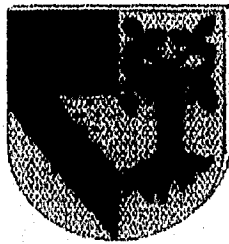


308923

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

113
281

ESCUELA DE PEDAGOGIA
INCORPORADA A LA
Universidad Nacional Autónoma de México



INFORME SOBRE LA INTERACCION EDUCATIVO-CULTURAL
EN UNA COMPAÑIA BURSATIL

INFORME ACADEMICO

QUE PRESENTA:

ARMIDA ELENA SANCHEZ GONZALEZ

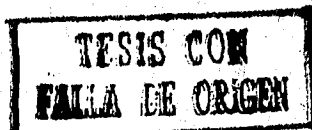
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PEDAGOGIA

Director del informe adadémico

Dra. E. Marveya Villalobos Torres

MEXICO, D.F.

1996



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Con todo mi cariño y gratitud,

a mis padres,

a mis hermanos,

**a todas aquellas personas cuyo
apoyo y consejos hicieron posible
este trabajo.**

INDICE

I EXORDIO

I.1	Exposición de motivos	1
I.2	Justificación de la relación del informe académico con la carrera	3

II CUERPO DEL INFORME

II.1	Descripción General de la Institución	13
II.1.1	Tipo de Institución	14
II.1.1.1	Antecedentes	14
II.1.1.2	Situación Actual	14
II.1.2	Objetivos, Misión y Valores del Grupo Financiero Megamex	19
II.1.2.1	Objetivos	19
II.1.2.2	Misión	21
II.1.2.3	Valores	21
II.2	Descripción General de Casa de Bolsa Megamex	23
II.2.1	Antecedentes	23
II.2.2	Situación Actual	24
II.2.3	Funciones y Servicios	25
II.2.4	Misión	26
II.2.5	Filosofía	27
II.2.6	Objetivos	27

II.3	Estructura General de Casa de Bolsa Megamex	28
II.3.1	Dirección de Recursos Humanos y Materiales	29
II.3.2	Coordinación de Compras y Relaciones Públicas	30
II.4	Recursos	39
II.4.1	Recursos Humanos	39
II.4.2	Recursos Materiales	47
II.4.3	Recursos Formales	48
III	COROLARIO (APARATO CRITICO)	
III.1	Problema o situación a la que responde	49
III.1.1	La comunicación en las organizaciones	50
III.1.2	La motivación en las organizaciones	52
III.1.3	Desarrollo de la autoestima	55
III.1.4	Desarrollo de la cultura en el tiempo libre como perfeccionamiento humano	57
III.1.5	Importancia del deporte en el desarrollo personal	59
III.1.6	Obstáculos para lograr el óptimo desarrollo del empleado en la organización	62
III.2	Logros y Mejoras	63
III.3	Propuesta Pedagógica	66
III.4	Conclusiones	67
	Citas Bibliográficas	70
	Bibliografía	72
	Anexos	

I. EXORDIO

I.1 Exposición de motivos

La institución en la cual laboro es una empresa que se dedica a proporcionar asesoría y servicios de intermediación financiera y bursátil, y que a través de la búsqueda de la excelencia, lograr el liderazgo en participación de mercado y rentabilidad.

Mi interés al elaborar este trabajo se dirige a la importancia y trascendencia que tiene el trabajar sobre bases claramente específicas en el Departamento de Compras y Relaciones Públicas, para lograr la formación del autoestima en la calidad de vida del personal, su correlación con la conciencia de prosperidad y éxito en su trabajo, así como que logren identificar los principales motivadores y obstáculos de la riqueza humana para lograr su perfeccionamiento a través del aprovechamiento de las actividades culturales, deportivas y sociales que la empresa les ofrece tanto en horarios de trabajo como en su tiempo libre.

Con ésto, quiero decir que el desarrollo de estas actividades son un proceso de educación permanente, que tiene como finalidad lograr el desarrollo integral del hombre, para que su autoestima se forme y aumente día a día mejorando su calidad de vida.

Dado a las características de esta institución, se requiere que el trabajo de todo su personal, así como sus esfuerzos estén encaminados a la total satisfacción del cliente, para lo cual es necesario que el personal viva en una cultura orientada al servicio y a la calidad, conociendo claramente los objetivos de la misma.

Para el logro de estos objetivos se tiene que definir claramente la misión y los valores de la empresa, así como sus actitudes y creencias ante sus mismos empleados, sus clientes y sus proveedores.

El puesto que ocupo en esta institución, es el de Coordinadora de Compras y Relaciones Públicas, y tengo la responsabilidad de elegir las mejores compras y organizar los eventos que se requieran en la empresa, con la ayuda de los conocimientos adquiridos en la carrera, mi experiencia laboral y ética

profesional.

Asimismo, tengo que realizar una labor de educación con el personal de la empresa mediante métodos, sistemas y políticas que he desarrollado para que haya uniformidad, claridad y orden en las solicitudes de compra y eventos de aproximadamente 700 personas, así como coordinar el seguimiento de éstas.

La elaboración de este informe es muy importante en mi desarrollo profesional, porque busco concretizar mi desempeño en esta institución a lo largo de 2 años 6 meses.

1.2. Justificación de la relación del informe académico con la carrera.

El campo de la Pedagogía es más amplio de lo imaginable, de aquí su complejidad y diversidad, ya que la educación afecta a la vida total del hombre, y es aquí, en el mismo concepto de hombre donde surge la relación con mi quehacer en la empresa, ya que por ella aprende los componentes

culturales, los transforma y se transforma, por ella se integra a su civilización, por ella se construye.

La formación teórico metodológica y técnica del pedagogo se transforma en función de las necesidades de educación que la complejidad de nuestra civilización hace cada vez más diversas y múltiples.

En virtud del desarrollo y crecimiento de los países, el hombre se ha visto en la necesidad de prepararse cultural, moral y socialmente, es decir, ha visto la necesidad de educarse, bien sea en instituciones educativas o bien en forma autodidáctica.

Actualmente, la educación intencionada se complementa con la asistemática que proporciona la misma sociedad y que nunca ha desaparecido ni desaparecerá; siempre habrá influencia de la familia, del estado, la iglesia, la industria, el comercio, así como de los medios de comunicación, actuando necesariamente sobre el desarrollo de los individuos y su adaptación a la sociedad.

La Educación es una de las experiencias prioritarias de las sociedades contemporáneas. Los diferentes sectores de la sociedad están preocupados realmente en lo que respecta a la educación. Esta preocupación día con día cobra mayor importancia, fuerza e intensidad; importancia que la educación tiene con respecto a la continuidad, desarrollo en las transformaciones y el avance de las sociedades.

La demanda de educación en los distintos sectores se ha incrementado notablemente, las necesidades educativas de las sociedades se han acrecentado y se han venido diferenciando en forma progresiva ante los requerimientos siempre nuevos del desarrollo social y económico.

La Educación es un proceso continuo que empieza con la vida y termina con la muerte, por lo tanto, el objeto de la educación es la formación integral del ser humano dentro de una sociedad, procurándole los medios para su mejor adaptación.

Por medio de la educación, el hombre va adquiriendo capacidad para educarse más y para a su vez, dar educación. Es un constante dar y recibir, ya que nadie da lo que no tiene.

Pero así como se dice que la educación comienza con el individuo y muere con él, en el lapso intermedio no podemos afirmar que se haya logrado el ideal de la formación integral del ser humano, pero lo que sí podemos afirmar es que mientras el hombre vive, es susceptible de perfeccionamiento, ya que una de sus características esenciales es la educabilidad.

La Pedagogía es una ciencia muy importante y con gran trascendencia social, ya que se ocupa de los procesos de la formación humana. Se ha convertido en objeto de discusiones apasionadas y candentes en términos de su posible autonomía, sus orientaciones filosófico-científicas, sus prácticas y su significación social en un espacio y tiempo eminentemente educativos.

Dada la magnitud, el valor y la importancia del binomio educación-pedagogía en nuestras sociedades contemporáneas, estamos obligados a una reflexión prospectiva de éstas en cuanto a su corpus teórico y su quehacer práctico. Hay

que estar conscientes de los futuros educativos que vamos a proyectar y orientar desde nuestros sistemas teóricos y desde el conjunto de nuestras acciones prácticas.

En México, la sociedad está atravesando por una época de creciente expansión y desarrollo educativo. A partir de esto, la Pedagogía cobra gran importancia, ya que el objeto de estudio de la misma es el fenómeno educativo el cual implica, desde la reflexión sobre el deber ser de la educación, es decir, el aspecto normativo del quehacer educativo, la búsqueda de teorías y leyes que fundamenten las manifestaciones reales de la acción educativa, la aplicación de una metodología científica que facilite el poder explicar la educación, hasta las actividades técnicas e instrumentales que permitan atacar la problemática inherente al fenómeno educativo.

La Pedagogía trata al fenómeno educativo como un ideal que ha de ser alcanzado y perfeccionado, como una problemática que debe solucionarse como un proceso que debe ser orientado y llevado a cabo con eficacia y como resultado concreto y acumulado de ese proceso.

El ámbito empresarial es en donde estoy aplicando mis estudios universitarios, debido a que en el desempeño del trabajo de la Coordinación de Compras y Relaciones Públicas, estoy trabajando con personal de todos los niveles de la empresa en una forma interna, así como con proveedores en una forma externa.

Al decir esto, me refiero a que el trabajo de un Pedagogo en este departamento tiene una aplicación ética de saber tratar a cada persona tanto interna como externa, con conocimientos, cortesía, eficiencia, honestidad, firmeza así como el adecuado aprovechamiento de los recursos financieros de la empresa.

Además la labor del pedagogo dentro de esta institución y en este Departamento específicamente, es muy importante para el desarrollo de las actividades culturales y recreativas que se organizan para el personal tanto en horas de trabajo como en su tiempo libre, ya que cuenta con los elementos didácticos para la organización de eventos de carácter deportivo, cultural y social y que se lleven a cabo satisfactoriamente.

También cuenta con distintos métodos para realizar la interacción de conocimientos y acontecimientos, como son las reuniones semanales para la evaluación del desempeño, la publicación de periódicos y boletines, así como los pizarrones de comunicación .

Realizo funciones de promoción cultural y de investigación, ya que me encargo de coordinar las actividades culturales, sociales y deportivas de la Institución, así como de investigar continuamente distintas y nuevas formas de motivación y comunicación para el personal.

Además, también desempeño funciones administrativas, ya que al coordinar al Departamento de Compras y Relaciones Públicas, me encargo de solicitar cotizaciones para distintos eventos, y también de artículos necesarios para el desempeño del trabajo; realizar cuadros comparativos escogiendo al mejor proveedor de acuerdo a la mejor calidad, mejor precio, menor tiempo de entrega, mejor servicio y mejor valor agregado* ; elaborar el pedido o solicitud de compra; y ya que el producto se ha recibido o el evento se ha realizado, se le da seguimiento al trámite de pago.

* Este valor agregado implica garantía del producto, soporte posterior, capacitación (si así lo requiere el producto), y todo lo que el proveedor pueda ofrecer de manera "extra" al cliente.

La Carrera de Pedagogía me ha dado bases muy sólidas para poder desempeñar mi trabajo, ya que he logrado que en este Departamento se trate a cada empleado personalmente, conociendo específicamente sus necesidades para su mejor desenvolvimiento en la institución.

Las áreas de estudio que comprenden mi formación son la didáctica, la filosófica, la empresarial, la sociológica y la logotécnica.

La didáctica me ha proporcionado los elementos y las bases para poder realizar siguiendo los momentos didácticos, un diagnóstico de necesidades del personal de Megamex^{*}, así como el llegar a la planeación, la realización y la evaluación de las actividades.

