



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA Y VINCULACIÓN**

**DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA
EN EL IFAI**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A

MELINA BRAVO PRADO

ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES



MÉXICO, D.F. 2008.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por el hecho de estar viva y por las bendiciones que día a día me ha dado.

A mis padres:

Si quisiera expresar todo lo que significan en mi vida, no habría papel que alcanzara, ni palabras que logran describir exactamente mis sentimientos, sin embargo en pocas palabras, quiero que sepan que son mi mayor ejemplo, uno de los pilares que me sostiene y doy gracias a dios por tenerlos a mi lado. Gracias por su apoyo, por sus consejos, por sus palabras de aliento, por educarme, guiarme y hacer de mi lo que soy.

A mi hermana:

Gracias por existir en mi vida, por apoyarme siempre en todo, por escucharme y por ser no sólo mi hermana, sino mi mejor amiga.

A mi esposo:

Mi otro pilar, gracias por ser el hombre que eres, por ser un compañero incondicional, por tu inmenso apoyo, amor, sacrificios y por la libertad que siempre me has dado de ser yo misma, por no ser egoísta y por siempre buscar que yo sea feliz y me sienta satisfecha en todo lo que hago.

Te amo

A mis amigos:

Gracias a dios, la vida me ha permitido contar con una de las joyas mas invaluable: la amistad; y al hablar de ella, se vienen a mi mente diversos nombres, sin embargo por temor a omitir alguno, dejo estas palabras abiertas para cada uno de mis amigos que sin necesidad de ser nombrados saben quienes son. Gracias por su apoyo, por su ejemplo, por sus ánimos, por creer en mí y por impulsarme a lograr metas como esta.

A mi asesora:

A usted querida profesora Robles, le agradezco infinitamente el tiempo dedicado, las experiencias y conocimientos compartidos y sobretodo el empeño que pone en cada uno de nosotros para cerrar este círculo de nuestra vida profesional.

Gracias por sus palabras, por su ejemplo y por la confianza que en nosotros sus alumnos, deposita.

A mis sinodales:

Virginia Rodríguez Carrera, Sergio Montero Olivares, Jorge García Blanco y Fernando Munguía.

Yo siempre he dicho que en la vida no existen las casualidades, que todo sucede por algo, hoy en día puedo decir que agradezco el hecho de que los hayan asignado como mis sinodales para lograr este objetivo.

A todos ustedes, gracias por el tiempo compartido, sus conocimientos, sus muy atinadas observaciones, su invaluable apoyo, sus muestras de afecto, su excelente voluntad, paciencia y facilidades recibidas.

Reciban siempre mi admiración y respeto.

ÍNDICE

	Pág.
AGRADECIMIENTOS	2
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1: Comunicación Interna	12
1.1 ¿Qué es la Comunicación?.....	13
1.1.1 Comunicación Organizacional	15
1.1.2 Comunicación Interna.....	18
1.1.3 Características de la comunicación interna.....	23
CAPÍTULO 2: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI)	30
2.1 Ubicación.....	31
2.2 ¿Qué es el IFAI?.....	31
2.3 Corazón ideológico: misión y visión.....	37
2.4 Organigrama, descripción y función de Áreas	42
2.4.1 Comisionados	42
2.4.2 Secretaria de Acuerdos	44
2.4.3 Secretaria Ejecutiva	45
2.4.4 Direcciones Generales	47
2.4.5 Secretaria Técnica del Pleno	52
2.4.6 Órgano Interno de Control	53

CAPÍTULO 3: Diagnóstico de la Comunicación Interna en el IFAI	55
3.1 Análisis situacional y del entorno.....	56
3.1.1. Análisis situacional.....	56
3.1.1.1 Redes de Comunicación: formales e informales.....	67
3.1.1.2 Medios de Comunicación.....	67
3.1.1.3 Cultura Organizacional.....	68
3.1.1.4 Motivación.....	70
3.1.1.5 Capacitación.....	72
3.1.2. Análisis del entorno.....	74
3.2 Análisis FODA.....	80
3.3 Propuesta.....	85
3.3.1 Subdirección de Comunicación Interna..	87
3.3.2 Buzón.....	94
3.3.3 Periódico Mural.....	96
CONCLUSIONES	98
ANEXOS:	101
ANEXO 1.- Cuestionario Personal: Comunicación Interna en el IFAI, elaborado por Melina Bravo Prado, como instrumento para diagnosticar la comunicación interna en el IFAI, México, 2006, 4p.p.	102

ANEXO 2.- Tríptico “Guía práctica para elaborar un: Recurso de Revisión”. IFAI, México	106
ANEXO 3.- Tríptico: “Guía práctica para actuar en caso de: Falta de Respuesta a una Solicitud de Información (Positiva Ficta). IFAI, México	108
ANEXO 4.- Tríptico “Guía práctica para elaborar una: Solicitud de Información”. IFAI, México.....	110
ANEXO 5.- Tríptico “Guía práctica para el acceso a la información pública gubernamental”. IFAI, México	112
ANEXO 6.- Tríptico “Guía práctica para el acceso y la modificación de datos personales”. IFAI, México	114
ANEXO 7.- <u>Clima Laboral 2006</u> . IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).....	116
ANEXO 8.- Hemerografía.....	126
FUENTES	138

INTRODUCCIÓN

La comunicación es indispensable para el desarrollo del ser humano, ya que le permite entre otras cosas, socializarse, expresarse, compartir ideas, sentimientos, necesidades, inquietudes, deseos, conocimientos, etcétera.

El término comunicación, es muy amplio y las áreas de estudio que abarca de igual manera, podemos encontrar desde la comunicación escrita, oral, mímica, corporal y hasta la comunicación más especializada, aquella que se utiliza en las distintas disciplinas en donde el ser humano se desarrolla profesional o socialmente. Me refiero a la comunicación específica de acuerdo con la actividad, niveles (colectiva o de masas), usos (cinematográfica, literaria, política, institucional, organizacional) o por flujo (interna, externa).

La idea de abordar el tema de la comunicación interna en el IFAI, no sólo parte de realizar un diagnóstico y propuesta, sino también surge como una necesidad de hacer notar que dentro de la Administración Pública Federal, es una práctica poco explorada, que debería ser considerada de suma importancia ya que para transmitir una adecuada imagen institucional, se debe contar primero con una buena comunicación al interior, el trabajo en equipo, entrega a la institución, la integración, coordinación, apoyo y un buen ambiente entre sus miembros hacen que ésta alcance mejores resultados, si al interior se obtiene éxito hacia el exterior se verá reflejado y tanto la misión como la visión de la

institución se habrá no sólo de entender, sino también de cumplir y transmitir cabalmente.

El IFAI es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado que goza de autonomía operativa, presupuestaria y de decisión. Es el organismo encargado de garantizar el derecho de acceso a la información pública gubernamental, proteger los datos personales que están en manos del gobierno federal y resolver sobre las negativas de acceso a información que las dependencias o entidades del gobierno federal hayan formulado.

A partir de la entrada en vigor de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (12 de junio de 2003), más de 240 dependencias y entidades del gobierno federal tienen la obligación de atender las solicitudes de información.

El IFAI es una institución al servicio de la sociedad y como tal debe cumplir con las exigencias que esta misma reclama, su labor ha sido ardua desde su creación y los resultados de diversos estudios han demostrado que es una institución con credibilidad y confianza para un amplio sector de la sociedad.

La comunicación interna para el IFAI u otra dependencia o empresa debe ser uno de los pilares más importantes, los intereses de desarrollo deben ir a la par de los intereses emocionales de las personas que ahí laboran, el ser humano pasa la mayor parte del tiempo queriendo sobresalir, trabajando por alcanzar una meta que le permita sentir satisfacción con lo que es, lo que hace, lo que tiene y lo que expresa.

La comunicación interna en ocasiones es desvalorada y ha dejado de ser un punto de atención, debido a que las organizaciones enfocan la mirada más al exterior, creyendo que las relaciones interpersonales que existen entre los integrantes de las mismas, no son tan importantes y mucho menos son tema de atención entre las esferas más altas de la organización.

Es como en un sistema familiar donde la relación entre padres e hijos, hermanos y demás familiares, siempre tendrá diferencias, pero con una adecuada comunicación la relación se fortalece y mejora, sin embargo si no se le presta atención y se van dejando que los problemas se agudicen, con el paso del tiempo esa familia terminará por fracturarse. A veces los involucrados pueden notarlo y actuar si es que quieren salvar la situación, pero no siempre sucede así.

En este reporte de experiencia profesional, se pretende abordar el tema mediante la exposición de tres capítulos:

Capítulo uno, denominado: *Comunicación Interna*, donde se abordan conceptos básicos de comunicación organizacional, comunicación interna y sus características. Es el aspecto teórico de la tesina.

Capítulo dos: *Instituto Federal de Acceso a la Información Pública Gubernamental (IFAI)*, donde se realiza un panorama de lo que es el Instituto, antecedentes, organigrama, funciones, corazón ideológico.

Capítulo 3: *Diagnóstico de la Comunicación Interna en el IFAI*, en el que se realiza un análisis situacional y del entorno, para posteriormente realizar el análisis FODA, que nos permitirá obtener el diagnóstico e integrar la propuesta a favor de la comunicación interna en el IFAI.

El tema de esta tesina en primera instancia ha sido elegido por interés personal, sin embargo a nivel laboral, social o profesional, resulta ser valioso.

Gracias a este trabajo se pretende recrear un panorama del tipo de comunicación interna que prevalece en la administración pública federal, tomando como ejemplo el IFAI, no se trata de hacer señalamientos de quién cumple o no con su función, más que nada se aborda el tema porque considero que es importante hacer conciencia del mismo y aplicarlo para cualquier tipo de institución u organización.

Al mismo tiempo, se trata de introducir a los lectores a conocer de manera muy breve pero sustanciosa, lo que es el IFAI como institución a nivel interno y externo.

Dado que mi percepción indica (hipótesis de origen) que la comunicación interna del IFAI no es óptima y presenta llamadas de atención claras, para realizar el diagnóstico, se tomará en cuenta los resultados del clima organizacional, aplicados por la institución en años anteriores, específicamente los de 2006, para posteriormente compararlo con los resultados obtenidos del cuestionario personal, cabe mencionar que, durante 2007 se aplicó también un cuestionario institucional, sin embargo la participación fue casi nula, por tal motivo la muestra se tomó del año anterior.

La hipótesis de origen indica que: la inadecuada comunicación interna en el IFAI además de lo anteriormente expuesto, en donde hay mayor atención al exterior que al interior, ha generado también un alto nivel de rotación de personal, que en busca de una satisfacción no sólo laboral, profesional, económica sino también personal, se abre paso a nuevas opciones que le permitan alcanzarla.

Por otro lado, la falta de comunicación entre áreas podría repercutir a corto plazo en la imagen institucional y en el trabajo conjunto del IFAI, se requiere hacer conciencia sobre la importancia de la comunicación interna a todos los niveles de la institución, hacer que se valore, se ponga en práctica y se estudie día a día, con la finalidad de adaptarla mejor a las necesidades de los trabajadores, tanto para el sector privado o como en nuestro caso público.

CAPÍTULO 1: COMUNICACIÓN INTERNA

El objetivo particular de este capítulo, es proporcionar algunos conceptos básicos de lo que es la comunicación como ciencia o campo de estudio, la comunicación organizacional, comunicación interna, así como sus principales características que puedan crear de manera muy general un panorama de lo que estamos hablando.

Para adentrarnos al tema de la comunicación interna, es preciso mencionar que dentro de la comunicación organizacional, existen dos vertientes o dos campos de acción, por un lado la comunicación interna que es la que compete a este trabajo de tesina, y por el otro, la comunicación externa. La comunicación interna es una excelente herramienta para cualquier organización, ya que le permite obtener mejores resultados, integrar en equipo a todos sus miembros, conseguir que los objetivos de la empresa o institución se adopten como propios. Se puede decir que es la imagen interna reflejada hacia el exterior con resultados de calidad, con miembros participativos y con una cultura de organización confiable que fortalezca la imagen institucional. Gracias a una adecuada comunicación interna, el empleado logra un equilibrio óptimo entre el terreno laboral y el personal.

1.1 ¿Qué es la comunicación?

Remontándonos a los principios básicos de comunicación, entendemos que ésta, es el proceso o medio por el cual el ser humano logra expresar y compartir ideas, sentimientos, necesidades, inquietudes, deseos, conocimientos, etcétera, es un acto de interrelación de dos o más personas y es indispensable para el desarrollo del ser humano.

“La comunicación es entendida originalmente como un proceso de intercambio de información y de transmisión de significados” ¹

Este concepto propiamente nos expresa la idea de que la comunicación es retroalimentación, es un proceso de recepción y envío de datos, información, ideas o deseos, mediante el cual el ser humano logra hacer que su receptor lo entienda o simplemente lo escuche, en el peor de los casos. Es un canal o el medio para lograr un objetivo.

Comunicación, “es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes” ²

¹ Darío Rodríguez Mansilla. Gestión Organizacional, México, Coedición entre la Universidad Iberoamericana y la editorial Plaza y Valdés, 1996, p.p. 120.

² "Comunicación." Microsoft® Student 2007 [DVD]. Microsoft Corporation, 2006. Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Es “el proceso de hacer comunes o intercambiar estudios subjetivos tales como ideas, sentimientos, creencias, generalmente por medio del lenguaje, aunque también por medio de representaciones audiovisuales, imitaciones y sugerencias. La comunicación en los grupos humanos, es el factor principal de su unidad y de su continuidad, así como el vehículo de la cultura, La buena comunicación es la base misma de la sociedad humana”.³

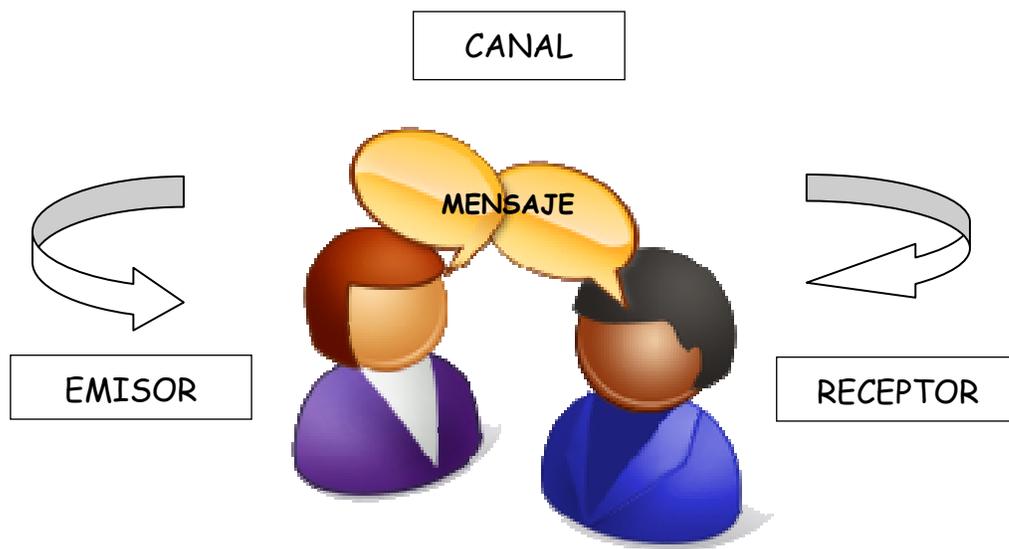
Así mismo, comunicación es conversar, tener correspondencia con alguien, hacer que el que emite y el que recibe intercambien los papeles constantemente con un fin determinado, es todo un proceso mediante el cual el ser humano se expresa, ya sea de manera oral, escrita, por medio de la mímica, los sonidos, las imágenes, etcétera.

Y así como día a día nos comunicamos dentro de nuestro ambiente familiar o social, también lo hacemos en el terreno laboral, en donde al igual que en los otros dos ámbitos, existen reglas, intereses, objetivos, mecanismos o características que diferencien el tipo de comunicación que utilizamos.

Los conceptos anteriormente expuestos, denotan no sólo la importancia que tiene la comunicación para los seres humanos, sino también las características que esta puede adoptar dependiendo del entorno donde nos desarrollemos.

³ Edmundo Aguilar, Guadalupe Aragón. Antología para ciencia de la comunicación I, México, Departamento de Impresiones del Plantel Vallejo, 1994, p.p. 26.

Para que se logre el proceso de comunicación es preciso contar con algunas herramientas tales como un emisor, un mensaje, un canal y un receptor. El emisor codifica y emite el mensaje, el canal es el medio que se utiliza para transmitirlo al receptor, quien será el decodificador y luego al responder se convertirá también en receptor, mediante un canal propicio que nos permita alcanzar nuestro objetivo.



1.1.1 Comunicación organizacional

Sin duda alguna, existen diversos tipos de comunicación mismos que miden su importancia tal vez por el uso que se les conceda o la actividad a la que se apliquen, dentro de los más importantes destacan: comunicación escrita (libro, periódico, revista, carta), comunicación oral (lo que se habla, escucha, por ejemplo la radio), comunicación mímica, gestual, visual, es decir, aquellas que se efectúan mediante gestos, señales corporales, mediante el uso de símbolos, audiovisuales como lo es la televisión, el teatro, la ópera, etcétera.

Pero así como existen éstos tipos de comunicación que usamos día a día para interrelacionarnos social, cultural, familiarmente hablando, dentro del ámbito laboral que es el apartado que nos interesa resaltar, existe un tipo de comunicación a la que se ha denominado: organizacional, dentro de la cual encontraremos a la comunicación interna para poder abordar el tema de éste trabajo de tesina.

La comunicación Organizacional como su nombre lo indica, es una herramienta de comunicación dentro de las organizaciones, un instrumento fundamental para su buen funcionamiento y desarrollo. Si no existe comunicación en la organización, no se puede llegar a nada porque vendría el caos en todo sentido, uno de los aspectos más importantes es saber cómo, por qué y para qué hacerlo, tanto a nivel interno como externo, es decir con sus integrantes y con sus miembros exteriores.

“Comunicación organizacional, es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio. Se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos”⁴

⁴ Carlos Fernández Collado. La comunicación en las organizaciones. México, Editorial Trillas, 1991 (reimp. 1998), p.p. 30-31.

En este sentido, la comunicación en las organizaciones, sea interna o externa, permite que sus integrantes se organicen y realicen de mejor manera sus actividades para alcanzar sus objetivos, tanto los grupales como los individuales.

“La Comunicación Organizacional, es una actividad que tiene como objeto la creación y mantenimiento de una imagen positiva a través del trabajo planificado y sistematizado de difusión de información”⁵.

Una comunicación eficiente en el trabajo, tendrá como resultados un mejor desempeño y una mayor satisfacción laboral, el estímulo que se genere en el trabajador siempre traerá resultados positivos, porque su calidad de trabajo y como servidor público o privado se verán reflejados en el compromiso adquirido día a día.

Redding y Sanborn (1964) definen a la comunicación organizacional: como el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una completa organización”.⁶

La comunicación organizacional, es pues, un proceso circular que requiere de una interacción completa, que la información que se genere en la institución sea cíclica, que vaya de un lado a otro, retroalimentándose y siempre girando, en acción. Que todos sus integrantes se comuniquen a favor de lograr el mismo objetivo.

⁵ Ricardo Homs Quiroga, *La Comunicación en la Empresa*, México, Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., 1998, p.p. 65

⁶ María Eugenia Rodríguez, *Tesis Profesional: La Comunicación Organizacional elemento esencial para las empresas caso específico Syntex S.A. de C.V.*, México, 1993, pág. 20-21

“La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente. La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal de la institución”.⁷

La comunicación dentro de las organizaciones, sería inútil si no tuviera como objetivo lograr que día a día se mejore la calidad y veracidad de los mensajes que en ellas se intercambian, ya sea de manera interna o externa.

Como se manifestó en la introducción a este primer capítulo, la comunicación organizacional desprende otros canales o subtipos de comunicación, dentro de los que destacan la comunicación interna, comunicación externa, relaciones públicas y publicidad, a continuación se hablará con más detalle de la comunicación que interesa a esta tesina.

1.1.2 Comunicación Interna

La comunicación interna es la comunicación que se genera dentro de la organización, entre sus integrantes, sus empleados, la gente que ahí labora desde los más altos niveles jerárquicos hasta los operativos, es la relación que debe existir para lograr canales adecuados en la transmisión de información, de datos, de instrucciones, de

⁷ http://www.wikilearning.com/la_comunicacion_interna-wkccp-11644-5.htm

sugerencias, de reglamentos o bien de cuestiones más simples como pláticas cotidianas entre empleados, necesidades, inquietudes, etc.

A continuación se presentan algunos conceptos recopilados que para este trabajo resultan significativos, ya que denotan la importancia que tiene la comunicación interna no sólo para el IFAI, sino para cualquier otra institución u organización. Seguramente existen muchos más conceptos de igual o mayor relevancia, que pueden aplicarse al tema y que al lector de este trabajo le permitan entender de mejor manera el objetivo principal.

“La comunicación interna es, cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros)”.⁸

Para Francisca Morales Serrando y por definición de Kreps, 1990, “La comunicación interna, de forma planificada o no, siempre ha existido en todo tipo de organizaciones, sobretodo en aquellas preocupadas por la calidad y a las que se califica como excelentes. Es el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización: es la interacción humana que ocurre entre los miembros de las mismas”.⁹

“La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de

⁸ Carlos Fernández Collado. Op cit, México, Editorial Trillas, 1991 (reimp. 1998), p.p. 31.

⁹ Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, Barcelona, Ediciones Gestión 2000, 2001, p.p. 219.

motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido”.¹⁰

Si bien es cierto no todo es color de rosa y así como se originan canales viables de comunicación, también existen otros que denotarán la falta de una adecuada comunicación interna, como son la propagación de chismes, rumores, temores, inconformidades, etcétera, que pudieran emitir los empleados de alguna manera.

La comunicación interna, siempre existirá en todas las organizaciones, ya sea de manera implícita o explícita, habrá para quienes forme parte dentro de su organigrama y para quienes no, todo depende de la visión que tengan sus directivos y de las metas que pretendan alcanzar, pero lo que si será un hecho es que si no se toma en cuenta, los problemas se presentarán ante la falta de comunicación adecuada y la buena relación laboral interpretada como confianza y lealtad.

Las relaciones humanas y laborales siempre deben de equilibrarse para que el empleado realice un trabajo de calidad en todo momento, el ambiente laboral es muy importante.

Partiendo de la comunicación interna, es mucho más fácil alcanzar el éxito en la comunicación externa, ya que primero se logra organizar a los integrantes del “equipo de trabajo” dándoles instrucciones, organizándolos, haciéndolos trabajar en grupo, definiendo las metas, la misión y la visión que se tiene, escuchando sus inquietudes,

¹⁰ <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

motivando a sus integrantes, generando un ambiente agradable, incentivos, etcétera, para posteriormente incorporar al “juego” a los agentes externos, las personas ajenas a la institución que de alguna manera intervienen en ella (asesores externos, proveedores, analistas, diversos sectores políticos, económicos o sociales por ejemplo) para de este modo salir “a la cancha” y alcanzar el éxito ofreciendo un excelente partido y poniendo lo mejor de sí mismos para alcanzar el objetivo común: “triunfar”, hacer que el público, clientes o audiencia, identifique, entienda y acepte nuestro mensaje. Que la misión y visión (corazón ideológico) de la organización se cumpla.

La comunicación interna gira por un lado en la creación de una estrategia, en la acción y en la difusión de la misma, a favor de la empresa, pero involucrando a sus trabajadores e incrementando la motivación y la productividad que alcanzará la máxima optimización de los recursos.

Gracias a ella se logra diagnosticar la personalidad de la institución o lugar de trabajo mediante diversas herramientas, tales como aplicación de clima laboral o cuestionarios donde los empleados expongan sus necesidades e inquietudes que puedan favorecer su entorno laboral. Una de las intenciones de la comunicación interna es que los empleados, logren alcanzar satisfacción tanto a nivel personal como profesional dentro de su propio ámbito laboral, que su trabajo, entrega y esfuerzos se vean reflejados tanto al interior como al exterior.

Una persona que labora en un ambiente agradable y con las condiciones necesarias, será más productiva que otra que no cuente con estas ventajas, y sus resultados

impactarán de manera inmediata hacia el exterior porque la calidad de trabajo no será la misma. Si un trabajador tiene una adecuada relación con sus compañeros y directivos, siempre rendirá más y brindará un mayor esfuerzo en lo que hace, se sentirá contento, tranquilo, satisfecho, pleno emocional e intelectualmente.

El crear un adecuado ambiente laboral, requiere de la total disposición de los directivos, que ellos estén conscientes de que la empresa funciona gracias a las personas que laboran con ellos, deben procurar valorar los esfuerzos de sus trabajadores y reconocer su labor, así como también entender la importancia que tiene la comunicación interna dentro de la organización que dirigen, creando un área específica, un departamento o una oficina que se dedique exclusivamente a esta actividad, con personal capacitado para lograr su buen funcionamiento y óptimos resultados.

El sentido humano que existe en las relaciones laborales, entre dueños, jefes o superiores con los empleados o la fuente productiva, debe cuidarse, es por ello que deben planearse adecuadamente las estrategias a seguir dentro de una empresa.

El trabajador jamás debe sentirse relegado o no escuchado, por el contrario siempre debe existir la confianza de saber que no son objetos o máquinas, sino parte importante de la organización como cualquier otro miembro sin importar el nivel jerárquico que se tenga.

El ser humano siempre es susceptible a su medio ambiente, si a una persona se le trata con cortesía, ésta responderá de la misma manera, pero si fuese lo contrario,

obtendremos como respuesta una acción no sólo negativa a nivel personal, sino también laboral. El “superior” que trata con respeto y dignamente a sus subalternos, no sólo es respetado también, sino admirado y protegido y los resultados de sus trabajadores serán superiores a los que tengan un trato contrario.

Es interesante mencionar como conclusión al concepto que se está manejando, que: “La comunicación interna, es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”¹¹

1.1.3 Características de la comunicación interna

Uno de los puntos más importantes en el ambiente laboral es la comunicación interna, ya que es la clave de la motivación, la adecuada comunicación y el cumplimiento de los objetivos a nivel grupal u organizacional. Gracias a ella el empleado adoptará el sentimiento de fidelidad, lealtad y calidad en la labor que hace para el lugar donde trabaja y su desarrollo será mucho más efectivo.

Para que exista la comunicación interna dentro de una organización, deben existir ciertas condiciones, en primer lugar que en la institución o empresa, exista

¹¹ Carlos Fernández Collado. La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, 1991 &reimp. 1998), p.p. 32.

conocimiento de lo que este concepto significa, que le de la importancia que amerita y la pongan en acción.

En palabras más sencillas, la organización que tiene una adecuada comunicación interna, será aquella que tenga canales de comunicación efectivos, en donde quienes encabezan la organización conozcan las políticas de empleo y los empleados a su vez sepan cuáles son sus derechos y obligaciones, y ambos conozcan perfectamente cuál es la misión y visión del lugar donde trabajan, para que ambos lleguen a esas metas de manera conjunta, sin haber malos entendidos, desvío de información o comunicación errónea por falta de conocimiento. La comunicación debe fluir en todos los ángulos, de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, de un lado a otro, nunca quedarse en un sólo nivel o pasiva.

Al hablar de entender y aplicar la misión y visión de una institución, no es memorizarla, sino practicarla en nuestras labores diarias como empleados, parte de la comunicación interna, radica en ello, en realizar adecuadamente una planeación estratégica, es decir replantear constantemente los objetivos, la misión y visión, de arriba hacia abajo y viceversa.

Dentro de una organización se manejan tres tipos básicos de comunicación, por un lado la de hechos o acciones, la comunicación formal, que es la que genera instrucciones para elaborar las funciones de cada área y está dirigida al personal en cuanto a su desarrollo y va de arriba hacia abajo, mejor conocida como **comunicación descendente**.

Este tipo de comunicación, “es la que se desarrolla cuando los mensajes parten de los niveles jerárquicos altos hacia el personal, generando instrucciones, avisos, órdenes, políticas, reglas, normas, sugerencias, mensajes motivacionales, etcétera..” ¹²

La **comunicación ascendente** por su parte es la que va de abajo hacia arriba como su nombre lo indica, la que genera el personal hacia los directivos y que puede ser bajo la forma de quejas, sugerencias, peticiones, respuestas a encuestas, etcétera. Va de los niveles inferiores a los superiores, asciende.

Dentro de la comunicación en las organizaciones o instituciones, este tipo de comunicación es muy importante para mejorar la comunicación interna, ya que mediante ésta, los directivos pueden conocer las inquietudes o necesidades de sus colaboradores y a nivel externo también logra adquirir un mejor panorama gracias a la información que obtienen los empleados del exterior y que pueden circular al interior de la misma.

