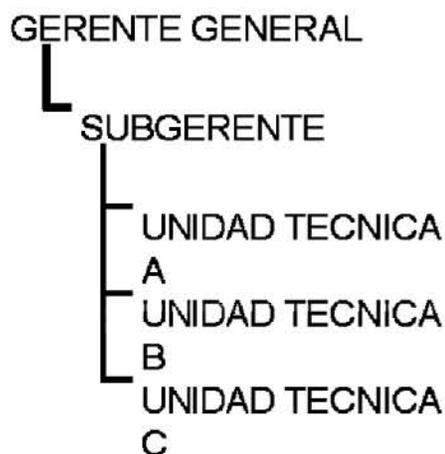
2.4.1 CLASES DE ORGANIGRAMAS.

1. Según la forma como muestran la estructura son:
 - a. Analíticos: suministran información detallada. Se destinan al uso de los directores, expertos.
 - b. Generales: este tipo de organigramas se limita a las unidades de mayor importancia. Se les denominan generales por ser los más comunes.
 - c. Suplementarios: se utilizan para mostrar una unidad de la estructura en forma analítica o más detallada. Son complemento de los analíticos.
2. Según la forma y disposición geométrica de los organigramas, estos pueden ser:
 - a. Verticales (tipo clásico): representa con toda facilidad una pirámide jerárquica, ya que las unidades se desplazan, según su jerarquía, de arriba abajo en una graduación jerárquica descendente.



b. Horizontales (De izquierda a derecha): Son una modalidad del organigrama vertical, porque representan las estructuras con una distribución de izquierda a derecha.

c. Organigrama Escalar: Este tipo de organigramas no utiliza recuadros para los nombres de las unidades de la estructura, sino líneas encima de los cuales se colocan los nombres. Cuando una línea sale en sentido vertical de una línea horizontal, muestra la autoridad de esta última.

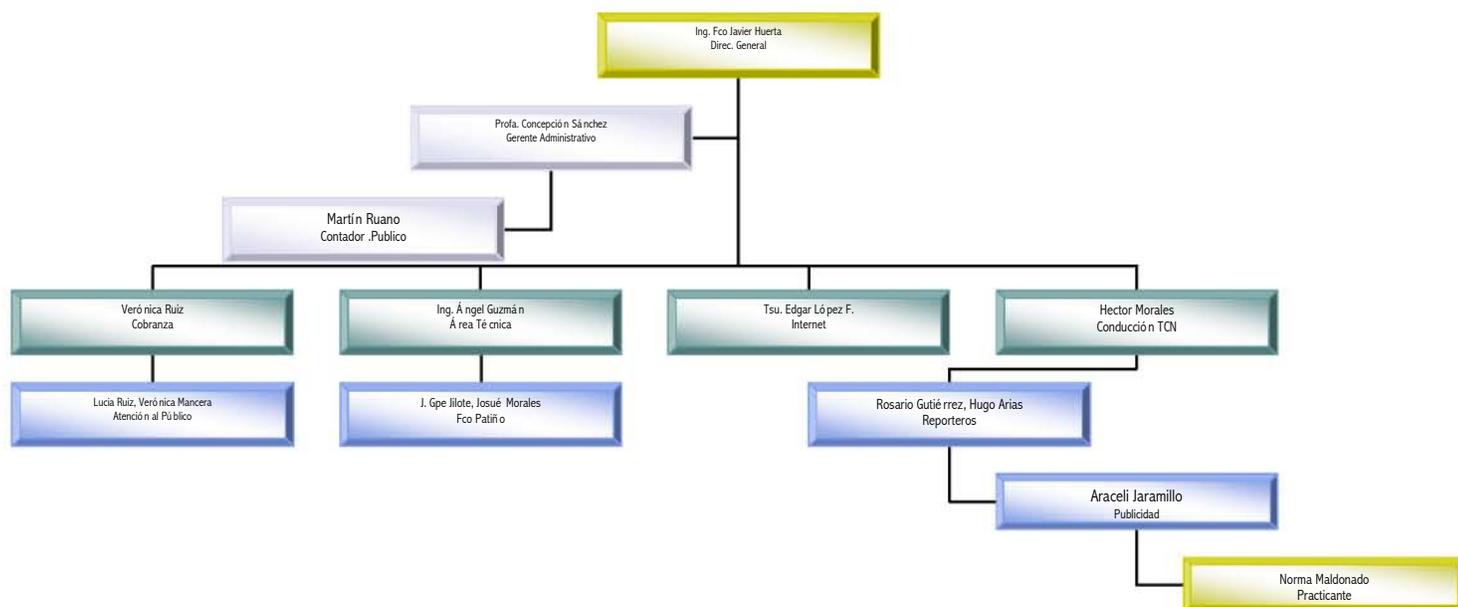


d. Organigrama circular o concéntrico: Los niveles jerárquicos se muestran mediante círculos concéntricos en una distribución de adentro hacia afuera. Este tipo de

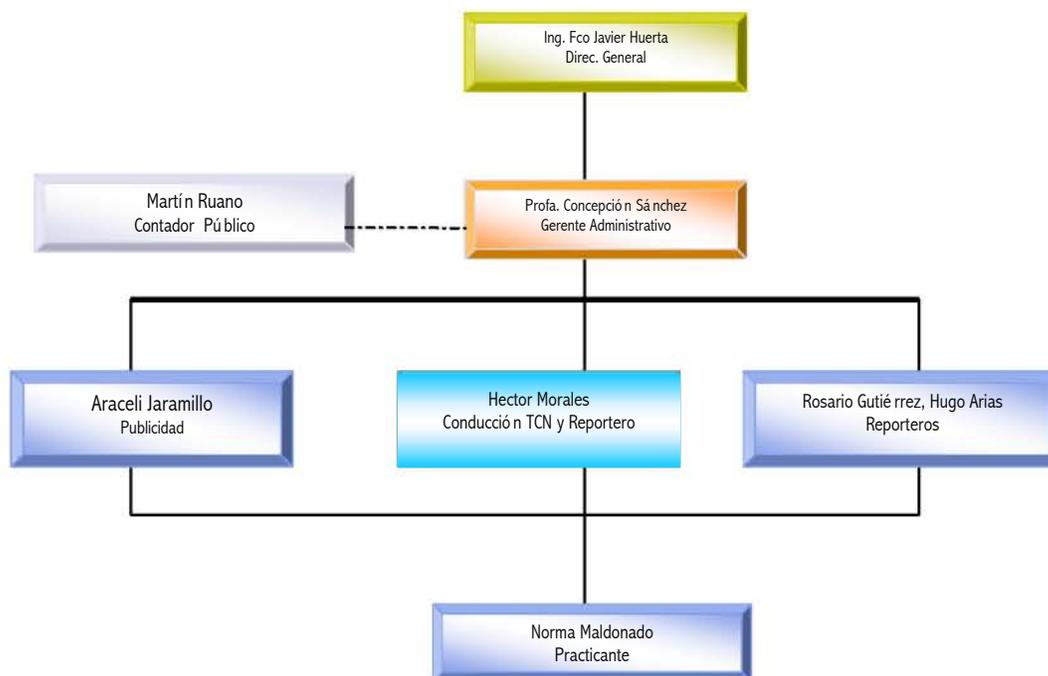
organigrama es recomendado por la práctica de las relaciones humanas, para disipar la imagen de subordinación que traducen los organigramas verticales.

En Telecable de Cortazar se puede apreciar un organigrama tipo vertical o clásico y es por eso que se analizara este organigrama y en especial el referente al canal local de Telecable de Cortazar:

ORGANIGRAMA DE TELECABLE DE CORTAZAR



ORGANIGRAMA DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR



2.5 LA IMPORTANCIA DE UN CANAL LOCAL.

El cable, da la oportunidad de hacer televisión de una manera más económica, sin toda la infraestructura de una televisora grande, y por su sistema de distribución permite producir y entregar programas grabados que luego salen al aire⁶.

Además, sirve como un agente social, ya que permite a la gente del municipio estar enterados de los acontecimientos políticos, sociales, culturales que acontecen en su localidad lo que promueve la participación ciudadana.

⁶DE VELASCO Carlos, " Información estratégica para la industria de la televisión y el video en América Latina" **TV y Video** año 2003, Edición 4, num. 5, editores: TV y Video Latinoamérica, Pág. 34-36.

2.6 LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UN CANAL LOCAL.⁷

La estructura organizacional de un canal de televisión según González Treviño depende ante todo de su dimensión, no obstante e independientemente de su tamaño, el organigrama debe contar al menos con cinco dependencias departamentales, las que a continuación se citan.

- ☞ Gerencia de producción.
- ☞ Gerencia de programación.
- ☞ Gerencia de ventas
- ☞ Gerencia de ingeniería.
- ☞ Gerencia de administración.

2.6.1 Gerencia de dirección y producción.

El concepto de producción en televisión comprende principalmente verbos de acción, crear, manifestar, fabricar; se puede decir que es hacer todo lo anterior y algo más.

⁷ GONZÁLEZ TREVIÑO Jorge Enrique. *Televisión y Comunicación un enfoque practico*, editorial Alambra Mexicana, México 1994, Pág. 277.

La producción en televisión es la conjugación de una serie de elementos, su disposición y manejo para alcanzar una meta o logro; es la grabación o transmisión de un programa de televisión. Es el proceso durante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video.

Dentro de esta gerencia podemos encontrar al productor, el director, los talentos.

El productor destaca entre el personal que trabaja en un canal de televisión. Su responsabilidad consiste en organizar el proceso completo que lleva a la obtención de la transmisión o grabación de un programa o serie, el planea, ejecuta con el apoyo del staff y evalúa los resultados. No es un trabajo fácil, la experiencia enseña los movimientos necesarios para organizar y coordinar mejor el proceso de la producción.

El director es la culminación del proceso de producción, ya que él deberá dar cuerpo y hacer realidad el esfuerzo que se ha venido haciendo en la grabación o transmisión de un programa, el director es quien desarrolla y lleva a término las etapas ya descritas en la parte correspondiente al productor.

El director de cámaras es el que dirige las cámaras y da las indicaciones a la persona encargada de manipular el switcher de imágenes, difícil de ser explotado en toda su magnitud y además

selecciona las tomas. Un elemento fundamental para el trabajo del director es el guión o en su defecto la guía de continuidad.

También debe conocer el material gráfico que utilizará y deberá tener la capacidad de discernir cuál es el más conveniente para alcanzar sus objetivos.