En un trabajo cada vez más colectivo, he buscado realizar investigaciones, planificar programas, organizar, aplicar técnicas buscando soluciones a múltiples problemas que la relación educación- sociedad plantea a la pedagogía, así como el buscar dar respuesta al QUE, QUIEN, COMO,

^{*} Para ésta investigación se va a utilizar el nombre de Megamex, que es irreal.

CUANDO, DONDE, PARA QUE, POR QUE, de los procesos educativos existentes, así como de los pasados, para alcanzar la esencia de la educación, formular teorías, verificar y plantear en una práctica pedagógica.

El área didáctica, también me ha dado las bases para la elaboración de materiales didácticos que me han servido de apoyo para facilitar la comunicación del personal en la empresa.

El área filosófica es muy importante, ya que en este Departamento se deben tener criterios rectos y verdaderos acerca de la persona con la que se está interactuando, así como el buscar el perfeccionamiento del hombre dentro de la empresa, a través del ejercicio de sus valores, que son las virtudes.

En el área empresarial, es muy importante tener los conocimientos del proceso administrativo para poder integrar los principios de administración, análisis y presupuestos humanos en el entorno empresarial, así como el desarrollar habilidades directivas y de liderazgo.

La sociológica, porque en los últimos años se han presentado cambios en todo el mundo en materia económica, tecnológica, social, educativa y política, lo cual ha afectado a nuestro país, particularmente en sus estrategias de desarrollo de personal, y esto ha influido decisivamente en las organizaciones. Por lo anterior, el papel del Pedagogo ante la sociedad es el de ser el protagonista del cambio, de acuerdo a nuestra realidad actual.

El área psicológica, porque nos proporciona los conocimientos acerca del aspecto biológico, psicológico y social del ser humano, así como el desarrollo de su personalidad en relación a su dimensión humana, su trascendencia y su relación con los demás.

El área logotécnica nos proporciona los conocimientos para poder utilizar la estadística, los recursos materiales (computadoras, programas de cómputo, etc.) y los métodos y técnicas de investigación como instrumento de apoyo para poder realizar este informe académico de la manera más adecuada.

II. CUERPO DEL INFORME

II.1 Descripción General de la Institución

El Grupo Financiero Megamex (GFM) es uno de los grupos financieros más grandes en México. El Grupo opera bajo el modelo de Banca Universal (ofreciendo productos y servicios de Banca Comercial y de Inversión), está conformado por unidades especializadas bancarias y no bancarias a través de las cuales ofrece a sus diferentes clientes, los productos y servicios financieros en las principales áreas de consumo, como son Corporativo, Banca Comercial y Patrimonial, Administración de Fondos, Banca de Inversión y Casa de Bolsa, Arrendamiento Financiero, Factoraje y Almacenadora.

La subsidiaria más importante de GFM es Megamex, S.A. Institución de Banca Múltiple, que es uno de los Bancos Comerciales más grandes de México, el cual pertenece en casi el 100% a GFM.

II.1.1. Tipo de institución

II.1.1.1. Antecedentes

Desde su creación, Megamex ha sido un Banco con fuerte arraigo en cada región del País. Se fundó en la Ciudad de México en 1932 bajo la denominación de Banco de Comercio, S.A. En los siguientes 25 años dicha institución adquirió o creó 34 bancos regionales a lo largo de la República Mexicana formando el Sistema Bancos de Comercio (red de bancos afiliados). En 1956 estableció una compañía financiera, llamada Financiera Megamex, S.A. y en 1957 la compañía hipotecaria, Hipotecaria Megamex, S.A. En el año de 1977, las distintas instituciones que formaban el Sistema Bancos de Comercio, fueron consolidadas en una Banca Múltiple, bajo el nombre de Megamex. Esta fusión permitió mantener su arraigo con las comunidades locales y simultáneamente beneficiarse de una sola infraestructura operativa.

II.1.1.2. Situación Actual

Desde su constitución, el Grupo Financiero Megamex, ha puesto especial atención en la reducción de costos administrativos así como en el aumento de la eficiencia del grupo a través de la consolidación de sus operaciones y la eliminación de la duplicidad de procesos.

A finales de 1993, Grupo Financiero Megamex puso en marcha el Nuevo Modelo Estratégico Megamex, mismo que fué diseñado bajo una visión radicalmente distinta del quehacer financiero y acorde a la diversidad de las necesidades de la clientela. La especialización de las actividades, la reingeniería de la operación, el control de gestión y el cambio cultural del personal constituyen las partes fundamentales del Nuevo Modelo Estratégico. El objetivo principal de negocios de Megamex mediante este nuevo modelo, es ofrecer a sus clientes una amplia red de productos y servicios financieros de la más alta calidad a través de divisiones especializadas de negocio en cinco divisiones: Banca de Servicios, Banca del Consumidor, Banca Hipotecaria, Banca Institucional y Banca Especializada. *(Anexo I)*

A lo largo de 62 años, es decir, desde su fundación, el Banco se ha dedicado a estrategias de negocio enfocadas primordialmente al mercado de menudeo y al sector de pequeñas y medianas empresas. Esta ha buscado mantener su posición de líder en éstos mercados, y pretende incrementar su participación en otros sectores del mercado, particularmente en el sector de empresas

grandes y corporativas, así como desarrollar una fuerte presencia en el sector de servicios y productos financieros no bancarios.

Grupo Financiero Megamex ha incrementado la eficiencia mediante inversiones importantes en tecnología y sistemas, incluyendo la red de comunicación de Megamex, misma que depende de conexiones vía satélite con todos sus centros regionales y la mayoría de sus sucursales, formando una de las redes de comunicación privada más importante de Latinoamérica. Esta tecnología, que conecta las sucursales Megamex con sus áreas de operación y soporte en más de 350 ciudades de la república, permite a Megamex realizar el registro de aproximadamente 9 millones de transacciones* diarias en la República Mexicana, minimizando la dependencia en servicios de mensajería. Durante los últimos cuatro años Megamex ha invertido cerca de N\$1,300 millones en telecomunicaciones, equipo de cómputo y paqetería así como desarrollo de sistemas.

En septiembre de 1994 Grupo Financiero Megamex, busca abrir nuevos horizontes por lo que conjuntamente con GTE International

* Convenios comerciales.

Telecommunications Incorporated y Valores Industriales firman una carta de intención para formar una alianza y con ello competir en el mercado de telefonía de larga distancia en México, sujeta a la nueva ley de telecomunicaciones y dependiendo si se logra obtener alguna concesión. Actualmente, Teléfonos de México es el único proveedor de servicios de telefonía de larga distancia, sin embargo compañías extranjeras como AT&T Corporation, MCI Communications Corporation y Sprint Corporation se encuentran negociando la misma estrategia con otras compañías mexicanas para competir en el mismo mercado.

El Banco atiende a personas físicas y morales ofreciendo productos y servicios financieros generales y especializados. De acuerdo a información publicada por la Asociación Mexicana de Bancos, al 31 de diciembre de 1994 Megamex, S.A., ocupaba el primer lugar en cartera de crédito con un porcentaje de mercado del 19.34% y en número de sucursales con 930 en la República Mexicana, por su parte en cuanto a depósitos globales se situó en el segundo puesto con un porcentaje de mercado del 21.94%, lo mismo que en activos con un monto total de N\$151,580 millones. (1)

Además de Megamex, S.A., GFM mantiene el control de las siguientes subsidiarias:

Casa de Bolsa Megamex, la cual se encarga de negocios de banca de inversión, corretaje de acciones y es promotor, administrador y asesor de sociedades de inversión.

Megamex Securities Services, que se encarga de administrar portafolios de valores mexicanos de inversionistas institucionales extranjeros, proporcionando servicios de liquidación y movimiento de valores, custodia y envío de información sobre posiciones, así como la representación de derechos corporativos inherentes a los valores en custodia.

Arrendadora Megamex, y **Arrendadora Financiera Monterrey**, ambas empresas de arrendamiento financiero con un enfoque de atender a medianas y pequeñas empresas.

Factoraje Megamex, empresa fusionada recientemente por Factor de Capitales, misma que perteneció directamente a GFM, y dedicada a operaciones de factoraje financiero.

Casa de Cambio Megamex

Almacenadora Megamex, en donde existen certificados de depósitos emitidos, respaldados por los bienes acumulados. *(Anexo 2)*

II.1.2 Objetivos, Misión y Valores del Grupo Financiero Megamex

II.1.2.1. Objetivos

- a) Adquirir y administrar acciones emitidas por las entidades del Grupo.

- b) Proporcionar servicios de asesoría, consultoría y asistencia técnica en materia contable, mercantil, financiera, jurídica o administrativa a las sociedades de las que sea accionista.

- c) Adquirir en propiedad o arrendamiento toda clase de bienes muebles o inmuebles, así como derechos reales sobre ellos, que sean necesarios o convenientes para uso exclusivo de la controladora.

d) Girar títulos de crédito, aceptarlos o endosarlos en los casos que sea necesario con motivo de su objeto social atendiendo a las excepciones que en su caso establezca la Ley para Regular las Agrupaciones Financieras.

e) Operar sus propias acciones en el mercado de valores previa autorización de la Comisión Nacional de Valores y su inscripción en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios.

f) Realizar y celebrar, en general, toda clase de actos, contratos y operaciones conexas o accesorias que sean necesarias o convenientes para el cumplimiento de su objeto social, sujetándose en todo momento, a las disposiciones de carácter general, que en su caso, emita la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2)

II.1.2.2 Misión

- Ser la mejor opción para satisfacer las necesidades de nuestra sociedad en servicios financieros, con la máxima seguridad y calidad.
- Ofrecer a su gente las mejores condiciones para su desarrollo integral, en respuesta a su esfuerzo individual y de equipo.
- Obtener un rendimiento atractivo para sus accionistas y contribuir, de manera importante, al desarrollo económico y social de nuestra comunidad. (3)

II.1.2.3 Valores

En el Grupo Financiero Megamex, se cree en el individuo, sin distinción de raza, sexo o religión, en su sentido de responsabilidad, respeto y deseo de superación, compartiendo entre todos el éxito de la institución.

Los valores que forman parte integral del grupo son:

HONESTIDAD, debido a que se cree en el actuar con integridad, cumpliendo con la responsabilidad asignada en el uso escrupuloso de la información, así como de los recursos materiales y financieros.

PRUDENCIA, ya que se cree en el manejo cuidadoso de los recursos encomendados a la institución, tomando riesgos calculados dentro de las políticas establecidas, como la norma de conducta que responde a la confianza depositada en cada integrante del grupo.

ESPIRITU DE SERVICIO, porque se debe responder al cliente y a los colaboradores con agilidad y amabilidad, ya que esta, es la única forma de satisfacer plenamente sus expectativas.

JUSTICIA, debido a que se debe buscar objetiva e imparcialmente la verdad, para otorgar a cada quien lo que le corresponde.

RESPONSABILIDAD, ya que todos debemos tener el compromiso de actuar decididamente dentro de nuestro ámbito de influencia, haciendo todo aquello que contribuya al logro de los objetivos de la institución.

AUSTERIDAD, porque hay que utilizar siempre todos los recursos con la máxima efectividad y cuidado, evitando desperdicios y consumos superfluos.

CREATIVIDAD, porque es de vital importancia, fomentar un ambiente donde la libre expresión de ideas y opiniones propicie la innovación y el desarrollo.

(4)

II.2 Descripción general de Casa de Bolsa Megamex

II.2.1. Antecedentes

En 1956, se constituye Promociones y Corretajes, S.A. (PROCORSA), 22 años después, siendo el Banco Mexicano Somex dueño de PROCORSA, cambia su nombre a Acciones Bursátiles Somex, S.A.