La **comunicación horizontal** por su lado, “es la que se produce entre personas y departamentos que están en un mismo nivel jerárquico, por lo tanto se desplaza siguiendo las líneas horizontales del organigrama en sus diferentes niveles, produciendo un intercambio de informaciones entre compañeros o iguales” ¹³

¹² Ricardo Homs Quiroga, *La comunicación en la Empresa*, México, Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., 1998, 72.

¹³ Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, Barcelona, Ediciones Gestión 2000, 2001, p.p. 233.

Estos tipos de comunicación tienen la finalidad de asegurar que el personal conozca, entienda y asimile los objetivos y las metas que tiene la institución o empresa donde labora, le permiten a los niveles jerárquicos más altos, lograr la credibilidad y la confianza de sus empleados, permiten extender la idea de la participación entre ellos, busca los medios o canales propicios para la transmisión de información, fortalece los papeles o funciones de cada uno de sus miembros y optimiza la comunicación a favor de lograr los objetivos de la organización.

Por otro lado, genera el sentimiento de ser un grupo, donde todos y cada uno de los que la integran forman parte importante, permite gracias a esto, que los empleados realicen de mejor manera sus labores, explotando cada uno sus habilidades a favor de la organización, logra el aprovechamiento máximo de las ideas de sus integrantes, estimula participación entre sus miembros y permite que haya un buen canal de comunicación en todos los niveles jerárquicos, para que el personal exprese sus ideas, pensamientos o inquietudes.

Todo esto, favorece a la institución de manera considerable, porque no sólo permite la buena relación entre sus integrantes, sino que también favorece la comunicación entre áreas o departamentos, facilita la labor de las mismas, los tiempos, los medios y por qué no, hasta los recursos, etcétera.

En la comunicación interna, no sólo aplican las relaciones laborales sino que también influye el lado humano, los sentimientos de quienes ahí trabajan.

Los jefes deben ser cuidadosos y respetuosos con sus empleados al tratar temas o imponer acciones que los impacten emocionalmente (reestructuración de personal, instrucciones, despidos o simplemente el trato diario) como también los empleados deben serlo al hacer comentarios que impacten a sus otros compañeros (rumores, chismes, diferencias personales o laborales, etcétera). Se deben utilizar los canales o medios precisos de acuerdo a lo que se va a manejar.

La comunicación interna, debe cumplir ciertas funciones a la hora de diseñar reglas, tareas y responsabilidades a los miembros de la organización, es decir a la hora de crear su estrategia de trabajo o su plan de acción. Algunas de estas funciones son:

- “Información. Una buena información es imprescindible para que las personas estén motivadas al realizar su trabajo.
- Explicación. Para que las personas puedan identificarse con los objetivos que persigue la empresa, deben conocer y comprender las razones de las órdenes que reciben y las decisiones que se toman dentro de la misma.
- Interrogación. Es muy importante para fomentar la comunicación entre los distintos departamentos que componen el total de la organización, crear el hábito de hacer preguntas de aclaración, permitir el intercambio de información y abrir la posibilidad de diálogo entre sus miembros”.¹⁴

Estas funciones, finalmente tendrán la intención de buscar la retroalimentación de información y la adecuada comunicación para que logren convertirse en ventajas, dentro de las que destacan las siguientes:

1.- Aumenta en los trabajadores el interés por el trabajo

¹⁴ Ibid., p. 223.

- 2.- Consigue un sentimiento de pertenencia a la empresa
- 3.- Es un factor de motivación
- 4.- Permite, a todo el personal que la compone, conocer los problemas y los objetivos de la organización
- 5.- Facilita la comprensión de las razones que fuerzan a tomar decisiones
- 6.- Genera una retroalimentación con los trabajadores y ayuda a obtener sus aportaciones
- 7.- Crea una cultura organizativa enfocada hacia las personas y la participación
- 8.- Propicia cercanía y credibilidad entre la dirección y los trabajadores
- 9.- Favorece hábitos de trabajo basados en la colaboración personal e interdepartamental
- 10.- Potenciar el trabajo en equipo
- 11.- Refuerza la imagen corporativa de la empresa hacia el exterior” ¹⁵

A manera de resumen, la comunicación es esencial para el desarrollo humano en todos sus ámbitos y expresiones, llámese familiar, social, emocional, cultural o laboral.

La institución tiene como obligación retribuir económicamente al empleado por las labores que éste presta, ofrecerle las condiciones laborales adecuadas, los insumos, herramientas, mecanismos, etcétera, con los cuales pueda realizar su trabajo, pero al mismo tiempo, cuidar como se ha mencionado, la parte humana.

Uno de los objetivos que pueden pensarse dentro de la comunicación interna, partiendo del supuesto anterior, sería el equilibrio, buscar que la balanza no se

¹⁵ *Ibid.*, p. 237

incline sólo hacia un lado sino siempre esté en término medio tanto para la empresa, institución, organización o grupo, como para quienes son parte de ella.

CAPÍTULO 2: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI)

El objetivo particular de este capítulo, es proporcionar un panorama de lo que es el IFAI, describir funciones, corazón ideológico: misión, visión, objetivos, así como también mostrar el organigrama con que cuenta el Instituto y las actividades que cada área realiza a favor del mismo.

Para quien no conoce el IFAI, este es el momento indicado, ya que de forma breve logrará identificarlo, para quien ya sabe de él, gracias a la publicidad que se maneja en torno al mismo, por algún folleto informativo, porque ha recurrido o porque trabaja para él, podrá ampliar sus conocimientos echando un vistazo más a fondo, conociendo no sólo lo que el Instituto brinda hacia el exterior, sino también conociendo lo que tiene dentro.

El IFAI es una institución al servicio de la sociedad y como miembro de la misma con mucho cariño y respeto, me permitiré en este capítulo presentarlo, como si fuese una “radiografía”.

2.1 Ubicación

El IFAI se encuentra físicamente en: Av. México No. 151, Col. Del Carmen Coyoacán, C.P. 04100, Delegación Coyoacán, México D.F., el teléfono de conmutador es el 50-04-24-00, el horario de labores es de lunes a viernes de 9:00 a.m. a 2:30 p.m. y de 4:00 p.m. a 7:00 p.m.. Sin embargo el Centro de Atención a la Sociedad, mejor conocido como CAS: módulo de información del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública, cuyas principales funciones son informar, atender y asesorar a la sociedad en materia de acceso a la información pública gubernamental, así como también tiene como obligación informar de los objetivos, las funciones y las actividades de las diferentes áreas que integran el IFAI., se encuentra en la planta baja a un costado de la recepción y sus labores concluyen a las 6:00 p.m., los días antes señalados.

2.2 ¿Qué es el IFAI?

El IFAI surge gracias a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), la cual es aprobada y publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 11 de junio de 2002, entrando en vigor el 12 de junio de 2003, ante la necesidad de garantizar a la sociedad, el acceso a la información en posesión de los Poderes de la Unión, los órganos constitucionales autónomos o con autonomía legal y cualquier otra entidad federal.

Dicha Ley es el resultado de varios factores, entre los que destacan los siguientes:

- a) Las demandas por contar con una legislación en materia de acceso a la información por parte de varias organizaciones no gubernamentales e instituciones académicas.
- b) Las tres iniciativas que fueron presentadas en la Cámara de Diputados por el PRD, por un conjunto plural de diputados denominado “Grupo Oaxaca” y por el Ejecutivo Federal.
- c) Las expectativas de varios organismos internacionales, especialmente del Banco Mundial, porque México contara con legislación en materia de acceso a la información gubernamental.
- d) La nueva dinámica de competencia multipartidista en México, la cual exige a los partidos políticos y a sus candidatos contar con información fidedigna sobre la gestión del gobierno federal y locales.¹⁶

La LFTAIPG tiene como objetivos básicos: transparentar la gestión pública, proveer lo necesario para que toda persona pueda tener acceso a dicha información, garantizar la protección de los datos personales, mejorar la organización, clasificación y el manejo de documentos de carácter público y hacer valer los derechos de la sociedad a la hora de realizar las solicitudes de información al gobierno federal sobre lo que deseamos conocer.

¹⁶ Cfr. <http://www.ifai.org.mx/TemasTransparencia/index>.

Desde 1977, el artículo sexto de la Constitución mexicana, garantiza el derecho a la información, sin embargo, la ausencia de reglamentaciones complementarias impedía aumentar esa prerrogativa o privilegios.

De esta manera es como el 24 de diciembre de 2002, se crea el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI), como un órgano de la Administración Pública Federal, descentralizado, no sectorizado, con autonomía operativa, presupuestaria y de decisión, encargado de promover y difundir el derecho de acceso a la información, la protección de datos personales en poder de dependencias y entidades, así como también resolver las negativas que se presenten en torno a las solicitudes de información (recursos de revisión).

Además de las funciones antes mencionadas, el IFAI tiene otras atribuciones las cuales se encuentran plasmadas en su Marco Normativo: “Transparencia, Acceso a la Información y Datos Personales, las cuales son:

- Elaborar los formatos de solicitudes de información, así como de acceso y corrección de datos personales;
- Hacer del conocimiento del órgano interno de control de cada dependencia y entidad las presuntas infracciones a la LFTAIPG y su reglamento. Las resoluciones finales que al respecto expidan los órganos internos de control y que hayan causado estado deberán de ser notificadas al Instituto, quien a su vez deberá hacerlas públicas en su informe anual; y preparar su proyecto de presupuesto anual para enviarse a la SHCP, para integrarse al Presupuesto de Egresos de la Federación;

- Promover la capacitación de los servidores públicos en materia de acceso a la información y protección de datos personales;
- Difundir entre los servidores públicos y los particulares, los beneficios del manejo público de la información, como también sus responsabilidades en el buen uso y conservación de aquella;
- Elaborar y publicar estudios e investigaciones para difundir y ampliar el conocimiento sobre la materia de esta Ley;
- Elaborar su Reglamento Interior y demás normas de operación;
- Las demás que le confieran la LFTAIPG, su Reglamento y cualquier otra disposición aplicable.¹⁷

Es preciso comentar que, el IFAI no concentra información de las dependencias, el ciudadano interesado debe realizar su solicitud de información respectiva ante la Unidad de Enlace de la institución a la que pretende cuestionar con relación a determinado tema.

El IFAI no es un “locatel” nacional, ni tiene las funciones de éste, idea que con el paso del tiempo y una adecuada campaña de difusión se ha erradicado casi en su totalidad, sin embargo es importante recalcarlo para quienes se están introduciendo al tema.

¹⁷ Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI). *Transparencia, Acceso a la Información y Datos Personales. Marco Normativo*, México, Dirección General de Atención a la Sociedad y Relaciones Institucionales y Dirección General de Comunicación Social, 2006, pp. 34-35.

La unidad de enlace funge como un vínculo entre la sociedad y las dependencias o entidades de la administración pública federal y es quien las auxilia a la hora de hacer valer su derecho de acceso a la información.

El IFAI sólo interviene en los casos donde el ciudadano se inconforme e interponga un recurso de revisión o realice la confirmación de positiva ficta (*trámite que se puede realizar ante el IFAI cuando en los siguientes 20 días hábiles de haber presentado una solicitud de información, no se recibe ninguna notificación por parte de la Unidad de Enlace correspondiente*)¹⁸, con el fin de abrir la información o confirmar la decisión de la dependencia o entidad (Ver Tríptico “Guía práctica para elaborar un: Recurso de Revisión”. Anexo 2 y “Guía práctica para actuar en caso de: Falta de Respuesta a una Solicitud de Información (Positiva Ficta)” Anexo 3). El IFAI vigila y hace valer el derecho de acceso a la información pública gubernamental.

El IFAI pues, tiene como facultad vigilar que se cumpla la Ley de Transparencia y las resoluciones de esta Institución serán definitivas para las entidades y dependencias, pero aún así la sociedad tiene derecho de impugnarlas ante el Poder Judicial de la Federación.

Para el 20 de julio de 2007, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el decreto por el cual se adiciona un segundo párrafo con siete fracciones al artículo sexto constitucional, es decir, se hace oficial la reforma a dicho artículo aprobada previamente por la Cámara de Diputados el seis de marzo del mismo año, la cual consiste en:

¹⁸ IFAI, *¿Qué es la confirmación de positiva ficta?* {en línea}, México, Dirección URL http://www.ifai.org.mx/test/new_portal/confirma_ficta.htm, (Consulta 17 de agosto de 2007).

“Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases:

- I. Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad
- II. La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes
- III. Toda persona, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos
- IV. Se establecerán mecanismos de acceso a la información y procedimientos de revisión expeditos. Estos procedimientos se sustanciarán ante órganos especializados e imparciales, y con autonomía operativa, de gestión y de decisión
- V. Los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos actualizados y publicarán a través de los medios electrónicos disponibles, la información completa y actualizada sobre sus indicadores de gestión y el ejercicio de los recursos públicos
- VI. Las leyes determinarán la manera en que los sujetos obligados deberán hacer pública la información relativa a los recursos públicos que entreguen a personas físicas o morales

La inobservancia a las disposiciones en materia de acceso a la información pública será sancionada en los términos que dispongan las leyes”¹⁹

En resumen, el acceso a la información en México está garantizado por dicho artículo y consiste básicamente en enunciar que la información que maneja el gobierno y las

¹⁹ Diario Oficial de la Federación. México, 2007. Versión electrónica:
<http://dof.gob.mx/index.php?fecha=20/7/2007&mes=6&ano=2007>

instituciones públicas en nuestro país, es de carácter pública salvo las excepciones que la ley indica, se habla de la protección a los datos personales y la privacidad de las personas, así como también de los mecanismos que logren garantizar el acceso a la información de manera eficiente y sencilla. Gracias a esta reforma, la sociedad tiene de forma definitiva este derecho y el poder de ejercerlo.

2.3 Corazón ideológico: misión y visión

Este apartado es la esencia del IFAI resumida en sus partes fundamentales, que son la guía de cualquier institución, organización o empresa, su filosofía: misión, visión, valores, objetivos generales.

A principios del 2007, la misión y la visión del IFAI, quedaban constituidas de la siguiente manera:

Misión: es garantizar el derecho de acceso a la información pública gubernamental en poder de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; proteger los datos personales que obren en las mismas y promover la formación de la cultura de la transparencia en la gestión pública y la rendición de cuentas a la sociedad.

Visión: ser una Institución autónoma en el ejercicio de sus atribuciones, que difunda y garantice el acceso a la información pública gubernamental, proteja los datos

personales, colabore en la organización de archivos y fortalezca la cultura de la transparencia y la rendición de cuentas del Gobierno Federal”.²⁰

Para finales de noviembre del mismo año, dichos supuestos habrían sufrido unas ligeras variaciones, en donde la misión se retomaba por el servidor público en primera persona diciendo: “Trabajamos para garantizar el derecho de los ciudadanos a la información pública gubernamental ...”, que a mi punto de vista indica un trabajo en equipo y no sólo una frase aislada, y en el caso de la visión, habla de un fortalecimiento y perfeccionamiento de acciones que actualmente realiza el IFAI, a fin de ser eficaz en el desempeño de su responsabilidad pública, denotando madurez y una mayor experiencia a lo largo de su creación, quedando autorizada por el Órgano de Gobierno del Instituto, de la siguiente manera: El IFAI ha logrado que la administración pública federal cumpla y respete sus resoluciones y que exista un sistema homologado de archivos administrativos y de datos personales con los reglamentos, tecnología y métodos de gestión aprobados.

En este apartado entraría la puesta en marcha de lo que se conoce como INFOMEX y que es la herramienta informática o tecnológica que permite una mejor calidad, rapidez y eficacia en la realización de solicitudes de información. Consiguiendo asimismo, que el acceso a la información pública sea un derecho y una práctica generalizada y normal

²⁰ IFAI. *Manual de Organización*, México, 2006, p.p. 10

en el país, (gracias a la reforma al artículo sexto constitucional). Es un líder nacional y mundial en el tema de acceso a la información.²¹

Las solicitudes de información pueden realizarse vía Internet: <http://www.sisi.org.mx>, ingresando al Sistema de Solicitudes de Información (SISI) o bien como ya se ha mencionado, acudiendo personalmente a la unidad de enlace de la entidad o Dependencia utilizando los formatos establecidos por el IFAI o bien mediante escrito libre.

De manera muy breve, los tiempos de entrega de la información son los siguientes:

- Para una solicitud de información pública: no mayor a 20 días hábiles a partir de recibida la solicitud (excepcionalmente el plazo puede ampliarse hasta por otros 20 días hábiles en una sola ocasión).
- Para saber si existen datos personas de quién solicita la información, en una dependencia o entidad: 10 días hábiles a partir de recibida la solicitud.
- Para corregir Datos Personales: 30 días hábiles.
- Para presentar un recurso de revisión: Se debe realizar durante los primeros 15 días hábiles de haber recibido la notificación y el período para que se realice el recurso y se brinde la información es no mayor a los 50 días hábiles, pudiendo extenderse el tiempo de espera por un período menor o igual. **(Ver Tríptico “Guía práctica para elaborar una: Solicitud de Información” Anexo 4, “Guía práctica para el acceso a la información pública gubernamental” Anexo 5, “Guía práctica para el acceso y la modificación de datos personales”, Anexo 6).**

²¹ Cfr. Instituto Federal de Acceso a la Información Pública/Órgano de Gobierno ATZ-SE, Sesión Ordinaria, México, 30 de octubre de 2007, punto 6, pág. 4

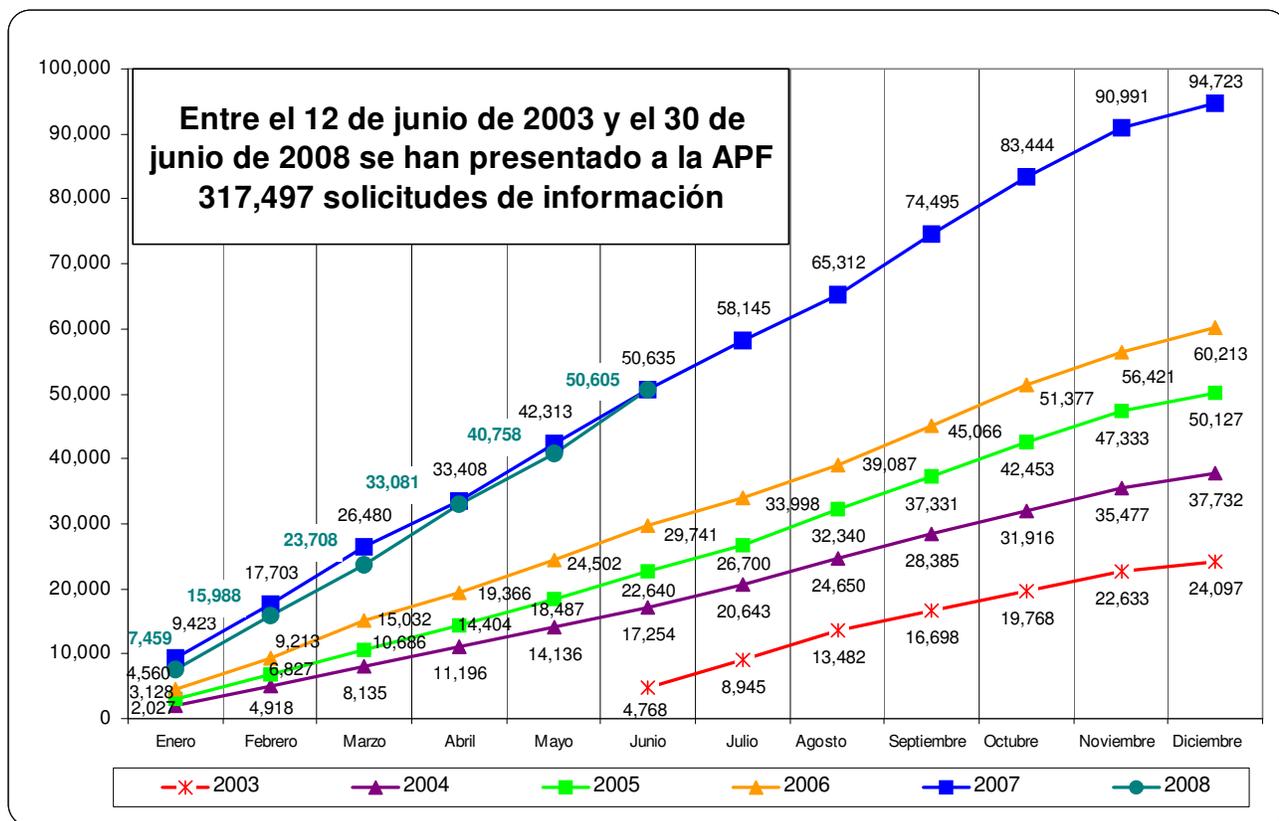
A manera de resumen, ¿Qué puede hacer el IFAI por la sociedad o los particulares?:

- Brindar asesoría para presentar solicitudes de información o solicitudes de corrección a datos personales ante dependencias y entidades del Poder Ejecutivo Federal, ya sea directamente en su oficina del CAS (Centro de Atención a la Sociedad) o bien mediante el número gratuito TEL IFAI (01 800 835-4324).
- Brindar asesoría para conocer cuáles organismos de gobierno han establecido sus propios procedimientos de acceso a información.
- Ayudar a presentar un recurso de revisión ante el IFAI cuando una dependencia o entidad ha negado acceso a información gubernamental o solicitudes de acceso o corrección a datos personales, revisarlo y atenderlo en caso de que así se requiera.
- Brindar información actualizada y especializada sobre el acceso a la información en México y la protección a los datos personales.

De esta manera, podemos entender la importancia que representa para la sociedad el derecho de acceso a la información pública gubernamental, la divulgación de la cultura de la transparencia y la protección de datos personales, no sólo para cuestionar al gobierno, sino también para ejercer nuestra democracia.

Pese a su corta edad, el IFAI ha logrado posesionarse ante la sociedad, como una institución confiable y con un futuro prometedor, con enormes retos que deberán ser cubiertos en un corto plazo y brindando excelentes resultados.

Hasta el 30 de junio de 2008, el número acumulado de solicitudes de información ingresadas a la administración Pública Federal, por año, fue de: 317, 497 solicitudes de información. Tal como se muestra a continuación:



Y como un dato adicional de interés, las dependencias y entidades con mayor número de solicitudes de información ingresadas, son: el IMSS con 34, 493 solicitudes; SEP con 15, 367; PEMEX y sus subsidiarias con 13, 235, SHCP con 12, 861 y la SEMARNAT con 10, 221 solicitudes.

Dichos datos fueron presentados durante la participación del Comisionado Presidente del IFAI, Mtro. Alonso Lujambio Irazábal, durante el XX Foro de debate sobre la Reforma Energética, con el tema: “Transparencia rendición de cuentas y combate de la corrupción en Petróleos Mexicanos”, llevado a cabo en el Senado de la República, el 17 de julio de 2008.

2. 4 Organigrama, descripción y función de áreas

El órgano máximo de dirección en el IFAI es lo que se denomina “Pleno”, el cual está integrado por cinco comisionados, quienes gozan de garantías de independencia y autonomía para dirigir el Instituto y realizar las actividades que tiene encomendadas.

Para ser Comisionado del IFAI es preciso reunir ciertas características, las cuales se encuentran plasmadas en la Ley Federal de Acceso a la Información Pública en su Artículo 35 y expone que: “se debe ser ciudadano mexicano, tener cuando menos 35 años, haberse desempeñado destacadamente dentro del sector público, académico, etc., no haber cometido ningún delito y no haber ocupado un cargo como Secretario de Estado, Jefe de Departamento Administrativo, Procurador General de la República, Senador, Diputado Local o Federal, dirigente de un partido político, Gobernador o Jefe de Gobierno del D.F., durante el año previo a su designación”.²²

2.4.1 Comisionados

El **Comisionado Presidente** del Instituto, es designado por sus colegas y por mayoría de votos, asumirá el encargo durante dos años, teniendo un período de reelección por el mismo tiempo si así fuera el caso. Los otros cuatro Comisionados, son designados

²² Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI). *Op cit*, México, Dirección General de Atención a la Sociedad y Relaciones Institucionales y Dirección General de Comunicación Social, 2006, pp. 34-35.

por el Jefe del Ejecutivo y la Cámara de Senadores y su encargo es de 7 años y no existe la posibilidad de ser reelectos.

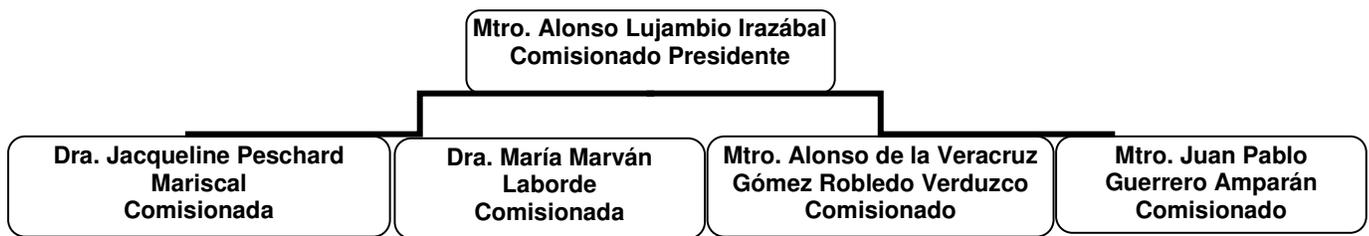
Las funciones del Comisionado Presidente son básicamente favorecer el principio de publicidad de la información en manos de los sujetos obligados, proponiendo a sus compañeros las interpretaciones pertinentes de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), asistir a las sesiones de Pleno para conocer y resolver los recursos de revisión interpuestos ante el IFAI, establecer los lineamientos y políticas generales para el acceso a la información y la protección de los datos personales en posesión de las dependencias y entidades.

Así como, vigilar que las políticas establecidas en la LFTAIPG en torno a las disposiciones administrativas, legales y del Reglamento Interior del IFAI se cumplan. Anualmente el Comisionado Presidente debe rendir un Informe Anual de labores ante el H. Congreso de la Unión en materia de transparencia y las acciones implementadas por el Instituto a favor de ella.

El Comisionado Presidente es en pocas palabras, quien dirige a la institución y la representa de manera legal y vela porque el acceso a la información se cumpla, firmando acuerdos y proponiendo acciones que permitan que estos objetivos se lleven a cabo. Es la máxima autoridad en el IFAI, pero las decisiones que toma van muy encaminadas a la postura de los demás integrantes del Pleno, ya que todos forman un equipo de trabajo que representa a todos los que ahí laboramos, siempre a favor de la misión y visión de la institución.

Los otros cuatro **Comisionados** realizan las mismas funciones en favor del acceso a la información y la protección de datos personales, así como también velan por el buen funcionamiento del Instituto implementando las acciones que creen son las más convenientes. En caso de no estar presente el Comisionado Presidente, uno de los cuatro restantes lo suplirá en la medida en que sea necesario.

Todos son un equipo y para que exista una adecuada comunicación, ellos deben siempre relacionarse entre sí, como también deben hacerlo con todo el personal del Instituto. Actualmente (2008), los integrantes del pleno son:

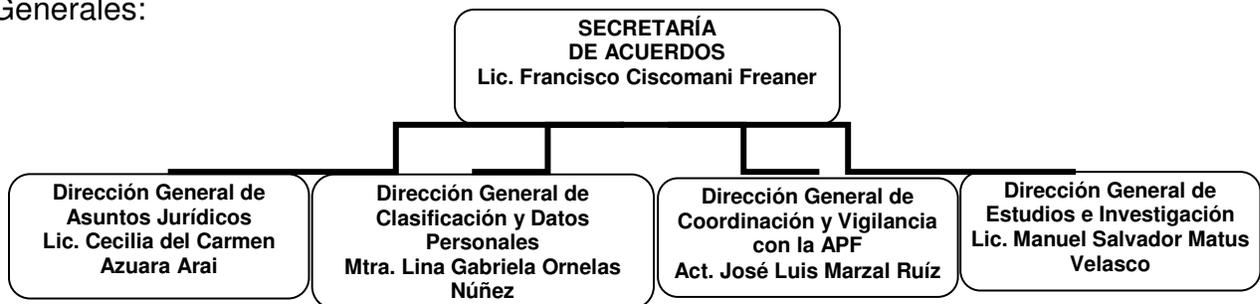


2.4.2 Secretaría de Acuerdos

Así mismo, el Pleno cuenta con la **Secretaría de Acuerdos** y la **Secretaria Ejecutiva**, la **Secretaria de Acuerdos**, brinda apoyo al Pleno y a los Comisionados en sus funciones normativas, en la definición y expedición de los lineamientos y criterios de clasificación y desclasificación de la información gubernamental, en la elaboración de los proyectos de resolución de recursos interpuestos ante el IFAI, en asuntos jurídicos del Instituto y en la elaboración de estudios que sirvan como apoyo al Pleno para el mejor desempeño de sus funciones.