Talentos son todas aquellas personas que de una u otra manera aparecen frente a las cámaras; entre los que se destacan:

El locutor.- puede o no aparecer ante cámaras en cuyo caso solo se utilizar su voz (voz en off), por lo general su participación se concreta a la lectura de notas previamente preparadas en los noticiarios y otros programas.

El comentarista.- se espera que haga comentarios tanto de información como de orientación o personales sobre algún tópico. Por lo general es un experto o especialista en el tema y goza de cierto reconocimiento o credibilidad dentro de la comunidad donde se presenta a través de la televisión.

El conductor.- es la persona que tiene como principal actividad conducir algún programa de televisión, el llevar el control de este ante las cámaras y el que da la cara por el trabajo que todo el equipo realiza frente a una gran cantidad de auditorio.

2.6.2 Gerencia de programación.

El programador y la programación.- el programador debe conocer las características del público que va a servir; quienes son, cuales son sus gustos, edad, nivel sociocultural, sus tiempos de disponibilidad física para ver televisión en fin, toda la información necesaria que se pueda obtener por medio de encuestas para lograr identificar los bloques de audiencia y la programación es todo lo que a la audiencia se le ofrece al salir al aire un programa.

2.6.3 Gerencia de ventas.

Es el departamento que tiene a su cargo la venta de...

- ❖ ¿Tiempo?
- ❖ ¿Publicidad?
- ❖ ¿Espacios?

El rating de un canal de televisión es el principal factor para que los anunciantes decidan si promueven sus productos o servicios en el medio.

Otros factores que influyen en el precio de un anuncio son las formas y los tipos de contratación de transmisión:

El contrato patrocinio consiste en la compra por un solo cliente, de todos los derechos de exhibición del anuncio de un producto o servicio durante un programa o evento especial.

La venta por paquete es el contrato de la compra de derechos exhibición de un número considerable de anuncios o spots por un tiempo determinado; dependiendo del número de anuncios y el tiempo de transmisión de cada uno, se determina el costo por unidad.

La venta por agente, este tipo de venta se da cuando un empleado (vendedor), representante del canal, vende al cliente (anunciante) los derechos de transmisión de su anuncio.

La venta directa, corresponde cuando el anunciante acude directamente a contratar el servicio con el canal de televisión, por lo que la estación televisora ahorra 15 por ciento de la comisión al no haber intermediario.

2.6.4 Gerencia técnica o de ingeniería.

Este departamento comprende diversas áreas de acción. En primera instancia, se encarga de la cotización y adquisición del equipo necesario para la producción y transmisión de los programas del canal. Así como el arreglo o servicio de compostura del equipo cuando este lo necesite.

2.6.5 Gerencia administrativa.

El desarrollo administrativo de una empresa de televisión es muy similar a cualquier otra organización o negocio. La dependencia administrativa en televisión es la que maneja el área de personal, contraloría y compras de almacén las cuales a continuación se detallan:

La administración de personal plantea una serie de complejos sistema de capacitación, evaluación, desarrollo, promoción y control de personal; forma parte activa de selección y contratación del mismo.

Contraloría y contabilidad; controla, supervisa hace inventarios, programa pagos, cobranzas y movimientos bancarios, así como todos los tramites financieros.

El departamento de compras tiene como actividad proveer los medios y materiales necesarios para la marcha eficientes de las labores que se han de realizar en la empresa.

Dirección de notas. Es la conveniencia de transmitir las noticias por un medio como la televisión es obvia, no hay otro instrumento que ofrezca la misma rapidez, veracidad y realismo que un noticiario de televisión.

Relaciones públicas. Este departamento es el encargado de buscar los parámetros y puntos de vista de las entidades físicas,

gubernamentales y empresariales para obtener las corrientes de opinión positiva que la empresa necesita.

Los programas de relaciones públicas son destinados a complementar la buena voluntad y la comprensión de las ideas iniciales de la empresa, valiéndose para ello de programas de apoyo, campaña de motivación y promoción tendentes a reforzar la imagen de la empresa como una entidad justa y profesional en sus tratos con la comunidad en general.

2.7 EL PROBLEMA QUE SE HA DETECTADO EN EL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

Después de haber analizado la importancia de un canal local en un sistema de cable y de haber estudiado la estructura de un canal local; se analizara el organigrama de dicho departamento de la organización de Telecable de Cortazar y en donde se mencionaran algunos problemas que ocasionan conflicto y una mala organización y dando como consecuencia la elaboración de un manual de organización para llevar acabo una estructura organizacional formal.

Si recordamos el organigrama del canal local de Telecable de Cortazar y la estructura organizacional formal para esta área se observa que no se cuenta con una gerencia de producción la cual tiene

como función la de provocar a los trabajadores del un canal local a crear, manifestar, innovar, fabricar, ejecutar, producir en televisión con el fin de beneficiar a los suscriptores.

- ☛ Ya que utilizan una comunicación descendente en donde el director general se encarga de dar ordenes a uno de sus reporteros y si este no acata las ordenes vuelve hacer la petición a otro reportero ocasionando que se pierda la comunicación y la organización; sobre todo el tiempo de los reporteros o que se realice el mismo trabajo en dos ocasiones.

- ☛ Delimitar las actividades de un reportero de Telecable noticias y de Sábados Especiales de las personas encargadas de los canales digitales como el 27 y el 29.

- ☛ Otra dificultad que se tiene es que el director general realice la critica del trabajo de un reportero ante otro, provocando que se altere la comunicación, que comience el rumor, el chisme y sobre todo que se hieran los sentimientos y la baja de la autoestima.

- ☛ El querer propuestas por parte de la dirección general para mejora del canal y que al momento de entregarlas no sean apoyadas por falta de confianza de sus reporteros y que

estos no tengan un líder que pueda insistir en llevar acabo las propuestas y sobre todo presionar a los directivos.

- ☛ En el que las altas esferas no conozcan un limite de las actividades de sus reporteros de las funciones que tienen cada uno de las cualidades y de su forma de trabajo que caracteriza a cada quien, y que ser trabajadores de la empresa no argumenta la necesidad de realizar la limpieza del canal pero si de mantener ordenado la área de trabajo.
- ☛ Recordar que los integrantes del canal local se caracteriza como un equipo y que si uno falla los demás también y el trabajo de equipo se debe valorar en conjunto y en el momento de una critica a los trabajadores que sea general para evitar chismes y si un trabajador tiene un malo acierto hablar con el en privado y no exhibir su caso ante todos.
- ☛ Dar a conocer los cambios, la información nueva a todo el personal del canal local en general y en el momento y no en uno en uno ya que se pueden mal interpretar las cosa y hasta jugar al teléfono descompuesto.
- ☛ Es importante que el Director general y la Gerente administrativo también delimiten sus funciones ante el canal local ya que en ocasiones cada uno da órdenes

provocando que estas desequilibren sus propias órdenes y la contradicción de sus órdenes ante los trabajadores.

- ☛ Es importante la motivación por parte de los directivos ante el empleado de una forma desinteresada.
- ☛ No es conveniente que los jefes nos hablen de los anteriores ex empleados de la empresa ya que las comparaciones nunca son buenas.
- ☛ Es importante que un departamento de producción exista ya que ellos buscaran la forma de traer o analizar a los trabajadores con los que pueden hacer una buena mancuerna para la elaboración de nuevas producciones o con las que ya cuentan y así evitar la entrada de conocidos de cara bonita que no tienen idea lo que es crear televisión por cable.
- ☛ Para realizar un buen trabajo sin errores se necesita tiempo para la planeacion y la organización y no horas antes.

Y así se continuaría exponiendo la problemática que existe en este canal pero después de analizarla, de ver la realidad, se ha llegado a la tarea de ver la factividad de la falta de la gerencia de producción donde sea el vocero tanto de las altas gerencias como de los empleados para evitar que los anteriores problemas continúen cometiéndose día a día en esta área. Al igual que se realizara un

manual de organización del canal local de Telecable de Cortazar en el capítulo 3 con el propósito de exponer en forma detallada la estructura organizacional formal de esta área.

2.8 ¿QUÉ ES UN MANUAL?.

Se le considera un documento detallado, donde su contenido se basa en información acerca de la organización de la empresa de una forma ordenada y sistemática, lo cual, a su contenido pueden ser:

- ❖ De política
- ❖ De bienvenida
- ❖ De organización
- ❖ Departamentales
- ❖ De puesto
- ❖ De contenido múltiple
- ❖ De técnicas

Los manuales son importantes ya que controlan la organización y el cumplimiento de las funciones de la organización, delimitan actividades, responsabilidades y funciones, a los empleados les indican lo que deben hacer y cómo se debe hacer, ya que ayudan a la coordinación y evitan la duplicidad y las fugas de responsabilidad; son

una fuente de información pues muestran la organización de la empresa y reducen costos al incrementar la eficiencia.

Se puede establecer que un manual puede tener como contenido una clasificación primaria de temas como:

- ❖ El Índice del manual.
- ❖ Objetivo y antecedentes del manual.
- ❖ Cada sección o tema debe llevar la fecha en que se termine o actualice, para que se emita y quede vigente.
- ❖ Nombre de las personas que intervinieron en la elaboración o corrección del manual.
- ❖ Debe llevar instrucciones para hacerlo mas comprensible y facilite al usuario.

En este caso el manual que se realizara para la empresa de Telecable de Cortazar es un manual de organización, abordando en el capitulo 3 la información que contiene dicho manual. A continuación se explica teóricamente el contenido de los manuales de organización:

2.8.1 Los manuales de organización exponen con detalle la estructura de la empresa y señala los puestos y la relación que existe entre ellos para el logro de sus objetivos. Explican la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad; las funciones y actividades de los órganos de la empresa. Generalmente contiene gráficas de

organización, descripciones de trabajo, cartas de límite de autoridad, etc.

Los manuales de organización se usan donde se desea una descripción detallada de las relaciones de organización. Se elaboran ordinariamente con base en los cuadros de organización, los cuales se acompañan de las descripciones de los diferentes puestos inscritos en el cuadro.

Comúnmente se hace la división de los encabezados de estos manuales en atención a la función general, a las obligaciones y autoridad y al conjunto de relaciones con los demás.

El manual de organización debe incluir los siguientes aspectos:

A) IDENTIFICACION

- Nombre oficial del organismo o unidad a que se refiere.
- Título y extensión del manual (general o específico).
- Número de revisión en su caso.
- Unidades responsables de su elaboración.