En 1987, cuando se privatiza la empresa, cambia su nombre a Acciones Bursátiles, S.A. de C.V., y posteriormente una tercera parte de la empresa es adquirida por Grupo Vamsa. La Casa de Bolsa pasa a ser subsidiaria de Vamsa al adquirir ésta la mayoría de las acciones mediante un intercambio.

En 1992, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autoriza la formación del GRUPO FINANCIERO MEGAMEX, y Acciones Bursátiles pasa a formar parte de este grupo, cambiando su nombre a Casa de Bolsa Megamex (CBM),

un año después consolida su integración dentro de la estructura del GFM formando parte de la Banca Especializada y por ende del nuevo modelo estratégico.

II.2.2 Situación actual

Buscando siempre el liderazgo, calidad y servicio, la Casa de Bolsa se reestructura de acuerdo al nuevo modelo estratégico, dividiéndose en tres grandes unidades de negocio: Casa de Bolsa, Tesorería y Trading* y Banca Patrimonial**. (Anexo 3)

Tiene sus oficinas principales en la Ciudad de México, opera en toda la República a través de sus 14 sucursales y de los servicios de Banca Patrimonial. Casa de Bolsa Megamex es una de las 29 Casas de Bolsa que operan en la Bolsa Mexicana de Valores. Genera sus ingresos por comisiones de corretaje, trading y administración de sociedades de inversión, colocación de capitales y emisiones de deuda, ofrece a sus clientes servicios nacionales e

* Atención y manejo de tesorías corporativas a través de la promoción y operación del mercado de dinero.

** Manejo de las inversiones patrimoniales de personas físicas con altos ingresos (inversiones mayores a 1 millón de nuevos pesos), mediante productos de los mercados de capitales, de dinero, internacional y bancarios, diseñados a la medida de las necesidades de cada cliente.

internacionales de Banca de Inversión y corretaje de acciones entre otros.

(Anexo 4)

Al 31 de diciembre de 1994, Casa de Bolsa Megamex ocupaba el 3er. lugar del mercado en relación al monto operado. Adicionalmente Casa de Bolsa Megamex es asesor y administrador de varias sociedades de inversión de renta fija y renta variable y asiste a clientes del Grupo en obtener financiamiento externo mediante colocación de deuda y capital en los diferentes mercados financieros.

II.2.3. Funciones y Servicios

Las funciones que realiza la Casa de Bolsa y los servicios que ofrece son los siguientes:

- Realizar operaciones de compra-venta de valores e instrumentos del Mercado de Dinero.
- Asesorar profesionalmente al inversionista sobre el mercado de valores.

- Realizar ofertas públicas de acciones, obligaciones y otros valores en la Bolsa.
- Asesorar al inversionista en la integración de sus carteras de inversión.
- Proporcionar servicio de guarda y administración de valores depositando los títulos en el indeval* .
- Administrar y asesorar sobre la constitución de fideicomisos.

H.2.4 Misión

Proporcionar asesoría y servicios de intermediación financiera y bursátil, de acuerdo a los objetivos del grupo, y a través de la búsqueda de la excelencia lograr el liderazgo en participación de mercado y rentabilidad.

* Sociedad de depósito, que tiene como función, la administración de todos los valores cotizados en la Bolsa Mexicana de Valores de los distintos intermediarios.

II.2.5 Filosofía

Compartir con todo el personal de la empresa, el éxito de la misma, ya que son ellos quienes lo hacen posible; proporcionarles la seguridad de conservar su puesto con base en el rendimiento logrado; reconocer sus triunfos individuales y asegurarse que existe este sentimiento de satisfacción personal que proviene del hecho de haber cumplido con la labor asignada.

II.2.6 Objetivos

- Lograr una rentabilidad del capital que nos coloque como líderes del mercado.
- Incrementar en forma significativa la participación del mercado en los instrumentos de alta rentabilidad.
- Lograr una satisfacción completa de nuestros clientes.
- Proporcionar a nuestros empleados amplias oportunidades de desarrollo profesional y personal. (5)

II. 3 Estructura General de Casa de Bolsa Megamex

Casa de Bolsa Megamex se divide en las siguientes direcciones:

- Administración
- Análisis
- Asuntos Corporativos
- Auditoría
- Banca de Inversión
- Bursatilización de Activos
- Capacitación y Proyectos
- Comercialización
- Contraloría
- Cuentas Especiales
- Estrategias de Inversión
- Fiduciario
- Fusiones Adquisiciones y Capital de Riesgo
- Mercado de Capitales
- Mercado de Dinero
- Planeación, Administración y Control de Riesgo

- Productos
- Recursos Humanos y Materiales
- Sistemas
- Sociedades de Inversión
- Tesorería y Trading (*Anexo 5*)

II.3.1 Dirección de Recursos Humanos y Materiales

En la **Dirección de Recursos Humanos y Materiales** existe el departamento en el cual se realizan acciones conjuntas. Este departamento es el de Compras y Relaciones Públicas que están unidos debido a sus funciones, ya que se encarga de coordinar el abastecimiento de los recursos materiales solicitados por el personal, para la realización de su trabajo de una manera adecuada y satisfactoria; también tiene la función de difundir la cultura al personal, y de esta manera, lograr su integración con su equipo de trabajo, así como con el grupo financiero.

H.3.2 Coordinación de Compras y Relaciones Públicas

En el departamento se aplican encuestas al personal de la empresa para detectar necesidades de motivación, liderazgo y culturales con la finalidad de proponer actividades que el personal requiera.

Este departamento es de servicio, porque se atienden las necesidades específicas, tanto del personal como de las distintas Direcciones; es de vital importancia que este servicio sea de calidad, ya que es la clave para el éxito, es una responsabilidad el dar así el servicio, debido a que es el fundamento sobre el cual una organización puede construir eficiencia y calidad en sus resultados.

En Casa de Bolsa Megamex, consideramos que todos los empleados de la empresa son clientes internos, y que nuestros proveedores son nuestros clientes externos. Lo importante de esto, es satisfacer las necesidades del cliente interno, con la ayuda del cliente externo.

Para este departamento, es muy importante tener una planeación innovadora, debido a los cambios de los conceptos de este departamento así como de las herramientas con las que actualmente se cuentan.

Al mencionar planeación innovadora, nos referimos a que en el futuro, el nuevo estereotipo de ejecutivo, no es un trabajador manual o un financiero conservador, sino aquel que es innovador y que logra combinar el conocimiento imaginativo con la acción.

Al referirnos a esta planeación, consideramos que es importantísimo el intercambio de datos, de información y conocimientos, bajo la base de que si no se intercambia conocimiento no se crea riqueza.

Este intercambio se da con las siguientes actividades:

Reuniones semanales para la evaluación del desempeño, con el fin de comentar cómo han realizado su trabajo en un período determinado, cuáles son las actividades que tendrán que realizar a corto y a largo plazo, posibilidades de mejora tanto personal como laboral, intercambio de opiniones y evaluación.

Publicación de un periódico de la empresa que expone de una forma atractiva, original, ingeniosa y asequible para todos los niveles de la organización, varios conceptos como el conocer en qué se basan las políticas fundamentales de la empresa; qué negociaciones está realizando en determinado momento; cambios en la estructura organizacional; redacción de un artículo cultural sobre ciencia, economía, historia, etc; redacción de un artículo de interés general, casi siempre con un enfoque práctico; presentación de algún empleado junto con su respectiva entrevista y fotografía, para efectos de que el resto del personal vaya conociendo más a fondo a sus compañeros de trabajo y pueda identificar de forma particular a los miembros que laboran en la misma; personal de nuevo ingreso (fotografía en grupo y relación de nombres y puestos a ocupar); entrevista de algún personaje ilustre (actor, artista, escritor, etc.); sección de comentarios chuscos; sección de anuncios sobre la venta de bienes diversos (coches, mascotas, equipos electrónicos, departamentos, etc); invitación a eventos de carácter social, cultural y deportivos; y finalmente, un crucigrama o un laberinto a ser resuelto, en donde las tres primeras personas en resolverlo obtienen diferentes tipos de premios. Este concepto debe basarse en la invitación al personal de compartir

sus propias ideas desde su particular punto de vista, para lograr así la interacción entre todos.

Pizarrones de comunicación para el intercambio de información motivacional , de eventos, cumpleaños y cursos para el mejoramiento de las relaciones laborales.

En este Departamento se organizan actividades o eventos culturales, deportivos y sociales que promuevan la comunicación , integración y motivación de grupos dentro de la empresa.

-Los eventos culturales son los que se refieren a la organización de actividades que fomenten el conocimiento y la apreciación de la cultura desde distintos puntos de vista. Entre las actividades que se realizan están:

Conciertos de Música para sus empleados, que puede ser de música clásica, jazz, blues, etc., y a su vez se manejan métodos dentro del trabajo de inducción a la apreciación musical para mejorar la productividad .

Exposiciones de arte, ya sea pintura o escultura.

Visitas Guiadas para el fin de semana a distintos puntos de la República Mexicana o de la misma Ciudad de México (Templo Mayor, Teotihuacan, Museos, etc).

Exposiciones de carácter artístico o tecnológico en relación a alguna rama industrial.

Ferias de productos o artículos específicos.

Congresos, organizados para dar a conocer alguna estrategia dentro de la institución, o evaluar situaciones por las que está atravesando la misma, como por ejemplo: La Tercera reunión Trimestral de Funcionarios de Grupo Financiero Megamex, que trató el tema "La Economía Mexicana Hoy y Mañana", que se llevó a cabo los días 3 y 4 de agosto de 1995 en el Hotel Camino Real de Cuernavaca.

Conferencias de interés general para las cuales se puede invitar a participar a alguna persona que aunque no de forma profesional, conozca a fondo sobre un tema específico y esté en la disposición de compartirlo. Se han tratado temas como: “La Sábana Santa”, “El Tratado de Libre Comercio” (desde distintas perspectivas), “El Conflicto de Chiapas”, “Perspectivas económicas para 1996”, etc.

Proyección cinematográfica, que consiste en transmitir una película que tenga premios o galardones, o que posiblemente esté en el momento en cartelera, y que tenga mucho éxito. Se regalan palomitas y refrescos a la entrada, presentando el gafete, y al finalizar la proyección, se invita a un director de cine para que haga una crítica o comentario de la misma.

Campañas en las que se promueve ya sea la integración, la comunicación, el compañerismo, la calidad en el trabajo (trabajo productivo), a través de cartelones, redacción de slogans y para las cuales se promueven también algunas de las actividades anteriores.

- Los eventos deportivos son los que se organizan con la finalidad de lograr la convivencia e interacción del personal de una manera informal.

Torneo de Boliche, el cual se organiza cada año, y tiene una duración de 5 meses. La asistencia a éste es de una vez por semana, y se realiza en un boliche intermedio a las oficinas principales de la Casa de Bolsa. Su finalidad, es de convivir, competir y disfrutar con los compañeros de trabajo en un ambiente informal y cordial.

La Carrera Bursátil que se organiza anualmente. Para esta carrera se inscriben todas las casas de bolsa y grupos financieros. Los familiares del personal de Casa de Bolsa Megamex están invitados a participar en ésta.

Excursión al Popocateptl que también se realiza cada año, y a la cual están invitados todos los empleados de Megamex. Todo el equipo de alpinismo se los proporciona la empresa, al igual que el transporte y los alimentos. Este departamento se coordina con gente experimentada para realizar este tipo de actividad.

El Rally es organizado por personas de diferentes Direcciones. Esta actividad se realiza una vez al año, y consiste en ir descifrando pistas para llegar a un punto final. Tanto personas como automóviles tienen que ir disfrazados a lo largo del recorrido. Esta actividad fomenta el desarrollo de habilidades, la creatividad, el ingenio, el deporte, la cultura, pero principalmente la integración familiar y organizacional.

- Los eventos sociales que se organizan con la finalidad de tener una convivencia informal y generalmente de celebración.