La Secretaría de Acuerdos, además, “coordina y supervisa las acciones del Instituto tendientes a impulsar la transparencia y la rendición de cuentas en el gobierno federal, y a promover la eficacia de los derechos de los particulares, relativos al acceso a la información pública gubernamental, a los datos personales, así como a la modificación y protección de éstos, todo lo anterior por medios de instrumentos normativos, procedimientos sencillos y expeditos, organización de archivos, estudios e investigaciones y relaciones académicas y llevar a cabo acciones de capacitación a las dependencias y entidades de la administración pública federal”.²³

Dentro de la Secretaría de Acuerdos encontramos las siguientes Direcciones Generales:



2.4.3 Secretaría Ejecutiva

La **Secretaría Ejecutiva** por su parte, tiene como objetivos: “Diseñar y definir los proyectos de los instrumentos programáticos y organizacionales del Instituto, coordina la ejecución de políticas, planes y programas institucionales, de administración, de operación y de organización aprobados por el Pleno, en materia de promoción y difusión del ejercicio del derecho de acceso a la información.

²³ IFAI. *Manual de Organización*, México, 2006, p.p. 176

Establece mecanismos para proporcionar los recursos materiales e informáticos necesarios para el adecuado desempeño de las funciones del Instituto y promueve y supervisa que la ejecución de programas de las unidades administrativas del Instituto se desarrollen con transparencia, eficiencia y calidad.”²⁴

También, la Secretaría Ejecutiva apoya al Pleno en la coordinación y vigilancia de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal con relación al cumplimiento de la LFTAIPG, se encarga de los programas de capacitación de los servidores públicos del gobierno federal, brinda atención y orientación a la sociedad ante su derecho de acceso a la información y se encarga no sólo de la difusión de la LFTAIPG, sino también de la labor del Instituto para que se cumpla el objetivo de su creación.

Por su parte la Secretaría Ejecutiva se compone de las siguientes Unidades Administrativas:



²⁴ *Ibid*, p.p. 101

2.4.4 Direcciones Generales

Para dar comienzo a la descripción de funciones de cada una de las Unidades Administrativas con las que cuenta el Instituto, comenzaré con las que se encuentran asignadas a la Secretaría de Acuerdos, mismas que a continuación se detallan.

Dirección General de Asuntos Jurídicos:

Se encarga de todo lo concerniente a los instrumentos normativos que requiera el Instituto, coordina el registro y el tratamiento interno de los estudios para la resolución de recursos y otros procedimientos; proporciona asistencia en la coordinación jurídica del Instituto y dirige y aprueba anteproyectos de interpretación de la legislación aplicable para efectos administrativos.²⁵

Esta dirección general, brinda el apoyo jurídico como su nombre lo indica al Instituto y lo representa ante cuestiones legales que pudieran presentarse (demandas, recursos de revisión, resoluciones que sean impugnadas ante Tribunales Federales, trámites legales como derechos de autor para los materiales que publica la Institución o el programa radiofónico institucional “La Caja de Cristal”, proyecto que dejó de transmitirse el 31 de diciembre de 2007).

²⁵ IFAI, *Op cit*, p.p. 184

Dirección General de Clasificación y Datos Personales:

Dirige todo lo concerniente a planes, proyectos, puesta en acción o propuestas de instrumentos normativos en materia de clasificación de información, el acceso a ella, la protección o modificación de los datos personales, la seguridad de éstos así como la organización de los archivos en manos de las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal.

Esta Unidad Administrativa a la par del Archivo General de la Nación, tienen como labor velar por la protección de información pública, su adecuada catalogación y conservación para que los testimonios documentales que existen en el Gobierno, no se deterioren o pierdan, sino por el contrario puedan ser consultados de manera eficaz y rápida por cualquier individuo, siempre y cuando sea información pública y no reservada o confidencial. Al mismo tiempo, tienen una gran labor, concientizar a la sociedad y a los servidores públicos de la importancia que conlleva el archivo de cada dependencia o unidad administrativa, del valor que este posee y del reconocimiento que se le debe dar a quienes realizan esta función.

Con estas medidas, el gobierno pretende dar vida a lo que por muchos años estuvo catalogado como “archivo muerto”, no dejar que se pierdan o dañen los documentos, al contrario, llevar un control estricto de los mismos con base en la normatividad existente en la materia y para ello la Dirección General de Clasificación y Datos Personales dedica parte de su actividad.

Dirección General de Coordinación y Vigilancia de la Administración Pública Federal:

Tiene como principal objetivo, mantener la adecuada relación con las Unidades de Enlace y Comités de Información de la Administración Pública Federal así como vigilar que se cumpla con la normatividad existente en materia de transparencia, acceso a la información y protección de datos personales.

Hay que recordar que las Unidades de Enlace y los Comités de Información son muy necesarios porque son el canal o puente de comunicación entre el IFAI y las diversas dependencias, así como también de la sociedad a la hora de pedirle información al gobierno y obtener respuesta.

Dirección General de Estudios e Investigación:

Como su nombre lo indica, esta unidad administrativa se encarga de la creación de estudios e investigaciones en materia de transparencia, el acceso a la información gubernamental y la rendición de cuentas, así como también de las relaciones académicas del IFAI.

A continuación, se presentan las direcciones generales que conforman a la Secretaría Ejecutiva, las cuales son:

Dirección General de Administración:

Se encarga de la adecuada administración de recursos financieros, humanos y materiales de la institución, así como también, mediante la Dirección de Desarrollo Humano, de generar una adecuada cultura laboral. Esta unidad administrativa maneja parte de la comunicación interna del IFAI, no como una actividad propia sino como apoyo al buen funcionamiento y comunicación entre áreas.

Sus campos de acción son el terreno administrativo y humano, todo lo que tenga que ver con el cumplimiento de lineamientos, presupuesto, contrataciones, recursos humanos, capacitación, procesos de selección y reclutamiento de personal, prestaciones, altas, bajas, etcétera.

Dirección General de Atención a la Sociedad y Relaciones Institucionales:

Es un vínculo de orientación y atención que tiene la sociedad para acceder a la información pública, establece también las adecuadas relaciones con la sociedad organizada y apoya a los estados y municipios en materia de transparencia, acceso a la información y protección de datos personales.

Está presente a la hora de realizar convenios de colaboración ya sea con otros estados, con organizaciones o con instituciones, vela por el cumplimiento LFTAIPG y en la medida de lo posible, organiza eventos, foros, reuniones.

Dirección General de Comunicación Social:

Su principal objetivo es difundir la cultura de transparencia en la sociedad, el acceso a la información pública, la rendición de cuentas y la protección de datos personales, así como también se encarga de la difusión del propio Instituto mediante campañas apegadas a las políticas y estrategias de comunicación autorizadas por el Pleno.

Mantiene a la sociedad informada de las actividades, acuerdos y resoluciones del Instituto, se encarga de realizar los estudios de investigación en materia de difusión del IFAI (cuantitativos, cualitativos, de opinión), coordina las campañas de difusión del mismo, realiza las ruedas de prensa o conferencias programadas ante diversos acontecimientos, mantiene la relación con los medios de comunicación, sostiene actividades institucionales, diseña, realiza y difunde materiales en favor de la cultura de la transparencia y la LFTAIPG, así como los contenidos de la página de Internet del Instituto en conjunto con la Dirección General de Informática y Sistemas o quienes se vean involucrados en lo que ahí aparece.

Realiza los boletines respectivos de las giras de trabajo de comisionados o algún otro miembro del IFAI de la cual la sociedad deba estar informada, en cuanto a los alcances que tuvo la misma, los beneficios sociales, públicos, en materia de transparencia, rendición de cuentas y protección de datos personales.

Esta Unidad Administrativa tenía a su cargo el proyecto radiofónico institucional “La Caja de Cristal” en colaboración con Radio Educación, en donde se abordaban temas de transparencia y acceso a la información pública gubernamental, archivos

gubernamentales, protección de datos personales y todo aquello relacionado con el IFAI y la LFTAIPG.

Dirección General de Informática y Sistemas:

Se encarga como su nombre lo indica de lo concerniente a los servicios informáticos y de telecomunicaciones que requiera el Instituto. Administra los recursos en este ramo, realiza propuestas e implementa las acciones pertinentes para el buen uso de los mismos. Esta a cargo de la página de Internet del IFAI y se coordina con las demás direcciones generales para la información que en ésta se maneja, siempre con la intención de alcanzar las metas institucionales. Esta dirección debe innovar constantemente los mecanismos tecnológicos para facilitar el acceso a los usuarios y agilizar los procedimientos al solicitar información vía electrónica.

2.4.5 Secretaría Técnica del Pleno

Dentro del Organigrama del Instituto además de los Comisionados, las Secretarías y las Direcciones Generales, aparecen dos áreas igual de importantes y necesarias: Secretaría Técnica del Pleno y el Órgano Interno de Control.

La Secretaria técnica del Pleno, tiene como objetivo, “contribuir a que los integrantes del Pleno (Comisionados) obtengan la información, herramientas y material necesarios para la toma de decisiones. Dar seguimiento a los acuerdos del Pleno, verificar su debido cumplimiento y representarlo en los diversos comités y foros en los que así le

sea establecido”²⁶. Las actividades que esta área realiza van muy apegadas a las funciones de los Comisionados, la Secretaria Técnica debe estar muy al pendiente siempre de lo que éstos requieran o indiquen.

2.4.6 Órgano Interno de Control

Es quien recibe las quejas y denuncias de incumplimiento de obligaciones de los servidores públicos, se encarga de investigar e implementar las sanciones a las que se puede hacer acreedor un servidor público que incurra en alguna falta (no se apegue a la normatividad de la institución, no vele por la misión o visión del lugar donde trabaja, que cometa algún acto de corrupción, etcétera).

El Órgano Interno de Control, debe promover la transparencia en el cumplimiento de la normatividad de la Institución para que sus integrantes no dejen de lado el cumplimiento de la misión y visión del IFAI. Realiza las auditorías necesarias en favor de la mejora administrativa del Instituto y la rendición de cuentas. En pocas palabras, es el órgano que regula a los servidores públicos, los vigila, los sanciona si es necesario o los apoya según sea el caso.

Formalmente, la estructura de personal del IFAI aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en 2008, se compone de 237 servidores públicos, mismos que aparecen en el organigrama y directorio de la Institución y pueden ser consultados

²⁶ IFAI, *op cit*, p.p. 234

a través de Internet en la siguiente dirección electrónica: www.ifai.org.mx, en el apartado denominado: *Acerca del IFAI*.

La democracia de un país se construye con hechos, con participación ciudadana, con honestidad, con valores, con el cumplimiento de las metas, con transparencia, libertad, con ideales y con el combate constante de las amenazas que nos azotan: la corrupción, la falta de ética, la opacidad y el engaño, entre otros.

Gracias a estudios cuantitativos y cualitativos realizados para el IFAI se puede afirmar la aceptación y credibilidad que tiene esta institución, pero aún así falta mucho por hacer, no sólo se deben preocupar los altos mandos por la imagen exterior, sino también echar un vistazo hacia dentro, hacerse una auto-evaluación para saber si son congruentes con lo que hacen y con lo que dicen, con la misión y visión de la institución y con los ideales que pretenden alcanzar.

Como miembro de esta institución siento un enorme orgullo saber que la creación de este Instituto ha valido la pena y que se puede mejorar con el paso del tiempo, lo importante siempre es no olvidar cuales son nuestras raíces, nuestro objeto y campo de acción, a dónde queremos llegar y para qué queremos hacerlo.

Como servidora pública y ciudadana me siento satisfecha con mi labor, la cual realizo con conocimiento, responsabilidad, respeto y lealtad a la institución, dando un extra a lo que hago, con la fiel convicción de ser un servidor público de calidad que ama su vocación y que desea servir como tal a su país.

CAPÍTULO 3: DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACION INTERNA EN EL IFAI

Este capítulo es el cierre de este trabajo de tesina, y gracias a él se podrá lograr cumplir con el objetivo de la misma.

Al mismo tiempo que se plantea la experiencia profesional, se podrá también realizar la propuesta respectiva en favor del objeto de estudio, utilizando las herramientas elegidas para tal fin, justificando y comprobando por qué serán de utilidad.

El IFAI como algunas otras instituciones, carece de una adecuada comunicación interna de acuerdo a la experiencia personal y profesional, requiere de un cambio en la materia, lo cuál no sólo beneficiará a quienes trabajamos ahí, sino que también repercutirá favorablemente en la imagen institucional o exterior, al poseer servidores públicos satisfechos a nivel personal y profesional, que realizarán sus labores con una mayor calidad, entrega, dedicación y lealtad.

3.1 Análisis situacional y del entorno.

3.1.1 Análisis situacional

Un análisis situacional como su nombre lo indica, nos va a ubicar en un punto específico, en un tiempo y espacio definido, en lo interno; y en el caso del entorno, del terreno externo que influye y conforma a nuestro objeto de estudio.

Como punto de partida para el análisis situacional (lo interno), se tomó como herramienta, la aplicación del cuestionario de Clima Organizacional aplicado a los empleados del IFAI por la propia institución durante el 2006, dado que en 2007 la participación fue casi nula y durante 2008 no se ha realizado.

Para no quedarnos únicamente con los resultados de este cuestionario, se aplicó uno personal, que permitiera compararlo con el existente para saber qué tan viable y confiable pueden ser este tipo de cuestionarios o herramientas de medición del clima laboral y si en algo ayudan a la comunicación interna de la institución.

Al momento de aplicar el cuestionario surgieron diversos factores que interfieren a la hora de responder una encuesta: el tiempo para realizarla, incertidumbre de saber si lo que en ellos se plasmaba sería privado, desconfianza, indiferencia, esperanza, motivación, etcétera.

El cuestionario personal aplicado a mis compañeros, reflejó algunos resultados similares al cuestionario institucional, resaltando una amenaza latente en el sentido de

que los empleados no están percibiendo una adecuada comunicación organizacional y sus expectativas tanto personales como profesionales no se están cumpliendo al 100 por ciento, lo cuál ocasiona constante rotación de personal, descontentos, falta de motivación, resultados de nivel medio cuando pudieran ser de alta calidad y un rezago en materia de comunicación interna importante. Un alto porcentaje percibe la falta de atención brindada a este tipo de herramientas, por un lado aparece la confianza en que se tomaran en cuenta las necesidades manifestadas y por el otro lado, la desesperanza al no ver cambios.

El cuestionario constó de 20 preguntas, las respuestas más representativas para este trabajo, arrojaron los siguientes resultados: **Ver Cuestionario Personal: “Comunicación Interna en el IFAI”, Anexo 1.**

Pregunta 1: ¿Qué definición se acerca más a tu concepto de comunicación interna?

Respuesta: El 90% de los encuestados contestaron que es una herramienta para acercar a los integrantes de una organización, desde el nivel jerárquico más alto hasta el más bajo.

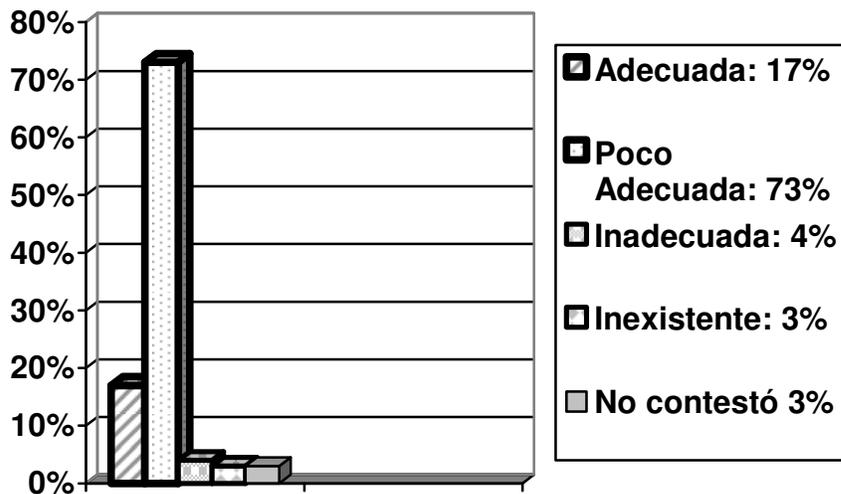
Cabe mencionar que en esta pregunta, se proporcionaron tres opciones de lo que podría entenderse como comunicación interna, para partir del principio de nivel de conocimiento.

La respuesta en términos generales, denota que existe un conocimiento de lo que el tema implica. El concepto es sólo una idea que seguramente se logrará complementar con las definiciones expuestas en el capítulo uno.

Pregunta 3: ¿La relación entre Unidades Administrativas, Comisionados y Secretarios es?

Respuesta: El 73% de los encuestados afirmó que existe una relación poco adecuada entre unidades administrativas, comisionados y secretarios y que incluso al responder la pregunta número cuatro, afirman que entre las propias áreas sucede lo mismo al no existir reuniones frecuentes donde se toquen temas de auto-evaluación o planeación.

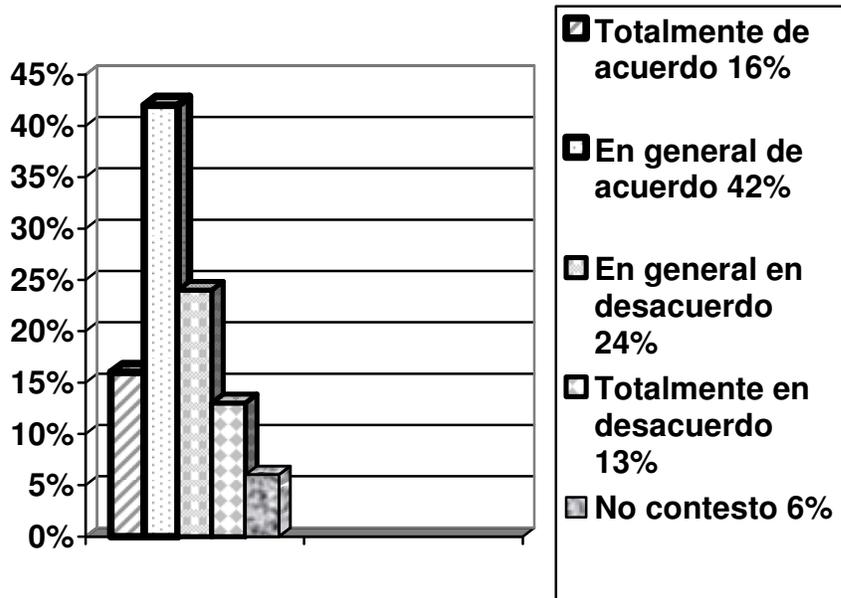
RESULTADOS CUESTIONARIO PERSONAL



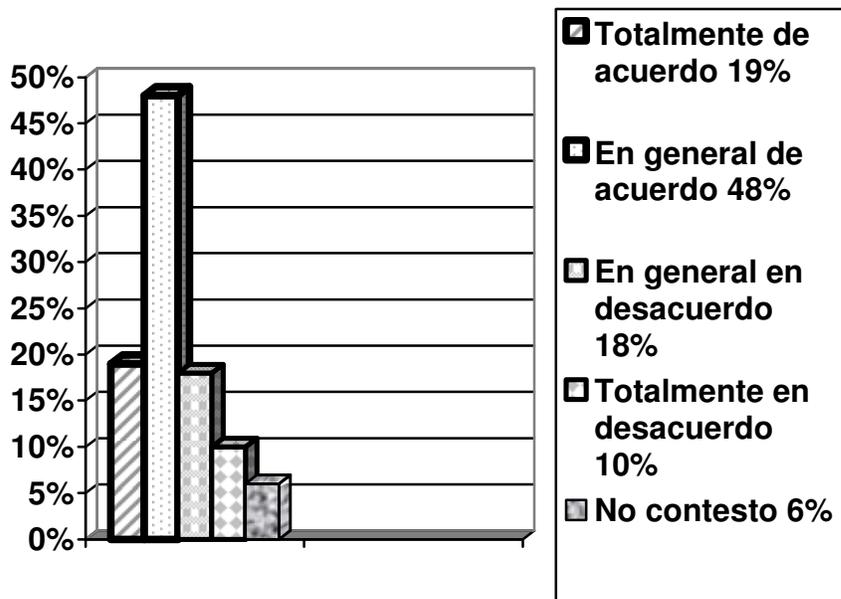
RESULTADOS CUESTIONARIO IFAI 2006

En el caso del cuestionario de Clima Laboral aplicado por el IFAI, la pregunta esta planteada en el sentido de cooperación y no de relación como en el personal, en este caso se dividió por áreas: comisionados, secretarios y directores generales, quedando las gráficas representadas, de la siguiente manera:

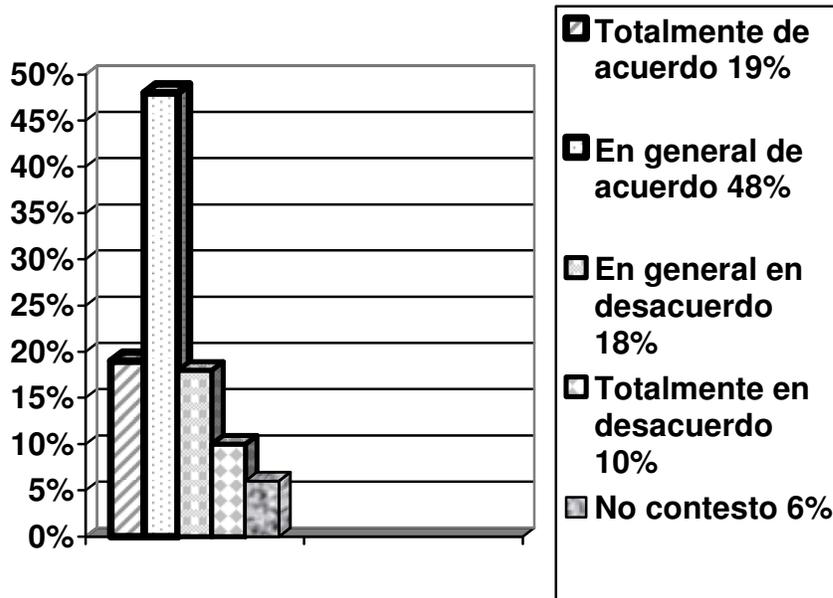
Cooperación entre Comisionados: 42% en general de acuerdo



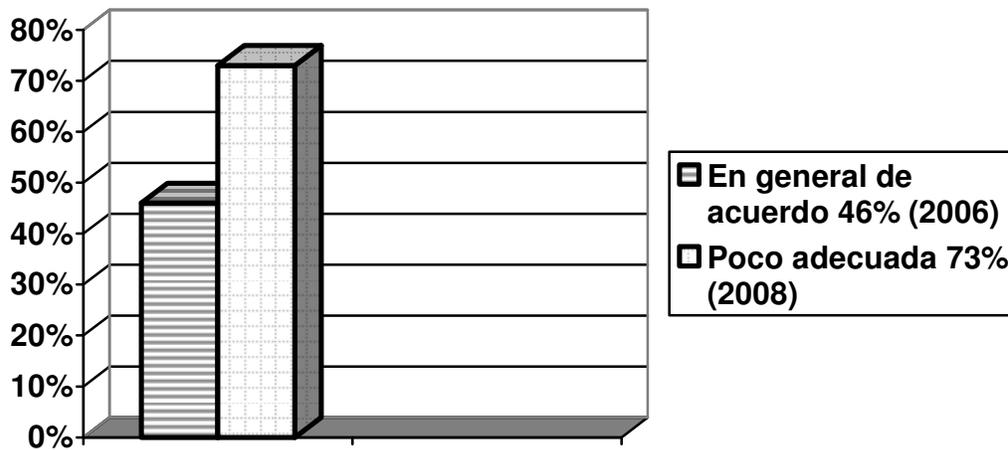
Cooperación entre Secretarios: 48% en general de acuerdo



Cooperación entre Directores Generales: 48% en general de acuerdo



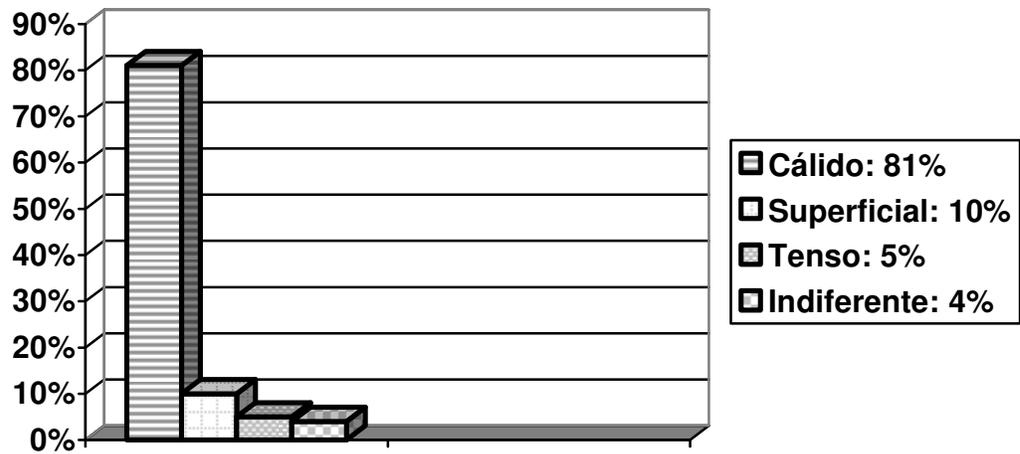
COMPARATIVO PREGUNTA 3 CUESTIONARIO PERSONAL E IFAI:



Pregunta 6: ¿El trato que tiene tu jefe hacia ti es?

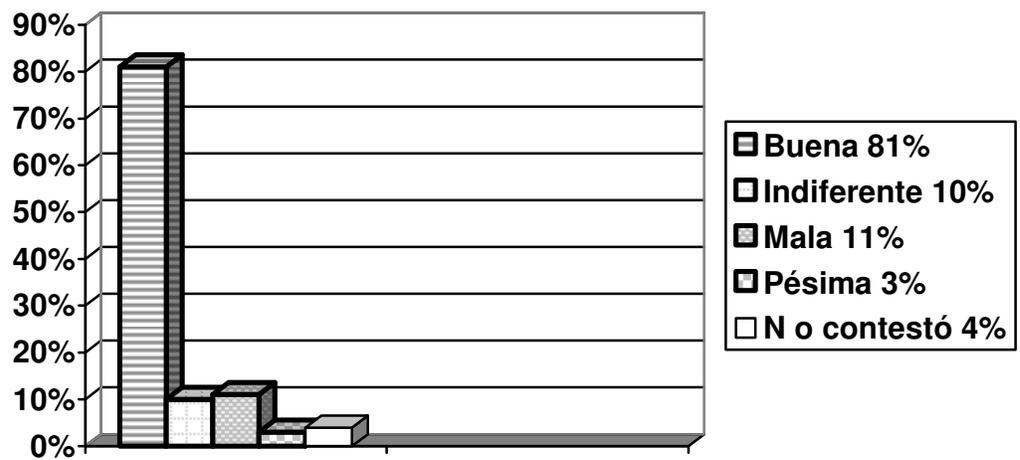
Respuesta: Existe la percepción de un trato cálido entre jefes inmediatos y empleados.