B) INDICE O CONTENIDO

Consiste en una relación de la parte que conforman el documento, es decir; la versión pulida de su esquema, añadiéndose los números de formato de referencia.

A continuación se expone algunas indicaciones para el desarrollo de una tabla de índice o contenido para un manual de organización.

- *Proporciona detalles.* Una tabla de contenido no debe limitarse a enunciar los encabezados de las secciones, sino también debe incluir los conceptos o temas que incluyen en cada sección.
- *Dar referencia apropiada para cada concepto.* Dicha referencia puede ser numérica o alfanumérica para cada concepto de tabla de contenido.
- *Usar espacios en blanco, sagrados o mayúsculas para indicar las relaciones entre los conceptos de la tabla.* Deben usarse amplios espacios en blanco para que los usuarios puedan encontrar con facilidad los temas en la tabla.
- *Colocar las referencias de formato a la izquierda de los temas incluidos.* Esto hace más sencilla a los usuarios del manual enlazar los conceptos con sus números referencia y eliminar la necesidad de las largas líneas punteadas que conectan temas y números.

C)PROLOGO Y/O INTRODUCCION

Contiene una explicación al usuario acerca de lo que es el documento, de la ocasión en que se elabora o se efectúa la última revisión y de los básicos que se pretenden cumplir a través de él.

Además incluye información sobre el ámbito de su aplicación, a quien va dirigida, como se usan, como y cuando se harán las revisiones y actualizaciones. Conviene que contenga un mensaje y la autorización de la más alta seguridad del área comprendida en el manual.

Lo importante es que la introducción sea breve. Si la introducción es larga, rebuscada y pomposa, los usuarios casi siempre supondrán que todo el manual está redactado de la misma forma y no proseguir la lectura.

En la introducción no se debe describir detalladamente la evaluación del manual ni la filosofía del organismo. En lugar de ello, hay que indicar brevemente al usuario el tema del manual, como les afecta y de qué modo pueden usarlo. La naturaleza precisa de la introducción depende del tipo de manual en preparación. A continuación se muestran ejemplos de los aspectos que deben considerarse en un manual de este tipo.

PROPOSITOS BASICOS. Describir lo que el organismo espera lograr por medio del manual. Hay que hacer observaciones breves y precisas; de otra manera el usuario se las salta.

AMBITO DE APLICACIÓN. Aquí hay que explicar brevemente lo que abarca el manual. Incluso puede ser conveniente combinar en un mismo párrafo los propósitos y el ámbito de la aplicación.

AUTORIDAD. Aquí es donde se debe mencionar la aprobación final y no en los encabezados ordinarios de las páginas. Se recomienda emplear nombres de los puesto y no de personas. Por ejemplo, indique simplemente que el director general, un secretario, un gerente de finanzas o un subsecretario aprobó el manual.

COMO USAR EL MANUAL. Esta parte es la más importante en la introducción. Indica a los todo cuanto tiene que saber para utilizar el manual.

La selección de como usar este manual, debe incluir aspectos como los siguientes:

- Un examen breve del formato.
- Un enunciado de la responsabilidad de los usuarios, por ejemplo: mantener el manual actualizado y devolverlo cuando se marchen de la empresa.

- El departamento o el puesto de la persona con quien deben ponerse en contacto cuando quieran señalar cambios o correcciones o deseen hacer recomendaciones al manual.
- Una explicación de las claves o los símbolos especiales, como los utilizados para indicar temas revisados.
- Una breve descripción de las características especiales, tales como un glosario o una sección sobre formas.

D) DIRECTORIO

Consiste en una relación de los funcionarios principales comprendidos en el área descrita en el manual, así como los respectivos cargos que ocupan cuando se trata de un manual general, pueden incluirse los miembros que integran el consejo de administración o su equivalente.

El manual como medio de comunicación. La tarea de elaborar manuales administrativos se considera como una función de mantener informado al personal clave de los deseos y cambios en las actitudes de la dirección superior, al delinear la estructura organizacional y poner las políticas y procedimientos en forma escrita y permanente. Un manual correctamente redactado puede ser un valioso instrumento administrativo.

En esencia, los manuales administrativos representan un medio de comunicación de las decisiones administrativas, y por ello, que tiene como propósito señalar en forma sistemática la información administrativa.

Objetivos de los manuales. De acuerdo con la clasificación y grado de detalle, los manuales administrativos permiten cumplir con los siguientes objetivos:

a) Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.

b) Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.

c) Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.

d) Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.

e) Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.

E) ANTECEDENTES HISTORICOS.

Esta parte consiste en una descripción de la génesis del organismo o de la unidad orgánica descrita en el manual, en la que se indica la ley o decreto por la que se creó la misma (en el caso de organismos públicos), e incluyen una mención de la información sobresaliente acerca de su desarrollo histórico.

F) LEGISLACION O BASE LEGAL (en el caso de organismos públicos).

Este apartado se refiere a una relación de títulos de los principales ordenamientos jurídicos, de los cuales se derivan las atribuciones de la entidad o de las unidades administrativas comprendidas en ello, según se trate de un manual general o específico, así como de las demás que lo son aplicables en función de sus actividades.

Se recomienda que la relación de las disposiciones jurídicas sigan un orden jerárquico como el que se indica a continuación: constitución, tratados, leyes, convenios, reglamentos, decretos, acuerdos y unidades administrativas del organismo social, con base a sus relaciones de jerarquía. Se recomienda llevar a cabo una codificación de tal manera que sea posible visualizar los niveles de jerarquía y las relaciones de dependencia.

G) ORGANIGRAMA.

Consiste en representar gráficamente la estructura orgánica y debe reflejar de manera esquemática, la posición de las unidades administrativas que la componen y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad y asesoría.

H) ESTRUCTURA FUNCIONAL.

Este apartado consiste en llevar a cabo una descripción de las actividades inherentes a cada uno de los cargos y/o unidades administrativas contenidas en la estructura orgánica, que le permitan cumplir con sus responsabilidades y deberes.

Para una mejor comprensión, se hacen las siguientes recomendaciones:

- Que primero se indiquen los objetivos de la unidad administrativa de que se trate.
- Que los títulos de los órganos sean los mismos que se señalen en el apartado de la estructura funcional.
- Que la descripción de funciones siga el orden establecido en la estructura organizacional.

- Que la descripción de las funciones se inicie con un verbo en tiempo indefinido.
- Que la descripción de las funciones se inicie con un verbo en tiempo indefinido.

CAPITULO 3:

**"El manual de organización del
canal Local de Telecable de
Cortazar"**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR GUANAJUATO

**PRIMERA EDICION
2006**

**ELABORADO POR:
GPE DEL ROSARIO GUTIERREZ ROJAS**

INDICE:

IDENTIFICACION	53
INDICE O CONTENIDO	54
INTRODUCCION	56
DIRECTORIO	59
ANTECEDENTES HISTORICOS	60
OBJETIVOS GENERALES	61
PROPUESTA DEL ORGANIGRAMA	75
ESTRUCTURA FUNCIONAL	92

INTRODUCCION:

Su propósito como primera edición es exponer en forma detallada la estructura organizacional formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos. Al igual que las políticas generales, la descripción de puestos y actividades.

Los manuales explican los detalles más importantes de la organización, generalmente incluyen la finalidad de cada elemento que la integran, este manual va dirigido al personal que labora en el canal local de Telecable de Cortazar y será utilizada como una herramienta o una guía en donde tendrán al alcance los objetivos generales de la organización, como esta estructurada su área, así como sus actividades primordial para los empleados que se cuentan laborando como para los de nuevo ingreso servirá como un medio de integración y orientaron facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.

Se pretende realizar revisiones y actualizaciones por lo menos cada seis meses para estar en constante cambio en beneficio de los trabajadores.

Por medio del manual se pretende tener como una guía de sus funciones, objetivos, políticas, que deberá llevar a cabo cada uno de los integrantes de esta área del canal local de Telecable de Cortazar, ya que controlan la organización y el cumplimiento de las funciones de la organización, delimitan actividades, responsabilidades y

funciones, a los empleados les indican lo que deben hacer y cómo se debe hacer, ya que ayudan a la coordinación y evitan la duplicidad y las fugas de responsabilidad; son una fuente de información pues muestran la organización de la empresa y reducen costos al incrementar la eficiencia.

Y para evitar que los anteriores puntos se desarrollen dentro del canal local de Telecable de Cortazar el Director General aprobó la creación de un Manual de Organización para esta área de su empresa.

Es importante que el Director General y el personal encargado del área del canal local debe de realizar una copia de este manual y entregarla a cada uno de los empleados de esta área el cual tendrá la obligación de leerlo y estudiarlo y en caso de que este tenga que abandonar la área o ser despedido este tiene que entregarlo a su supervisor.

El área del canal local esta a la disposición de realizar algún cambio al manual de organización del canal local de Telecable de Cortazar siempre y cuando demuestren el por que del cambio de una forma argumentada y se dará a conocer al encargado del canal local y este le informara al Director General.

Todo el vocabulario que se encontrara en el manual por ejemplo:

AVIO CASABLANCA: Sistema y equipos de edición profesional de video con el que cuenta el canal local.

CABLES RCA: Lleva un solo canal de audio o video a través del cable coaxial delgado.

CAPTURA DE AUDIO Y VIDEO: Proceso de grabación de audio y video en un ordenador o dispositivo de edición digital.

MASTER: Videocasete o disco compacto en el que esta grabada la edición final de una producción.

STORYBOARD: nos puede ayudar a llevar a cabo una especie de montaje en bruto que structure o esboce el proyecto que queremos realizar. Para especificar y organizar las tomas de una filmación, se puede crear un storyboard: una colección de escenas (fotos fijas), con nombre, duración, descripciones..., que se pueden disponer en un cierto orden.

Son algunos de los términos que se utilizan a diario y que sen identificados con rapidez.

Esperamos que este manual sea de su gran utilidad para mejora de sus actividades diarias dentro del canal local de Telecable de Cortazar.

DIRECTORIO:

DIRECTOR GENERAL	ING. FCO JAVIER HUERTA.
GERENTE ADMINISTRATIVO	PROFA. CONCEPCION SANCHEZ.
AREA DE PRODUCCION	*****
AREA DE PROGRAMACION	HUGO ARIAS, HECTOR MORALES, ROSARIO GUTIERREZ, NORMA MALDONADO.
AREA VENTAS	ARACELI JARAMILLO.