Reconocimientos de antigüedad que se entregan al personal que lleve trabajando en la empresa 5,10,15,20,25 y 30 años. En esta celebración (que generalmente se organiza una comida) se reconoce a todos los empleados que han dado gran parte de su vida al grupo, y se les entrega un reconocimiento dependiendo de su antigüedad.

Fiesta de fin de año que generalmente se celebra en Centro Megamex, y es una semana completa de celebración, debido a que se le dedica un día a

cada empresa del grupo. Se invita al personal a un concierto de algún cantante, y se realiza una fiesta tipo “kermesse”, en donde hay bocadillos, juegos, se sortean viajes con todo pagado, dinero, canastas de comida, televisiones, estereos, coches, etc.

Días de campo de las diferentes Direcciones, en donde se trata de que las familias del personal de Casa de Bolsa Megamex se conozcan, compartan y disfruten de la naturaleza. Estos los organiza de manera independiente cada dirección.

Festejos especiales por el Día de las Madres y el Día de la Secretaria. Generalmente son desayunos y se les da un obsequio. También para el Día de Reyes, se entrega en cada departamento una rosca.

II.4 Recursos

II.4.1 Recursos Humanos

La Dirección de Recursos Humanos y Materiales está conformada de la siguiente manera:

- Asistentes Administrativos
- Coordinación de Compensaciones
- Coordinación de Compras y Relaciones Públicas
- Coordinación de Nómina
- Coordinación de Selección de Personal
- Encargado de Almacén
- Gerencia de Recursos Humanos
- Gerencia de Servicios Generales
- Mantenimiento
- Mensajería
- Personal del comedor (capitán, meseros, jefe de cocina)
- Vigilancia

El organigrama de esta Dirección se presenta en el *Anexo 6*.

El departamento de Compras y Relaciones Públicas es de vital importancia para Casa de Bolsa Megamex, porque su función es dar a todas áreas los recursos materiales y motivacionales para desempeñar su quehacer diario de la manera más eficiente.

Tenemos la responsabilidad de satisfacer los requerimientos de todo el personal de la casa de bolsa y algunas de las actividades específicas que se realizan son las siguientes:

- Detección de necesidades de cada una de las áreas, tanto materiales como motivacionales. Se pretende específicamente conocer qué actividades realiza cada departamento para que tengan los recursos (papelería, equipo de cómputo y de conmutador, mobiliario, etc.) necesarios, así como también el aspecto motivacional y cultural, ya que nos interesa conocer si el personal está integrado a la empresa, si se siente parte de ella y si tiene motivación de trabajar en ella.

- Recepción de solicitudes de compra de artículos varios (cómputo, conmutador,

mobiliario, etc. (*Anexo 7*), solicitudes de compra de artículos de escritorio (*Anexo 8*) y solicitud de papelería membretada (*Anexo 9*).

- Solicitud de cotizaciones.

- Entrevistas con los distintos proveedores, en las cuales se reciben los curriculums de la empresa, cartas de recomendación de otras empresas que han quedado satisfechas con el servicio brindado, al igual que el nombre de las personas con las que han tratado en dichas empresas, se reciben catálogos y muestras de los productos, al mismo tiempo en que se realiza el contacto con la persona que nos va a atender, y de esta manera se puede detectar el soporte y la seriedad de la compañía que busca darnos un servicio. Cuando se trata de la organización de eventos, además de lo anterior, se les solicitan fotografías de los eventos y todos los datos que nos puedan brindar acerca de los mismos.

- Elaboración de cuadros comparativos que reflejen : mejor precio, mejor calidad , mejor tiempo de entrega y mejor valor agregado, para seleccionar al proveedor adecuado. (*Anexo 10*)

- Elaboración de pedidos para el proveedor. (*Anexo 11*)

- Recepción de material en el almacén.

- Dar el equipo de alta en el sistema contable.

- Coordinación de resguardos de todo el activo fijo de la casa de bolsa. (*Anexo 12*)

- Supervisar entrega de material en el departamento correspondiente.

- Recepción de todas las facturas que entren a revisión a la casa de bolsa.

- Distribución de todas las facturas a los distintos departamentos para su autorización.

- Seguimiento en el trámite de pago de cada factura.

- Coordinación tanto del almacén general como el de papelería y equipo de cómputo.

- Relación con proveedores para el abastecimiento de materiales.

- Abastecimiento de papelería y equipo para todas las sucursales de casa de bolsa.

- Comunicación continua y constante con las sucursales del interior de la república para conocer requerimientos para su mejor funcionamiento.

- Organización de eventos culturales, sociales y deportivos.

- Abastecimiento del material que requieren los eventos culturales, sociales y deportivos.

- Coordinación de los servicios de comedor para ejecutivos.

- Abastecimiento de alimentos, vinos, licores, etc. requeridos en el comedor.

(Anexo 13)

- Elaboración de promocionales para casa de bolsa, así como agendas anuales.

Esto se realiza en coordinación con la Dirección de Adquisiciones y Relaciones Públicas de Megamex.*

- Coordinación de publicaciones bursátiles (responsabilidad de la Dirección de Análisis).

- Coordinación de elaboración de videos con mensajes de los directores del grupo financiero (responsabilidad de la Dirección de Comercialización).

- Coordinación de pizarrones de comunicación en cada piso de la empresa.

- Interacción con todo el personal de la casa de bolsa para satisfacción de necesidades.

* Esta Dirección se encuentra localizada en Centro Megamex, la cual cuenta con 90 personas que atienden las necesidades de todo el grupo financiero. Cabe mencionar que en el Departamento de Compras y Relaciones Públicas, el cual coordino, laboramos unicamente 3 personas para dar el servicio.

- Preparación de actividades innovadoras para el personal de la casa de bolsa, de tipo social, cultural o deportiva.

- Preparación de reuniones semanales para la evaluación del desempeño.

- Reuniones mensuales con el personal del banco que desempeñan las mismas funciones que el Departamento de Compras y Relaciones Públicas en la casa de bolsa.

- Evaluación de calidad y servicio en el Departamento de Compras y Relaciones Públicas (*Anexo 14*).

El seguimiento que se le da a todas las actividades realizadas y organizadas por el Departamento de Compras y Relaciones Públicas es constante, ya que se busca que cada "círculo" que empieza con una detección de necesidades se vaya desarrollando por cada uno de los momentos que aparecen en el esquema (*Anexo 15*), y termine el proceso en la Junta Mensual de la Dirección Administrativa, en donde se entregan los reportes de compras y

eventos realizados, y en la cual se exponen las experiencias vividas en este periodo.

En esta junta, se autorizan presupuestos para actividades y se comparan los gastos realizados con el mes anterior.

Lo que se busca es "cerrar círculos", aunque definitivamente el departamento tiene la responsabilidad de darle seguimiento a todo lo que se compra (garantías, capacitación de usuarios para utilizar equipos, mantenimiento, etc).

Asimismo, se le da seguimiento a todas las actividades que se realizan; como por ejemplo a los participantes de eventos como el torneo de boliche, la carrera bursátil, el rally, etc, se les entrega un trofeo a los ganadores, y reconocimientos a todos los participantes, al igual que se les obsequian fotos en las que aparecen los participantes en los distintos eventos.

Cuando se dan conferencias o se organizan congresos, se les aplica a los participantes una evaluación del evento, y se les entrega posteriormente todas las ponencias por escrito, y artículos alusivos a los temas tratados.

eventos realizados, y en la cual se exponen las experiencias vividas en este periodo.

En esta junta, se autorizan presupuestos para actividades y se comparan los gastos realizados con el mes anterior.

Lo que se busca es “cerrar círculos”, aunque definitivamente el departamento tiene la responsabilidad de darle seguimiento a todo lo que se compra (garantías, capacitación de usuarios para utilizar equipos, mantenimiento, etc).

Asimismo, se le da seguimiento a todas las actividades que se realizan; como por ejemplo a los participantes de eventos como el torneo de boliche, la carrera bursátil, el rally, etc, se les entrega un trofeo a los ganadores, y reconocimientos a todos los participantes, al igual que se les obsequian fotos en las que aparecen los participantes en los distintos eventos.

Cuando se dan conferencias o se organizan congresos, se les aplica a los participantes una evaluación del evento, y se les entrega posteriormente todas las ponencias por escrito, y artículos alusivos a los temas tratados.

II.4.2 Recursos Materiales

- Cañón para la proyección tanto de presentaciones elaboradas en la computadora, así como de videos.
- Catálogos de proveedores
- Computadoras
- Copiadora
- Diskettes
- Fax
- Máquina rotuladora de etiquetas para el control del activo fijo en la casa de bolsa
- Pantallas para proyección
- Paquetería (Office Professional)*
- Pizarrones
- Porta rotafolios
- Promocionales

* Además de los programas que incluyen el "office" que son "Word", "Excel", "Power Point" y el "Mail", en el departamento de Compras y Relaciones Públicas, está instalado un programa llamado "Access" que consiste en una base de datos de proveedores, departamentos, eventos, etc, que se interrelacionan entre sí. Con este programa se tiene la ventaja de realizar reportes de pedidos ya sea mensuales, semanales o anuales, nos ofrece también un reporte de lo que se ha comprado a cada proveedor, al igual que puede darnos un reporte de gastos de eventos de cada Dirección también de manera mensual, semanal o anual.

- Proyectores de acetatos
- Reloj fechador
- Televisiones
- Videocassetteras

11.4.3 Recursos Formales

- Políticas
- Procedimientos
- Formatos
- Cuadros Comparativos
- Encuestas
- Manual de Identidad Corporativa

III. COROLARIO

APARATO CRITICO

El objetivo primordial al elaborar este trabajo es el fundamentar el papel que tiene el Pedagogo dentro de una organización tanto para contribuir a la formación personal de los empleados de la compañía, como la importancia de desarrollar la administración del tiempo libre en una empresa.

III.1 Problema o situación a la que responde

Después de la posición de la situación actual de la empresa, señalaré que el papel del pedagogo en esta empresa bursátil es optimizar la eficiencia tanto del trabajo, como el perfeccionamiento de cada uno de los empleados mediante:

- la comunicación en las organizaciones
- la motivación en las organizaciones
- mejoramiento o desarrollo de la autoestima
- desarrollo de la cultura en el tiempo libre como perfeccionamiento

humano.

- importancia del deporte en el desarrollo personal

- obstáculos que impiden lograr lo anterior

III.1.1 La comunicación en las organizaciones

Vivimos en una sociedad, en la cual, la comunicación en la empresa es indispensable para el desarrollo de cualquier actividad, ya que de ésta dependerán nuestros logros, la interacción y la empatía con los demás.

“En las organizaciones modernas, cualquier función depende de la comunicación. La forma de transmitir la información y el conocimiento, unifica el comportamiento del grupo y proporciona la base para la cooperación del mismo. Sin unos sistemas de comunicación eficaz, ningún negocio puede sobrevivir y mucho menos prosperar” (6)

En el Grupo Financiero Megamex, de manera de estar en contacto con todo el personal (28,000 empleados) se ha logrado el instalar en cada una de las sucursales, al igual que en todas las oficinas corporativas, televisiones y videocassetas conectadas a la señal de Multivisión, en donde se recibe el canal exclusivo del grupo, que es el XHGFM, por el cual se transmite cada semana un mensaje del Director General del grupo, en donde se comentan

actividades importantes realizadas, nuevos proyectos y avances en operaciones.

Además, se les envía a cada una de las sucursales y oficinas continuamente, videocassettes de las juntas semanales de análisis, así como de mensajes o informes de los distintos funcionarios.