CUESTIONARIO PERSONAL



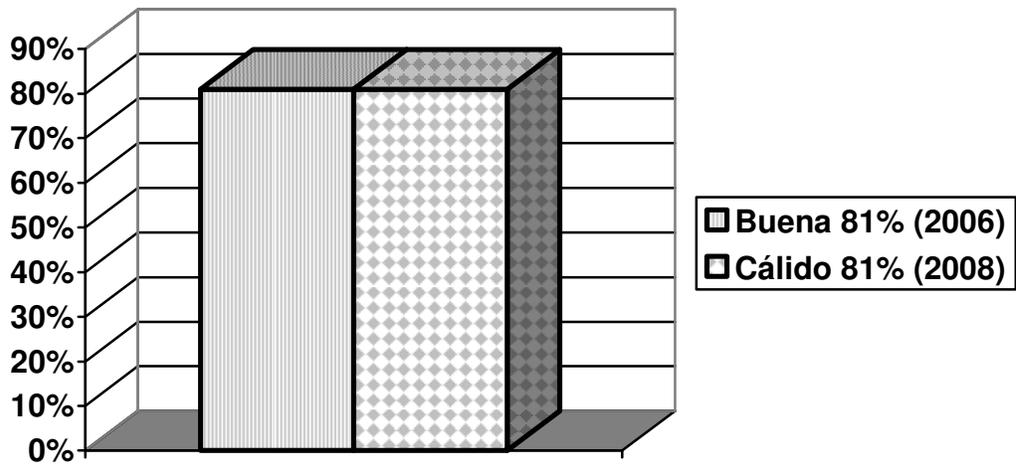
CUESTIONARIO IFAI 2006:

La pregunta planteada fue “La relación con mi jefe inmediato es:”

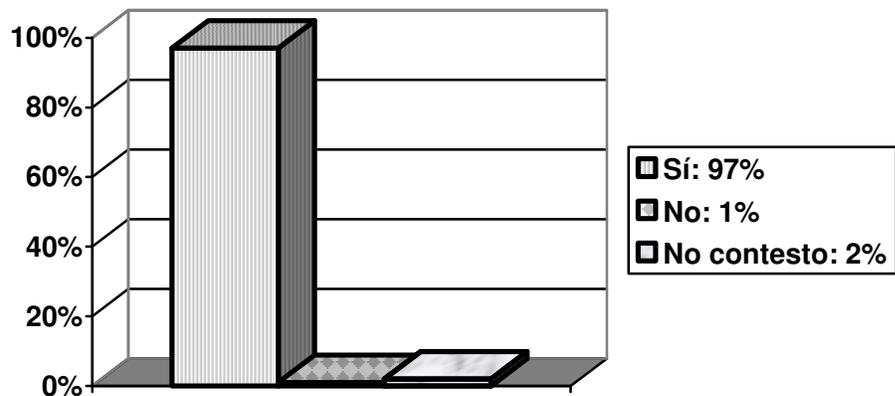


COMPARATIVO PREGUNTA 6 CUESTIONARIO PERSONAL E IFAI:

Si interpretamos de igual manera el calificativo de *cálido* que se da en el cuestionario personal y *buena* en el institucional, los resultados arrojan que persiste el mismo sentimiento de 2006 a la fecha.



En la **pregunta 8**, la idea era observar si mis compañeros identificaban la misión y visión del Instituto y me es grato comentar que el 97%, las conoce y aplica día con día en sus labores.



En el cuestionario institucional este tipo de preguntas no se manejaron, en su momento tal vez no fueron consideradas de relevancia, sin embargo lo son y aunque no haya punto de comparación, los resultados fueron satisfactorios.

Partiendo de un supuesto, se considera que estando bien a nivel personal, anímicamente, sintiendo que el ambiente es agradable al igual que el trato que se recibe por parte del jefe inmediato o los compañeros, es mucho más satisfactorio nuestro desarrollo laboral.

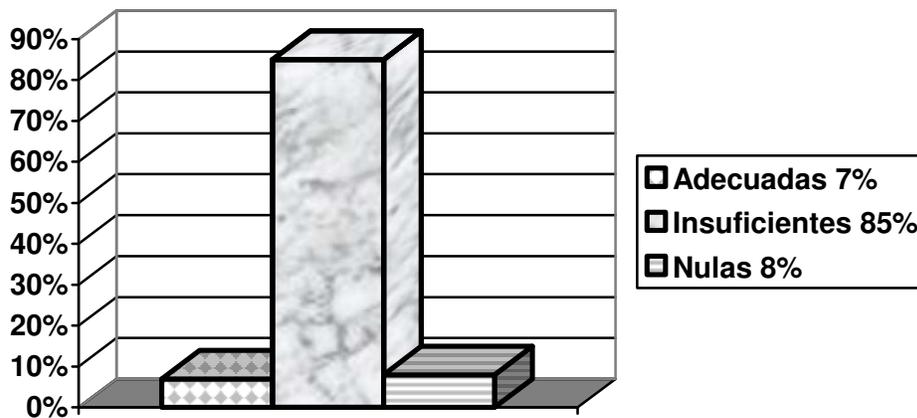
La experiencia personal ha demostrado que estando en un ambiente de trabajo con condiciones óptimas tanto materiales como humanas, nuestro desempeño laboral será más exitoso y nuestros pensamientos y acciones más positivas y por ende se dará un cambio de actitud que favorecerá a todos los involucrados en esta relación de trabajo, dando lo mejor de nosotros mismos, exigiendo y retribuyendo al mismo tiempo lo que se aporta a la institución y ésta a sus empleados, para que todo sea cíclico y equilibrado.

El día que al levantarnos por la mañana no tengamos deseos de acudir a nuestro trabajo y el sentimiento sea de hastío, agobio, frustración o bien cansancio, es momento de reflexionar sobre nuestras condiciones laborales y personales, preguntándonos si debemos continuar en donde estamos o es momento de partir en busca de nuevos horizontes con nuevas expectativas y metas.

Ante este tipo de situaciones es donde la comunicación interna juega un papel muy importante en la vida profesional y emocional de un empleado, ya que el objetivo de cualquier organización, empresa, Instituto o núcleo, es alcanzar las metas propuestas mediante el trabajo en equipo, buscando que éstos brinden calidad en lo que hacen, venden, ofrecen o anuncian.

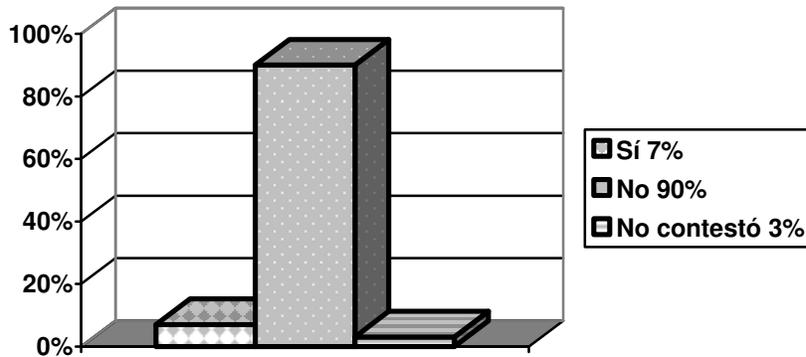
Y retomando las preguntas más sobresalientes del cuestionario, al preguntarles si en el IFAI perciben la existencia de acciones en materia de comunicación interna (**pregunta 14**), la respuesta fue si, pero las califican como insuficientes en su mayoría.

RESULTADOS CUESTIONARIO PERSONAL



Como en la pregunta 8, no existe un comparativo, sin embargo en la pregunta número 20 y última, dónde se les pregunta si los cuestionarios de clima laboral aplicados por la institución con anterioridad han mejorado la comunicación interna, el 90% contestó que no, 7% si y 3% se abstuvo de hacerlo.

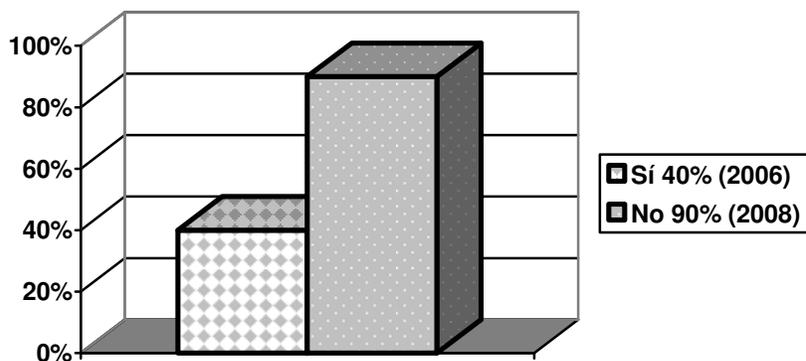
RESULTADOS CUESTIONARIO PERSONAL



Si el cuestionario de clima laboral de 2006 aplicado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional a los empleados del IFAI, había arrojado la confianza que tienen los servidores públicos en sus representantes o autoridades para atender los resultados de dicha encuesta, actualmente nuestra percepción como servidores ha cambiado y como ya se mencionó anteriormente, no confiamos en que valga la pena externar nuestras opiniones o necesidades puesto que nada se hace al respecto. **Ver “Clima Laboral 2006”, Anexo 7.**

COMPARATIVO CUESTIONARIO PERSONAL E IFAI:

Si interpretamos la respuesta del cuestionario del IFAI como que la aplicación de este tipo de herramientas ha mejorado la comunicación interna de la institución, los resultados quedarían reflejados de la siguiente manera:



Los comparativos anteriormente expuestos, muestran que como empleados conocemos y ponemos en práctica la misión y visión del Instituto, externamos la necesidad de implementar mejoras en cuanto a la comunicación interna porque la percibimos insuficiente, reconocemos la importancia que debe tener para la institución, y lo más importante, es que lejos de renunciar a nuestra labor cotidiana nos sentimos satisfechos de ser integrantes del IFAI porque creemos en lo que ésta institución representa y lo hacemos con la convicción de ser servidores públicos de calidad.

Como empleados necesitamos estímulos, trabajo en equipo, actividades que mejoren la relación entre compañeros así como nuestro ambiente laboral y en este sentido, las actividades recreativas sugeridas a favor de la relación personal entre compañeros fueron: visitas guiadas a sitios de interés, excursiones, torneos deportivos, cineclub, juegos de mesa, etcétera, sin dejar obviamente de lado los cursos de capacitación que actualmente se implementan.

Continuando con la parte interna, encontramos que existen otras variantes capaces de influir dentro de este apartado, que se mencionaron en el capítulo uno al hablar sobre comunicación.

3.1.1.1 Redes de comunicación: formales e informales.

La comunicación formal es aquella que se genera en el ambiente de trabajo y que tiene como tema el ramo laboral, es la información que se maneja día con día para realizar las labores cotidianas, va de arriba hacia abajo, vertical, horizontal o cíclicamente. La informal por su lado, es aquella que se genera en lo que vulgarmente se conoce como “información de pasillos”, son los rumores, los chismes que finalmente son información mal entendida o mal interpretada que va a generar “ruido” dentro del ambiente de trabajo, es como el juego del “teléfono descompuesto”, la información conforme pasa de boca en boca se va desvirtuando hasta llegar el momento en que deja de ser un rumor y se convierte en un chisme.

En el caso del IFAI no es la excepción, el trato entre compañeros resulta siempre complicado por el simple hecho de que no somos iguales, cada uno poseemos nuestro propio carácter, educación, principios, cultura, gustos, necesidades, etcétera, por lo que es difícil congeniar al 100%, sin embargo siempre se llega al equilibrio dado que pasamos más tiempo conviviendo entre compañeros que con nuestras propias familias.

3.1.1.2 Medios de comunicación.

Dentro del IFAI contamos con medios de comunicación internos tales como: volantes, boletines, memorandum, notas informativas, oficios, carteles y un periódico mural, que

poseen información de carácter laboral, institucional que se genera para el interior y exterior para cumplir con las actividades y objetivos del Instituto.

Lo importante de este tipo de comunicación como en cualquier otra, es expresarnos de forma clara, precisa y oportuna para evitar que se genere un rumor o se mal informe. Actualmente se esta buscando que la información no sea estrictamente impresa, sino que también se haga uso de la tecnología y sea de manera electrónica, con lo que se agilizarían los tiempos y reducirían los recursos.

El caso del periódico mural existente en el IFAI, pretende ser un vínculo entre compañeros y no sólo institucional como es prácticamente hoy en día, sin embargo en el apartado de propuestas se detallará más en qué consiste y para qué es útil.

3.1.1.3 Cultura Organizacional.

La cultura organizacional, parte de las creencias que se tengan, los valores, la formación cultural y profesional de cada uno de los integrantes de la organización, lo cual se verá traducido en la relación y comunicación que exista entre ellos.

Cultura organizacional, no sólo es la manera o actitud que se adopte para realizar nuestras actividades cotidianas, sino también el ambiente que acogemos como institución al momento de desarrollarnos, es la manera en que nos desenvolvemos día a día, los valores impuestos a favor del bien común, cumplir con la misión y la visión institucional.

En el caso del IFAI, existen lineamientos internos para la ocupación de las plazas vacantes, un evaluador externo (empresa contratada para tal efecto) es quien selecciona los posibles candidatos a concursar la plaza en cuestión, previamente se le hacen llegar los currículum de los aspirantes, generalmente son entre ocho y diez opciones, mismas que el evaluador determina si cumplen o no con el perfil académico establecido para el puesto, posteriormente se pasa a la etapa de entrega de documentación, se asigna fecha de examen, se entrega bibliografía a los aspirantes y se aplica la evaluación, la cual consiste en aspectos generales del puesto, en información de carácter institucional, es decir, temas de transparencia basados en el Marco Normativo del IFAI, en el Reglamento Interior del mismo, en la bibliografía otorgada y una evaluación psicométrica, para que de ahí se forme lo que conocemos como *terna* o etapa final a donde sólo llegan tres candidatos quienes serán entrevistados por el jefe inmediato y serán elegidos de acuerdo al puntaje de calificación obtenido, habilidades, experiencia y manejo del tema, entre otras cosas.

La importancia de los procesos de selección de personal, dentro de la cultura organizacional, es de gran importancia en el sentido de que se esta tratando de formar un equipo de trabajo lo más sólido y completo posible, de conformar un grupo de personas con grandes habilidades, conocimientos, experiencias, actitudes y aptitudes ejemplares, que logren concretar el o los objetivos de la institución, siempre acordes a la misión y visión del lugar.

Uno de los grandes errores tanto a nivel institucional como personal, profesional, laboral o incluso familiar, es no replantear constantemente nuestro pensamiento estratégico,

nuestros objetivos, nuestra misión y visión, ya que éstos no pueden permanecer estáticos o inmóviles, siempre deben estar acordes a nuestros logros cotidianos y a las metas que se van cumpliendo y que con éstas llegan nuevos retos, nuevos proyectos, nuevas formas, el cambio.

3.1.1.4 Motivación.

Dentro de los mecanismos internos a favor de la comunicación, encontramos a la motivación, la cual consiste en retribuir en la manera de lo posible lo que el empleado entrega a la institución o lugar de trabajo, recompensar sus esfuerzos, sus logros, permitirle alcanzar el desarrollo anhelado en el ámbito laboral.

En el IFAI existe poca motivación para reconocer el aspecto laboral, lo cual produce insatisfacción, sin embargo se trabaja con calidad y entrega dando siempre lo mejor, por lo que es importante revalorar esta situación para que de forma homogénea se logre el éxito laboral dentro y fuera de la institución.

El factor humano dentro de cualquier organización es elemental, debe existir respeto, cordialidad, reciprocidad, honestidad, solidaridad, igualdad en trato, justicia y reconocimiento, esto es motivación.

Cabe mencionar que al referirme a retribuir, no se esta hablando en términos generales, al sentido económico, sino al humano primordialmente. Cuando una persona labora, indiscutiblemente el dinero es la motivación número uno, como parte de una necesidad o instinto de sobrevivencia, sin embargo detrás de esta primera impresión, existe

también el desarrollo profesional y personal, ya que gracias a ese empleo se podrán alcanzar otras metas.

Lo importante de esto, es que la labor que realicemos sea cual sea, debe siempre de satisfacernos, realizarse dando lo mejor de nosotros mismos, debemos disfrutar lo que hacemos, verlo no como una obligación, necesidad o deber, sino más bien como parte de nuestro desarrollo personal, retribuir con trabajo, esfuerzo, logros, lo que la institución nos paga, pero al mismo tiempo, hacer que ésta, sea empática con los empleados y proporcione las condiciones necesarias para laborar dignamente, partiendo en primera instancia por el factor humano, y posteriormente si fuera el caso, con algún otro tipo de incentivo ya sea económico, material, de capacitación, de reconocimiento curricular, etcétera.

Dentro de las propuestas que se pretenden sugerir para el IFAI, existe la de implementar este tipo de incentivos, que generen un nivel de satisfacción aún mayor para quienes laboramos en el instituto.

El ser humano responde en todo momento a estímulos, emociones, sensaciones, percepciones, somos en pocas palabras pasionales, aunque claro como en todo, existen las excepciones, sin embargo, ¿a quién no le gusta ser reconocido o recompensado por sus acciones, aptitudes o habilidades?

El factor motivación, es una de las herramientas básicas dentro del desarrollo humano, de manera consciente o inconsciente, existe el deseo de que al finalizar una tarea o

alcanzar una meta, tendremos una recompensa por ello. La motivación es lo que nos impulsa a alcanzar nuestros sueños.

Frases tan simples como *gracias, felicidades, buen trabajo*, pueden lograr que nuestro día sea mucho más placentero y productivo a que si en lugar de ello, recibiéramos un mal trato, frases irónicas o de menosprecio ya sea a nuestras labores o a nivel personal por parte de nuestros compañeros o nuestros superiores.

3.1.1.5 Capacitación.

Para que una persona genere un excelente trabajo, debe estar constantemente capacitada y a la vanguardia en los temas que aborda, por ello es de suma importancia este apartado dentro del desarrollo profesional del empleado.

En el IFAI por fortuna, se cuenta con recursos destinados exclusivamente para capacitación y desarrollo del personal, sin embargo no están aprovechados al máximo, debido a dos factores: tiempo y promoción.

En el instituto los cursos de capacitación han sido en términos generales excelentes, el único inconveniente es que casi siempre se imparten a finales de año, acción que a mi parecer desmerita el objetivo de los mismos debido a la premura con que se llevan a cabo. Es necesario que el área correspondiente, tenga contemplados oportunamente los recursos que se destinarán a estos cursos, así como la cronología de los mismos.

Los cursos deben ser dinámicos, ilustrativos y concretos, así como también, los contenidos, deben satisfacer nuestras inquietudes o demandas con temas de interés común; el instructor debe tener la capacidad de *envolver* a su auditorio en el tema y transmitirle los objetivos del mismo, debemos aprender de ellos, participar, proponer y aportar nuevas ideas para posteriormente ponerlas en práctica.

Se debe propiciar la participación de la mayoría de la población del IFAI, creando conciencia y facilidades para que se otorguen los permisos pertinentes para cubrir con el tiempo y el temario de los mismos.

Por otro lado, el segundo factor de importancia al hablar de capacitación, es la promoción de los cursos, la cual por desgracia es escasa. Cuando se trata de cursos al interior del IFAI, se extiende la invitación generalmente vía correo electrónico a todo el personal, sin embargo en cuestión de capacitación fuera de la institución, llámense cursos, talleres, diplomados, seminarios, apoyo económico para maestrías, etcétera, impartidos por otras instituciones, no existe la difusión necesaria, muchos incluso ignoraríamos que existen este tipo de prestaciones o beneficios para los trabajadores.

Este tipo de capacitación no sólo requiere del permiso del jefe inmediato, sino también del visto bueno de la Dirección de Desarrollo Humano, para lo cual se debe llenar un formulario en donde se justifique la acción de aprendizaje, con base en las funciones que desempeña el servidor público y los resultados que obtendría o el beneficio tanto a nivel personal como laboral una vez concluida la capacitación. Para ello indiscutiblemente, el tema del presupuesto disponible, resulta de vital importancia.

3.1.2 Análisis del entorno

Para este apartado se tomará en cuenta como su nombre lo indica, los factores que intervienen en el IFAI provenientes del exterior, esto nos servirá para ubicar la posición actual del Instituto, que sumado al análisis situacional interno nos permitirá realizar el diagnóstico.

El tema de la política de comunicación y la transparencia, son hoy en día para México sinónimos de apertura, de relación, de intercambio, de esperanza y de edificación de nuevos proyectos a favor de la sociedad, es romper con los esquemas tradicionales que pese a los intentos de cambio, persisten cubiertos de opacidad, corrupción y desigualdad.

El término información equivale al derecho de exigir, es una herramienta para cuestionar, opinar, sugerir y hacer valer nuestra democracia.

Pese a que como sociedad existen diversos distractores, refiriéndonos a todo aquello que interviene en nuestra toma de decisiones, en nuestros pensamientos, acciones, costumbres, cultura y demás (medios de comunicación, intercambio social, influencia de otros países, etcétera), nuestro país ha logrado un avance en el ejercicio de sus derechos al hacerse escuchar, al involucrarse en los acontecimientos que le afectan, participando, informándose y manifestándose en sus diversas expresiones.

Cultural y socialmente, hemos logrado avanzar, sin embargo falta mucho por hacer y la tarea es ardua. Durante un curso de capacitación en el IFAI, la instructora insistió en hacer la diferencia entre lo que es un individuo y lo que es un ciudadano, concluyendo en que el primero no interfiere en lo que pasa a su alrededor, y el segundo si desde el momento en que ejerce sus derechos y obligaciones como ciudadano, es decir participa, actúa, hace algo a favor de su país, de su entorno, se preocupa por el bienestar social.

Sin embargo, también hay que reconocer que así como se ha realizado un avance en cuestión de conciencia ciudadana, también existe demasiada desconfianza hacia nuestros gobernantes, por lo que de no transparentarse su gestión y ver realmente un cambio, podríamos caer en la terrible indiferencia.

Políticamente, el sexenio del presidente Vicente Fox, creó demasiadas expectativas en México, la llamada época de transición, *del cambio*, llegaba aquel 2 de julio inolvidable para muchos e importante indiscutiblemente en la vida política de nuestro país para otros.

La primer muestra de cambio, de confianza y credibilidad, sería pues transparentar la gestión del gobierno federal, hecho que marca el decreto de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, así como la creación del IFAI, que como ya se mencionó anteriormente, sus funciones básicas, serán garantizar el derecho de acceso a la información pública en manos del gobierno, la

protección de datos personales y promover la formación de la cultura de la transparencia y rendición de cuentas a la sociedad.

Dentro del análisis del entorno, no sólo el terreno político ha jugado un papel muy importante en la vida del IFAI y sus actividades, sino que también para realizar nuestro diagnóstico, debemos tomar en cuenta otro factor de gran relevancia: el social, la percepción que la sociedad tiene del instituto.

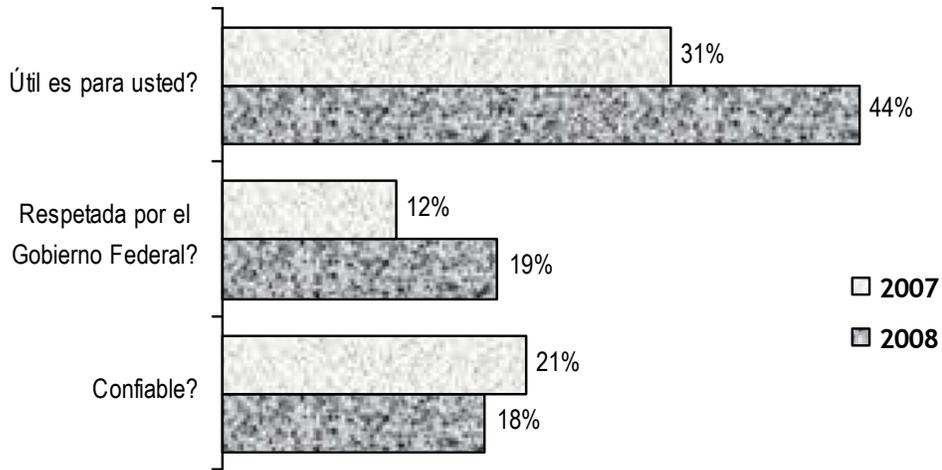
Para ello, tomaremos como base, estudios presentados por la Dirección General de Comunicación Social, como parte de la campaña de difusión del IFAI y la divulgación de la cultura de la transparencia, mismos que fueron realizados por empresas especializadas en la materia.

A continuación se exponen las siguientes gráficas obtenidas del estudio de opinión, encuesta Cara a Cara 2008, realizado por la empresa SIGMADOS, S.A. de C.V., eligiendo sólo las preguntas más representativas para el tema que se aborda.

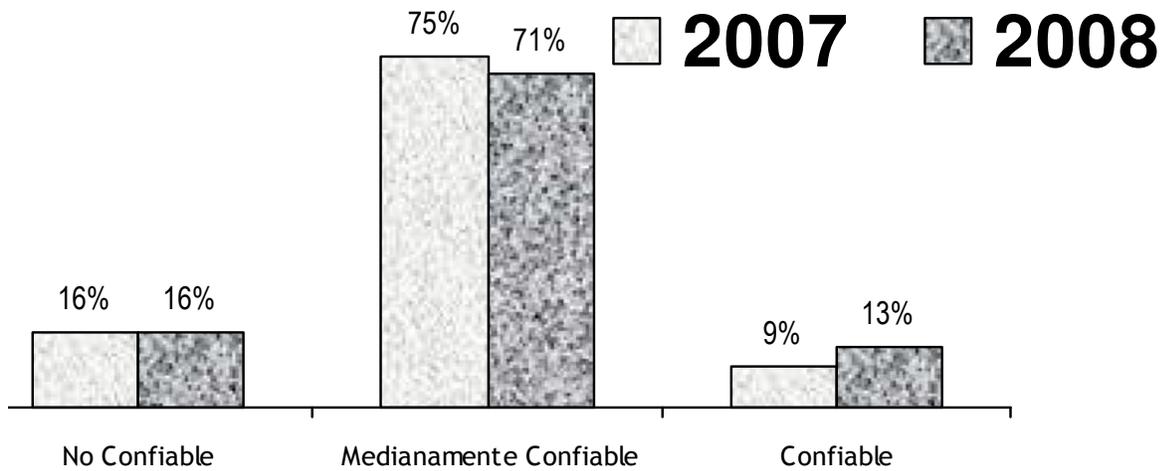
Conocimiento de la Ley de Transparencia (comparativo)



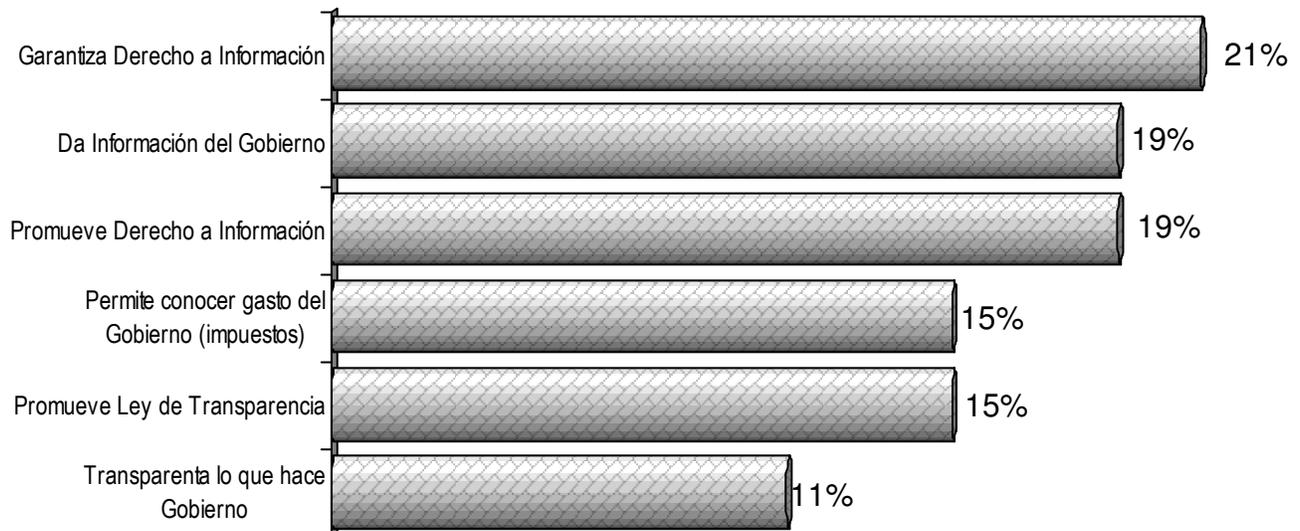
¿Qué tan..... la Ley de Transparencia?



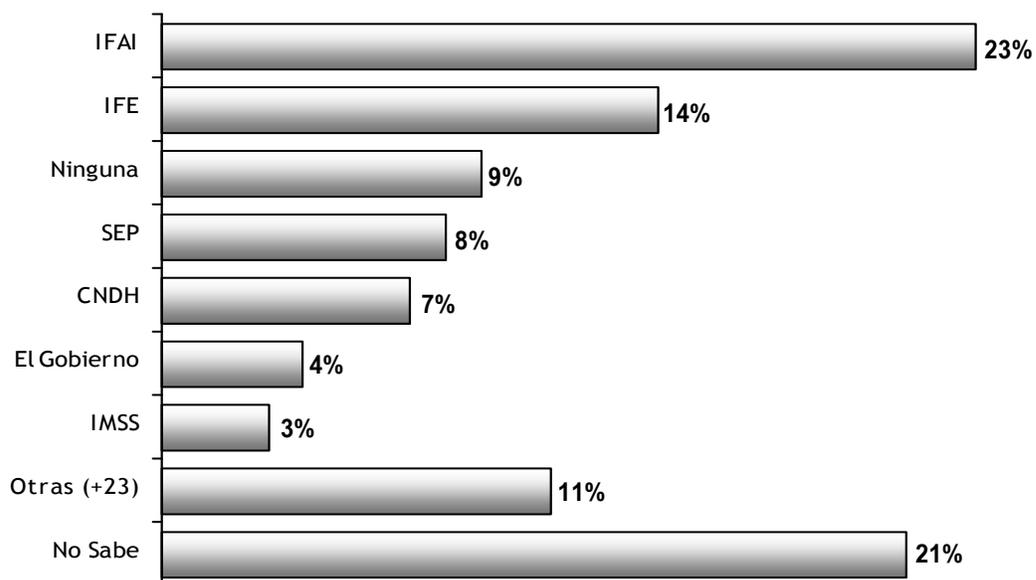
Desde su punto de vista, ¿qué tan confiable es la información que puede darnos el Gobierno Federal?