AREA DE INGENIERIA	ING. ANGEL GUZMAN.

ANTECEDENTES HISTORICOS

El canal local de este sistema de cable tiene funcionando poco mas de siete años y fue a principio del 2005 cuando comenzó a tener un poco de problemas de comunicación con los directivos y el personal que se encuentra trabajando en el canal local, encontrando como respuesta a estos problemas la creación de un Manual de organización para esta empresa por lo que el director general aprobó la idea de realizar este manual.

Ya que así se instruye al personal acerca de aspectos como objetivos, funciones, políticas, procedimientos, quien depende de quien, se da a conocer que tipo de comunicación esta manejando, deslinda responsabilidades ya que se ha creado un área dentro del canal local la cual es la responsable de la producción y de los reporteros del canal local la cual llevara el cargo de que el canal local ante las altas gerencias de Telecable de Cortazar.

Realizando en el 2006 la creación del primer manual en beneficio para la estructura organizacional de esta empresa.

LOS OBJETIVO GENERALES DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR

La visión y la misión de Telecable de Cortazar fueron creadas por la gerencia del sistema de cable ya antes mencionado.

En el canal de Telecable de Cortazar su **misión** es dar a conocer e informar a la sociedad Cortazarense los sucesos de interés social de su municipio, de su estado y de su país, con calidad y profesionalismo brindando información y entretenimiento familiar para contribuir al desarrollo integral de esta la sociedad.

Nuestra **visión** en el canal local de Telecable de Cortazar es ser un canal de interés que permita a la gente estar informada y ser

entretenida, además de ser un medio que genere opinión pública en la sociedad Cortazareña.

Nuestros **valores** en el canal local son:

- ☞ *HONESTIDAD.*- La Honestidad es una forma de vivir congruente entre lo que se piensa y la conducta que se observa hacia el prójimo, que junto a la justicia, exige dar a cada quien lo que le es debido.

Ejemplo: Cuando el reportero realiza sus notas informativas, debe de ser congruente con lo que escribe y habla en su mensaje a la sociedad. Un empleado del canal local debe ponerse la camiseta de su empresa para ser fiel a su trabajo y a la hora de realizar sus actividades se refleje la realidad y la verdad de las cosas.

- ☞ *SEGURIDAD.*- Certeza, garantía de que algo va a cumplirse.

Ejemplo: Estar consiente de que las labores que realiza son las que se quieren realizar, que se sienta protegido y seguro de si mismo y que su trabajo es el mejor que realiza.

∞ *CALIDAD.*- Cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos.

Como se ha mencionado anteriormente, la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, esto trae como consecuencia que surja en las organizaciones la importancia de tener calidad en todas ellas.

Ejemplo: La sociedad merece que toda actividad que se da a conocer cuente con los elementos que los hace distinguir por la eficacia de trabajo que ofrece el reportero en la hora de informar a su teleauditorio.

∞ *PROFESIONALISMO.*- Cubrir y superar las expectativas del trabajo, concluido en forma oportuna y confiable.

Ejemplo: Es un elemento clave en la conducta de un reportero. La dignidad profesional implica una autonomía moral no solo frente a los sujetos y asuntos que trata el reportero para obtener información,

sino también frente a sus jefes y compañeros. De la dignidad profesional depende la conducta laboral del reportero y la limpieza y claridad de sus escritos.

⇒ *VERACIDAD.*- Calidad de veraz; que dice, usa y profesa siempre la verdad.

Ejemplo: La información que se da a conocer al público debe ser oportuna, importante y reciente es por eso que el reportero tiene que tener muy en cuenta este valor.

⇒ *PUNTUALIDAD.*- El valor que se construye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.

El valor de la puntualidad es necesario para dotar a nuestra personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al vivir este valor en plenitud estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo, ser merecedores de confianza.

Ejemplo: Llegar a tiempo a la cita, no hacer esperar al entrevistado, poner a tiempo los diferentes programas generados en el canal local. El retraso del reportero molesta y maldispone.

- ⇒ *TENACIDAD.*- Firmeza, obstinación y constancia para cumplir un objetivo: su tenacidad le ha proporcionado un gran éxito en su profesión.

Ejemplo: La insistencia, la persistencia, la búsqueda sin tregua de un dato central, un ángulo especial de la información que se trabaja es también requisito en todo reportero. El reportero puede ir obteniendo información de la misma manera que se alcanza una meta recorriendo caminos distintos; la tenacidad permite además comprender un mismo asunto desde ópticas diversas que subrayan la trascendencia de la información inicialmente obstaculizada.

- ⇒ *HONRADEZ.*- Rectitud de ánimo, integridad en el obrar, respeto por las normas que se consideran adecuadas: si te comportas con honradez nunca te arrepentirás de nada. una expresión que quiere decir, entre otras cosas, ser auténtico, fiable, leal.

Resultado de nuestro propio esfuerzo, no apropiarse o valerse de logros ajenos.

Ejemplo: El reportero implica la honradez, la incorruptibilidad. Quien accede al periodismo para obtener una credencial con idea de satisfacer propósitos mezquinos con el tráfico de influencias puede ser un eficaz negociante o un buen gestor “coyote” pero no un buen reportero.

Tu como empleado de Telecable de Cortazar busca la calidad personal y de servicio; recuerda algunas **actitudes** que nos ayudarán en nuestra jornada diaria de trabajo de la empresa, según la Gerente Administrativo la Profesora Concepción Sánchez.

❖ **Limpieza.**- Todo funciona mejor si nada lo contamina.

- ❖ **Orden.-** Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar. Todo se facilita si sabes dónde esta.
- ❖ **Empatía.-** Capacidad de ponerse en el lugar de los demás.
- ❖ **Cortesía.-** Respeto al código de trato social.
- ❖ **Amabilidad.-** trato afectuoso a los demás.
- ❖ **Calidez.-** Cercanía psicológica en el trato con los demás.
- ❖ **Manejo de conflicto.-** No engancharse con la negatividad de otros.
- ❖ **Resistencia a la Frustración.-** Capacidad de automotivarse para cumplir con las tareas que debemos hacer.

LOS OBJETIVOS DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

- 1) Informar a la sociedad Cortazarense de una forma rápida y oportuna, con información de calidad, los sucesos más sobresalientes de su municipio.

- 2) Contribuir al desarrollo integral de la sociedad brindando información y entretenimiento.
- 3) La satisfacción y conformidad de los suscriptores con el canal de televisión de Telecable de Cortazar.
- 4) Ser el principal y más importante medio en el municipio de Cortazar.
- 5) Buscar que los empleados se identifiquen con la empresa y se sientan como en su casa para que de igual forma lo proyecten a los consumidores.
- 6) Mantener siempre en el gusto y preferencia del teleauditorio.
- 7) Lograr un excelente ambiente de trabajo entre los miembros de esta empresa y de esta área.

**CODIGO DE ETICA PARA EL EMPLEADO DEL CANAL LOCAL
DE TELECABLE DE CORTAZAR**

Antes de mencionar las políticas de la empresa hay que insinuar que podemos involucrar a las políticas con código de ética ya que las dos orientan y facilitan el cumplimiento de la misión y el desarrollo de la visión. Son guías que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción.

- ★ Todo empleado del canal local de Telecable de Cortazar debe tener presente su responsabilidad en cuanto a la forma en que comunica su información. Para explicar con claridad los sucesos, se tiene la obligación de informarse a sí mismo antes de informar a los otros.

- ★ No recibir nada a cambio cuando se cubre una información, nota o evento; en pocas palabras cuando el empleado se encuentra representando a la empresa de Telecable de Cortazar, no debe pedir ni recibir prebendas a cambio de su trabajo.

- ★ Ante una noticia que implique diferencias o litigios, el reportero buscará recabar los puntos de vista de todos los protagonistas, con todos sus posibles matices y discrepancias. En caso de que no sea posible recabarlos todos, hay que señalarlo explícitamente.

- ★ Los reporteros no deben hacer el vacío a un personaje o una institución sólo porque hayan tenido problemas para cubrir una noticia. Si la noticia existe, se cuenta.

- ★ El reportero debe evitar todo acto de arrogancia en la relación con el público y con los entrevistados.

- ★ Al investigar una información, el reportero debe presentarse como tal. En los casos excepcionales en que no lo haga, deberá consignar en la nota la circunstancia en la que obtuvo la información.

- ★ No se deben omitir hechos de relevancia. La información debe ser completa. Por lo mismo, en una nota no se debe dar más peso a la información irrelevante que a la que tiene más significado.

- ★ Cuando el reportero no esté presente en el lugar de los hechos, y haya obtenido la información de una tercera persona, citará siempre la fuente de esta información. En caso de que no se pueda revelar la identidad de la fuente, se deben emplear fórmulas que se aproximen lo máximo a ella. En los casos en que citar la fuente de información implique un riesgo para la integridad del o los informantes, se deben explicar las razones por las que la fuente desea mantenerse anónima.

- ★ No se debe permitir a las fuentes utilizar el anonimato para lanzar ataques contra otras personas o instituciones.

- ★ Está prohibido atribuirse material ajeno.

- ★ Cuando la nota se base en una entrevista o noticia obtenida a través de otro medio de comunicación, se dará el crédito completo correspondiente.

- ★ Cuando se trate de material de agencias, deberá dárseles crédito, a menos de que hayan sufrido agregados y modificaciones en la redacción.

- ★ Cuando se cometan errores, de información o redacción, hay que reconocerlos sin tapujos.

- ★ No se utilizarán frases que resulten ofensivas a una comunidad por razones de origen étnico, creencia religiosa, preferencia sexual o discapacidad física.

- ★ Se evitara todo tipo de trato discriminatorio hacia cualquier persona.

LAS POLÍTICAS DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

- 1) Llegar a tiempo, a la hora establecida en una cita.
- 2) El reportero siempre debe estar uniformado y portar la credencial que lo identifique como personal activo de Telecable de Cortazar.
- 3) Por ningún motivo llegar a laborar en estado alcohólico o bajo el efecto de drogas.
- 4) El orden y la limpieza son fundamentales y debe de llevarse a cabo todos los días hábiles.

- 5) Queda prohibido prestar herramientas de trabajo (cámaras, micrófonos, cables, etc.) a persona de otra área y externos.
- 6) No puede entrar al canal local persona ajena de Telecable de Cortazar, solo con autorización de la dirección general.