Una organización, empieza a serlo cuando existen en la misma, personas capaces de comunicarse entre sí, deseando actuar para conseguir un objetivo colectivo. Estos son los elementos básicos y necesarios para cualquier organización, y todos ellos son igualmente importantes para el funcionamiento eficaz de la misma. (7)

“En las modernas estructuras de trabajo, la comunicación constituye la base sobre la cual descansan las restantes funciones. Sirve no sólo para transferir información y entendimiento entre las personas y los grupos, sino también para unificar el comportamiento de grupo. Dicha unificación proporciona la base para una cooperación continuada. Por consiguiente, la eficacia de

funcionamiento y la subsistencia de cualquier organización dependen de lo bien que actúen sus canales de comunicación". (8)

Para que se produzca en las organizaciones un comportamiento cooperativo auténtico, las comunicaciones han de ser comprendidas, asumidas, aceptadas y coronadas por la acción. Dos tipos de canales informativos sirven para cumplir tales objetivos: el formal y el informal. El formal constituye la vía oficial por donde circulan los mensajes oficiales. También se denominan vertical y horizontal, respectivamente, por las zonas que comunican y las relaciones que establecen en dichas direcciones, con referencia al organigrama de la empresa.

El canal informal es en ocasiones mucho más significativo, ya que existe intercambio de experiencias, conocimientos y sentimientos entre compañeros de trabajo. Este canal se fomenta al realizar las actividades culturales, deportivas y sociales. (9)

III.1.2 La motivación en las organizaciones

Aunque las relaciones humanas abarcan un campo basto y complicado, compuesto e influenciado por muchas variables, es posible describirlo con sencillez como la respuesta total de los individuos a las diferentes fuerzas motivantes. En otras palabras, puede afirmarse que las personas, en el marco de una organización se relacionan con otras de una determinada manera porque están influenciadas por fuerzas psicológicas, económicas y sociales que tienen la potencia de motivarlas para que actúen en la forma en que lo hacen. El comportamiento de los individuos, cuando experimentan motivos de conflicto en sí mismos y entre unos y otros, es la mayor fuente de problemas dentro de la organización. Está bien demostrado que, en la mayoría de los casos, al promover una motivación adecuada por parte del liderazgo se puede incrementar la productividad total.

El trabajo lo podemos definir como cualquier actividad o esfuerzo realizado para conseguir cualquier objetivo, ya que podemos considerarlo natural, porque nadie consigue nada sin esfuerzo. El trabajo constituye el núcleo de la vida humana . Los seres racionales han inventado herramientas para aumentar su capacidad laboral y las personas se definen a si mismos por su trabajo. (10)

La palabra motivación se emplea para describir el motor que dirige a un individuo a trabajar. La motivación al trabajo determina tanto el éxito y la rentabilidad de la empresa como la satisfacción por la tarea realizada. Por consiguiente, tanto los dirigentes como los subordinados deben comprenderla mejor.

Puesto que las organizaciones son responsables de la estructura y contenido del trabajo, también lo son ampliamente de las posibilidades por parte de los empleados de satisfacer sus propias necesidades de motivación que son, precisamente las que proporcionan la fuerza motivadora de su trabajo. Tanto las empresas como los individuos deben reevaluar constantemente sus satisfacciones e insatisfacciones recíprocas con la intención de equilibrar las necesidades de la otra parte. (11)

La motivación como necesidad interior está referida a cualquier actividad que tenga un objetivo hacia el que se oriente la acción. En la industria y los negocios esta acción motivadora se denomina trabajo. El deseo de actuar es la verdadera motivación.

La motivación es un estado interior, capaz de ser impulsado mediante incentivos.

III.1.3 Desarrollo de la autoestima

Las personas que se valoran mucho a sí mismas, desarrollan sentimientos de confianza, importancia, energía, capacidad y suficiencia. Se sienten útiles y valiosas en el mundo. La falta de autoestimación origina en cambio, sentimientos de inferioridad, insuficiencia, debilidad e insolidaridad. Estos sentimientos de autodesaprobación conducen al desánimo y a la sensación de fracaso.

El hombre al tener necesidades implica que tiene derecho a tratar de satisfacerlas, y como la persona humana tiene este derecho, a esto se le conoce como la dignidad de la persona humana.

La finalidad de la persona humana consiste en su perfeccionamiento, por lo tanto, para lograr esto, es necesario que haya una apertura de la persona hacia todo lo que le rodea y que se relacione con otras personas.

Esta apertura es lo que fundamenta la capacidad de la educación. Como el hombre por naturaleza busca la perfección, solo mediante la interrelación con los demás hombres podrá llegar a la satisfacción de sus necesidades.

Las necesidades de estimación pueden dividirse en dos categorías:

- el deseo de sentir la propia valía
- el deseo de prestigio o reputación que solo puede recibirse de otras personas.

Según C.R. Rogers, la autoestima es una actitud valorativa hacia uno mismo.

Este juicio autoevaluativo se va formando a través de un proceso de asimilación y reflexión por el cual el ser humano interioriza las opiniones de las personas socialmente relevantes para ellos y las utilizan como criterio para su propia conducta.

La autoestima está estrechamente relacionada con el propio autoconcepto, y es el resultado o cristalización de sucesivas autoevaluaciones.

III.1.4 Desarrollo de la cultura en el tiempo libre como perfeccionamiento humano.

La tecnología moderna ha hecho posible que el aprovechamiento del tiempo libre no sea tan sólo la prerrogativa de unos cuantos privilegiados, sino un derecho equitativamente repartido en toda la comunidad.

El tiempo libre se ha transformado en un hecho social condicionado por el género de trabajo, pero que, a su vez, ejerce también influencia sobre éste.

Uno y otro forman un todo. El trabajo se humaniza cuando abre la posibilidad o suscita el deseo de la actividad en el tiempo libre, y asimismo éste es inseparable de los propios valores del trabajo. (12)

Cada época, cada sociedad, cada grupo humano requiere una cultura y unos tiempos libres distintos. Pensando en la inteligencia creativa de los individuos y de los grupos humanos, se puede tomar en cuenta o establecer los aspectos siguientes: actividades al aire libre; juegos; actividades manuales o artesanales; actividades artísticas (de expresión dinámica, espaciales o plásticas y

temporales); lectura; medios de información o comunicación social; y en fin, algunas otras actividades de relación humana. (13)

Es urgente e inaplazable el considerar al tiempo libre como un reto y una meta educativa, que signifique una constante y doble preocupación: educativa y social a la vez, y que de esta misma forma pueda ser algo paralelo a la impartición de las diversas enseñanzas, especialmente en las llamadas tareas extraescolares o complementarias.

Debe contribuirse por todos a crear una conciencia colectiva de tal necesidad en los individuos, en los diversos grupos profesionales, en la sociedad entera, porque el mundo de hoy reclama con mayor necesidad que nunca una singular atención al cada vez mas complejo y difícil empleo digno del tiempo libre.

La sociedad como hecho histórico que es, constituye un estadio esencial en la evolución de la cultura y ha de velar por el equilibrio y la convivencia entre multitud de fuerzas dispares y cambiantes; además tiene otra misión trascendental, que es: la educadora.

En este sentido, la sociedad actual debe imponerse estas tres exigencias fundamentales:

- la de fomentar el desarrollo de la personalidad
- la de facilitar en lo posible el logro de la felicidad
- la de promover y defender los valores humanos y la cultura. (14)

III.1.5 Importancia del deporte en el desarrollo personal.

Dentro de la organización es muy importante fomentar el deporte como ayuda para el mejoramiento del rendimiento laboral, ya que al deporte se le reconoce un alto valor formativo y se puede apreciar, una correlación positiva entre la práctica del deporte y algunos rasgos de la personalidad.

La promoción de la salud humana es un reto que tenemos planteado los hombres y mujeres de hoy. Más que curar, en la actualidad se trata de prevenir, y sobre todo de promocionar la salud y el deporte, ya que se busca el equilibrio humano desde todas sus perspectivas bio-psico-sociales, y para conseguirlo, hay que fomentar una serie de convicciones y hábitos que permitan a los mismos hombres y mujeres autocontrolarse, cuidar de sí mismos, desarrollar sus propios recursos y mantener su equilibrio y armonía.

Por eso, para mejorar las propias posibilidades personales y sociales y limitar los condicionamientos, se debe recurrir a la educación. (15)

El deporte es la suma del juego, el ejercicio físico y la competición, “es superación personal incluyendo aquellos casos en los que es competición directa contra otros”. (16)

Según John Keating, el deporte es en realidad una oportunidad que tenemos de que otro ser humano nos empuja a superarnos, ésto es muy cierto, ya que necesitamos esa motivación que nos lleva a la competencia con otros y a nuestro desarrollo físico.

En el Grupo Financiero Megamex, se fomentan las actividades deportivas, porque estamos conscientes de que el deporte tiene la capacidad de distraernos y hacernos olvidar las dificultades o la monotonía de lo cotidiano. Es por eso que se organizan distintas actividades como son: el torneo de boliche, la carrera bursátil, la excursión al Popocatéptl, torneos de “volley-ball”, “football”, rallies, etc. (17)

El deporte tiene un gran valor educativo, personal y social, porque es un cultivo de las capacidades del propio cuerpo, esfuerzo para conseguir que esté en las mejores condiciones, tanto físicas como espirituales.

Todo esto va a producir una satisfacción interior, y beneficios evidentes psíquicos: "mens sana in corpore sano", lo que significa que el deporte bien hecho mejora no solo el cuerpo, sino a la persona completa. (18)

Además, al mejorar a la persona completa, el deporte es capaz de proporcionar las mejores condiciones para estrechar la amistad, ya que los deportes de equipo facilitan el adquirir visión de conjunto y sentido de la disciplina colectiva, así como el desarrollo de la inteligencia táctica y estratégica. (19)

En Megamex, al realizarse este tipo de actividades, el personal aprende a afrontar problemas y a buscar soluciones conjuntamente con sus compañeros de trabajo.

III.1.6 Obstáculos para lograr el óptimo desarrollo del empleado en la organización.

En el ambiente laboral surgen dos tipos de problemas personales:

- aquellos que resultan de las contradicciones entre los elementos propios del trabajo y los que no lo son en la vida de una persona.
- los que se producen por efecto de contradicciones y desequilibrios entre los individuos inmersos en un mismo ámbito de trabajo.

Algunos de los obstáculos que podemos encontrar dentro de una organización son el “stress”, la tensión, el miedo al cambio, la presión para lograr resultados, la falta de comunicación, etc.

Estos obstáculos se van a manifestar en el momento de evaluar resultados, ya que éstos provocan que el desempeño no sea el óptimo.

La comunicación y la motivación en la empresa, el desarrollo de la autoestima y de la cultura en el tiempo libre, y el desarrollo personal a través del deporte, nos van a llevar a la eficientación del trabajo y el perfeccionamiento de los

empleados, significa que los objetivos económicos no son los únicos, sino que hay otros objetivos igualmente importantes dentro de la empresa, como es el buscar la realización personal y laboral de las personas que trabajan en ésta, y al momento de alcanzar dicha realización, los objetivos económicos serán cubiertos ya que el personal estará motivado y será más productivo.

III.2 Logros y mejoras

Hace dos años seis meses, el Departamento de Compras y Relaciones Públicas manejaba todos sus procedimientos de una manera mecánica, ya que no había establecido ningún tipo de sistema o programa que facilitara el servicio a todas las direcciones de una manera ágil y con calidad.

Debido a esta situación, busqué la forma de implementar un programa de cómputo llamado Access (20), que facilitara los pasos requeridos para realizar el trámite de compra y la organización de eventos.

A raíz de esta implementación, se establecieron procedimientos para entregar al Departamento de Compras y Relaciones Públicas las solicitudes de compra, las solicitudes de organización de eventos, las solicitudes de artículos promocionales y de artículos para eventos especiales de una manera ordenada y en fechas preestablecidas.

Esto nos ha permitido dar un tiempo de respuesta a los clientes internos (700 empleados aproximadamente de Casa de Bolsa Megamex) de máximo 5 días (dependiendo de la complejidad del artículo solicitado).