¿Qué hace o a qué se dedica el IFAI?



¿Cuál de las instituciones o dependencias que hay en México promueve más la cultura de transparencia en el país?



El IFAI hasta finales de junio de 2008, habría acumulado 317, 497 solicitudes de información, los temas son diversos y pueden ser desde los más triviales hasta temas que finalmente tienen que ver con la vida política, social, cultural, de seguridad, etcétera de nuestro país.

Gracias a las solicitudes de información realizadas por la sociedad, periodistas o curiosos, el IFAI ha ordenado a diversas dependencias de la Administración Pública Federal, abrir expedientes y hacerlos públicos. Si bien es cierto, existen los casos en donde la información se encuentra reservada, es inexistente o bien no se puede proporcionar porque abarca información confidencial o datos personales.

Algunos de los temas más nombrados por la prensa en donde el IFAI intervino, fueron por ejemplo el caso Fobaproa en 2005, el accidente de Ramón Martín Huerta en 2006, el cual se hizo público pero consta de documentos que se mantienen bajo reserva por poseer datos confidenciales y estar en proceso de investigación, por otro lado en 2007 el caso en donde el IFAI ordenó a la Presidencia de la República transparentar la transición del gobierno Fox-Calderón, el caso Zongolica (Ernestina Ascencio), caso controversial porque las versiones existentes de la muerte de la anciana de Zongolica, Veracruz, fueron por un lado violación y por el otro gastritis, que tuvo como respuesta de Presidencia, inexistencia oficial de documentos, otro caso en 2007 del tema de la efedrina, Zhenli Ye Gon, el caso Bribiesca en 2008, los gatos, llamadas, visitas, etcétera de Martha Sahagún, los contratos de PEMEX con la familia Mouriño, etcétera.

Ver Hemerografía, Anexo 8.

Antes estas y otras solicitudes, la sociedad ha podido adentrarse de manera más directa a los temas que le interesan o afectan y México se ha colocado dentro de los primeros países en que hacen valer este derecho y cumplen cabalmente con sus obligaciones.

Sin duda alguna, el observar el exterior y unirlo al interior es lo que finalmente le da al IFAI su “personalidad” y lo conforma como tal. Se pudiera hablar de otros factores externos no menos importantes, sin embargo sería demasiado extenso y tal vez no tan necesario para éste trabajo de tesina, pero hay que dejar muy claro que el hablar del exterior nos va siempre a remontar a todos los factores que directa o indirectamente afectan un ente.

3. 2 Análisis FODA

FODA, es una herramienta que nos permite realizar un panorama, análisis, de la situación actual que vive una institución, una empresa o incluso hasta uno mismo como persona, con la intención de diagnosticar y tomar decisiones acordes a favor de nuestro objeto de estudio. Un análisis FODA, se compone estructuralmente de los siguientes factores: lo interno: fortalezas y debilidades y lo externo: oportunidades y amenazas.

F=Fortalezas

O=Oportunidades

D=Debilidades

A=Amenazas

Una vez realizado el análisis situacional (interno) y del entorno (externo) del IFAI en el apartado anterior, encontramos lo siguiente:

Las **fortalezas** del IFAI en términos generales son:

- El objeto de su creación: transparencia y acceso a la información pública gubernamental.
- Recursos humanos con los que cuentan la institución
- La autonomía que tiene el Instituto al momento de tomar decisiones, reclutar personal, ejercer sus recursos y crear sus políticas, estrategias o planes de trabajo.
- Los cursos de capacitación que se manejan al interior de la institución, son una excelente herramienta no sólo para darle mejores armas profesionalmente hablando a los empleados, sino también para capacitarlos como servidores públicos, inculcando en ellos el servicio de calidad, valores y principios que como seres humanos deben poseer y llevar a la práctica en sus quehaceres diarios como personas y ciudadanos.
- El cariño, lealtad y compromiso de servicio que tenemos los servidores públicos del IFAI para con nuestra institución y que se demuestra en el trabajo cotidiano y los resultados hacia el exterior.
- El IFAI es una institución pequeña en comparación con otras.
- El tipo de servicio que ofrece el Instituto es en éstos momentos uno de los más solicitados por la sociedad y le podría en un futuro no muy lejano consolidarlo como una Institución número uno en el país si continua manejándose respetuosa, transparente e íntegramente como hasta hoy lo ha hecho,

desligándose de la mala imagen que tienen las instituciones de gobierno, al caer en la corrupción, el incumplimiento o la mentira.

Oportunidades:

- El momento político en el que se crea el Instituto.
- Institución joven.
- El tema transparencia es hoy en día un tema de relevancia a nivel nacional y mundial.
- El interés ciudadano por acceder a la información pública va en aumento. La aceptación social reflejada en el número de solicitudes de información y recursos de revisión interpuestos que en términos de respuestas, han sido en su mayoría resueltas a favor del solicitante, lo demuestran.
- El IFAI esta logrando captar a una gran mayoría del público joven, que a futuro representa grandes beneficios.
- Mediante los instrumentos necesarios el IFAI, está logrando llegar cada vez a más lugares, lo que se traduce en un mayor conocimiento de la institución, sus actividades, así como también de la LFTAIPG, promoviendo la cultura de la transparencia y el acceso a la información pública gubernamental. Un ejemplo de ello es la creación del sistema INFOMEX.
- Si revisamos los resultados de los estudios de opinión y/o mercado anteriormente expuestos, podemos encontrar que el IFAI ha logrado obtener la confianza de los ciudadanos como institución.

- El IFAI logra captar la atención constantemente de los medios de comunicación, por los temas en los que ha intervenido, por sus resoluciones y por la importancia que éstas tienen para los ciudadanos y el país en general.
- Una oportunidad son los canales de comunicación internos que se tienen y los que pueden abrirse, gracias a la disposición del personal por generar un cambio que favorezca su ambiente de trabajo, sus condiciones laborales o sus metas personales.
- La aplicación de los cuestionarios de clima laboral, son una oportunidad pero se están convirtiendo en una amenaza al momento de no generar el cambio o no satisfacer las necesidades comunes.

Debilidades:

- El IFAI debe replantear constantemente su misión y visión para que estén siempre acordes los objetivos y las metas de la institución, involucrando en todo momento a todas las áreas.
- Crear conciencia de la importancia que tiene el factor humano a nivel institución.
- Necesidad de implementar mayores herramientas a favor de la comunicación interna y la interrelación del personal.
- Existe demasiada rotación de personal, lo cual puede generar inestabilidad, incertidumbre o descontento.
- Favorecer la motivación y el desarrollo profesional de los integrantes del IFAI, promoviendo su crecimiento laboral en la medida de las posibilidades del Instituto.
- Equilibrar los derechos y obligaciones entre los integrantes de la institución.

- Horarios de labores, donde se logre equilibrar la parte personal o familiar con la laboral.
- El manejo de recursos, presupuesto a las áreas que conforman la institución, puede representar una debilidad en caso de no ser adecuadamente otorgado y administrado a las áreas sustantivas.

Ejemplo de debilidades existentes en el IFAI, pueden manifestarse en los resultados de clima laboral, en donde en 2006 por ejemplo, se obtuvo la siguiente información:

- Se incrementó la percepción de que los servidores públicos del IFAI no logran equilibrar sus necesidades personales, familiares y laborales.
- Se generó un incremento ante la percepción que los empleados tienen al sentir que reciben acciones de maltrato en su entorno laboral.

Y un aumento en la percepción de la existencia de discriminación en las áreas.²⁷ **Ver “Clima Laboral 2006”, Anexo 7.**

Amenazas:

- De no sostener la credibilidad en la institución y sus funciones, el IFAI quedaría en el olvido, pasando a ser sólo estadística.
- Se debe cuidar el manejo de la difusión a todo momento, para evitar que la sociedad caiga en confusión, en torno a lo que es el Instituto o la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
- El IFAI jamás debe desistir de su misión y visión.
- Nunca debe dejar de lado la exigencia social.

²⁷ IFAI. *Clima Laboral 2006*, México, 2006, p.p. 57

3.3 Propuesta

Una vez realizado nuestro análisis FODA y haber obtenido el diagnóstico, se puede proceder a crear las propuestas, mismas que tratarán de beneficiar los aspectos básicos de la comunicación interna en el IFAI.

Para realizar cualquier propuesta se debe partir de una estrategia, la cual es una habilidad, destreza, el camino o medio que utilizamos a la hora no sólo de planear algo sino también de ejecutarlo en favor de un objetivo específico. Podemos decir que cuando tenemos una idea en la mente y deseamos ejecutarla, analizamos primero todo lo que nos conlleva a ella, ubicamos de qué manera puede ser más fácil o más difícil alcanzar la meta, las opciones y elegimos un plan o programa ya sea de manera mental o física.

Estrategias en favor de la comunicación interna existen seguramente muchas, todas las que se vengan a la mente cuando se trata de mejorar las condiciones laborales, profesionales o personales, sin embargo éstas, deben partir de la realidad y las necesidades que presente la organización o institución.

Como resultado del diagnóstico realizado a lo largo de este trabajo, encontramos también, la necesidad de una mejor convivencia e interrelación del personal, cuando en el cuestionario aplicado, se les preguntó qué actividades les gustaría se llevaran a cabo en el IFAI para mejorar la relación entre compañeros, las respuestas fueron: visitas guiadas a sitios de interés, excursiones y torneos deportivos principalmente, sin

embargo hay para quienes es importante retomar los torneos de ajedrez que alguna vez se realizaron en el IFAI y el famoso Cinecasito que eran funciones de cine una vez a la semana dentro de las instalaciones del IFAI y fuera de horarios de oficina.

Tal vez un fin de semana mensual o trimestral podría ser dedicado a una excursión familiar, o bien a un partido de football o basketball entre compañeros, en donde participen empleados de todos los niveles y en donde se genere una mejor convivencia que permita interactuar y conocerse a nivel personal.

En el caso de las visitas guiadas a sitios de interés, éstas podrían realizarse en grupos pequeños, turnando a los invitados para que todos tengan la oportunidad de disfrutar de este beneficio, los lugares se podrían elegir por votación.

Como ya anteriormente se mencionó, para favorecer la comunicación interna del IFAI se proponen las juntas o reuniones en dónde el Comisionado Presidente, Comisionados, Secretarios y Directores Generales, se acerquen más a los empleados para conocer sus inquietudes abriendo un espacio de libertad de expresión, respeto y toma de conciencia de lo que ahí resulte, así como también un medio por el cual los altos mandos distribuyan información importante para el Instituto y de lo cuál los empleados sean partícipes, ya sea reformas, avances, retrocesos, metas, alcances y realidades de la propia Institución, la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la postura social ante temas de transparencia, protección de datos o clasificación de información, etcétera.

Buscar continuamente, prestaciones atractivas para los empleados, obtener descuentos o promociones especiales en tiendas, espacios culturales, sitios de interés para la comunidad, agencias de viaje, restaurantes, cines o museos por ejemplo.

Los cursos de capacitación jamás deben perderse y sería prudente implementar de manera obligatoria, al menos la toma de un curso al año por servidor público y hacer un acuerdo mutuo, un compromiso entre jefes y empleados para que uno otorgue el tiempo y el otro otorgue resultados en sus labores cotidianas, aplicando lo aprendido.

3.3.1 Subdirección de Comunicación Interna

La primera propuesta que surge, es crear una Subdirección de comunicación interna, la cual debe estar conformada por un especialista en el tema y contar con la participación de quienes dirigen a la institución.

La idea es crear conciencia entre los integrantes de la organización, de que no es lo mismo la comunicación externa que la interna y que ésta no puede ser desarrollada por otras áreas como una función secundaria, sino por el contrario debe verse como una herramienta estratégica en favor de los intereses comunes y sobretodo de la misión y visión del IFAI.

Por desgracia las organizaciones hoy en día se preocupan más por la imagen externa que la interna, dan mucho más hacia fuera que hacia dentro, creyendo que lo más importante es cómo los perciben los demás, invierten sus recursos en campañas publicitarias, en difusión, en todo lo que representen el exterior, pero muy pocas veces

o casi nunca se preocupan por lo que tienen en casa, por lo que sus empleados externan o por las condiciones en que éstos se desarrollan.

El objetivo de creación de esta Área, es que los empleados puedan externar con mayor libertad sus inquietudes sobre su entorno laboral, la idea de ser escuchados siempre es grata y que mejor sería ser apoyados y que nuestras inquietudes se resolvieran. No sería un departamento de quejas, sino todo lo contrario un área donde se pudieran realizar las estrategias necesarias a favor de la mejor comunicación al interior de la organización.

La principal función de esta subdirección, sería crear un vínculo o puente para generar una comunicación constante en todos los niveles y que ese lazo que se está creando no se rompa con facilidad, sino por el contrario día a día se vea más reforzado, existiendo siempre la oportunidad de comunicación. Se debe crear con la firme convicción de su enorme aportación para la empresa o institución.

Se habla de una subdirección porque debe estar al nivel de otras áreas cuyas funciones son igual de sustantivas dentro de la propia Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional, además de que se apoyaría en la plaza de Jefatura de Departamento de Desarrollo Organizacional ya existente en el IFAI.

La segunda tarea que tendría esta subdirección, es crear credibilidad y confianza en los compañeros que conforman el Instituto, la efectividad que tendrá y los beneficios que nos aportará la creación de esta nueva plaza.

Retomando un formato de perfil curricular existen en el IFAI, el aplicable a la Subdirección que se pretende crear, sería el siguiente:

I DATOS GENERALES

Fecha de Elaboración:	
Ocupante del puesto:	
Denominación del puesto:	Subdirección de Comunicación Interna
Oficina de Comisionado (en su caso)	----- -----
Secretaría a la que pertenece:	Ejecutiva
Dirección General	Administración
Dirección de Área	Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional

II PROPÓSITO GENERAL

Planear, organizar y coordinar las labores de comunicación organizacional de la institución, con lo cual se logrará establecer las bases para un mejor trabajo en equipo, así como también concientizar a cada uno de los miembros que lo integran, de la importancia que representa la comunicación interna para mejorar el ambiente laboral y la calidad en el trabajo.

III FINALIDADES Y RESPONSABILIDADES GENÉRICAS

- ✓ Diseñar las estrategias de comunicación organizacional que se llevarán a cabo en el Instituto
- ✓ Poner en práctica las estrategias diseñadas mediante la realización de actividades programadas para el cumplimiento de los objetivos estratégicos
- ✓ Coordinar con las áreas involucradas (Desarrollo Humano y Comunicación Social), los procedimientos y cronograma a seguir en cada actividad

IV CONTENIDO ORGANIZACIONAL

PUESTO AL QUE REPORTA: Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional

PUESTOS QUE LE REPORTAN DIRECTAMENTE:

Jefe del Departamento de Desarrollo Organizacional

V NATURALEZA Y ALCANCE DEL PUESTO

AUTORIDAD Y TOMA DE DECISIONES

El ocupante del puesto tiene libertad para decidir y actuar de la siguiente manera:

- Sin necesidad de consultar:
 - Ninguna.
- Conjuntamente con otros:
 - Análisis de información y planeación de actividades

PRESIÓN DEL TRABAJO

Las circunstancias y periodicidad en las que el puesto tiene presión de trabajo son:

- Todo el tiempo

PROCESO DE PENSAMIENTO O SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Los principales problemas que tiene que resolver el puesto son:

- Que se aprueben los recursos materiales y humanos para llevar a cabo el programa
- Que los programas se aprueben en los tiempos establecidos
- Que el personal entienda el beneficio de la aplicación de un programa de comunicación organizacional
- Que exista la disposición en todo los niveles para la aplicación de las estrategias planteadas

Se basa para resolverlos en:

- En las instrucciones de su jefe inmediato y la aplicación adecuada de las estrategias programadas

VI RELACIONES INTERNAS

El titular del puesto mantiene relaciones internas con las siguientes áreas:

Clientes:

- ✓ Todas las áreas del Instituto

VII RELACIONES EXTERNAS

El titular del puesto mantiene relaciones externas con:

Proveedores:

- ✓ Si (Ofertantes de servicios varios)

Otras relaciones:

- ✓ Las que fuesen necesarias

IX PERFIL DEL PUESTO

CONOCIMIENTOS:

Conocimientos formales:

- ✓ Título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Áreas a fines al puesto que tengan la especialización en comunicación interna u organizacional.

Maestrías, doctorados u otros:

- ✓ No son obligatorias, sin embargo entre mejor preparado este el candidato la plaza podría ser más nutritiva en conocimientos y experiencias.

Conocimientos y grado de dominio:

- **Propios de la Institución**

- ✓ Básico Rendición de cuentas
Transparencia
Derecho de acceso a la información

- **Normatividad Legal**

- ✓ Básico Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
Reglamento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
Reglamento Interior del IFAI
Lineamientos del IFAI

- **Técnicos Específicos**

- ✓ Avanzado Comunicación organizacional, comunicación interna, relaciones públicas, desarrollo humano.

CONOCIMIENTOS DE SOPORTE

Idiomas:

- ✓ Básico Inglés (Deseable)

Manejo de Software:

- ✓ Intermedio Word
Excel
Power Point
Access
Outlook

EXPERIENCIA LABORAL MÍNIMA REQUERIDA Y ESPECIALIDAD

- ✓ Mínimo 1 año En oficinas de comunicación social, desarrollo humano, organizacional.

Además de lo anteriormente expuesto, la persona a ocupar el puesto, requiere facilidad de palabra, tener iniciativa, creatividad, tolerancia y una excelente personalidad que permita difundir adecuadamente los discursos no sólo propios sino de los directivos también, para que sean escuchados, valorados y entendidos para posteriormente ponerlos en práctica a favor del bien común. Convicción de lograr integrar a la comunidad para la cual trabaja y representa (los empleados por un lado y las autoridades por el otro), estar al nivel de ambos y ponerse en los dos extremos, ser coherente con sus actos y sus palabras y no olvidar la misión y visión por la que fue creado su encargo o plaza.

Como empleados nos sentimos desilusionados ante la falta de atención del tema, pero estamos convencidos de que se requieren acciones.

La creación de esta área en el IFAI podría representar tiempo de espera, sin embargo ante la urgente necesidad de implementar estrategias o herramientas a favor de la comunicación organizacional, se puede trabajar en corto plazo con lo que ya se tiene, se podrían reorienten los objetivos de la Dirección de Desarrollo Humano y

Organizacional, involucrando a las demás unidades administrativas, con reuniones esporádicas en donde se aborde la situación de los empleados de cada área, y para que esto funcione a su vez cada unidad administrativa, debe contemplar dentro de sus actividades, reuniones exclusivamente para conocer las inquietudes de su personal a cargo, reuniones de clima laboral.

Propiciar que se destinen mayores recursos al tema de capacitación y contemplar la idea de los estímulos hacia el personal, la realización de actividades recreativas, etcétera, serían un buen inicio.

El subdirector (a) debe hacer públicos los resultados obtenidos en materia de comunicación interna, realizar evaluaciones que lo constaten y pedir a su vez que sean sus propios compañeros y las autoridades del IFAI quienes evalúen sus funciones y califiquen sus acciones, debe existir la retroalimentación de información, de inquietudes, de conocimientos y experiencias.

Existe la firme convicción de que esta propuesta funcione, al lograr demostrar que la base de toda organización es la adecuada interlocución, un adecuado ambiente laboral y propiciar las condiciones necesarias para que los empleados se sientan satisfechos en el terreno laboral y personal.

Así pues, la tarea que se tiene es velar por el buen clima laboral, asesorar a cada una de las áreas ante un problema de comunicación entre los que la integran, a partir del reconocimiento del nivel de comunicación que se tiene en el momento en que se

suscitan los hechos, poder diseñar un programa apegado a las necesidades específicas y reales de ese grupo, ya que no en todos los casos se pueden aplicar las mismas herramientas.

Difundir las prioridades con que cuenta la institución tanto a nivel general como en el terreno organizacional, dar seguimiento a las peticiones, inquietudes, comentarios o sugerencias que les hagan llegar y sobretodo brindar los mecanismos suficientes o los medios adecuados tanto a los directivos como a los empleados al momento de comunicarse.

Y finalmente, el representante de esta área, debe ubicar estrategias a corto y mediano plazo, tener vocación, ética profesional y amor por la profesión que escogió y las funciones que se le han encomendado, para que sus objetivos jamás se pierdan o se vean manipulados.

3.3.2 Buzón

Como parte de las estrategias a favor de la comunicación interna en el IFAI, la segunda propuesta que sería aplicable para realizar encuestas o diagnósticos de clima laboral, es el uso de sistemas tecnológicos que faciliten la participación de los empleados.

En la mayoría de los casos, el tiempo, desinterés, el temor a las represalias o bien la falta de espacios acondicionados con los recursos materiales, humanos o técnicos, dificultan que los programas se lleven a cabo, motivo por el cual, la siguiente propuesta

radica en realizar un buzón que permita de manera anónima, rápida y práctica, recopilar las inquietudes, necesidades, sugerencias y demás demandas que existen al interior del IFAI.

Cabe mencionar que esta idea surge a partir de una experiencia laboral previa al IFAI, en donde se realizó un proyecto similar a favor de la comunicación interna, en ese entonces se aplicó a una empresa del sector privado y pese a cualquier pronóstico, logró cumplir su cometido.

Esta propuesta va de la mano con la creación de la Subdirección, ya que sería una herramienta más para cumplir con sus funciones, se podría realizar un programa piloto de espacio abierto para que se comiencen a conocer cuales son las inquietudes, necesidades o comentarios del personal del IFAI.

Quien se encargue de este proyecto tendría la función de canalizar a las áreas correspondientes las peticiones de los usuarios y darles seguimiento, así como sucede con las solicitudes de información que la sociedad emite a las diversas entidades de la administración pública. Sería transparentar las propias gestiones del instituto a nivel interno, darle la oportunidad a su comunidad de saber lo que desean, contando con tiempos de respuesta establecidos y acciones comprometidas.

Pudiese ser mediante el uso de una computadora o bien mediante un buzón convencional como los que existen en los centros comerciales, los bancos, los restaurantes, los cines, etcétera, ubicado en un lugar estratégico de acuerdo a su estructura, en un sitio donde el empleado se sienta seguro de expresar libremente sus

opiniones, lejos de cámaras de vigilancia u oficinas aledañas. Se debe generar confianza y eso seguramente no será sencillo.

Quien coordine el proyecto debe ser una persona que vele por su objetivo, que tenga el dinamismo suficiente y las capacidades para realizar la función, para saber cómo remediar los problemas a los que se enfrente, como dar respuesta a lo que planten los empleados y ser innovador para que esta herramienta siempre tenga algo que ofrecer y no caiga en lo rutinario y termine en el olvido.

3.3.3 Periódico Mural

Otras herramientas aplicables a la comunicación organizacional son: revistas, periódicos y boletines que de acuerdo a algunos expertos en el tema, ofrecen excelentes resultados en el campo de la comunicación organizacional. En el caso del IFAI, existe un periódico mural al cual se le denominó @rticulo7iete, la idea original era ser un espacio de expresión abierta a los integrantes del instituto, sin embargo con el paso del tiempo, se volvió un periódico institucional principalmente.

No se pretende crear un periódico nuevo, sino por el contrario mantener el existente sólo que modificando sus contenidos, retomar el objetivo inicial, incluir en él temas de interés común, de interés como servidores públicos, dejar el santoral del mes, utilizarlo como aviso oportuno, hacer mención a algún acontecimientos significativo de un integrante del Instituto, como un instrumento de comunicación para hacer invitaciones a los integrantes del mismo para actividades recreativas, de convivencia grupal,

información que nutra la mente y el alma, reitere nuestros valores, nos proponga metas, nos motive y nos impulse a seguir siendo orgullosamente parte de la comunidad IFAI.

A manera de conclusión, podemos observar que el IFAI cuenta con los elementos suficientes para implementar nuevas estrategias en favor de la comunicación interna, no se requiere de inventar, sólo de tomar lo que tenemos a la mano y ejecutarlo debidamente, se trata de escuchar lo que como empleados queremos expresar y de hacer conciencia de la importancia que tiene la comunicación interna.

Entre más favorable sea el clima laboral, los resultados como empleados serán más productivos y la calidad del servicio que ofrecemos como servidores públicos se verá reflejada en el cabal cumplimiento de la misión y visión del Instituto.

Es muy importante mencionar que para que se logre un trabajo de calidad, debe existir una comunicación interna de calidad, en donde existan vínculos afectivos y efectivos entre empleados y altos mandos, donde haya respeto, trato digno, responsabilidad, estímulos y las condiciones necesarias para trabajar.

CONCLUSIONES

La comunicación es fundamental para el desarrollo del hombre y dentro de una organización, representa la interrelación de los recursos humanos que la conforman, con el simple objetivo de alcanzar un equilibrio en el terreno profesional y personal que se vea reflejado en el trabajo cotidiano de calidad y en los resultados generales que arroje nuestra imagen como institución u organización hacia el exterior.

Como seres humanos, por naturaleza demandamos constantemente la necesidad de comunicación en todos nuestros ámbitos. En el terreno laboral existe una necesidad constante de saber trabajar en equipo, convivir entre compañeros, conocernos cada vez más a nivel personal y por lo tanto laboralmente, por lo menos en nuestra área, lo ideal sería tener una buena comunicación interna con las demás áreas.

Es necesario ser escuchados por los altos mandos, para realizar nuestras actividades laborales de la mejor manera, sabiendo que nuestras necesidades personales y profesionales han sido cubiertas en la medida de lo posible.

El diagnóstico obtenido en este trabajo de tesina, reiteró que existe un rezago importante en materia de comunicación interna y que los empleados exigen mediante la valoración de las respuestas de los cuestionarios aplicados tanto a nivel institucional como el personal, un cambio radical en este terreno que no sólo nos favorecerá a quienes laboramos ahí sino también para quienes confían en el trabajo que realizamos.

El factor humano va de la mano de la comunicación interna, debe estar siempre contemplado y valorado por las instituciones y cada uno de sus integrantes.

Se debe fomentar el diálogo y la retroalimentación, motivar la integración a todos los niveles, promocionar las plazas vacantes en primera instancia al interior del IFAI y dar prioridad a las candidaturas internas en los procesos de selección como parte del desarrollo profesional y personal de quienes laboramos en el Instituto; que las autoridades motiven al personal y que el trato que se reciba sea siempre cordial, respetuoso y de compañerismo.

Debe existir el apoyo suficiente para que las propuestas no sólo planteadas en este trabajo sino incluso las que se originan día a día entre compañeros a favor del Instituto se lleven a cabo, no se debe permitir que la confianza en las autoridades de nuestros centros de trabajo se pierda, al contrario se debe reforzar para el bien común.

La tarea más importante que tiene el Instituto al intentar mejorar la comunicación interna, será el generar credibilidad, el demostrar con acciones que los empleados o el nivel operativo como se nos conoce, importa a la institución.

Este trabajo representa un diagnóstico del entorno laboral, del día a día en el IFAI, de la relación que se percibe entre compañeros y entre áreas, pero seguramente esta enfocado más a un aspecto personal: el factor humano.

El buen ambiente laboral, la integración, la buena comunicación y los incentivos así como el trato cordial entre todos, son elementos que son esenciales para desenvolvernos adecuadamente y desarrollar nuestras actividades laborales con mayor calidad.

La falta de comunicación interna en el IFAI se percibe como un reto no sólo para quienes dirigen la institución, sino también para quienes en ella laboran, es una institución muy joven que aún esta a tiempo de mejorar lo que no esta funcionando adecuadamente, se requiere de trabajo, de aprender de los errores, de escuchar los consejos, de buscar opciones y de querer hacerlo.

Los estímulos tanto económicos como de reconocimiento personal, son parte medular en el desarrollo laboral y profesional de los seres humanos, ya que retroalimentan los pensamientos, las actitudes y la comunicación interna de calidad.

Un buen inicio como parte de este tipo de estímulos, pudiese ser que el IFAI incorporara el servicio de comedor subsidiado en la mayor parte por la institución, lo cual favorecerá al mismo tiempo la comunicación interna.