LAS REGLAS DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

1. Todo personal debe llegar a la hora establecida y sólo tendrá 5 minutos de tolerancia.
2. Cuando el trabajador del canal local cheque su entrada lo tiene que hacer desde las oficinas del sistema de cable y, posteriormente tendrá que ir a las instalaciones del canal local.
3. El uniforme y la credencial son de uso diario, para tener una identificación y dar una buena imagen de la empresa, de lo contrario se regresa a su casa y si le descuenta el día por no laborar.
4. El personal que labore en el canal local deberá ser estudiante, pasante o licenciado de ciencias de comunicación, o tener conocimientos en administración, mercadotecnia, ventas.
5. Mantener el área limpia ya que es tu lugar de trabajo.

6. Quien adquiere algún material de trabajo tiene la responsabilidad de cuidarlo y de entregarlo de igual manera como se lo llevo.
7. Cuando se tenga que sacar al exterior el material, tiene que registrarse en los formatos de entradas y salidas del material.
8. Los cassette que requieren las cámaras se entregan a cada reportero y él tendrá la responsabilidad de administrar su cinta, de igual manera de ahorrar para que se minimice el consumo de cassette.
9. Se deberá de ordenar los cassette y etiquetarlos de acuerdo a como se van usando.
10. Las mochilas y las cámaras de 8 mm digital y las minidv deben acomodarse en el área de cámaras para un mejor orden y cuidado de estas.
11. La computadora y el Internet es para trabajar en actividades referentes a la jornada del día no para uso personal.
12. El teléfono será exclusivo para llamadas de uso laboral y no personal.
13. Cada reportero tendrá un día, una hora y un tiempo específico para utilizar la avio para editar su información y armar sus notas.

14. Cada lunes actualizar la nueva información y generar las ediciones del dvd que presenta los promocionales de los servicios adicionales, publicidad, promos de los canales, música.
15. El contenido de los cassette es exclusivo de la empresa y no puede ser utilizado para efectos personales de los empleados.
16. Respetar el momento de grabación de nuestros compañeros sin realizar algún ruido o distracción que pueda afectar en su trabajo.
17. El material como cámaras, micrófonos, cables entre otras cosas son de uso de la empresa y por ningún motivo se puede utilizar para otros efectos.
18. En el momento en el que el reportero acude a un evento tiene la obligación de identificarse con la fuente correspondiente.
19. Los reporteros de canal local no puede hacer ningún estímulo o regalo a una fuente de información.
20. Mantener respeto para los compañeros, la empresa y las instalaciones.
21. Se debe llevar un control en los guiones de los programas.

22. Realizar un inventario de todos los equipos con los que cuenta el canal local y verificar si necesitan mantenimiento periódicamente.
23. Cada uno de los miembros del canal local tiene la responsabilidad de poner repeticiones del noticiario de acuerdo al rol que se establece.
24. Cuando se tenga un problema y no pueda asistir a laborar, se tendrá que llamar o reportar a las autoridades competentes.
25. Si uno de puede asistir a grabar algún evento, tiene la obligación de ponerse de acuerdo con otro compañero para que lo supla.
26. Cuando se tiene la obligación de grabar algún evento o de visitar un cliente siempre se tendrá que cumplir en el momento establecido.
27. Queda a criterio de cada miembro del canal local de grabar lo que el considere importante del evento que se le fue asignado.
28. Nadie puede entrar a otras áreas del sistema de cable si no tiene la autorización de los encargados de cada área.
29. No se podrá introducir a las instalaciones del canal local a personas ajenas al personal de Telecable de Cortazar, a menos

que sea autorizado por las autoridades o que amerite su presencia.

PROPUESTA DE ORGANIGRAMA PARA EL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR

Después de haber visto en el capítulo 2 los problemas que más perciben en el canal local se ha dado a la tarea de crear un nuevo organigrama donde da como resultado la creación del área de producción, pero para presentar la nueva propuesta hay que argumentar y avalarnos sobre la creación de organigramas y la importancia de este.

Finalidad Del Organigrama

Un organigrama posee diversas funciones y finalidades como las siguientes:

1. Representa las diferentes unidades que constituyen la compañía con sus respectivos niveles jerárquicos.
2. Refleja los diversos tipos de trabajo, especializados o no, que se realizan en la empresa debidamente asignados por área de responsabilidad o función.
3. Muestra una representación de la división de trabajo, indicando:
 - a. Los cargos existentes en la compañía.
 - b. Como estos cargos se agrupan en unidades administrativas.
 - c. Como la autoridad se le asigna a los mismos.

Funciones Del Organigrama

- Para el área de organización:

Sirve para reflejar la estructura organizacional de una empresa así como velar por su permanente revisión y actualización (en las empresas pequeñas y medianas, generalmente la unidad de personal asume esta función), la cual se da a conocer a toda la compañía a través de los manuales de organización.

- Para el área de administración de personal:

El analista de personal requiere de este instrumento para los estudios de descripción y análisis de cargos, los planes de administración de sueldos y salarios y en general como elemento de apoyo para la implementación, seguimiento y actualización de todos los sistemas de personal.

Y en forma general sirve para:

- Descubrir y eliminar defectos o fallas de organización.
- Comunicar la estructura organizativa.
- Reflejar los cambios organizativos.

Ventajas Del Organigrama

El uso de los organigramas ofrece varias ventajas precisas entre las que sobresalen las siguientes:

- Puede apreciarse a simple vista la estructura general y las relaciones de trabajo en la compañía, mejor de lo que podría hacerse por medio de una larga descripción.
- Muestra quién depende de quién.

- Sirve como historia de los cambios, instrumentos de enseñanza y medio de información al público acerca de las relaciones de trabajo de la compañía.
- Indica a los administradores y al personal nuevo la forma como se integran a la organización.

Desventajas Del Organigrama

No obstante las múltiples ventajas que ofrece el uso de los organigramas, al usarlos no se deben pasar por alto sus principales defectos que son:

- Ellos muestran solamente las relaciones formales de autoridad dejando por fuera muchas relaciones informales significativas y las relaciones de información.
- No señalan el grado de autoridad disponible a distintos niveles, aunque sería posible construirlo con líneas de diferentes intensidades para indicar diferentes grados de autoridad, ésta en

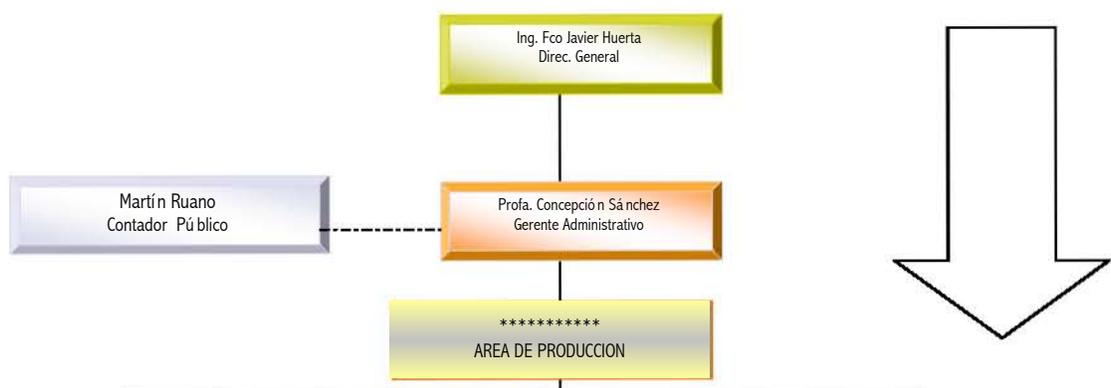
realidad no se puede someter a esta forma de medición. Además si se dibujaran las distintas líneas indicativas de relaciones informales y de canales de información, el organigrama se haría tan complejo que perdería su utilidad.

- Con frecuencia indican la organización tal como debería ser o como era, más bien como es en realidad. Algunos administradores descuidan actualizarlos, olvidando que la organización es dinámica y permiten que los organigramas se vuelvan obsoletos.
- Puede ocasionar que el personal confunda las relaciones de autoridad con el status.

Contenido Del Organigrama

Un organigrama puede contener diversos datos, de los cuales estos son sus principales contenidos:

1. Títulos de descripción condensada de las actividades. Esto incluye generalmente el nombre de la compañía y la actividad que se defina.
2. Nombre del funcionario que formuló las cartas.
3. Fecha de formulación.
4. Aprobación (del gerente, director general, etc.).
5. Leyenda (explicación de líneas y símbolos especiales).



|

Se maneja una comunicación descendente.

LAS REDES DE COMUNICACIÓN DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

“Las organizaciones están formadas por series de individuos que ocupan ciertas posiciones o representan determinados roles. El flujo de mensaje entre estas personas sigue unos caminos denominados redes de comunicación”.⁸

Redes Formales

⁸ GOLDHABER, GERALD M. Comunicación Organizacional. México, DF. Editorial Diana 1984, Pág. 130

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

Comunicación Descendente

“Es el tipo de comunicación que se da cuando los niveles superiores de la organización transmite una o mas mensajes a los niveles inferiores”.⁹

Esta forma de comunicación sirve para proporcionar las indicaciones necesarias y especificas de las actividades; quién debe hacer, qué, cuándo, cómo, dónde y por qué.

A su vez en la comunicación descendente se manejan diversos niveles que son:

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

Es importante que los gerentes o los directivos de cada área trasmitan sus mensajes con claridad con el fin de que ellos mismos lo entiendan al igual que sus subordinados, pues es una parte central de las funciones directivas comunicativas.

⁹ ROBBINS, STEPHEN. Fundamentos de Administración, 1ra. Edición, México. Ed. Prentice may Inc. 1996. Pág. 6

“La trampa de la actividad es la situación en la que el personal realiza actividades que alguna vez tuvieron objetivos claros pero que, al cabo de un tiempo, dicho personal trabaja sin saber claramente hacia donde van encaminados, puesto que los objetivos no han sido reconsiderados, o bien, no se han comunicado de manera clara”.¹⁰

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

Es fundamental que los ejecutivos de la empresa de Telecable de Cortazar tengan una visión clara hacia donde va encaminada la empresa, para que de esta forma los encargados tomen decisiones correctas respecto a áreas específicas.