Se ha logrado romper con el esquema o la impresión que los empleados de Casa de Bolsa Megamex tenían del Coordinador de Compras y Relaciones Públicas. Tenían la imagen de una persona dedicada únicamente a comprar, que no detectaba cuáles eran las necesidades específicas del usuario debido a que no existía comunicación entre los usuarios y el departamento.

Actualmente, se hace un recorrido semanal por las distintas Direcciones, que tiene como finalidad el conocer las necesidades de cada uno de los empleados de Casa de Bolsa Megamex.

El estar coordinando el Departamento de Compras y Relaciones Públicas me ha dado grandes satisfacciones, ya que he podido darle la atención al aspecto humano, el cual estaba opacado totalmente por el aspecto material.

Mi actividad pedagógica al llevar a cabo estos seguimientos, se ha enriquecido notablemente por la interacción continua con el ser humano, dándose la retroalimentación correspondiente en conocimientos, actitudes, respeto, colaboración y en general, un crecimiento continuo en ambas direcciones.

Se han manifestado cambios significativos en la conducta de los usuarios de distintos tipos:

- Cultural, ya que gracias a los eventos organizados por este departamento, los empleados han conocido y ampliado su cultura, al visitar museos, ruinas, asistir a conciertos, conferencias, etc. Además los mismos empleados ya colaboran con este departamento para organizar más actividades de este tipo.
- Deportivo, porque a raíz de torneos y competencias realizadas, en donde el personal convive de una manera informal, se logra la motivación para estar en

una muy buena condición física, debido a que estas actividades implican un gran esfuerzo físico.

- Social, porque con las actividades anteriores fomentan la convivencia que se dá entre los empleados fuera de la oficina, que es muy benéfica para mejorar la relación personal.

III.3 Propuesta Pedagógica

Durante el desarrollo de este informe académico he logrado sistematizar la actividad laboral que se ha venido realizando a lo largo de dos años seis meses en el Departamento de Compras y Relaciones Públicas. Además, me he dado cuenta que no existen manuales para esta área, y todas las actividades se han realizado sin una guía, y sin plasmar los resultados de éstas, por lo que considero que es muy importante trascender y dejar por escrito cada una de las funciones que tengo en el Departamento. Esta necesidad la detecté al hacer mi informe, ya que no existe nada por escrito.

Este Departamento tiene una serie de funciones que deberían estar en un manual de políticas y procedimientos del mismo Departamento, ya que con base en la experiencia, al ingresar a éste se tuvieron que ir descubriendo cada uno de los pasos a seguir. Esta fué una labor muy intensa, que hasta el momento no se ha podido poner por escrito, y que aún se sigue aumentando y mejorando.

III.4 Conclusiones

El futuro se acerca con rapidez, y tanto la empresa, como el personal de ésta, tienen que estar preparados para tener éxito con la visión hacia el año 2000. Debemos hacer de la empresa una organización altamente motivada, centrada en valores, creencias, liderazgo y misión.

Creemos que las organizaciones que tienen claro su sentido de propósito vencerán a las que no lo tienen. El futuro pertenece a las empresas regidas por un propósito común, que es el darle sentido a su trabajo.

Hay un significativo cambio social en las empresas, y es que empiezan a competir tanto o más por la calidad de su personal, que por mercados o materias primas. Las ventajas de estas empresas son su personal y su cultura.

Conocimientos, servicio y tecnología descansan sobre el personal de la empresa.

Ciertamente que las empresas con un objetivo tienen más ventajas. Pueden atraer y retener al mejor personal, porque hay más gente que quiere trabajar para ellas, lo que les permite ser más selectivas. Además la gente simplemente trabaja con mayor eficiencia, más tiempo y con más inteligencia.

Hay todo un universo por ganar: un universo de trabajo significativo, dignidad humana, servicio a la comunidad, y también mayor prosperidad.

Lo más importante que se ha detectado es que la institución está conformada por personas a las cuales hay que tratar como tal, y que sin éstas no podría ser posible realizar ningún tipo de actividad, ya que son parte fundamental para lograr los propósitos de la empresa.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Por todo lo anterior, se puede concluir lo siguiente:

La trascendencia de mi trabajo en Megamex es:

1) que durante mi estancia en el Departamento de Compras y Relaciones Públicas, crezcan, sigan su educación continua, mejoren su calidad de vida y trabajen con entusiasmo y entrega las 700 personas que laboran en ella, logrando su plenitud de vida bajo el tenor de "Mente sana en Cuerpo sano" a través de que la realización de su trabajo, sea desempeñada con ética, honestidad y responsabilidad.

2) que la institución logre con excelencia las metas del Departamento de Compras y Relaciones Públicas que son "Servicio, Calidad y Precio", siendo éste el primer paso para obtener una excelente rentabilidad.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) cfr., Megamex, s.a. de C. V., Oferta Pública de Obligaciones de Grupo Financiero Megamex, p.30
- (2) cfr., ibidem., p. 29
- (3) cfr., Megamex, S.A. de C.V., Manual de Inducción de Casa de Bolsa Megamex., p. 6-8.
- (4) cfr., Megamex., S.A. de C.V., Informe de la Tercera Reunión Trimestral de Funcionarios de Grupo Financiero Megamex., p. 3-4
- (5) cfr., Megamex, S.A. de C.V., Manual de Inducción de Casa de Bolsa Megamex., p. 20-21
- (6) HALLORAN, Jack., Relaciones Humanas., p. 28
- (7) cfr., ibidem., p. 83
- (8) idem
- (9) vid supra., p. 33-38
- (10) cfr., ibidem., p. 128
- (11) cfr., ibidem., p. 167
- (12) cfr., PEREZ-RIOJA, José Antonio., Educación para el Ocio., p. 47
- (13) cfr., ibidem., p. 63
- (14) cfr., ibidem., p. 102
- (15) cfr., QUINTANA, José María., et al., Tratado de Educación Personalizada. Vol. 28. Iniciativas Sociales en la Educación Informal., p. 201
- (16) GONZALEZ, Luis Daniel., Deporte y Educación., p. 18

(17) vid supra., p. 36,37

(18) cf., ibidem., p. 29

(19) cf., ibidem., p. 35

(20) vid supra., p. 45

BIBLIOGRAFIA

ARANGUREN, José Luis

Ética de la Felicidad y otros Lenguajes

Madrid, España., Ed. Tecnos

1a. ed. 1992. 150 p.

BONE, Diane, et al

Calidad en el trabajo

México, D.F., Grupo Editorial Iberoamérica

1a. ed. 1994., 87 p.

CHAPMAN, Elwood

Actitud

México, D.F., Grupo Editorial Iberoamérica

2a. ed., 1994., 73 p.

DECKER, Bert

El Arte de la Comunicación

México, D.F., Grupo Editorial Iberoamérica

1a. ed., 1992., 77 p.

FINGERMANN, Gregorio

Relaciones Humanas

México, D.F., Ed. El Ateneo

9a. ed., 1992., 179 p.

GARCIA HOZ, Víctor

Pedagogía Visible. Educación Invisible

Madrid, España., Ed. Rialp

1987., 216 p.

GARCIA HOZ, Víctor

Principios de Pedagogía Sistemática

México, D.F., Ed. Rialp

1987., 694 p.

GENESCA, Enric
Motivación y Enriquecimiento del trabajo
Barcelona, España., Ed. Hispano Europea
1a. ed., 1977., 281 p.

GONZALEZ, Luis Daniel
Deporte y Educación
México, D.F., Ed. Minos
1a. ed., 1994., 194 p.

HALLORAN, Jack
Relaciones Humanas
Barcelona, España., Ed. Hispano Europea
1a. ed., 1982., 733 p.

LLOYD, Sam.,
Desarrolle su potencial al máximo
México, D.F., Grupo Editorial Iberoamérica
1a. ed., 1994., 111 p.

MEDEL, José
La Actividad Profesional del Pedagogo
Enseñanza más aprendizaje No. 10

MEGAMEX, S.A. DE C.V.
Manual de Inducción de Casa de Bolsa Megamex
México, D.F., 1994., 50 p.

MEGAMEX, S.A. DE C.V.
Oferta Pública de Obligaciones de Grupo Financiero Megamex
México, D.F., 1995., 110 p.

PEREZ-RIOJA, José Antonio
Educación para el Ocio
Madrid, España., Ed. Palabra
1a. ed., 1992., 112 p.

QUINTANA, José María, et al.

Tratado de Educación Personalizada. Iniciativas Sociales en la Educación Informal

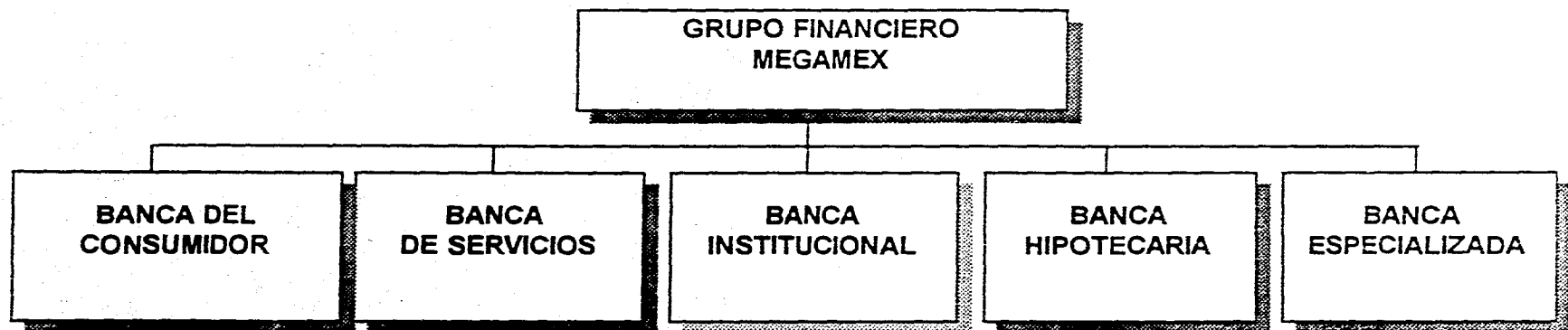
Vol. 28

Madrid, España., Ed. Rialp

1a. ed., 1991., 415 p.

ANEXOS

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL GRUPO FINANCIERO MEGAMEX (AREAS ESPECIALIZADAS DE NEGOCIOS)



ATENCION A PRODUCTOS Y SERVICIOS DE:
 - TARJETA DE CREDITO Y DEBITO
 - PLANES CREDITO AL PERSONAL Y AL CONSUMO
 - SAR
 - BANCA ELECTRONICA

PROCURAR EL MEJOR SERVICIO A LA CLIENTELA EN PRODUCTOS DE CAPTACION A TRAVES DE LA RED DE SUCURSALES. FINANCIAMIENTO AL SECTOR AGROPECUARIO.