El IFAI es una institución de la que se aprende todos los días, a la que se le quiere por la labor que realiza, por el empeño que ponen sus dirigentes al cumplir a cabalidad con las funciones que se les ha encomendado, por el esmero en ser una institución gubernamental con credibilidad, esperanza, futuro y una gran responsabilidad por servir a su país y a quienes en ella han confiado.

ANEXOS

- 1.- Cuestionario Personal: Comunicación Interna en el IFAI, elaborado por Melina Bravo Prado, como instrumento para diagnosticar la comunicación interna en el IFAI, México.
- 2.- Tríptico “Guía práctica para elaborar un: Recurso de Revisión”. IFAI, México.
- 3.- Tríptico: “Guía práctica para actuar en caso de: Falta de Respuesta a una Solicitud de Información (Positiva Ficta). IFAI, México.
- 4.- Tríptico “Guía práctica para elaborar una: Solicitud de Información”. IFAI, México.
- 5.- Tríptico “Guía práctica para el acceso a la información pública gubernamental”. IFAI, México.
- 6.- Tríptico “Guía práctica para el acceso y la modificación de datos personales”. IFAI, México.
- 7.- Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional)
- 8.- Hemerografía.

ANEXOS

ANEXO 1 Cuestionario Personal: Comunicación Interna en el IFAI, elaborado por Melina Bravo Prado, como instrumento para diagnosticar la comunicación interna en el IFAI, México, 2006, 4p.p.

Unidad Administrativa a la que perteneces (Opcional) _____

Señala con una X

1. ¿Qué definición se acerca más a tu concepto de comunicación interna?
 - a) Herramienta para acercar a los integrantes de una organización, desde el nivel jerárquico más alto hasta el más bajo
 - b) Oficina o departamento que organiza eventos recreativos o culturales
 - c) Departamento que tiene a su cargo la integración de todo el personal en un solo objetivo

2. Del total de los trabajadores del Instituto conoces:
 - a) entre 10 y 40 empleados
 - b) entre 41 y 80 empleados
 - c) de 81 en adelante

3. La relación entre unidades administrativas, comisionados y secretarios es:
 - a) Adecuada
 - b) Poco adecuada
 - c) Inadecuada
 - d) Inexistente

4. En tu unidad administrativa, ¿se realizan reuniones de auto evaluación o planeación?
 - a. Una vez a la semana
 - b. Cada 15 días
 - c. 1 vez al mes
 - d. Nunca

5. Tu opinión en las reuniones de trabajo de tu área es:
 - a. Requerida
 - b. Aceptada
 - c. Ignorada

ANEXO 1 Cuestionario Personal: Comunicación Interna en el IFAI, elaborado por Melina Bravo Prado, como instrumento para diagnosticar la comunicación interna en el IFAI, México, 2006, 4p.p.

6. El trato que tiene tu jefe hacia ti es:
- a) Cálido
 - b) Superficial
 - c) Tenso
 - d) Indiferente
7. ¿Qué ocurre si cometes un error a la hora de realizar tus funciones?
- a. Nada
 - b. Tu jefe inmediato te sanciona
 - c. Puedes ser despedido según sea el grado de error
 - d. Te hacen repetirlo
 - e. Te ponen en evidencia

Llena los espacios con la palabra correcta

8. ¿Cuál es la Misión y la Visión del Instituto?

La _____, ser una Institución autónoma en el ejercicio de sus atribuciones, que difunda y garantice el acceso a la información pública gubernamental, proteja los datos personales, colabore en la organización de archivos y fortalezca la cultura de la transparencia y la rendición de cuentas del Gobierno Federal

La _____ del IFAI, es garantizar el derecho de acceso a la información pública gubernamental en poder de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; proteger los datos personales que obren en las mismas y promover la formación de la cultura de la transparencia en la gestión pública y la rendición de cuentas a la sociedad.

Señala con una X

9. En tu opinión, tu labor dentro del Instituto es:
- a) Muy reconocida
 - b) Reconocida
 - c) Poco reconocida
 - d) Inadvertida

ANEXO 1 Cuestionario Personal: Comunicación Interna en el IFAI, elaborado por Melina Bravo Prado, como instrumento para diagnosticar la comunicación interna en el IFAI, México, 2006, 4p.p.

10. El ambiente en el IFAI, es:

- a) Muy agradable
- b) Agradable
- c) Poco agradable
- d) Hostil
- e) Nada agradable
- f) Ninguna de éstas

11. ¿Con qué frecuencia, asistes a eventos sociales en donde se reúnen compañeros de otras áreas o unidades administrativas?

- a) Frecuentemente
- b) Regularmente
- c) Esporádicamente
- d) Nunca

12. En tu opinión la rotación de personal en el IFAI, se debe a:

- a) Poco reconocimiento profesional
- b) Bajos sueldos
- c) Hostilidad o ambiente poco grato
- d) Insatisfacción laboral

13. Si tuvieras opción de cambiar de trabajo, ¿por qué lo harías?

- a) Mejor remuneración
- b) Reconocimiento profesional
- c) Mejor ambiente laboral

14. ¿En el IFAI hay acciones de comunicación interna?

- a) Sí
- b) No

¿Cómo las percibes?

- a) Adecuadas
- b) Insuficientes
- c) Nulas

15. ¿Qué nivel de satisfacción te provocan tus condiciones laborales (sueldo, prestaciones, horario, etc.)?

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo
- d) Acorde a las funciones que desempeño

ANEXO 1 Cuestionario Personal: Comunicación Interna en el IFAI, elaborado por Melina Bravo Prado, como instrumento para diagnosticar la comunicación interna en el IFAI, México, 2006, 4p.p.

16. En orden jerárquico, ¿qué actividades te gustaría que se llevaran a cabo en el IFAI para mejorar la relación entre compañeros?

- a) Excursiones ()
- b) Visitas guiadas a sitios de interés ()
- c) Torneos deportivos ()
- d) Pasatiempos o juegos de mesa ()
- e) Cineclub ()
- f) Club literario ()
- g) Otro ()

17. ¿Qué nivel de confianza te genera el Instituto? (cumplimiento de acciones en mejora de los empleados, proceso de selección, manejo de recursos, cumplimiento de metas, utilidad para la sociedad)

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

18. Cuando dices que trabajas en el IFAI, ¿qué sensación te provoca?

- a) Orgullo
- b) Satisfacción
- c) Indiferencia
- d) Vergüenza

19. En tu opinión ¿qué imagen refleja el IFAI hacia la sociedad?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

20. La aplicación de cuestionarios de Clima Laboral o Diagnósticos de Necesidades ¿ha mejorado la comunicación Interna del IFAI?

- a) Sí
- b) No

Comentarios:

ANEXO 2: Tríptico “Guía práctica para elaborar un: Recurso de Revisión”. IFAI, México



- | | | | |
|---|--|---|---|
| ? | ¿Te negaron el acceso a un expediente con tus datos personales o no te dejaron modificarlos? | ¿Te dijeron que no tienen la información que requiriste o te contestaron con un documento que no solicitaste? | ? |
|---|--|---|---|

LA LEY DE TRANSPARENCIA TE PERMITE PRESENTAR ANTE EL IFAI UN

RECURSO DE REVISIÓN



Recuerda que tienes un plazo de quince días hábiles para presentar tu recurso de revisión a partir de la fecha en la que recibas una respuesta por parte de la dependencia pública.

*Puedes conocer los datos de las Unidades de Enlace de las entidades y dependencias de la Administración Pública Federal en la siguiente dirección de Internet: <http://www.ifai.org.mx/textos/ifai/quepuede/directoriounidades/unidades.xls>

ANEXO 2: Tríptico “Guía práctica para elaborar un: Recurso de Revisión”. IFAI, México

Si hiciste tu solicitud de información a través de Internet (SISl), puedes presentar tu recurso de revisión por el mismo medio siguiendo estos pasos:

1. **INGRESA** al Sistema de Solicitudes de Información (<http://www.informacionpublica.gob.mx>).
2. **ELIGE** el módulo “Solicitudes de información”.
3. **INGRESA** tu clave de usuario y contraseña, y oprime “Entrar”.
4. **ELIGE** “Solicitudes terminadas”, cuando te aparezca el menú de “Acceso a solicitantes”.
5. **DA UN CLIC** en la información que aparece debajo del rubro “Tipo de respuesta” y después en el icono “Recurso ante el IFAI”, ubicado en la parte inferior derecha de la página.

6. **VERIFICA** que los datos que aparecen son correctos y haz el llenado de los espacios en blanco. No olvides explicar claramente los datos que se te piden.
7. **DA UN CLIC** en “Enviar”, una vez llenados todos los campos obligatorios.
8. **ELIGE** nuevamente “Enviar” si tus datos aparecen correctamente.
9. **DA UN CLIC** en el icono de la impresora cuando se despliegue tu acuse de recibo.
10. **ESPERA** a que se imprima el acuse y consévalo.

Y SI NO TENGO ACCESO A INTERNET ¿QUÉ HAGO?

Puedes hacer tu recurso de revisión por escrito libre o mediante el formato elaborado por el IFAI. No olvides incluir los siguientes datos:

- Tu nombre completo o el de tu representante legal.
- El domicilio y/o correo electrónico a través del cual deseas recibir notificaciones.
- La dependencia o entidad a la cual presentaste tu solicitud.
- La información que solicitaste y por qué su respuesta no te satisface.
- La fecha en la cual recibiste la notificación.
- Anexa la copia de la respuesta en la cual se te niega el acceso a la información o anexa el documento con el cual no estás conforme.
- Anexa todos los elementos que consideres importantes para el IFAI.

Lleva el escrito personalmente al Instituto de Acceso a la Información Pública (IAI) o a la Unidad de Enlace de la dependencia o entidad correspondiente. En su defecto, envíalo por correo certificado, sin olvidar conservar el acuse de recibo.

Recuerda que:

- Admitido el recurso, la Ley otorga un plazo de 7 días para que ambas partes aporten mayores elementos.
- En un plazo máximo de cincuenta días hábiles, recibirás una respuesta del IFAI, salvo en los casos en los que se solicite prórroga.
- Si no quedas conforme con la respuesta del IFAI, tú tienes derecho a acudir al Poder Judicial de la Federación.



PARA CUALQUIER
DUDA O ACLARACIÓN:

- Visita la página www.ifai.org.mx
- Acude a nuestro Centro de Atención a la Sociedad ubicado en Av. México 151, Col. Del Carmen Coyoacán, C.P. 04100, Delegación Coyoacán, México, D.F., Tel. 30 67 24 00 Ext. 2596
- Envía un correo electrónico a: atencion@ifai.org.mx
- Llama al número gratuito: 01 800 835 4324

01 800 telifai

ANEXO 3: Tríptico: “Guía práctica para actuar en caso de: Falta de Respuesta a una Solicitud de Información (Positiva Ficta). IFAI, México.

Guía práctica para actuar en caso de:

Falta de Respuesta a una Solicitud de Información (Positiva Ficta)

Ya pasaron veinte días hábiles desde que hice mi solicitud de información y no he recibido ninguna respuesta o notificación. ¿Qué puedo hacer?

PUEDES ACUDIR AL IFAI PARA QUE INTERVENGA ...

¿Y qué puede hacer el IFAI por mí?

El IFAI verificará que la entidad o dependencia a la que dirigiste tu solicitud, no te dio ningún tipo de notificación en el tiempo que establece la Ley.

Si confirma la falta de respuesta, entonces obligará a la dependencia a darte acceso a la información que solicitaste* y si es necesario, también la obligará a pagar los costos de la reproducción del material.

* Siempre y cuando la información que solicitaste no sea reservada, confidencial o inexistente y esté en poder de una Institución Pública del Gobierno Federal.

Puedes conocer los datos de las Unidades de Enlace de las entidades y dependencias de la Administración Pública Federal en la siguiente dirección de Internet: <http://www.ifai.org.mx/textos/ifai/quepuede/directoriounidades/unidades.xls>

ANEXO 3: Tríptico: “Guía práctica para actuar en caso de: Falta de Respuesta a una Solicitud de Información (Positiva Ficta). IFAI, México.

Y SI NO TENGO INTERNET ¿QUÉ HAGO?

Puedes presentar tu solicitud para que intervenga el IFAI, a través de un escrito libre que contenga los siguientes datos:

- Tu nombre completo.
- Tu razón o denominación social (en caso de ser persona moral)
- Fecha en la que presentaste tu solicitud.
- Nombre de la entidad a la que solicitaste la información.
- Número de folio de tu solicitud.
- Forma en la que deseas te den respuesta (en caso de ser requerida por mensajería, indica tu dirección)
- Adicionalmente puedes agregar tu clave CURP, número de teléfono y/o correo electrónico.

En cualquier caso, lleva el formato personalmente al IFAI. En su defecto, envíalo al Instituto por correo certificado o por mensajería.

Debes anexar una copia de tu solicitud original y de tu acuse de recibo.

Si lo mandas por correo, te recomendamos quedarte con el comprobante de tu envío.

La Ley Federal de Transparencia no establece un plazo límite para que presentes tu solicitud de intervención del Instituto.

La solicitud de intervención del IFAI no procede para el acceso y modificación de datos personales. En esos casos, tendrías que interponer un recurso de revisión.

¿CÓMO PUEDO PRESENTAR UNA SOLICITUD PARA QUE INTERVENGA EL IFAI?

Puedes presentar tu solicitud de intervención del Instituto, utilizando un formato que tiene el IFAI llevando a cabo el siguiente procedimiento:

1. **INGRESA** a la página Web del IFAI.
2. **ELIGE** el botón "Solicitud de positiva ficta" de la sección principal.
3. **DESCARGA** el formato de "Solicitud de intervención del Instituto para verificar la falta de respuesta por parte de una dependencia o entidad a una solicitud de acceso a la información". Es un archivo tipo PDF, deberás tener instalada la versión más reciente de Adobe Acrobat.
4. **ELIGE** el icono de la impresora ubicado en la parte superior.
5. **ESPERA** a que se imprima el formato y llénalo a máquina o a mano con letra legible.



PARA CUALQUIER
DUDA O ACLARACIÓN:

- Visita la página www.ifai.org.mx
- Acude a nuestro Centro de Atención a la Sociedad ubicado en
Av. México 151, Col. Del Carmen Coyoacán,
C.P. 04100, Delegación Coyoacán, México, D.F., Tel. 30 67 24 00 Ext. 2596
- Envía un correo electrónico a: atencion@ifai.org.mx
- Llama al número gratuito: 01 800 835 4324

01 800 telifai

ANEXO 4: Tríptico “Guía práctica para elaborar una: Solicitud de Información”. IFAI, México

Serie: Tú tienes derecho

Instituto Federal de Acceso a la Información Pública

Guía práctica para elaborar una:
Solicitud de Información

¿Cómo podemos conocer la información que está en poder de una entidad o dependencia del Gobierno Federal?

ifai
Instituto Federal de Acceso a la Información Pública



¿Cuántos recursos financieros envió la Federación a mi municipio?

¿Cuáles fueron las razones para tomar una decisión gubernamental que me afecta?

¿Cuántos fondos destinó la Federación para la universidad pública de mi localidad?



LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA TE PERMITE PRESENTAR UNA

SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

¿Qué es una solicitud de acceso a información pública?



Es un trámite mediante el cual las personas podemos acceder a la documentación que generan, obtienen o conservan las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal (APF)



y los Otros Sujetos Obligados (los Poderes Legislativo y Judicial, los organismos constitucionales autónomos, los tribunales administrativos federales y cualquier otro órgano federal)

Recuerda que si una entidad o dependencia no te da respuesta a una solicitud o te niega la información, el IFAI sólo puede intervenir si ésta pertenece a la APF. Puedes conocer los datos de las Unidades de Enlace de las entidades y dependencias de la Administración Pública Federal en la siguiente dirección de Internet: <http://www.ifai.org.mx/textos/ifai/quepuede/directoriounidades/unidades.xls>

Recuerda que debes hacer tu solicitud de información ante la Unidad de Enlace de la dependencia o entidad que tenga en su poder el documento que te interesa.

ANEXO 4: Tríptico “Guía práctica para elaborar una: Solicitud de Información”. IFAI, México

Y SI NO TENGO ACCESO A INTERNET ¿QUÉ HAGO?

Puedes hacer tu solicitud mediante el formato del IFAI (lo puedes adquirir en cualquier Unidad de Enlace) o por escrito libre. No olvides incluir los siguientes datos:

- Tu nombre completo o el de tu representante legal.
- El domicilio y opcionalmente, el correo electrónico a través del cual deseas recibir notificaciones.
- La descripción clara y precisa de la información que solicitas.
- Cualquier otro dato que ayude a localizar dicha información.

Envía tu escrito por correo simple o por correo certificado (no olvides conservar el acuse de recibo) a la Unidad de Enlace de la dependencia correspondiente. También puedes llevarlo personalmente.

Para obtener la dirección y el teléfono de las Unidades de Enlace, puedes llamar al IFAI o al TELIFAI.

Recuerda que:

- En un plazo máximo de veinte días hábiles recibirás una respuesta al menos que la entidad haya pedido una prórroga para contestarte por el mismo periodo de tiempo.
- Para presentar una solicitud de información pública no necesitas identificarte ni dar alguna justificación.

SI TENGO INTERNET ¿CÓMO PUEDO PRESENTAR UNA SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA?

Puedes presentar tu solicitud a través del Sistema de Solicitudes de Información (SISI), siguiendo estos pasos:

1. **INGRESA** al SISI desde el sitio del IFAI <http://www.ifai.org.mx> o en www.sisi.org.mx
2. **ELIGE** el módulo “Solicitudes de información” y selecciona “Registro”.
3. **LLENA** los espacios y oprime “Enviar”.
4. **ELIGE** tu clave de usuario y contraseña de 6 a 12 caracteres (letras y/o números). Confirma tu contraseña y presiona “Enviar”.
5. **INDICA** nuevamente tu nombre y contraseña (consérvala porque es confidencial y no puede recuperarse) Oprime “Entrar”.

6. **ELIGE** “Captura de solicitudes”, selecciona “Información pública”, presiona “siguiente”. Verifica tus datos y oprime “Continuar”.
7. **LLENA** los espacios, selecciona la dependencia a la que deseas dirigirte y la modalidad en la que prefieres recibir la información. Oprime “Continuar”.
8. **DESCRIBE** tu solicitud (4 líneas máximo) y oprime “Continuar”. Si lo requieres, puedes adjuntar archivos en formato: Word, PDF y Zip.
9. **VERIFICA** los datos y presiona “Continuar”.
10. **DA UN CLIC** en el icono de la impresora cuando se despliegue tu acuse de recibo. Espera a que éste se imprima y consérvalo.



PARA CUALQUIER
DUDA O ACLARACIÓN:

- Visita la página www.ifai.org.mx
- Acude a nuestro Centro de Atención a la Sociedad ubicado en Av. México 151, Col. Del Carmen Coyoacán, C.P. 04100, Delegación Coyoacán, México, D.F., Tel. 30 67 24 00 Ext. 2596
- Envía un correo electrónico a: atencion@ifai.org.mx
- Llama al número gratuito: 01 800 835 4324

01 800 **telifai**

Anexo 5: Tríptico “Guía práctica para el acceso a la información pública gubernamental”. IFAI, México



¿Te gustaría conocer la evaluación de la escuela de tus hijos?

¿Quieres saber el impacto ambiental de una obra pública cerca de tu casa?



¿A qué cantidad ascienden los recursos públicos asignados a tu comunidad?

LA NUEVA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA GUBERNAMENTAL TE LO PERMITE

**TÚ TIENES EL DERECHO A PREGUNTAR...
EL GOBIERNO TIENE LA OBLIGACIÓN DE RESPONDER**



TIEMPOS LEGALES DE UNA SOLICITUD DE INFORMACIÓN



20 días hábiles para recibir la notificación de que la información es pública o no.



NOTIFICACIÓN POSITIVA. LA INFORMACIÓN ES PÚBLICA.



10 días hábiles adicionales tiene la Unidad de Enlace para entregar la información.



EN CASOS EXCEPCIONALES:

• **5 días hábiles** son los que tiene la Unidad de Enlace para notificar que la dependencia a la que se le solicitó la información no la posee. En ese caso, orientará al solicitante y le dirá dónde puede encontrarla.

• **10 días hábiles** tiene la Unidad de Enlace para pedir al solicitante que sea más preciso en su solicitud. De ser así, el solicitante cuenta con 30 días para detallar qué es lo que requiere.

• **20 días hábiles** adicionales, y sólo por una vez, puede requerir la Unidad de Enlace, a manera de prórroga, para encontrar y cumplir la información.

Anexo 5: Tríptico “Guía práctica para el acceso a la información pública gubernamental”. IFAI, México

COSTOS



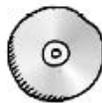
→ 1 PESO
por copia simple



→ 5 PESOS
por un disquete



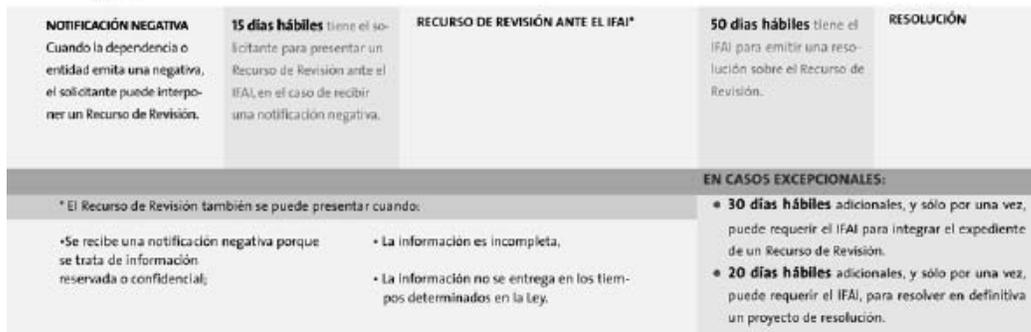
→ 11 PESOS
por copia certificada



→ 10 PESOS
por un CD

- **3 meses**, a partir de la notificación, tiene el solicitante para pagar los costos de reproducción y envío de la información. Si transcurre ese tiempo se deberá repetir el trámite.
- **más costos de envío**

EL RECURSO DE REVISIÓN

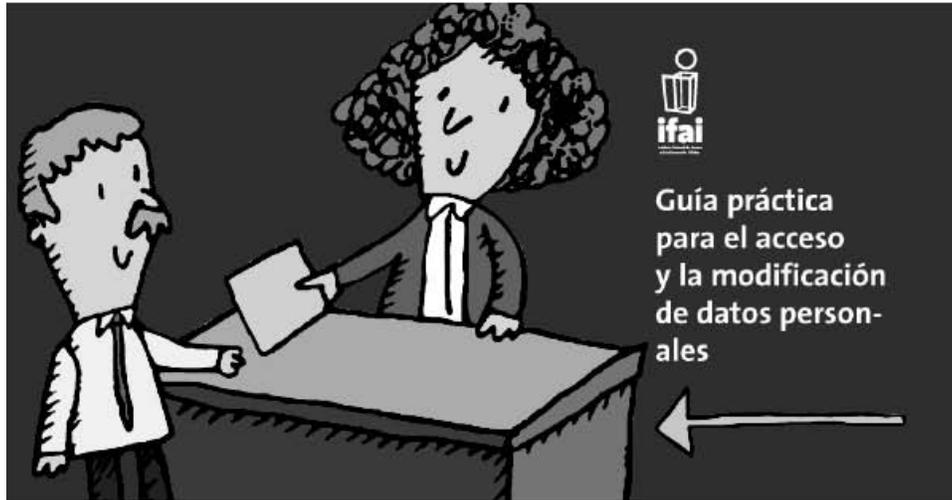


TE INVITAMOS A:

- visitar la página www.ifai.org.mx
- acudir a nuestro Centro de Atención a la Sociedad ubicado en Av. Insurgentes Sur # 1971 (Plaza Inn), Planta Baja, Col. Guadalupe Inn, C.P. 06020, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F., Tel.: 30 67 24 00 ext. 2595 ó 2596
- enviar un correo electrónico a: atencion@ifai.org.mx
- llamar al número gratuito: 01 800 835 4324

01 800 telifai

ANEXO 6: Tríptico “Guía práctica para el acceso y la modificación de datos personales”. IFAI, México



CORREGIR

¿Quieres corregir tus datos personales en posesión de alguna Secretaría?

PROTEGER

¿Quieres saber cómo protege el Gobierno la información que posee sobre tu persona?

MODIFICAR

¿Quieres rectificar tus datos personales en posesión de alguna dependencia?



**LA NUEVA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA
Y ACCESO A LA INFORMACIÓN
PÚBLICA GUBERNAMENTAL
TE LO PERMITE**



Los sujetos obligados (Los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y órganos autónomos) deberán publicar en Internet un listado actualizado de los sistemas de datos personales que posean

ANEXO 6: Tríptico “Guía práctica para el acceso y la modificación de datos personales”. IFAI, México



EL RECURSO DE REVISIÓN



TE INVITAMOS A:

- visitar la página www.ifai.org.mx
- acudir a nuestro Centro de Atención a la Sociedad ubicado en Av. Insurgentes Sur # 1971 (Plaza Inn), Planta Baja, Col. Guadalupe Inn, C.P. 06020, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F., Tel.: 30 67 24 00 ext. 2595 ó 2596
- enviar un correo electrónico a: atencion@ifai.org.mx
- llamar al número gratuito: 01 800 835 4324

01800 **telifai**

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

CONCLUSIONES DE COMPARATIVO 2005-2006

CONCLUSIONES DEL COMPARATIVO 2005-2006

- ❖ Se mantuvo la confianza que los servidores públicos del Instituto tienen de que los altos mandos resolverán los problemas que resulten de la encuesta de clima laboral.

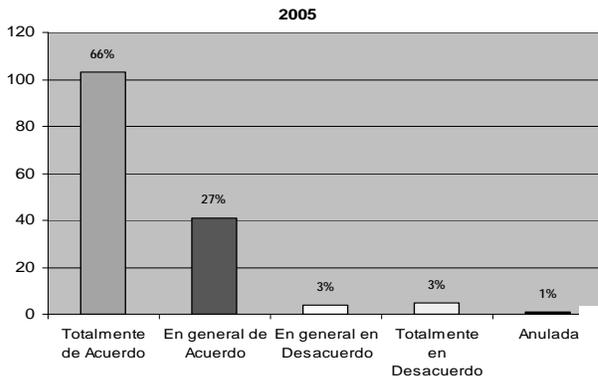


- Se incrementó considerablemente la opinión de que los servidores públicos del IFAI no tienen la posibilidad de equilibrar sus necesidades personales, familiares y profesionales.
- Se incrementó considerablemente la percepción que los funcionarios tienen con relación a recibir actos de maltrato en su área de trabajo.
- Incrementó el porcentaje de servidores públicos que opinan que mantienen una buena relación con su Jefe Inmediato Superior.
- Se incrementó la percepción de que en el IFAI existe trabajo en equipo.
- Es destacable el incremento porcentual que registró la opinión de que existe cooperación entre Comisionados y Secretarios.
- Disminuyó el porcentaje de personas que se cambiarían de trabajo si le ofrecieran un puesto similar en otro lugar.
- Aumentó la percepción de discriminación en las áreas.

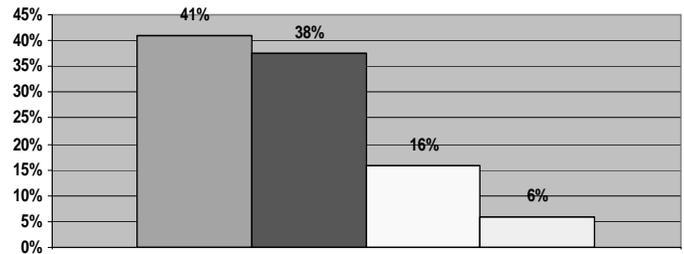
ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

EL ENTORNO DE MI TRABAJO

TENGO LA POSIBILIDAD DE EQUILIBRAR MIS NECESIDADES PERSONALES, FAMILIARES Y DE TRABAJO



2006

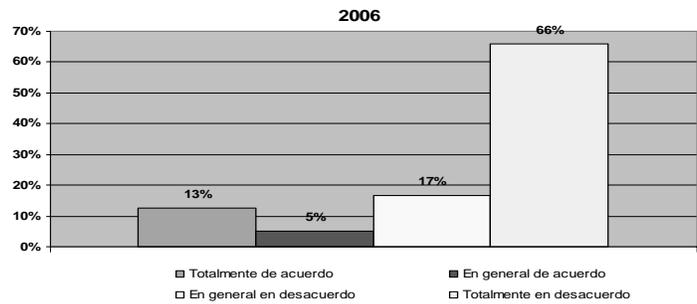
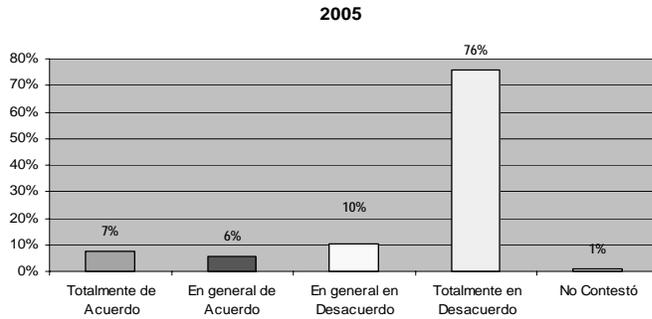


De 2005 a 2006 se observa un incremento porcentual considerable en el porcentaje de servidores públicos que consideran que NO tienen la posibilidad de equilibrar sus necesidades personales, familiares y profesionales (2005: 6% y 2006: 22%).