Comunicación a los empleados.- El director general debe contar con la información necesaria que facilite realizar sus actividades de forma eficaz y eficiente. Si no contase con dicha información, el debe de buscar la forma de obtenerla. De esta forma exista una buena comunicación entre sus empleados del canal local.

¹⁰ Ibidem Pág. 26

El supervisor o el encargado contarán con la comunicación y la especialización que a su juicio considere prioritaria para el buen funcionamiento de sus subordinados.

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

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

El director general debe de ganarse la confianza de sus trabajadores ya que de esta manera la eficacia de la comunicación se desarrolla de manera pertinente pues la credibilidad del emisor tomara fuerza ante el receptor, de esa manera el reportero comenzara a tener confianza, motivarse y el resultado que se obtendrá será el esperado .

Se debe de tomar en cuenta que al empleado le gusta saber novedades y estar plenamente informado de los cambios que se efectúen.

Así que la primera información de la que se entere el personal debe provenir del director general o del gerente administrativo de la empresa.

Necesidades de la comunicación

Instrucciones de trabajo.- Es de gran ayuda que se transmitan claramente los objetivos y metas a todos los miembros de la organización, para que ellos sepan hacia donde va la empresa y poder orientarla con las actividades y el trabajo a desempeñar.

Retroalimentación sobre el desempeño.- Al personal le interesa saber si su desempeño en el trabajo lo ha realizado bien o mal y porque. Así la retroalimentación genera un mejor rendimiento y crea actitudes favorables que se verán reflejadas en las actividades que tiene que realizar como lo puede ser en sus notas, toma de imágenes, generar comerciales, etc.

Noticias.- La información debe llegar de manera oportuna al personal y venir de la persona indicada para evitar malas interpretaciones o confusiones entre los empleados.

Comunicación Ascendente

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

Obtiene información sobre lo que piensa y opina el personal del canal local sobre la empresa y las funciones que realizan y va dirigido al gerente administrativo y al director general.

Importancia de la Comunicación Ascendente:

- ☞ Proporciona información con respecto a la forma en que se recibieron y entendieron los mensajes descendientes en la organización.
- ☞ Ayuda a medir el clima organizacional de la empresa.
- ☞ Permite el diagnóstico de malas interpretaciones por parte de los trabajadores del canal local.
- ☞ Promueve la participación del empleado en la toma de decisiones, para que este se motive y que se de cuenta que su opinión vale.
- ☞ Mejora el conocimiento de los subordinados sobre todo lo sucedido en su trabajo.

- Fundamenta la toma de decisiones de todo el personal y de la alta jerarquía.
- Incrementa la aceptación de decisiones ejecutivas.

Prácticas de la Comunicación Ascendente:

Realizar reuniones continuas con el fin de hacer que los empleados hablen sobre algún problema que se tenga, necesidades o bien sistemas que ayuden a facilitar su trabajo.

El canal local tiene sus reuniones con el director general una vez al mes, donde se habla de los temas mas sobresalientes para estos.

Dificultades de la Comunicación Ascendente:

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

La comunicación ascendente suele desplazarse con lentitud y demora.

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

En el canal, es común que se presenten estos problemas ya que algunas fuentes de información no siempre tratan con cortesía a los reporteros, ocasionando que no se cumpla con lo establecido y que ocasione un problema, por lo que el reportero tiene la obligación de actuar de manera profesional para que no salga afectada la empresa.

Comunicación Horizontal

La comunicación horizontal se da entre niveles jerárquicos iguales donde los individuos se comunican entre sí dicha forma de comunicación se da a través de medios informales, por tal motivo puede llegar a ser flexible e inestable.

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

La comunicación horizontal suele presentar posibles barreras que suelen provocar conflictos entre los empleados del canal local. Una de las principales barreras que se presentan es la competencia desleal; algunas personas quieren lograr mayor reconocimiento que otras y se omite información al estar luchando por un mismo puesto.

Se puede dar la situación que entre compañeros se utilice una comunicación informal por que se cree que es más rápida y fácil, sin embargo, cuando el director o el gerente administrativo solicita una información ésta debe de ser formal, ocasionando que estos trabajen un poco mas.

Redes informales

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

Comunicación Informal

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

Se puede llegar a pensar que la información que contiene la comunicación informal es menos precisa que lo que en realidad es ya que la información suele ser incompleta; dando lugar a malas interpretaciones a pesar de que generalmente contiene mensajes exactos y reales pero que puede ser creído o no por los empleados del canal local.

La comunicación informal surge por la necesidad del empleado de establecer contactos con el demás personal de la empresa siendo una base para establecer una relación confiable y que en un futuro el personal que labora en la organización se sienta en un ambiente agradable.

Características de la comunicación informal:

- ☞ Interpretar las órdenes formales a un lenguaje más comprensible por los trabajadores del canal local.
- ☞ Ofrecer una retroalimentación sobre el ejercicio de funciones o de las actividades.
- ☞ Es rápida y flexible.
- ☞ Puede traer consigo malos entendidos por contener información incompleta.

- ☞ Hace saber extraoficialmente mensajes de relevancia, pero que tal vez pueda ser falsa.

Es importante que la dirección general aproveche las redes de comunicación informal; así como saber quienes son los líderes dentro del personal del canal local ; de igual forma entenderse que tipo de información se esta difundiendo en esa área. De tal forma que evite las cuestiones negativas de dicha información, así que, lo ideal es que la dirección general de a conocer los mensajes oficiales de forma completa, clara y oportuna, para todo su personal.

Rumor

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

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

Formas en las que se puede controlar el rumor:

- ☞ Reducción de las razones por la cual iniciar un rumor; pues el personal del canal local esta informan causas de rumor, mantener informados a los empleados evitando por completo la ambigüedad.
- ☞ Manejar hechos; cuando ya se ha dispersado un rumor la forma de controlar es aclarar la situación, argumentar que todo es un rumor que todo lo dicho es mentira, exponiendo hechos reales a través de los canales correspondientes.
- ☞ Mejorar o establecer adecuadamente las formas de comunicación formal ya existentes y, si es necesario implementar o corregir otras para mantener al personal informado para evitar la difusión de rumores negativos y falsos.
- ☞ Sin importar la magnitud del rumor, éste debe considerarse y darle el cuidado debido ya que todo rumor maneja sentimientos los cuales pueden influir en el personal y ocasionar un ambiente desagradable en la empresa.

“Las empresas no se dan en el vacío, sino que se encuentra en un complejo entorno social donde forman una red de relaciones con proveedores, clientes, competidores, gobierno y otras instituciones”.¹¹

La comunicación externa son aquellos mensajes emitidos por la empresa hacia las personas externas, con el objetivo de mantener o mejorar sus relaciones con ellos, así como proyectar una imagen favorable, de profesionalismo y de calidad en el trabajo que realiza la empresa.

ESTRUCTURA FUNCIONAL

Dentro el sistema de cable del municipio existen 2 programas de entretenimiento para los Cortazarenses.

1. ***TCN Noticias*** es un noticiero con la información más relevante y sobresaliente del momento, con información y noticias que se

¹¹ FERNÁNDEZ COLLADO Carlos, La Comunicación en las Organizaciones. Cuarta reimpresión, México, DF. Editorial Trillas 1999, Pág. 32



genera en el municipio. Está dividido en tres bloques, el primero con la información mas importante, seguido de un bloque de comerciales de nuestros clientes y promocionales de nuestros servicios adicionales de HBO, HBO 2, CINEMAX (películas de estreno y series), el segundo bloque con entrevista de alguna personalidad, un representante de alguna institución (duración de la entrevista 10 min.), de nuevo un bloque de comerciales, continúa el tercer bloque de información de salud, cultura, educación y deportes.

Se puede modificar el formato en cuanto al orden de los bloques, cuando se realice una evaluación de las notas más importantes del momento. Ejemplo: Si se lleva acabo el aniversario de la fundación de Cortazar en donde prácticamente, este es un evento social pero de importancia para los Cortazarenses se iniciara el noticiario con esta nota.

El programa tiene una duración aproximada de 30 a 60 min. La información del contenido de este noticiario es a cargo de los reporteros del canal local y la conducción de Hector Morales.

El noticiario se lleva acabo en vivo los miércoles y viernes a las 7:00 pm, y repeticiones lunes 10:00 am -4:00 pm, martes 4:00 pm - 10:00 am, miércoles 10:00 am, jueves 4:00 pm - 10:00 am, viernes 10:00 am.

2. **Sábados Especiales** es un programa dirigido a toda la familia en donde se transmiten los eventos culturales, información mas sobresaliente a nivel nacional e internacional, sociales, etc.

El programa tiene una duración aproximadamente de 30 a 120 min. Los cuales se van repartiendo de la siguiente manera:

Entrada y bienvenida del programa, al comienzo se da a conocer el santoral de ese día, las efemérides, y se manda a los bloques.

En cada bloque se va presentando lo que va a ver a continuación el suscriptor, al regresar se da una pequeña opinión o comentario de lo que se vio y continúa con la misma temática sucesivamente de mandar a bloques y comentarios.

También se da oportunidad a los televidentes que llamen al canal para que puedan mandar sus saludos o comentarios totalmente en vivo y, exista una interacción entre el medio y los suscriptores.

Y en el último bloque la conductora se despide y agradece al público por sintonizarlos una vez más.

Este programa de lleva acabo todos los sábados en punto de las 12:00 del día en el canal 2 de su sistema de Telecable de Cortazar.

La grabación de estos programas se realiza en los estudios del canal local.

3. **El canal 29** es caracterizado por pantallas electrónicas en base a: fotografías, texto y música ambiental (power point), en donde el cliente anuncia su producto en spot publicitario con una duración de 30 segundos.

También, el sistema de cable lo utiliza para anunciar sus propios productos como el Internet, servicios adicionales (canales que ofrecen películas de estreno), información de momento, interesante y adecuada para ser visto por toda la familia.

4. **Canal 27** TV GUIDE es conocido por consultar la programación del día. Cuando el cliente sintoniza este canal automáticamente le muestra la programación del día, la hora y todos los canales con los que cuenta el sistema de Telecable de Cortazar.

RESULTADO DE LA ORGANIZACIÓN DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

Se da a conocer la organización, cuando se saca al aire un programa en donde el público son los únicos que evalúan la calidad del programa, con sus opiniones, comentarios y sugerencias; es la forma en como nosotros podemos observar si nuestro trabajo se está realizando adecuadamente, si es del agrado del público.

De lo contrario se hace una modificación en el error, para que la gente vea que si se toman en cuenta sus sugerencias.