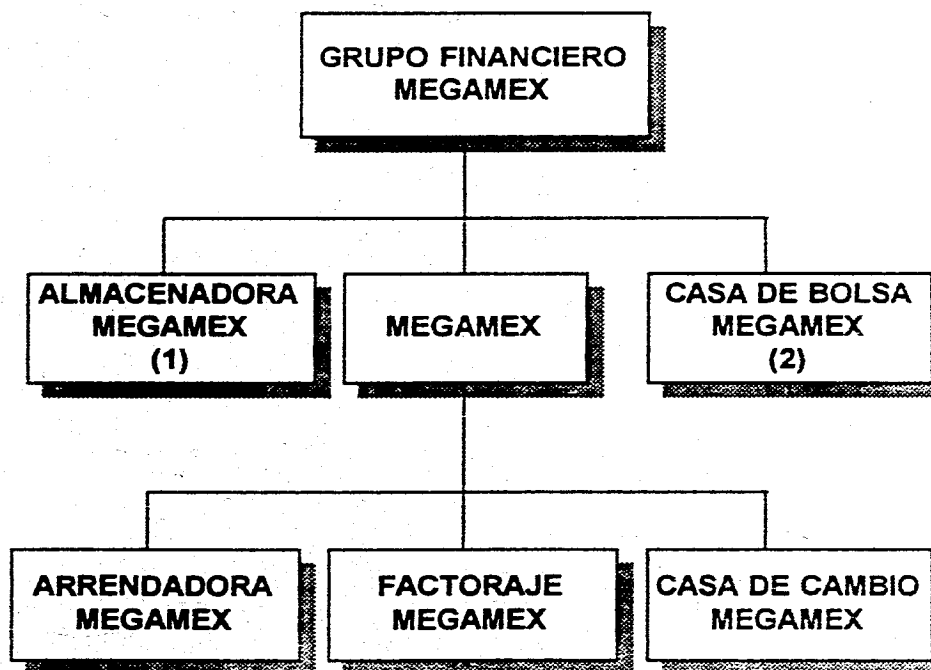
BRINDAR SERVICIOS FINANCIEROS A LA MEDIANA Y GRAN EMPRESA, Y AL SECTOR GUBERNAMENTAL. REALIZAR OPERACIONES INTERNACIONALES Y PROYECTOS DE INGENIERIA FINANCIERA.

DEDICADA AL ANALISIS, DEL MERCADO Y CREACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS HIPOTECARIOS E INMOBILIARIOS.

COORDINACION DE SERVICIOS INTEGRALES DE:
 • CASA DE BOLSA
 • ARRENDADORA
 • FACTORAJE
 • OPERACIONES FIDUCIARIAS
 • BANCA PRIVADA
 • AGENCIAS Y OFICINAS DE REPRESENTACION INTERNACIONAL

ANEXO 1

EMPRESAS INTEGRANTES DEL GRUPO FINANCIERO MEGAMEX



(1) ANTES ALMACENADORA MONTERREY, S.A. DE C.V.