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

MI ÁREA DE TRABAJO

EXPERIMENTO MALTRATO EN MI ÁREA



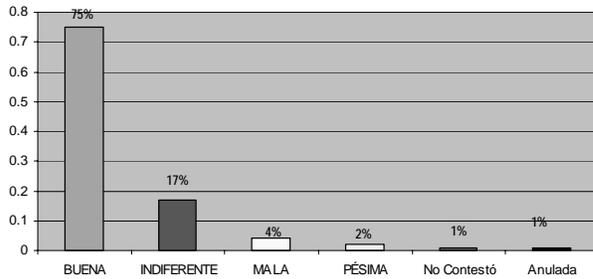
La experiencia de recibir maltrato por parte de los encuestados refleja un incremento de 6 puntos porcentuales de 2005 a 2006.

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

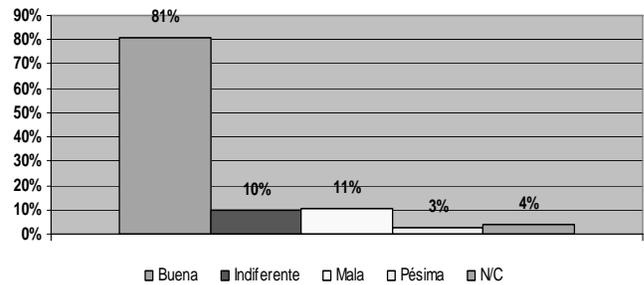
COMUNICACIÓN CON MI JEFE INMEDIATO

LA RELACIÓN CON MI JEFE INMEDIATO ES:

2005



2006

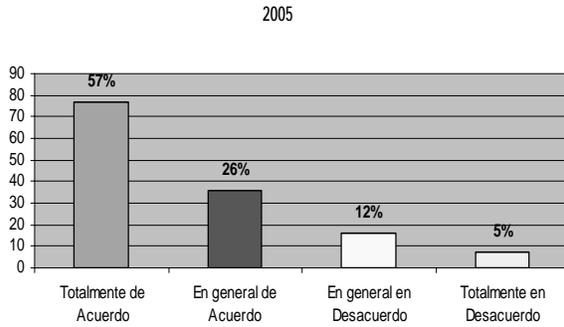


La percepción de que la relación con el jefe inmediato superior es buena, registró un incremento (2005: 75% y 2006: 81%); además, la percepción de que es indiferente disminuyó al pasar de 17% en 2005 a 10% en 2006.

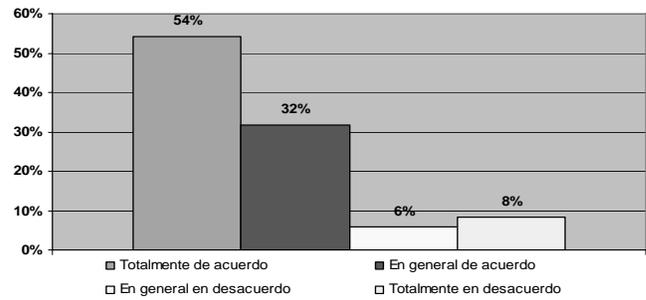
ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

MI ÁREA DE TRABAJO

EN MI ÁREA TRABAJAMOS COMO EQUIPO



2006



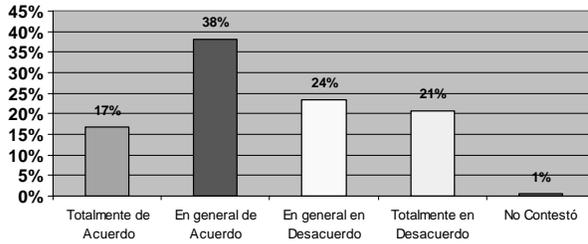
De 2005 a 2006 se observa un incremento en el porcentaje de servidores públicos que consideran que en su área de trabajo se labora en equipo (2005: 83% y 2006: 86%).

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

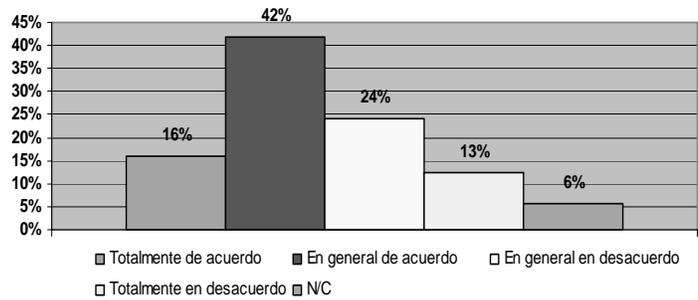
MI ORGANIZACIÓN

EN EL IFAI EXISTE COOPERACIÓN ENTRE COMISIONADOS

2005



2006

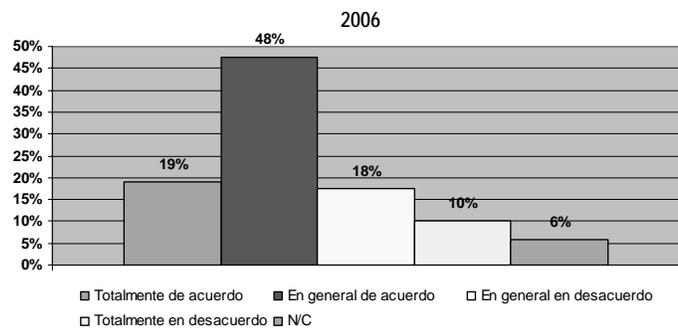
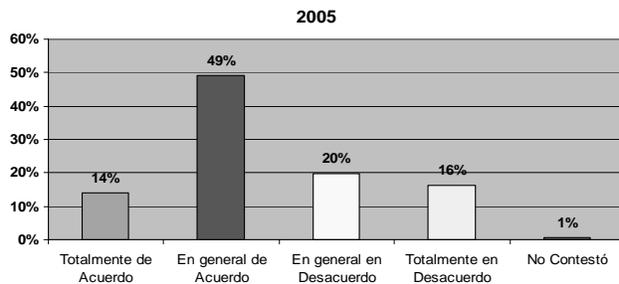


La opinión de los encuestados, respecto de la cooperación que existen entre Comisionados, registra un incremento de 3 puntos en 2006, en comparación con lo registrado el año anterior.

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

MI ORGANIZACIÓN

EN EL IFAI EXISTE COOPERACIÓN ENTRE SECRETARIOS

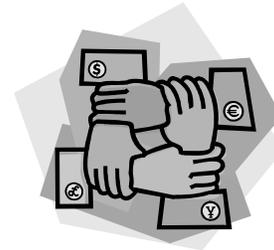
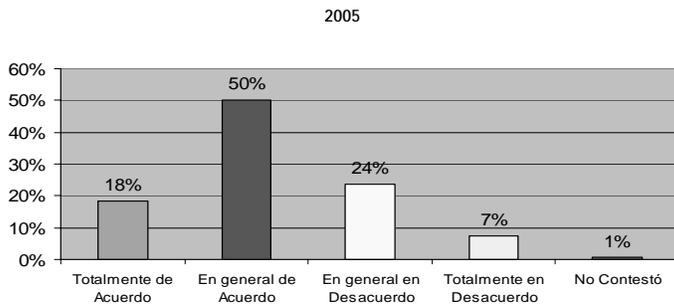


Respecto de la cooperación que existen entre Secretarios, se registra un incremento de 4 puntos en 2006, en comparación con los registros del año anterior, ya que mientras en 2005 el 63% estuvo en general y totalmente de acuerdo con dicha aseveración, en 2006 fue el 67%.

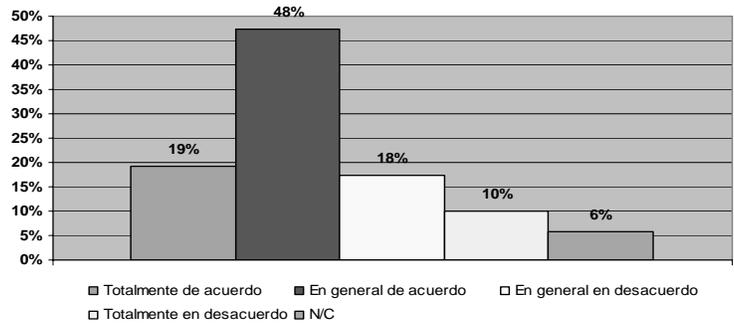
ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

MI ORGANIZACIÓN

EN EL IFAI EXISTE COOPERACIÓN ENTRE DIRECTORES GENERALES



2006

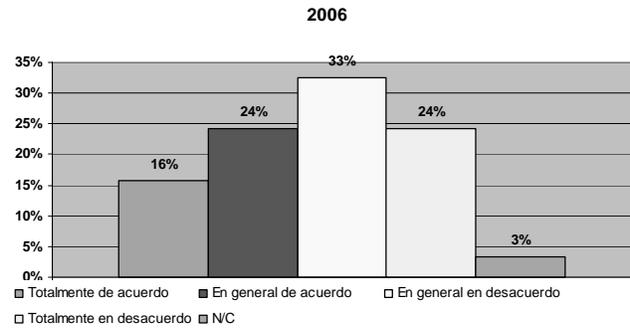
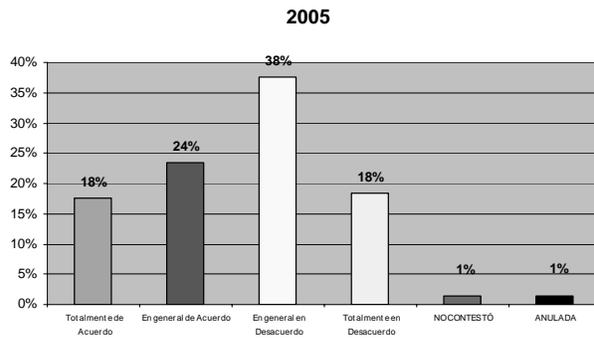


La opinión que los encuestados tienen respecto a la cooperación entre Directores Generales registra un decremento de 1 punto. En 2005 el 68% estuvo en general y totalmente de acuerdo con dicha aseveración y en 2006 el 67%.

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

EL ENTORNO DE MI TRABAJO

SI ME OFRECIERAN UN PUESTO SIMILAR EN OTRO TRABAJO, ¿ME CAMBIARÍA?

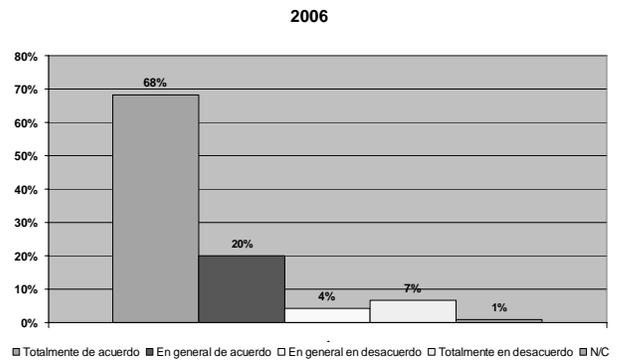
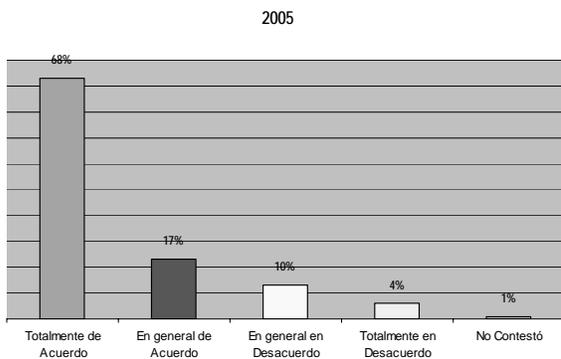


Se observa un decremento de 2 puntos en 2006, respecto de 2005, en la proporción de personas que están totalmente y en general de acuerdo en cambiar de trabajo si le ofrecieran un puesto similar.

ANEXO 7: Clima Laboral 2006. IFAI, México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).

MI ÁREA DE TRABAJO

EN MI ÁREA TODOS LOS INDIVIDUOS SIN IMPORTAR SU CONDICIÓN SOCIAL, SEXO O LIMITACIONES FÍSICAS, SON ACEPTADOS COMO UN MIEMBRO MÁS DEL EQUIPO



De acuerdo con los porcentajes obtenidos en 2005 y 2006, se observa un incremento de 3 puntos en la percepción de que en las áreas de trabajo del IFAI todos los servidores públicos son aceptados sin diferencias, ya que mientras en 2005 el 85% estaba de acuerdo con dicha afirmación, en 2006 el 88% la ratifica.



COORDENADAS

¿Se cierra el caso Fobaproa?

¿Fueron las decisiones de la Corte y el fin de las auditorías la señal de que al asunto del Fobaproa ya se le dio carpetazo?

ENRIQUE

QUINTANA

En los últimos días se ha escuchado que después de la conclusión de las **auditorías de gestión, existencia y legalidad (GEL)**, cuyos resultados están en la página del IPAB, ya se puede dar por concluida la investigación respecto al Fobaproa.

Ojalá realmente la información que se ha dado a conocer fuera suficiente como para concluir la investigación.

Por el contrario, si las auditorías terminan con un proceso deliberativo en curso, que impedía que se hicieran públicos diversos documentos respecto al proceso, entonces **habría una buena cantidad de información, antes reservada, que se debería poder empezar a examinar** a partir de este momento.

Pero, hay más. En los últimos dos años, por instrucciones del IFAI, el IPAB tuvo que revelar las versiones públicas de las actas de las Juntas de Gobierno, así como el acta de entrega recepción del Fobaproa al IPAB.

Sin embargo, resultaron tan mutiladas estas versiones públicas que fue necesario que el IFAI revisara junto con el IPAB los originales para reclasificar abundante información que fue eliminada de esas versiones.

En el curso de ese proceso, los bancos implicados promovieron amparos para impedir que la información de las Actas fuera a revelarse, obteniendo la suspensión provisional. Y, **el Poder Judicial emitió una orden que impide al IFAI ir más allá** en la revelación de esta información, en tanto no se dé la sentencia definitiva respecto al amparo promovido.

Pero, además, la fiscalización puede continuar por las instancias autorizadas por parte del Congreso. Cuando se evalúen las cuentas públicas por parte de la **Auditoría Superior de la Federación** podrá haber nuevamente **ocasión de explorar** si las asignaciones del gasto público corresponden a objetos plenamente justificados.

En otras palabras, estamos lejos de que se dé un carpetazo al asunto del rescate bancario.

Sin embargo, en contra de quienes piensan que es una buena señal que se siga investigando, a mí me parece lo contrario.

Se trata finalmente de la expresión de que una parte de la sociedad mexicana aún se encuentra insatisfecha con las explicaciones que se han dado en esta materia y tiene la pre-

visión de que ocurrió algo inusual.

Frente a esa actitud, no hemos logrado darnos los mecanismos que permitan un nivel razonable de consenso en torno a lo que sucedió con el rescate.

Se ha empleado al IFAI como a la Cámara de Diputados o en el futuro podría hacerse con alguna otra instancia. El tema principal es que **persiste la sospecha**.

Creo que una de las razones principales de la sospecha es la actitud de las autoridades financieras.

Es cierto que tuvieron que cuidar la vigencia de las leyes que protegen el secreto bancario y fiduciario, pero las acciones emprendidas van más allá.

Uno de los comisionados del IFAI, **Juan Pablo Guerrero**, ha mencionado irónicamente que este caso ha ayudado mucho al aprendizaje de la transparencia, debido a que se han utilizado **todos los recursos al alcance para evitar que se revele la información** respecto al rescate.

Difiero de quienes piensan que todavía se puede ahorrar una cantidad importante de recursos fiscales. Creo que los desembolsos más importantes ya son irreversibles y tuvieron que ver con instituciones bancarias que de plano ya ni existen.

Sin embargo, se puede crear **un ambiente de mayor certeza jurídica y sobre todo de confianza**, con un efecto positivo sobre la inversión, si logramos realmente dar el carpetazo al tema del rescate bancario.

Sería lamentable que en las próximas campañas presidenciales, de nueva cuenta el tema de la fiscalización de los recursos del Fobaproa o ahora del IPAB se convirtiera en una bandera de los candidatos, como hace seis años.

Dice el viejo adagio que no hay que hacer cosas buenas que parezcan malas. Si realmente hay el ánimo de contribuir a la estabilidad financiera del País, debiera haber una actitud que hoy no existe respecto a la necesidad de cerrar el tema del Fobaproa, realmente **despejando las sospechas y no apostando al olvido**.

FRENO ECONÓMICO

La Semana Santa se ha convertido este año en una fuente de distorsiones estadísticas.

Las cifras sin ajuste nos dicen que, en el mes de abril, el Índice General de Actividad Económica (IGAE) creció en **4.8 por ciento**, la **tasa más elevada de todo el año**.

El problema es que cuando le quitamos la distorsión estacional a la cifra, lo que obtenemos es que hubo estancamiento respecto a marzo y que el crecimiento respecto al mismo mes del año pasado fue de apenas **2.3 por ciento**, la **cifra más baja de todo el año**.

En suma, en términos reales, la economía mexicana se está desacelerando, quizá más de lo que habíamos pensado.

Todavía faltan algunas cifras importantes en estas semanas, pero la tendencia al cierre del segundo trimestre no parece precisamente entusiasmante y si bien no estamos en una recesión económica, hay indicadores que nos dicen que la economía claramente ha frenado su paso.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Becerra Jessika, "Carece IPAB de causal de reserva y deberá abrir su información", Periódico El Economista, México, 28 de junio de 2005.



EL ECONOMISTA

1/1

Pag: E13

2005-06-28

Carece IPAB de causal de reserva y deberá abrir su información

Es tema público y hay que hacer solicitudes: IFAI

JESSIKA BECERRA
El Economista

El IFAI "tomará la palabra" al secretario ejecutivo del IPAB, Mario Beauregard Álvarez, en cuanto al cierre legal del caso Fobaproa, y abrirá la información relacionada con el rescate bancario.

"El IPAB anunció que, desde el punto de vista legal, el asunto está concluido, ya no hay la causal de reserva, ahora es un tema público y hay que hacer solicitudes", comentó Juan Pablo Guerrero Amparán, comisionado del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

Entrevistado por **El Economista**, recordó que en el artículo 14, fracción 6, de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, se menciona que "cuando una decisión está en proceso deliberativo se justifica la reserva de la información; no obstante, cuando el proceso concluye, la decisión debe estar documentada y ya no hay causa de reserva".

"Por lo menos, ya no te van a poder anteponer el fundamento y la causal de negativa de acceso en ese tema en específico, porque ya concluyó el proceso", manifestó el Comisionado.

Por su parte, Alonso Lujambio, también comisionado del IFAI, dijo que el Poder Judicial ha sido muy claro en el sentido de que los amparos que están en curso concluyan y en consecuencia, se abran las solicitudes que están pendientes de ser respondidas "cabalmente".

"En este caso, el Poder Judicial tiene la última palabra y por fortuna, ha estado resolviendo en favor del IFAI, pero hay que esperar que concluyan esos procesos, de manera que la transparencia sea una realidad con prontitud".

Durante el foro Transparencia 2005, que organiza el IFAI, Juan Pablo Guerrero Amparán, dijo que el Instituto conoció 43 recursos legales relacionados con el Fobaproa y el rescate bancario.

Dijo que de ellos, "60% han llegado al fondo" y agregó que actualmente el Instituto tiene 32 amparos del IPAB.

En tanto, Bernardo González Aréchiga, académico del Tecnológico de Monterrey, destacó que la crisis bancaria no ha terminado, sino que está en proceso, ya que "algo fundamental

e inconcluso es la transparencia en cada una de las etapas de la resolución".

Mencionó que el país requiere avanzar en la reducción de riesgos, porque a su perspectiva, lo que distingue a las democracias "es la calidad con la que salen de sus conflictos".

Y para ello, continuó, se debe fortalecer el Estado de Derecho, respetar la estabilidad financiera y también, los derechos de terceros.

"Se requiere un mayor análisis sobre las actuaciones; los resultados no hay que dejarlos de lado, pues al reconocer los avances, es posible detectar fallas a tiempo, también es necesario disminuir las fricciones que se vieron en este proceso", finalizó.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Rodríguez Martín Diego, "Ordena IFAI a PGR entregar documentos sobre accidente de Ramón Martín Huerta", Periódico La Jornada, México, 22 de septiembre de 2006.



La Jornada

Pag: -24

2006-09-22 \$15101.62

1/1

■ Un ciudadano leonés solicitó la información y le fue negada por la dependencia

Ordena IFAI a PGR entregar documentos sobre accidente de Ramón Martín Huerta

■ Da el organismo a la procuraduría 10 días hábiles para abrir el expediente ■ El informe sobre la investigación se cerró al público en abril y permanecerá así los próximos 12 años

■ MARTÍN DIEGO RODRÍGUEZ

CORRESPONSAL

QUANAUJATO, OTO., 21 DE SEPTIEMBRE. El Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) ordenó a la Procuraduría General de la República (PGR) "la entrega de documentos que sustenten, o hayan servido de base, para la postura oficial adoptada públicamente con motivo de la investigación realizada sobre las causas que provocaron el accidente aéreo" en el que perdieron la vida hace un año el secretario de Seguridad Pública federal, Ramón Martín Huerta, y otros ocho funcionarios.

Según la respuesta a la petición al Sistema de Solicitudes de Información (Sisi) con número 0001700043906, remitida por el ciudadano leonés Manuel Mora McBeath, para conocer la investigación que realizó la PGR sobre las causas del accidente donde fallecieron los nueve funcionarios, esa documentación no puede hacerse pública, pero por esa negativa el IFAI analiza sancionar a funcionarios de la fiscalía federal por negar la documentación, inclusive al propio organismo de transparencia.

De acuerdo con el oficio IFAI/JPGA/038/06, fechado el 15 de agosto pasado y que derivó de una solicitud para conocer el resultado de las investigaciones realizadas por la PGR sobre las causas que propiciaron el desplome del helicóptero Bell-412, matrícula XCPF1, en el paraje Las Canoas del municipio San Miguel Mimiapan, en el estado de México, el comisionado del IFAI, Juan Pablo Guerrero, notificó a Eduardo Romero Ramos, titular de la Secretaría de la Función Pública (SFP), sobre "conductas presuntamente irregulares" de la PGR en la atención a un recurso de inconformidad tramitado por Mora McBeath, quien pretendió conocer el informe de las causas del incidente.

En dicho oficio, que *La Jornada* obtuvo a través del IFAI, el funcionario

solicitó a Romero Ramos que se deslin-den las responsabilidades a través de "un procedimiento disciplinario", y que inste a los funcionarios correspondientes de la PGR a que abran parte del expediente del caso de Martín Huerta.

Se exhorta además a la PGR a hacer públicos los documentos que hayan servido de base "para la postura oficial adoptada públicamente, con motivo de la investigación realizada sobre las causas que provocaron el accidente aéreo" ocurrido hace un año, y que se ha mantenido como reservada, pero sólo por la Secretaría de Seguridad Pública federal, por un tiempo de 12 años.

Por tal motivo, dice el documento, la PGR tiene que hacer una postura oficial pública de la averiguación previa PGR/MEX/NAU-II/610/2005, donde inclusive se pide omitir se identifique a los posibles responsables, por lo que, según el IFAI, la PGR debe demostrar las razones del desplome de la aeronave.

Según parte del historial documental del caso, y en parte de la respuesta que se ofrece a Manuel Mora, la PGR cerró al público los expedientes desde el 3 de abril pasado y se dijo que la investigación y lo que derive de la misma permanecería en resguardo del Ejecutivo por 12 años, pero el ciudadano interpuso un recurso de revisión de la respuesta de la PGR y, dos meses después, la dependencia fue requerida a abrir parte de sus expedientes.

El IFAI exigió que, en un plazo no mayor a 10 días hábiles, se entregue a Mora McBeath una copia de la versión pública del expediente relativo a la indagatoria que resultó sobre el caso de Martín Huerta.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Carrión Lydiette, "El IFAI ordena a Presidencia transparentar la transición",
Periódico Milenio, México, 18 de enero de 2007.



MILENIO

-6

2007-01-18 \$0 Pay:

1/1

Debe publicar nómina y emolumentos del equipo calderonista

El IFAI ordena a Presidencia transparentar la transición

México • Lydiette Carrión

El Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) ordenó a la Presidencia de la República que dé a conocer el nombre de las personas que conformaron el equipo de transición de Felipe Calderón, así como sus emolumentos, de octubre a noviembre pasados.

Por unanimidad, los comisionados resolvieron que se ofrezca la información —nombres, puestos, salarios, honorarios, actividades específicas, grado máximo de estudios con número de cédula, horario, lugar de trabajo y prestaciones de las personas que colaboraron con Calderón—, luego que Presidencia aseguró al solicitante que carecía de esos datos.

Igualmente, demandó que el Estado Mayor Presidencial (EMP) ofrezca información sobre los gastos que realizó en el periodo de transición gubernamental.

El año pasado, el IFAI estipuló lineamientos para asegurar la transparencia en el gasto de los 150 millones de pesos para las tareas de transición (20 millones asignados al EMP).

En éstos se ordena a la Presidencia de la República y a las dependencias federales que hayan transferido recursos públicos a publicar en su página electrónica "la información concerniente a recursos financieros y los informes sobre su ejecución", incluidos "los montos y las personas a quienes proporcionen recursos públicos, así como los informes que éstas presenten sobre el uso y destino correspondiente".

El 18 de septiembre Presidencia dio a conocer parte del equipo de transición, entre ellos Juan Camilo Mourinho Terrazo, coordinador general del equipo de transición; Eduardo Sojo Garza-Aldape, coordinador de enlace con la administración federal; Ernesto Cordero Arroyo, coordinador de

políticas públicas; Gerardo Ruiz, coordinador de la oficina del presidente electo; Juan Molinar Horcasitas, coordinador de foros temáticos; y Josefina Vázquez Mota, coordinadora de enlace político de la transición.

Sin embargo, más de 270 personas laboraron de parte de Calderón en los trabajos de relevo de poder.

El IFAI también ordenó que se entregue información respecto al monto total y desglosado de los recursos públicos erogados por Marta Sahagún desde su matrimonio con Vicente Fox Quesada hasta el 13 de octubre de 2006, datos que también fueron negados por Presidencia. ■■

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

García Cecilia, "Presidencia valoró sin pruebas", Periódico Excelsior, México, 05 de julio de 2007.



EXCELSIOR

nal10

1/2

2007-07-05 \$11197.33 Pag:

CASO ZONGOLICA

Presidencia valoró sin pruebas

Carece de documentos que sostengan las declaraciones acerca de la muerte de Ernestina Ascencio: IFAI

POR CECILIA GARCÍA

cecilia.garcia@nuevosexelsior.com.mx

En los archivos de la Presidencia de la República no existe un documento que haya sido utilizado por el presidente Felipe Calderón para declarar que la anciana Ernestina Ascencio, de Zongolica, Veracruz, murió a causa de una "gastritis crónica no atendida", reveló el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) ayer en su sesión de pleno, al resolver una inconformidad ciudadana por la respuesta que obtuvo de Los Pinos.

La ciudadana que le pidió al gobierno el documento que sustentó los dichos del presidente Calderón sobre el caso de Ernestina Ascencio, consideró que no era posible que no existieran esos archivos y, ante ello, acudió al IFAI.

Pero la Presidencia declaró, conforme a la Ley, la inexistencia formal de esas pruebas.

"En ese contexto, y de acuerdo con las constancias que obran en el expediente del presente recurso de revisión, el titular del Ejecutivo Federal declaró que la causa de muerte de Ernestina Ascencio fue una gastritis crónica no atendida sin tener un documento que le permitiera afirmar lo anterior", versa el documento.

Lo anterior acredita "la emisión de una valoración sobre un hecho trágico con investigación en curso por parte del Presidente de la República sin contar con el soporte documental que respaldara sus declaraciones", dice la resolución en su quinto considerando, que provocó una discusión en el pleno.