TIEMPO PARA LA ORGANIZACIÓN DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

En TCN Noticias, todos los martes y jueves son días de reunión de los reporteros ya que se hará la selección del tema a tratar en el noticiario para que cada uno en sus fuentes investigue sobre el tema y

llevar una relación de información que valla ligado a donde mismo, al igual de hacer la invitación a nuestra personaje que asistirá a nuestra entrevista.

Los días miércoles y viernes se deberán de reportear los últimos detalles para lograr la cantidad y el objetivo establecido para ese día de noticiarios y a partir de las 12:00 del día ya se debe estar editando y redactando notas.

Para que en punto de las 6:30 se de la relación de información a la conductora y se prepare, para a las 7:00 pm que se salga al aire.

Lo organización para planear el programa de sábados especiales se realiza todos los lunes para crear comisiones y a su vez decidir que información se llevara a cabo ese día.

El día viernes se realiza una recopilación de toda la información obtenida en la semana, para que el día sábado se realicen las ediciones del contenido que saldrá al aire ese mismo día.

Para el canal 29 se realiza el cambio de diapositivas cada tercer día, en este programa se dedican 2 personas, organizadas para cambiar, una la información propia del sistema de cable y la otra persona la de los comerciales.

El canal 27 viene ya programado desde la señal de TV GUDE y solo cuando se tiene que insertar comerciales lo realiza el personal de ingeniería ya que tiene que ingresar datos confidenciales, entre otros.

REPORTES DE LA ORGANIZACIÓN DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

Conforme se va logrando la información planeada para los programas de Sábados Especiales y TCN Noticias, se siguen los formato en el que los reportero van haciendo una relación de las notas con las que ya se cuenta para ir checando con que se esté realizando el objetivo. Así como las invitaciones que se proporcionan a las personalidades que van a acudir a entrevista al estudio.

REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR

La producción en general se reúne cada mes para dar a conocer las novedades, las diferencias, los posibles problemas que se llevaran acabo durante todo un mes.

De igual manera se establecen los objetivos y metas que se tendrán que alcanzar el próximo mes.

Estos temas son de interés general y son coordinados por el director general y la gerente administrativa, que de igual manera aprovechan para informar de los cambios, de los errores que se obtuvieron durante el mes, entre otras cosas.

CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS DEL EQUIPO

Para tener una buena vigilancia y protección sobre el equipo; el personal del canal local debe de seguir el control de entradas y salidas, que se encarga de anotar qué equipo saldrá del canal local, cuándo, a qué hora y quién va a ser el responsable.

EL PERFIL DEL EMPLEADO DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

Para la empresa de Telecable de Cortazar es primordial que su recurso humano cuente con un alto grado de adaptabilidad y flexibilidad intelectual, que le permita al profesional asumir cabalmente los retos asociados con el sector telecomunicaciones

Asimismo, requiere de un alto nivel de preparación, con orientación al logro de la metas de la empresa y comprometido con los grandes retos de nuestra organización.

Las principales herramientas de motivación que utiliza la empresa, con el empleado, están basadas en el sistema de auto desarrollo. Ofreciéndole, así, a su personal la oportunidad para desarrollarse, dentro de un ambiente altamente competitivo y retador.

Para la empresa, el desarrollo de carrera no es responsabilidad exclusiva de la empresa, sino que depende del empleado; cada uno es responsable de trazar su propio camino, utilizando efectivamente sus fortalezas y cerrando las deficiencias detectadas.

La organización se ocupa de promover que esto ocurra, ofreciendo las herramientas necesarias para que sea realmente efectivo.

Toda persona que esta interesada en laborar en la empresa de Telecable de Cortazar tiene que estar capacitado o en proceso de capacitación bajo los siguientes estudios:

- ⊕ Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación.

Los profesionista especializado en los campos de la comunicación organizacional, del manejo de la información y de la producción multimediática.

⊕ Licenciado en Diseño Industrial

Los profesionales capaces de diseñar objetos y/o prototipos originales, funcionales e innovadores para su fabricación masiva, a partir de un profundo conocimiento de las necesidades, materiales y procesos de fabricación más adecuados fundamentados en el contexto del Diseño Sustentable de Productos.

⊕ Licenciado en Diseño Gráfico

Son todos los profesionales capaces de desarrollar el proceso total de la composición gráfica aplicada a los medios masivos impresos o digitales, utilizando un alto sustento teórico práctico y de investigación a través de la metodología de diseño, para poner a disposición de la comunidad su creatividad a fin de facilitar, contribuir e influenciar en los procesos de comunicación visual.

⊕ Licenciado en Mercadotecnia

El profesional capaz de identificar las necesidades de los consumidores y de desarrollar los planes de negocios apoyados en las herramientas mercadológicas para poder cumplir y rebasar las expectativas de tus clientes, buscando un equilibrio entre los objetivos de la organización y el mercado.

⊕ Personal que se capacita:

Se tiene un convenio para apoyar a los jóvenes estudiantes que se acercan a la empresa para solicitar, realizar sus practicas en ella, adquirir experiencia en su área a través de la empresa de Telecable de Cortazar. Los jóvenes estudiantes solo acuden un determinado tiempo y sin la necesidad de firmar un contrato. Están solo el tiempo necesario para realizar sus prácticas.

LAS ACTIVIDADES DEL EMPLEADO DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR

Dependiendo de su función en cada uno de los programas serán sus actividades a realizarse cotidianamente.

En el caso del TCN Noticias se tiene como función ser reportero, ahí se establecen las fuentes a las cuales tendrá que acudir y

reportear para traer la información de importancia, la cual tendrá que salir para las emisiones del noticiero de día lunes y viernes.

El Canal local también se dedica a producir y dirigir el programa Sábados Especiales, el cual difunde eventos culturales y artísticos que acontecen en el municipio, por lo cual es responsabilidad de los integrantes del canal grabar y editar los eventos de este rubro.

Otra de las funciones dentro de canal local es darle mantenimiento y diseño al canal 29 del servicio básico, el cual es generado por la empresa para vender publicidad de tipo clasificado, a las empresas y negocios del municipio, es responsabilidad del canal local crear los anuncios o comerciales publicitarios así mismo estar al pendiente de la actualización constante de este canal.

Entrando en tema de publicidad el canal local también tiene dentro de sus responsabilidades la creación de comerciales para el canal dos, incluyendo el aspecto creativo y diseño de los comerciales además de la creación de un DVD semanal para la promoción de los canales que ofrece el servicio de Telecable de Cortazar.

Por último, el canal local tiene el compromiso de participar en la organización de eventos especiales como ha sido un concurso de canto denominado "La voz de Telecable", el torneo de fútbol rápido "Copa Telecable" y el último evento organizado fue la recolección de víveres para los damnificados afectados por el huracán 'Stan' en el sureste del país.

LA PUBLICIDAD DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR.

La publicidad se refiere al conjunto de mensajes o de comunicación emitidos a través de los medios masivos, su objetivo es promover o incrementar la venta de productos o servicios, así como ganar la aceptación de la gente para que éstos crean o actúen de determinada forma.

El principal objetivo de la publicidad es vender pues lleva la intención de provocar en la sociedad o los interesados la idea de la compra inmediata o a futuro del bien o producto ofrecido.

La publicidad va de una forma directa, dirigida a los consumidores; a su público objetivo o a los que se puedan interesar. Se habla de una comunicación persuasiva fundamentalmente de masas con un carácter eminentemente comercial o adictos al consumo, siendo una forma de difundir bienes o servicios de una organización, logrando una venta posterior.

“La publicidad puede lograr grandes objetivos al influir con un mensaje bien planificado, ejecutado y difundido en el lugar, momento y número de veces debido”.¹²

La publicidad como cualquier forma de comunicación requiere de un estudio y análisis que anticipe a un lanzamiento publicitario y al éxito del bien o producto. “Por si sola, la publicidad no puede salvar a una empresa con problemas de ventas... ”. ¹³

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

No es fácil realizar una publicidad pues ella requiere de unir diversos componentes para obtener el éxito, hablamos de elementos tales como que la publicidad sea: divertida, fresca, diferente, emocionante, simple, que cree expectativa, que llame la atención del público. Su único objetivo es atrapar al consumidor apelando a sus emociones y sentimientos, haciéndole saber que lo ofrecido es algo necesario para su persona y su vida diaria.

¹² TREVIÑO M, Rubén. Publicidad Comunicación Integral en Marketing. 1ra. Impresión. México, DF. Ed. Mc Graw Hill 2000 Pág. 3.

¹³ Ídem

Antes de lanzar una publicidad es importante estudiarla y analizarla. Tomando en cuenta la empresa que al cliente lo que pida; de acuerdo a sus preferencias, necesidades y muchos factores como la nacionalidad, la cultura, el idioma, la edad, etc., con el fin de que el mensaje emitido sea claro y fácil de percibir para el posible comprador de ese bien o producto.

A su vez se debe de realizar un estudio sobre los alcances geográficos de la publicidad; hasta dónde va a llegar el mensaje partiendo del principio del bien o servicio prestado y su capacidad para atender las demandas de los consumidores y lograr que esa publicidad o campaña sea un éxito seguro.

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

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

La publicidad estimula los deseos y creencias básicas del consumidor, de tal forma que en ella se fomenta la participación del mercado, logrando parte de la subsistencia de la empresa de

Telecable de Cortazar con una estrategia publicitaria acertada y acorde a su público objetivo del bien o producto.

El canal local de Telecable de Cortazar cuenta con la venta de publicidad en varios canales y programas. Los que a continuación se dan a conocer al cliente que requiera la información de publicidad, también se les da a conocer los formatos que contiene cada servicio, los beneficios, los costos, la duración entre otras cosas, los cuales se mostraran los formatos de publicidad en los anexos de esta investigación.

La responsabilidad del empleado en el canal local de Telecable de Cortazar.

La responsabilidad es fácil de detectar en la vida diaria, especialmente en su faceta negativa: en el joven que tiene bajas calificaciones, en casos más graves en un funcionario público que no ha hecho lo que prometió o que utiliza los recursos públicos para sus propios intereses.

Sin embargo plantearse qué es la responsabilidad no es algo tan sencillo. Un elemento indispensable dentro de la responsabilidad es el cumplir un deber. La responsabilidad es una obligación, ya sea moral o incluso legal de cumplir con lo que se ha comprometido.

La responsabilidad tiene un efecto directo en otro concepto fundamental: la confianza. Confiamos en aquellas personas que son responsables. Ponemos nuestra fe y lealtad en aquellos que de manera estable cumplen lo que han prometido.

La responsabilidad es un signo de madurez, pues el cumplir una obligación de cualquier tipo no es generalmente algo agradable, pues implica esfuerzo. La responsabilidad puede parecer una carga, y el no cumplir con lo prometido origina consecuencias. Cuando alguien cae en la irresponsabilidad, fácilmente podemos dejar de confiar en la persona.

La responsabilidad debe ser algo estable. Todos podemos tolerar la irresponsabilidad de alguien ocasionalmente. Todos podemos caer fácilmente alguna vez en la irresponsabilidad. Pero, no todos toleraremos la irresponsabilidad de alguien durante mucho tiempo. La confianza en una persona en cualquier tipo de relación (laboral, familiar o amistosa) es fundamental, pues es una correspondencia de deberes.

La responsabilidad es un valor, porque gracias a ella podemos convivir en sociedad de una manera pacífica y equitativa. La responsabilidad en su nivel más elemental es cumplir con lo que se ha comprometido, o la ley hará que se cumpla.

Ser responsable es asumir las consecuencias de nuestras acciones y decisiones. Ser responsable también es tratar de que todos

nuestros actos sean realizados de acuerdo con una noción de justicia y de cumplimiento del deber en todos los sentidos.

Este valor es muy importante dentro de la organización ya que cada uno de los miembros del canal local de Telecable de Cortazar debe manejar o tener siempre la responsabilidad del equipo o del material de trabajo.

La responsabilidad vale, porque es difícil de alcanzar.

CONCLUSIONES

A lo largo de la presente investigación se ha diseñado cuidadosamente un manual de organización que permite conocer el funcionamiento interno en lo que respecta a descripción de actividades, ubicación y requerimientos que deben llevarse a cabo dentro del canal local de Telecable de Cortazar. Es auxiliar a la inducción del puesto y capacitación del personal ya establecido o de nuevo ingreso, ya que describe la forma detallada de las actividades de cada puesto y lograr la eficiencia de los empleados indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo, sin interrumpir en las actividades y tiempo de otros empleados.

Además de permitir que el personal del canal local de Telecable de Cortazar cuente con una organización interna formal y una comunicación aceptable, en donde el empleado se sentirá mas seguro y motivado con sus actividades ya que contará con un respaldo y la información necesaria para poder realizar sus funciones adecuadas sin el temor de equivocarse al realizar otro tipo de actividad, lo que se verá reflejado en sus labores y tareas diarias logrando así un trabajo de éxito y calidad en beneficio de nuestros suscriptores.

Este manual será una de las principales herramientas para el encargado que se ha creado en el área de producción del canal local de Telecable de Cortazar ya que podrá consultar información, por ejemplo el perfil de puestos que necesite para que sus subordinados realicen alguna función, no se perderá tiempo ni dinero. Al igual será el canal adecuado y el apoyo para los subordinados y para la gerencia de esta empresa ya que va a guiar al trabajador desde un principio ya que se le dará a conocer cuales serán sus actividades a realizar, sus delimitaciones y sus beneficios.

Otros de los factores que se tienen presentes es el lograr un orden interno en cuanto a las actividades de los empleados del canal local de Telecable de Cortazar, delimitar responsabilidades en el canal local, auxiliar en la inducción del puesto, Minimiza el periodo de capacitación del personal, ahorrar insumos para la capacitación de nuevo ingreso del personal, delimitar el perfil del empleado en el canal local, lograr un mejor funcionamiento y cuidado del equipo a utilizar.

El papel de un licenciado en Ciencias de la Comunicación en las organizaciones es primordial hoy día es por eso que una propuesta de esta índole demuestra la capacidad de los comunicólogos para incursionar en todas las áreas del conocimiento, ya que jamás se podrá vivir sin una comunicación y esta capacitado para resolver la problemática que se le presente en cualquier organización y en este caso después de haber analizado la problemática de Telecable de Cortazar en el capítulo 2 se ha sugerido el establecer un departamento de área de producción para que el encargado sea la persona que canalice las necesidades de la gerencia general y de los empleados del canal local y a su vez lleve a cabo al pie de la letra el manual de organización del canal local de Telecable de Cortazar Guanajuato.

ANEXOS

GALERIA DEL CANAL LOCAL DE TELECABLE DE CORTAZAR:



Héctor Morales conductor de TCN Noticias.



Estudio del canal local de Telecable de Cortazar.



Entrevista con alumnas del CECYTEG en el noticiero de TCN Cortazar.



Programa de Sábados Especiales en donde la conductora Connie Sánchez entrevista a la reina de Adultos Mayores.



Programa especial de día del niño.

A continuación se presenta el formato que se utiliza en el canal para el control del equipo:

FAVOR DE REGISTRAR AQUÍ TODO EL MATERIAL QUE SALGA DE ESTE ESTUDIO- ASI COMO LA ENTRADA DEL MISMO.

LA FINALIDAD DE ESTO ES PARA LLEVAR UN MEJOR CONTROL Y MANEJO DEL EQUIPO DE ESTA EMPRESA.

GRACIAS

<u>EQUIPO</u>	<u>SALIDA</u>	<u>ENTRADAS</u>
Fecha:		
Hora:		
Lugar o evento:		
Concepto de equipos:		
Responsable:		
Firma:		

<u>EQUIPO</u>	<u>SALIDA</u>	<u>ENTRADAS</u>
Fecha:		
Hora:		
Lugar o evento:		
Concepto de equipos:		
Responsable:		
Firma:		

BIBLIOGRAFIA

- * ALBRECH Kart, **La misión de la empresa**, Editorial paidos, México,1996. 318 pp.
- * ANDERSON, JONATHAN y otros. **Redacción de tesis y trabajos escolares**. doceava impresión. Editorial Diana, México. 1986. 176 pp.
- * BARLETT ALTON, KAYSER THOMAS. **Cambio de la conducta organizacional**. Editorial Trillas. México 1986, 498 pp.
- * DAFT L. RICHARD. **Teoría y Diseño Organizacional**. Sexta edición. Editorial Thomson editores. México 1998. 699 pp.
- * DE LA TORRE ZERMEÑO Y DE LA TORRE HERNÁNDEZ. **"Taller de análisis de la Comunicación I"**. Editorial. Mc Graw Hill. México. 1995. 198 pp.
- * GOLDHABER M. GERALD. **Comunicación Organizacional**. Editorial Diana. Octava Impresión. México. 1992. 422 pp.
- * GONZALEZ TREVIÑO Jorge Enrique. **Televisión y Comunicación un enfoque practico**, Editorial Alambra Mexicana, México 1994. 277 pp.
- * MALDONADO WILLMAN HÉCTOR. **Manual de Comunicación Oral**. Editorial Addison Wesley Loggman. México 1996. 343 pp.
- * ROBBINS, STEPHEN. **Fundamentos de Administración**, Editorial Prentice may Inc. México. 1996. 206 pp.
- * TREVIÑO M. **Publicidad Comunicación Integral en Marketing**. Editorial. Mc Graw Hill .México, DF. 2000. 482 pp.

- * YARDER DALE "**Manejo de personal y relaciones Industriales**". CECSA. tercera Impresión .1978. 179 pp.

OTRAS FUENTES:

- * www.monografias.com/trabajos12/tepic/tepic.shtml
- * www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml
- * www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml
- * DE VELASCO Carlos," Información estratégica para la industria de la televisión y el video en América Latina" **TV y Video** año 2003, edición 4, num. 5, Editores: TV y Video Latinoamérica. 139 pp.
- * CUEVAS ESPINOSA, Adriana Patricia, Implementación de un sistema proveedor de Internet a través de una red de televisión por cable (Tesis), Celaya Gto, Instituto Tecnológico agropecuario no. 33, Enero 2001, 65 pp.

GLOSARIO DE TERMINOS

- ✓ AVIO CASABLANCA: Sistema y equipos de edición profesional de video con el que cuenta el canal local.
- ✓ CANAL: es el medio por el que vía el mensaje desde la fuente hasta el receptor.
- ✓ CABLES RCA: Lleva un solo canal de audio o video a través del cable coaxial delgado.
- ✓ CAPTURA DE AUDIO Y VIDEO: Proceso de grabación de audio y video en un ordenador o dispositivo de edición digital.
- ✓ CASSETTE: también llamado cinta cassette, o casete. Es un medio de almacenamiento de datos magnético y analógico.
- ✓ DVD: Disco Video Digital, es un formato de video de salida.
- ✓ EDICION: Proceso que corta los errores de la grabación, acomoda escenas, ajusta las imágenes grabadas al tiempo y disposición del guión con el fin de lograr una producción continua y de calidad.
- ✓ EMISOR: Persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para iniciar una comunicación, es quien envía el mensaje.

- ✓ GRABAR: Proceso mediante el cual se plasma imagen y sonido en cinta magnética.
- ✓ MASTER: Videocasete o disco compacto en el que esta grabada la edición final de una producción.
- ✓ MM 8: Es un sistema que graba en dos velocidades LP y su mayor velocidad es SP.
- ✓ MINIDV: Es el formato en el que se graba en una revolución en el mundo del vídeo amateur y profesional.
- ✓ PRODUCCION: Es la realización del programa en si, la grabación ya sea en estudio o en exteriores.
- ✓ RECEPTOR: Persona o grupo de personas situadas en el otro extremo del canal de comunicación, es el blanco de la comunicación es el que recibe el mensaje.
- ✓ STORYBOARD: nos puede ayudar a llevar a cabo una especie de montaje en bruto que estructure o esboce el proyecto que queremos realizar. Para especificar y organizar las tomas de una filmación, se puede crear un storyboard: una colección de escenas (fotos fijas), con nombre, duración, descripciones..., que se pueden disponer en un cierto orden.
- ✓ VCD: Video Compact Disc es un formato de video de salida.

- ✓ VHS: Video Home System, es un sistema de almacenamiento de imagen y sonido analógico.
- ✓ VELOCIDADES DE GRABACION (EP, LP, SP): EP es la abreviatura de Extreme Play, LP es Long Play, SP es Small Play y se refiere al tiempo de grabación de un casete. Un casete en SP puede grabar hasta 120 minutos, mientras que el mismo casete puede grabar hasta 6 u 8 horas en EP.