Aunque la resolución fue aprobada por unanimidad, esa redacción derivó en tres votos particulares: de María Marván Jacqueline Peschard y Alonso Lujambio.

Los votos van en el sentido de cuestionar si el IFAI tiene facultad para emitir un juicio de valor y decir que —dado que el Presidente no tiene archivos documentales a los cuales se pueda tener acceso para evaluar su desempeño públi-

co— la ausencia de documentos es "contraria al principio de publicidad y los objetivos de la Ley de Transparencia".

El 20 de junio pasado, el IFAI también resolvió un caso de rendición de cuentas, relacionada con la Sedena, respecto de la muerte de la anciana, que en un primer momento se dijo que había fallecido luego de ser violada, presuntamente, por militares.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Luna José, "Ordena IFAI a Salud entregar información sobre importación ilegal de efedrina", Periódico El Sol de México, México, 12 de julio de 2007.



El Sol de México
A6

1/1

2007-07-12 \$1128.21 Pag:

Ordena IFAI a Salud entregar información sobre importación ilegal de efedrina

por José Luna

El Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) ordenó a la Secretaría de Salud entregar datos estadísticos sobre la importación legal de efedrina y pseudoefedrina entre los años 2000 y 2007, así como la cantidad de esos químicos que los laboratorios tienen autorizado importar.

Evitar que las empresas —trátase de laboratorios, compañías varias o firmas comerciales mexicanas con sede en el país y avaladas para la adquisición de esas sustancias— se conviertan en blancos del crimen organizado es el objetivo de la determinación a la cual llegaron durante la sesión del pleno de ese organismo.

A solicitud expresa, el IFAI conminó también a la Ssa a entregar en 10 días hábiles una versión pública de los datos requeridos en la petición que se le hizo llegar, excluyendo los nombres de las empresas.

La Procuraduría General de la República (PGR) tiene especial vigilancia del manejo que se le da a la efedrina y pseudoefedrina, fundamentalmente porque esos químicos que, por ejemplo, la industria farmacéutica utiliza para elaborar medicamentos, son codiciados por las mafias del crimen organizado para el procesamiento de drogas sintéticas, aún más peligrosas y adictivas que otras, como es el caso de la cocaína.

Durante la sesión se votó el punto de manera favorable aunque con el voto particular del comisionado Juan Pablo Guerrero, quien opinó que se debió estudiar la posibilidad de detallar los nombres de los laboratorios que cuentan con el permiso respectivo para importar esas sustancias.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Velasco Elizabeth, "El IFAI ordena a PGR entregar a La Jornada datos sobre Zhenli", Periódico La Jornada, México, 25 de octubre de 2007.



La Jornada

-8

1/1

2007-10-25 \$0 Pag:

■ Debe incluir ruta y destino de los 205 mdd decomisados

El IFAI ordena a PGR entregar a *La Jornada* datos sobre Zhenli

■ ELIZABETH VELASCO C.

El pleno del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) determinó, por unanimidad, ordenar a la Procuraduría General de la República (PGR) que entregue a *La Jornada* copia de los documentación donde se especifica la ruta y el destino de los 250 millones de dólares decomisados a Zhenli Ye Gon; los depósitos que se hicieron en diversas instituciones financieras, así como las dependencias que se harán cargo de la distribución y vigilancia sobre el uso de ese dinero.

La PGR debe informar también cómo ejercerá la tercera parte de esos recursos, pues a la fecha no existe documento que acredite que serán destinados al combate contra el narcotráfico.

No obstante, a sugerencia del presidente del IFAI, Alonso Lujambio, se determinó clasificar confidencial los números de cuentas del Banco Nacional del Ejército Fuerza Aérea y Armada (Banjército), por considerar que ese dato no ha sido difundido, además de que darlo a conocer "no supone ningún ejercicio de rendición de cuentas" y "vulneraría el secreto bancario". La propuesta de Lujambio fue apoyada por las comisionadas María Marván y Jacqueline Peschard.

De esta manera se revocó la reserva que por 12 años había determinado la PGR acerca de esa información.

Al presentar el recurso 2098/07, el comisionado ponente, Alonso Gómez Robledo, destacó que, efectivamente, como argumentó la recurrente, la información no podía ser reservada por la PGR, debido a que el destino del dinero ha sido difundido en diferentes momentos a partir del aseguramiento de esa cantidad, en marzo pasado. Subrayó que la propia PGR había dado a conocer diversos aspectos del caso en boletines de prensa.

Refirió que del análisis que efectuó sobre la ruta de esos recursos -del cual derivan documentos que deben entregarse-, destaca que "el 17 de marzo el dinero fue asegurado y depositado físicamente el 23 de marzo en Banjército"; institución que "expidió las fichas de depósito en favor del Servicio de Administración y Enajenación de Bienes (SAE) -salvo buen conteo y autenticación-. A su vez, Banjército lo transfirió el mismo día físicamente a Bank of America para su recuento y autenticación.

"Es hasta el 29 y 30 de marzo, y el 2 de abril, que se hacen los depósitos en firme

de los millones asegurados (una vez autenticados por el Bank of America) a las cuentas del SAE en Banjército.

"Con la certeza del monto asegurado -204 millones 105 mil 676 dólares, luego de que se cubrieron diversos gastos de un millón 438 mil 960 dólares, entre ellos pago de seguros, traslados, comisiones por conteos y autenticación", el SAE instruyó a la Tesorería de Federación para que en su nombre hiciera una transferencia electrónica del monto en dólares de los recursos asegurados al Banco de México."

El 13 de julio pasado el SAE recibió la notificación de entregar los recursos en partes iguales a la Secretaría de Salud, PGR y al Poder Judicial de la Federación, y el 17 de julio se hizo la transferencia electrónica en dólares y pesos.

En otro recurso similar, la comisionada Jacqueline Peschard avaló la clasificación que por 12 años hizo el Banjército sobre el método para contar el dinero, el procedimiento para transferirlo a Estados Unidos y las personas que participaron. Peschard argumentó el secreto bancario para confirmar la reserva. También validó la decisión del secretario del Trabajo, Javier Lozano, de mantener bajo confidencialidad su declaración patrimonial, con base en la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos.

En entrevista, dijo que el país se está encaminando hacia la transparencia de las declaraciones patrimoniales, y aunque se pronunció en favor de su difusión, dijo que esa tarea compete a los legisladores.

Pide a Los Pinos busca exhaustiva de expedientes sobre Atenco

El pleno del IFAI también ordenó a la Presidencia de la República realizar una búsqueda exhaustiva en todas las dependencias y entidades del gobierno federal de los expedientes relativos al caso Atenco, generados durante la gestión del ex presidente Vicente Fox Quesada.

En el recurso 3103/07, a cargo del comisionado Alonso Gómez Robledo, se señala que los documentos sobre este caso deben existir; incluso, se destaca que el propio ex presidente dio a conocer en medios de comunicación que en el denominado Centro Fox difundiría más de 3 millones de documentos, entre los que están los expedientes del caso Atenco y el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. El comisionado

destacó que Presidencia sólo buscó los expedientes solicitados en la secretaría particular y en el Estado Mayor Presidencial.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

“Ordenan a la Sedena entregar datos sobre caso Zongolica”, MO ABC Monterrey, México, 31 de enero de 2008.



MO ABC Monterrey 1/1

A12

2008-01-31 11:47:08.0 \$0 Pag:

Ordenan a la Sedena entregar datos sobre caso Zongolica

Llama el IFAI a la dependencia a que militar de las investigaciones sobre la

Ciudad de México

El pleno del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) ordenó a la Sedena dar a conocer en versión pública el parte militar de las investigaciones sobre la muerte de la indígena Ernestina Ascencio.

El *comisionado ponente*, Juan Pablo Guerrero Amparán, calificó de positiva esa resolución, pues ahora la población podrá conocer más sobre estos sucesos ocurridos el 26 de febrero de 2007 en la sierra de Zongolica, Veracruz.

dé a conocer en versión pública el parte muerte de la indígena Ernestina Ascencio

Mencionó que la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena) deberá entregar el reporte sobre este hecho y omitir todo lo referente a estrategias de seguridad nacional. De igual forma calificó este acuerdo como significativo y hasta cierto punto atípico, pues el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública determinó dar a conocer una averiguación previa en reserva, cuando generalmente se mantienen clasificadas. Guerrero Amparán señaló que uno de los argumentos que justifican esta decisión es que algunos fragmentos del parte militar ya son del conocimiento público.

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Velasco Elizabeth, "Decide hoy el IFAI sobre reserva de pesquisa contra los Bribiesca", Periódico La Jornada, México, 05 de marzo de 2008.



La Jornada

-1 -9

1/1

2008-03-05 04:49:53.0 \$15803.43 Pag:

Analiza IFAI el trato *confidencial* al expediente de los Bribiesca

■ Terminó la indagatoria, pero la PGR la clasificó "confidencial"

Decide hoy el IFAI sobre reserva de pesquisa contra los Bribiesca

■ La legislación señala que las investigaciones concluidas son públicas

■ El instituto también determinará sobre información de la Sedena

■ ELIZABETH VELASCO C.

La Procuraduría General de la República (PGR) clasificó como "confidencial" la averiguación que efectuó contra los hijos de Martha Sahagún: Manuel y Jorge Bribiesca, después de que presentó una denuncia el ex diputado Jesús González Schmall, en su calidad de presidente de la primera comisión de la Cámara de Diputados que investigó presunto tráfico de influencias, ejercicio abusivo de funciones, fraude, incumplimiento de obligaciones y lo que resulte.

La PGR clasificó así dicha averiguación, a pesar de que con fecha 29 de noviembre de 2006 autorizó el no ejercicio de la acción penal contra los hijastros de Vicente Fox, dando por concluido la indagatoria.

El solicitante requirió los documentos donde se informara de manera detallada o se presentaran fundamentos y motivos por los que la PGR autorizó el no ejercicio de la acción penal de la indagatoria número 59/UEIDCS PCAJ/2006.

La Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública señala que tienen carácter público las indagatorias que han concluido. La denuncia la presentó el legislador con el apoyo de otros integrantes de esa comisión, después de investigar varios contratos signados entre Petróleos Mexicanos, la Secretaría de

Comunicaciones y Transportes y otras dependencias con la empresa Construcciones Prácticas.

El solicitante de la averiguación presentó un recurso ante el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI), el cual determinará hoy si procede esa clasificación.

Casos pendientes

Además, el IFAI evaluará si procede la "inexistencia" de información que declaró la Secretaría de la Función Pública (SFP) sobre documentos vinculados con la Fundación Vamos México, de Marta Sahagún; el registro de llamadas telefónicas que recibieron los ex titulares de ese organismo, Francisco Gómez Barrio y Eduardo Romero, así como las llamadas que la SFP realizó a la Presidencia de la República para tratar asuntos vinculados con la esposa de Fox.

Otros casos que abordará el IFAI se vinculan con la negativa de la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena) a entregar copia de las investigaciones que realizó sobre la presunta violación tumultuaria que sufrió la indígena Ernestina Ascensión Rosario, en la sierra Zongolica, por militares acantonados en esa región.

Además se presentaron quejas contra la PGR por la negativa a entregar copia del acta de entrega-recepción que presentó Ignacio Carrillo Prieto al finali-

zar su gestión como titular de la Fiscalía Especial de Movimientos Sociales y Políticos del Pasado, así como los comprobantes que presentó para justificar gastos y el ejercicio presupuestal de 2004, 2005 y 2006, además de las erogaciones que efectuó en seguridad.

Entregan datos sobre Fox Quesada

La Secretaría de la Gestión Pública de Guanajuato envió los informes sobre las declaraciones patrimoniales de Vicente Fox Quesada de 1995 a 1999, cuando fue gobernador del estado, a la comisión especial de la Cámara de Diputados que da seguimiento a las denuncias presentadas por el presunto ejercicio indebido de servicio público del ex presidente.

Por medio de un despacho, la dependencia estatal relató que el 12 de febrero pasado recibió el oficio CEAVFQ-LX/51/0234/98, firmado por Víctor Valencia de los Santos, presidente de la comisión, mediante el cual se requería información sobre la cuenta patrimonial de Fox Quesada cuando gobernó Guanajuato.

Dado que la Ley de Acceso a la Información Pública para el Estado y los Municipios de Guanajuato señala que la información sobre las declaraciones

patrimoniales de los servidores públicos es de carácter confidencial, se tuvo que solicitar a Fox Quesada su anuencia para que permitiera hacer público el informe sobre sus bienes patrimoniales.

CON INFORMACIÓN DE MARTÍN DIEGO RODRÍGUEZ, CORRESPONSAL

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

Velasco Elizabeth, "Los Pinos debe entregar ya informes de Marta Sahagún",
Periódico La Jornada, México, 13 de marzo de 2008.



La Jornada

-13

1/1

2008-03-13 05:59:52.0 \$5993.49 Pag:

■ Esos datos no deben ser declarados "inexistentes", señala el IFAI

Los Pinos debe entregar ya informes de Marta Sahagún

■ ELIZABETH VELASCO

El pleno del Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) hizo un llamado de atención a la Presidencia de la República para que evite declarar la inexistencia de documentos que obran en sus archivos, más aún cuando el instituto tiene evidencias de ello.

En consecuencia, le ordenó entregar la lista de las personas que el sexenio pasado visitaron a Marta Sahagún de Fox en sus oficinas de Los Pinos, excepto los datos personales, así como copias de 6 mil 50 fojas de documentos enviados a la fundación Vamos México, organización de la esposa de Vicente Fox.

En el exhorto, emitido por los cinco comisionados del IFAI, se precisa a la Presidencia de la República que "cualquier documento que obre en sus archivos es susceptible de acceso" (es decir, es información pública) y no procede la declaratoria de inexistencia, sino acaso la clasificación de confidencial, si por ley procede.

Si esa entidad insistiera en la inexistencia, además de la declaratoria oficial, deberá presentar al IFAI un informe "donde explique por qué no existen (los documentos) y qué sucedió con ellos: si se dieron de baja documental, hubo transferencia al Archivo General de la Nación o cualquier otra causa".

La orden se sustenta en los artículos 46 de la Ley Federal de Transparencia y 70, fracción V, los cuales obligan a rendir un informe.

Al resolver el recurso 4590/07, a cargo del comisionado Alonso Lujambio, Juan Pablo Guerrero propuso modificar la resolución. Inicialmente se había dictaminado que la Presidencia de la República hiciera una búsqueda exhaustiva de las listas, y que de no encontrarlas declarara

la inexistencia.

Empero, Guerrero recordó las quejas presentadas ante el IFAI el sexenio pasado por la negativa a entregar dichos documentos. Entonces la Presidencia de la República alegaba que las visitas que recibía Sahagún correspondían a particulares y familiares, entre ellos sus hijos Manuel y Jorge Bribiesca, entre otros, motivo por el que se clasificaron.

Rememoró también las actividades públicas de Sahagún y, para rematar, evidenció la "falta de consistencia" de la Presidencia de la República, pues al peticionario respondió que carecía de los documentos, pero una vez que se presentó la queja ante el IFAI y éste la aceptó, respondió que había localizado 6 mil 50 documentos entregados a la presidenta de la fundación Vamos México.

Hay que recordar que las instalaciones de esa agrupación se encontraban en Los Pinos y que hasta los sueldos que se pagaban a los asistentes corrían a cargo del erario.

En aras de justificar la inexistencia, Jacqueline Peschard alegó que sería "natural" que no existieran esas listas, pues al concluir la gestión foxista Marta Sahagún se llevó sus documentos "personales". Hasta sugirió la entrega de una versión pública de las 6 mil 50 fojas localizadas, pues "los datos personales deben ser protegidos".

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA
NOTIMEX, “Ordena IFAI a PEMEX revelar contratos con la familia Mouriño”,
Periódico Milenio, México, 05 de junio de 2008.



MILENIO
nal11

1/1

2008-06-05 03:48:06.0 \$13418.49 Pag:

Le prohíbe decretar la inexistencia de éstos

Ordena IFAI a Pemex revelar contratos con la familia Mouriño

México > Notimex

Los comisionados del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública ordenaron a Petróleos Mexicanos buscar exhaustivamente los contratos de la paraestatal con la familia Mouriño y le prohibió decretar la inexistencia de algunos de ellos.

Durante su sesión pública, los comisionados del instituto respaldaron de manera unánime la propuesta de su colega Alonso Gómez Robledo Verduzco, en el sentido de revocar la respuesta de la paraestatal en la que declara inexistente la información.

Al analizar el expediente 651/08, el comisionado consideró que fue inadecuada la declaración de inexistencia de información que Petróleos Mexicanos (Pemex) hizo de los contratos de la paraestatal con la familia Mouriño sobre los cuales preguntó un ciudadano.

La petición consistía en conocer los documentos firmados entre las empresas y los familiares más cercanos del secretario de Gobernación, Juan Camilo Mouriño Terrazo, con Pemex y sus subsidiarias, a lo que la paraestatal contestó declarando su inexistencia.

Inconforme con esa respuesta, el ciudadano recurrió al IFAI, tras lo cual el comisionado Gómez Robledo Verduzco propuso revocar dicha contestación.

Explicó que la respuesta de Pemex es “incorrecta y limitada, pues es del dominio público que algunos miembros de la familia Mouriño participaron en empresas como Ivancaré Teisa y Grupo Empresarial del Sureste”, que si tiene contratos con la paraestatal.

El también comisionado Juan Pablo Guerrero Amparán solicitó

que se deje claro en la resolución que existe, por lo menos, un documento que demuestre la existencia de dichos contratos.

Guerrero Amparán abundó que el texto fue publicado por un diario de circulación nacional y cuenta con la firma de un funcionario público que fungió como gerente en la paraestatal entre diciembre de 2002 y febrero de 2006. ■■

ANEXO 8: HEMEROGRAFÍA

“PEMEX reconoce 124 contratos con la empresa de la familia Mourinho”, Periódico Crónica, México, 17 de julio de 2008.

eficiencia informativa 



CRÓNICA

Pag: -4

2008-07-17 05:46:11.0

81.06 cm2, \$3242.32

1/1

● IFAI

Pemex reconoce 124 contratos con la empresa de la familia Mourinho

Petróleos Mexicanos (Pemex) confirmó que existen 108 contratos más firmados con la empresa Grupo Energético del Sureste (GES), que pertenece a la familia Mourinho, con lo que suman 124 contratos entre la paraestatal y empresas de la familia del secretario de Gobernación, Juan Camilo Mourinho. Durante la sesión del pleno del IFAI, el comisionado Alonso Gómez Robledo señaló que la información se obtuvo luego de ordenar a Pemex, con base en una solicitud ciudadana, abrir los expedientes de los contratos de la empresa Esges, S.A. de C.V., cuyo expediente lo integran mil 707 páginas, con la paraestatal.

“Pemex señaló que el Grupo Energético del Sureste, propiedad de la familia Mourinho, sería el accionista mayoritario de ESGES, por lo que entre Pemex Refinación y ESGES sí existe un vínculo de carácter comercial derivado de la suscripción de 37 contratos de franquicia, 37 de suministro y 34 contratos de crédito”, comentó el comisionado Gómez Robledo.

En tanto, la paraestatal aclaró que los contratos que celebró con las estaciones de servicio de dicho grupo, se hicieron en apego a lo dispuesto en el programa simplificado para el establecimiento de nuevas estaciones de servicio. (Redacción)

FUENTES

BIBLIOGRAFÍA:

- ACHILLES, de Faria Mello Fernando. Desarrollo Organizacional. Enfoque Integral. Editorial Limusa, S.A. de C.V., México, 1994, 181 p.p.
- ADLER, Ronald y Marquardt Elmhorst, Jeanne. Comunicación Organizacional. Ed. Mc Graw Hill, México, 1997, 462 p.p.
- AGUILAR, Edmundo, Guadalupe Aragón y varios autores. Antología para Ciencia de la Comunicación I. CCH Plantel Vallejo, Departamento de Impresiones, México, 1994, 183 p.p.
- BOSCH García, Carlos. La técnica de investigación documental. Ed. Trillas, México, 1991, 74 p.p.
- Diario Oficial de la Federación. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Contenido: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública. Tomo DCXLIV No. 1, México D.F., miércoles 02 de mayo de 2007. p.p. 109.
- Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Ed. Ediciones Gestión, S.A. Barcelona, 2001, 415 p.p.
- DORANTE, Rola. Las Organizaciones que aprenden. Ed. Macchi, Buenos Aires-Bogotá-Caracas-México, D.F., 1998, 179 p.p.
- ECO, Umberto. Cómo se hace una tesis. Ed. Gedisa, México, 1991, 267 p.p.
- ELIAS, Joan. Más allá de la Comunicación Interna. Ed. Gestión, Barcelona, 200, 306 p.p.

- ESCOBEDO, Juan Francisco. El Cambio en la comunicación, los medios y la política. Fundación Manuel Buendía, México, 2001, 150 p.p.
- FERNÁNDEZ, Collado Carlos. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1998, 368 p.p.
- FERNÁNDEZ, Collado Carlos y Roberto Hernández Sampieri. Marketing Electoral e Imagen de Gobierno en funciones. MCGrawHill, México, 2000, 142 p.p.
- FLORES De Gortari, Sergio. Hacia una Comunicación Administrativa Integral. Ed. Trillas, México, 1998, 354 p.p.
- GALLARDO Cano, Alejandro. Curso de teorías de la comunicación. UNAM, México, 1990, 169 p.p.
- GOLDHABER, Gerald M. Comunicación Organizacional. Ed. Diana, México, 1984, 423 p.p.
- GONZÁLEZ Reyna, Susana. Manual de redacción e investigación documental. Ed. Trillas, México, 1980, 180 p.p.
- HENRY, H. Albers. Principios de Organización y Dirección. Tomo 3. Editorial Limusa, S.A. de C.V., México, 1987,
- HOMS Quiroga, Ricardo. La Comunicación en la Empresa. Ed. Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., México, 1998, 148 p.p.
- IFAI. Manual de Organización. México, 2006, 252 p.p. (Documento Interno, realizado con modificaciones aprobadas por el Órgano de Gobierno del IFAI).

- IFAI. Clima Organizacional. México, 2006, 57 p.p. (Documento Interno, realizado por la Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional).
- IFAI. Transparencia, Acceso a la Información y Datos Personales. Marco Normativo. México, 2006, 200 p.p.
- Instituto Federal de Acceso a la Información Pública/Órgano de Gobierno ATZ-SE, Sesión Ordinaria, México, 30 de octubre de 2007, punto 6, pág. 7 p.p.
- LOZANO Rendón, José Carlos. Teoría de la Investigación en Comunicación de Masas. Ed. Alhambra Mexicana, México, 1997, 233 p.p.
- MAR. CAPINTE (Capacitación Integral). Visión estratégica y operativa. México, 2007, 53 p.p.
- PHILIPPE, J. Maarek. Marketing político y comunicación. VOTE. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., España, 1995, 281 p.p.
- REBEIL Corella, María Antonieta y Ruíz Sandoval Reséndiz Celia. El Poder de la Comunicación en las Organizaciones. Ed. Plaza Valdés Editores/Universidad Iberoamericana, México, 1998, 386 p.p.
- RODRIGUEZ, Mansilla Darío. Gestión Organizacional. Plaza y Valdés Editores, México, 1996, 217 p.p.
- TABORGA, Huáscar. Cómo hacer una tesis. Ed. Grijalbo, México, 1980, 165 p.p.
- YUREN, Adriana. Conocimiento y Comunicación. Editorial Alambra Mexicana S.A.de C.V., México, 1994, 409 p.p.

TESIS:

- GONZÁLEZ Lugo, Flora Rosario. “Comunicación Organizacional y resistencias socioculturales”. México; Tesina Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 2002. 136 p.p.
- MAYEN Rodríguez, Juana. “La Comunicación Interna y la capacitación audiovisual en las empresas”. México; Tesina Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 2002. 164 p.p.
- REYES García, Ana Ivett. “La Comunicación Interna en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)”. México; Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 2004. 138 p.p.
- RODRÍGUEZ Salazar, María Eugenia. “La Comunicación Organizacional Elemento esencial para las Empresas caso específico SYNTEX, S.A. De C.V.” México; Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 1993. 138 p.p.
- RUÍZ Magaña, Sonia. “La Comunicación Interna y su influencia en la calidad del trabajo. El caso del Departamento de actividades culturales, sociales y deportivas del STC, Metro”. México; Tesina Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 1996. 66p.p.

- SIMONIN Bonilla, Elizabeth. “La Comunicación Interna en las áreas de salud de las Instituciones Bancarias, caso específico: Servicio Médico en Banco Mexicano, S.A.” México; Tesina Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 1996. 68 p.p.

CITAS INTERNET:

- Comunicación Organizacional [en línea], Dirección URL: <http://www.monografias.com/trabajos11/gerencia/gerencia.shtml>, (consulta: 20 agosto de 2007)
- Diario Oficial de la Federación, Reglamento Interior del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública [en línea], México, miércoles 2 de mayo de 2007, Dirección URL: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4986300, (consulta: 27 de agosto de 2007)
- IFAI, ¿Qué es la confirmación de positiva ficta? {en línea}, México, Dirección URL: http://www.ifai.org.mx/test/new_portal/confirma_ficta.htm, (Consulta 17 de agosto de 2007).
- IFAI, ¿Qué puede hacer el IFAI por mi? [en línea], México, Dirección URL: http://www.ifai.org.mx/test/new_portal/quepuede.htm, (consulta: 17 de agosto de 2007)
- IFAI, Secretaría Ejecutiva, Dirección General de Administración y Dirección de Desarrollo Humano y Organizacional. Manual de Organización [en línea], México, 2006, Dirección URL: http://www.ifai.org.mx/clima_laboral/PresentacionResultadosClimaLaboral2006.pdf. (consulta: 20 de agosto de 2007)

- Instituto Federal de Acceso a la Información Pública. IFAI (en línea), México, Dirección URL: <http://www.ifai.org.mx>. (Consulta 01 de junio de 2007)
- José María La Porte, “Potencialidad creativa de la comunicación interna en el tercer sector”, [en línea], Chía, Ciundinamarca, Edición No. 12, junio de 2005, Dirección URL: <http://www.periodismo.edu.co>. (consulta: 20 de junio de 2007).
- Lucila Zangone, Comunicación Organizacional [en línea], Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, 2004, Dirección URL: <http://www.gestiopolis.com/canales8/rrhh/losrecursoshumanos/estructura-jerarquica-en-cultura-organizacional.htm>
- Microsoft ® Encarta ® 2007. Microsoft Corporation Reservados todos los derechos.
- Diario Oficial de la Federación. México, 2007. Versión electrónica: <http://dof.gob.mx/index.php?fecha=20/7/2007&mes=6&ano=2007>. (consulta: 05 de mayo de 2007).

HEMEROGRAFÍA:

- QUINTANA Enrique, “¿Se cierra el caso Fobaproa?”, Periódico Reforma, México, 28 de junio de 2005.
- BECERRA Jessika, “Carece IPAB de causal de reserva y deberá abrir su información”, Periódico El Economista, México, 28 de junio de 2005.
- RODRÍGUEZ Martín Diego, “Ordena IFAI a PGR entregar documentos sobre accidente de Ramón Martín Huerta”, Periódico La Jornada, México, 22 de septiembre de 2006.

- CARRIÓN Lydiette, “El IFAI ordena a Presidencia transparentar la transición”, Periódico Milenio, México, 18 de enero de 2007.
- GARCÍA Cecilia, “Presidencia valoró sin pruebas”, Periódico Excélsior, México, 05 de julio de 2007.
- LUNA José, “Ordena IFAI a Salud entregar información sobre importación ilegal de efedrina”, Periódico El Sol de México, México, 12 de julio de 2007.
- VELASCO Elizabeth, “El IFAI ordena a PGR entregar a La Jornada datos sobre Zhenli”, Periódico La Jornada, México, 25 de octubre de 2007.
- “Ordenan a la Sedena entregar datos sobre caso Zongolica”, MO ABC Monterrey, México, 31 de enero de 2008.
- VELASCO Elizabeth, “Decide hoy el IFAI sobre reserva de pesquisa contra los Bribiesca”, Periódico La Jornada, México, 05 de marzo de 2008.
- VELASCO Elizabeth, “Los Pinos debe entregar ya informes de Marta Sahagún”, Periódico La Jornada, México, 13 de marzo de 2008.
- NOTIMEX, “Ordena IFAI a PEMEX revelar contratos con la familia Mouriño”, Periódico Milenio, México, 05 de junio de 2008.
- “PEMEX reconoce 124 contratos con la empresa de la familia Mouriño”, Periódico Crónica, México, 17 de julio de 2008.