(2) ANTES ACCIONES BURSATILES, S.A. DE C.V., CASA DE BOLSA

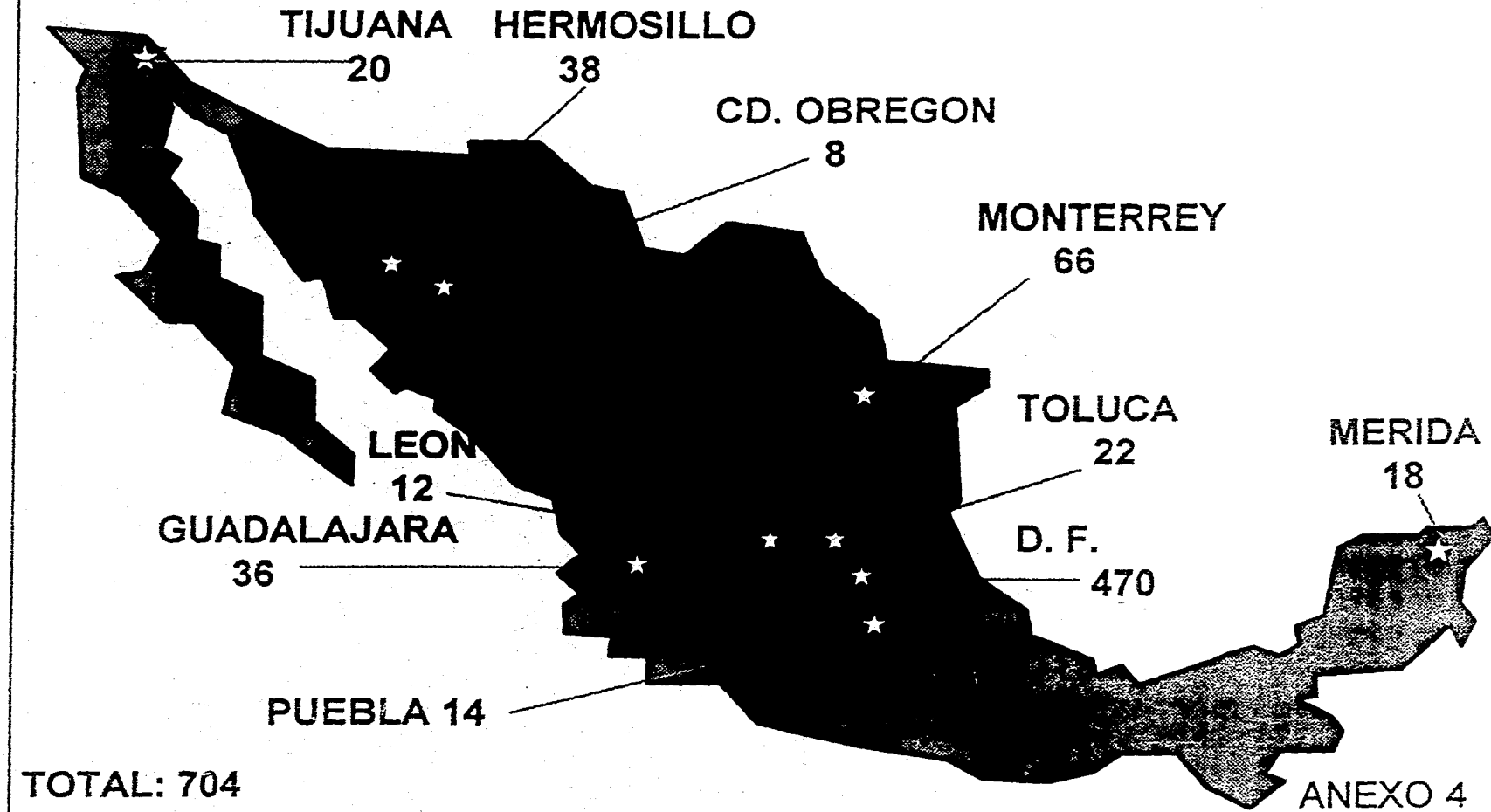
ANEXO 2

**ESTRUCTURA DE ORGANIZACION
CASA DE BOLSA/TRADING/BANCA PATRIMONIAL**

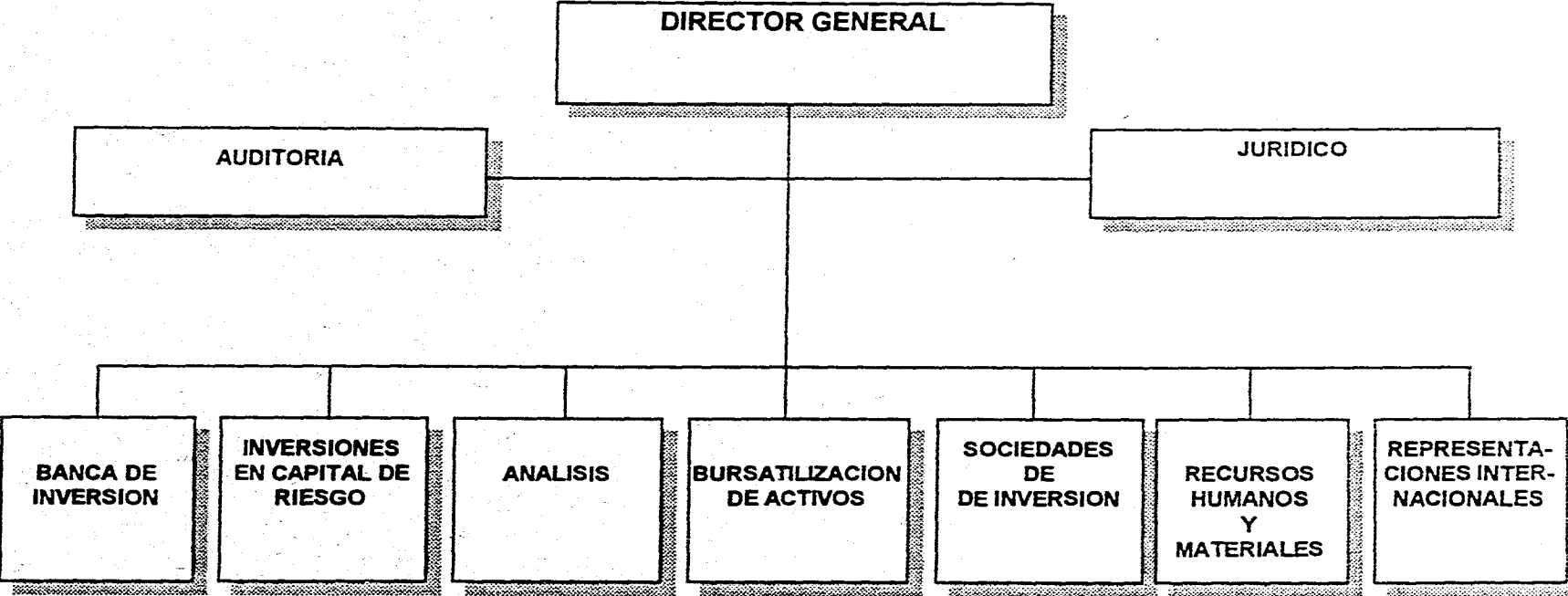


ANEXO 3

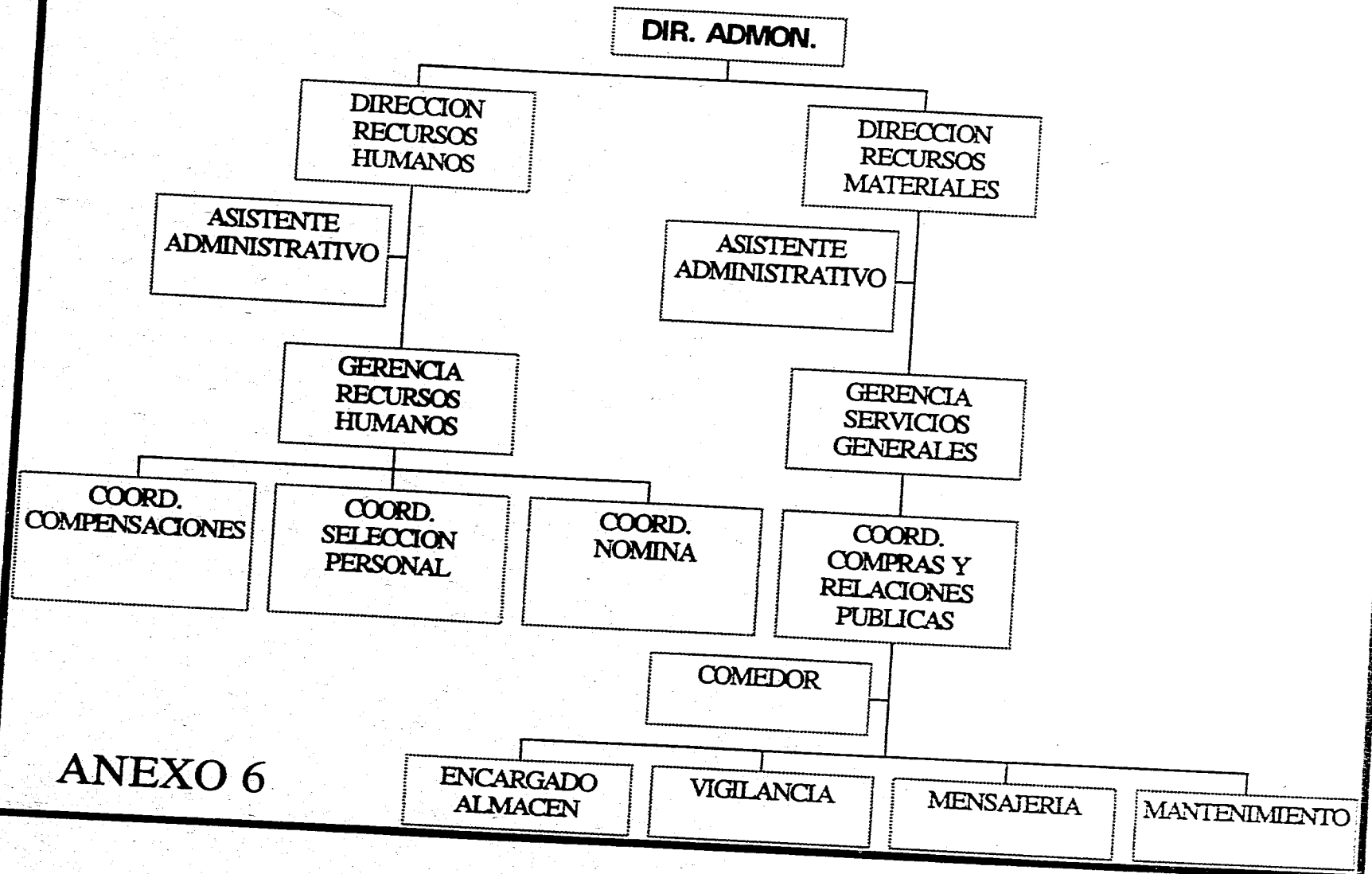
OFICINAS Y PERSONAL



**ESTRUCTURA DE ORGANIZACION
CASA DE BOLSA**



DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES



ANEXO 6

SOLICITUD DE COMPRA

ANEXO 7

INSTRUCCIONES: LLENAR CORRECTAMENTE TODOS LOS DATOS Y UNICAMENTE LAS AREAS SOMBREADAS.
 ESPECIFICAR CLARAMENTE LOS ARTICULOS SOLICITADOS (MARCA, MODELO, COLOR)
 ESTA SOLICITUD DEBERA SER AUTORIZADA POR EL DIRECTOR DEL AREA. DE NO TENER LA FIRMA NO SE TRAMITARA.
 FAVOR DE IMPRIMIR ORIGINAL (REC. MAT.) COPIA (USUARIO)
 INDICAR SI SE RECOMIENDA ALGUN PROVEEDOR.

No. FOLIO
 FECHA RECIBIDO

FECHAS

ELABORACION:
 DIA QUE SE REQUIERE:

AREA SOLICITANTE: C. COSTO:
 USUARIO: EXT. TEL.:
 LUGAR ENTREGA: No. EMPLEADO:

MOTIVO DE LA REQUISICION	TIPO DE COMPRA	COPIAS (4)
REPOSICION	ACTIVO FIJO	COMPRAS
NVO. REQUERIMIENTO	CONSUMIBLES	REGISTRO
OTROS	PAPELERIA	ALMACEN
	VARIOS	USUARIO

DESCRIPCION DEL (LOS) PRODUCTO (S):

DESCRIPCION	CANTIDAD

OBSERVACIONES:

SOLICITO	AUTORIZO:	Vo. Bo. (Eq. COMPUTO)	AUTORIZO	AUTORIZO
USUARIO	DIR. DE AREA	SISTEMAS	REC. MATERIALES	DIR. ADJUNTO
FIRMAS	FIRMAS	FIRMAS	FIRMAS	FIRMAS
NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE

PAPELERIA 1996

REQUISICION DE PAPELERIA CORRESPONDIENTE AL MES DE:

ENTREGAR EN DIRECCION DE:

UBICACION:

PISO:

ANEXO 8

CENTRO DE COSTO:

EXTENSION:

EMITIO:

ENERO

Cant.	Unidad	Descripción	P.U.	IMPORTE
	PZA	ACETATOS CARTA SCOTCH	4.44	
	PZA	BASE PARA CALENDARIO DE ACRILICO	9.66	
	PZA	BLOCK TAQUIGRAFIA SCRIBE	5.91	
	PZA	BLOCK POST IT 657 GRANDE	9.20	
	PZA	BLOCK POST IT 656 MEDIANO	5.77	
	PZA	BLOCK CARTA PROF. AMARILLO SCRIBE	5.91	
	PZA	BOLIGRAFO BIC COLOR NEGRO	0.99	
	PZA	BOLIGRAFO BIC COLOR AZUL	0.99	
	PZA	BOLIGRAFO BIC COLOR ROJO	0.99	
	CAJA	BROCHES ACCO No. 8 (CAJA CON 50)	7.23	
	PZA	CALAVERA DE METAL IMPORTADA	3.91	
	PZA	CALENDARIO DE ESCRITORIO 1996	18.90	
	PZA	CARPETA ACORRING 1/2" PTEX COLORES	13.83	
	PZA	CARPETA ACORRING 1" PTEX COLORES	14.80	
	PZA	CARPETA BLANCA PANORAMA CARTA 1"	32.48	
	PZA	CARPETA BLANCA PANORAMA CARTA 1 1/2"	35.53	
	PZA	CARPETA BLANCA PANORAMA CARTA 2"	42.52	
	PZA	CARPETA BLANCA PANORAMA CARTA 3"	51.05	
	PZA	CARPETA KERATOL CARTA 2"	38.98	
	PZA	CARPETA LEFORT CARTA	13.67	
	PZA	CARPETA LEFORT OFICIO	14.20	
	PZA	CHAROLA ACRILICA 2 NIVELES	52.21	
	CAJA	CHINCHES PELIKAN (CAJA CON 100) COLORES	10.39	
	PZA	CINTA MAGICA SCOTCH 18x33	22.54	
	PZA	CINTA IBM 2000 (6747) ORIGINAL	48.20	
	PZA	CINTA OLYMPIA ASTROTYPE Y SUPERTYPE ORIG.	33.07	
	PZA	CINTA KORES 241 PARA SUMADORA	6.48	
	PZA	CINTA IBM 82 P. NARANJA ORIGINAL	23.16	
	PZA	CINTA LOGICA DIGITAL 3006 ORIGINAL	52.98	
	CAJA	CLIPS ACCO No. 1 CUADRADO (CAJA CON 100)	1.74	
	CAJA	CLIPS ACCO No. 2 CUADRADO (CAJA CON 100)	1.51	
	CAJA	CLIPS MARIPOSA No. 1	2.84	
	CAJA	CLIPS MARIPOSA No. 2	5.12	
	PZA	CORRECTOR IBM 2000 (6747) ORIGINAL	37.59	
	PZA	CORRECTOR OLYMPIA ORIGINAL	3.32	
	PZA	CORRECTOR IBM 82 ORIGINAL	16.30	
	PZA	CORRECTOR LIQUIDO KORES	5.31	
	PZA	CORRECTOR LOGICA DIGITAL 3006	2.47	
	PZA	CUAD. PROF. RAYADO CLASICO C/100	8.87	
	PZA	CUADERNO FORMA ITALIANA ESPIRAL	7.99	
	PZA	CUADERNO FORMA FRANCESA ESPIRAL	7.99	
	PZA	CUADERNO FORMA FRANCESA PASTA DURA	14.00	
	PZA	CUADERNO FORMA ITALIANA PASTA DURA	14.00	
	PZA	DESENGRAPADORA ACME	5.80	
	PZA	DESPACHADOR SCOTCH 33 MTS. PLASTICO	20.28	

FIRMA DEL DIRECTOR

1

VO. BO. DE COMPRAS

PAPELERIA 1996

REQUISICION DE PAPELERIA CORRESPONDIENTE AL MES DE:

ENTREGAR EN DIRECCION DE:

UBICACION:

PISO:

ANEXO B

CENTRO DE COSTO:

EXTENSION:

EMITIO:

ENERO

Cant.	Unidad	Descripción	P.U.	IMPORTE
	CAJA	DISKETTES VERBATIM 3.5 D.D. (CAJA CON 10)	81.68	
	CAJA	DISKETTES VERBATIM 3.5 H.D. (CAJA CON 10)	80.83	
	CAJA	DISKETTES VERBATIM 3.5 D.D. FORMATEADOS	87.63	
	CAJA	DISKETTES VERBATIM 3.5 H.D. FORMATEADOS	83.53	
	PZA	DIUREX SCOTCH 18.33	8.42	
	PZA	ENGRAPADORA PILOT	71.93	
	PZA	ENGRAPADORA BOSTITCH B400 (DE PINZA)	41.93	
	CAJA	ETIQUETAS JANEL FILE	7.93	
	CAJA	ETIQUETAS JANEL No. 19	7.93	
	PZA	FOLDER C/ PERCALINA Y BROCHE ACCO T/C VERDE	4.73	
	PZA	FOLDER C/ PERCALINA Y BROCHE ACCO T/O VERDE	5.70	
	PZA	FOLDER C/ PERCALINA Y BROCHE ACCO T/C AZUL	4.73	
	PZA	FOLDER C/ PERCALINA Y BROCHE ACCO T/O AZUL	5.70	
	CAJA	FOLDERS COLGANTE PENDAFLEX CARTA	80.21	
	CAJA	FOLDERS COLGANTE PENDAFLEX OFICIO	95.82	
	CAJA	FOLDERS CON PALANCA ACCO CARTA V. COLORES	4.90	
	CAJA	FOLDERS T/CARTA (100) AZUL	56.62	
	CAJA	FOLDERS T/CARTA (100) BEIGE	56.62	
	CAJA	FOLDERS T/OFCIO (100) AZUL	66.27	
	CAJA	FOLDERS T/OFCIO (100) BEIGE	66.27	
	PZA	GOMA ULTRA PLASTIC (BLANCA)	0.92	
	PZA	GOMA BR-40 (AZUL/ROJO)	0.83	
	PZA	GOMA TIPO LAPIZ CLIC ERACER	10.67	
	CAJA	GRAPAS PILOT STANDARD (CAJA CON 5000)	6.51	
	PZA	INDICE CEL-U-DEX VARIOS COLORES	1.11	
	PZA	LAPICERO 0.5 PLASTICO WEAREVER TRAZO	7.28	
	PZA	LAPIZ VERITHIN BICOLOR	1.10	
	PZA	LAPIZ MIRADO No. 2	0.97	
	CAJA	LIGAS LEON VARIOS TAMAÑOS	5.25	
	PZA	LIMPIATIPOS PYRE	3.01	
	PZA	MARCADOR ALERTA 2 AMARILLO	4.57	
	PZA	MARCADOR ALERTA 2 AZUL	4.57	
	PZA	MARCADOR ALERTA 2 NARANJA	4.57	
	PZA	MARCADOR ALERTA 2 ROSA	4.57	
	PZA	MARCADOR ALERTA 2 VERDE	4.57	
	PZA	MARCADOR ESTERBROOK NEGRO	9.59	
	CAJA	MARCADORES EXPO MAGISTRAL (ESTUCHE C/4)	39.21	
	PZA	MARGARITAS P/OLIVETTI VARIOS MODELOS	89.33	
	PZA	MARGARITAS IBM 2000 VARIOS MODELOS	244.21	
	PZA	MICAS PARA TARJETAS DE PRESENTACION	3.49	
	PZA	MICAS PROTECTORAS CARTA CON CARTON	1.14	
	PZA	MICA SELLADA 3 PERFORACIONES T/CARTA	1.36	
	JGO	MICAS TRANSPARENTES PARA ENGARGOLAR	1.68	
	PZA	PANTALLA ANTIRREFLEJANTE DE CRISTAL	713.18	
	PZA	PANTALLA ANTIRREFLEJANTE DE MALLA	52.59	

FIRMA DEL DIRECTOR

2

VO. BO. DE COMPRAS

PAPELERIA 1996

REQUISICION DE PAPELERIA CORRESPONDIENTE AL MES DE:

ENTREGAR EN DIRECCION DE:

UBICACION:

PISO:

ANEXO B

CENTRO DE COSTO:

EXTENSION:

EMITIO:

ENERO

Cant.	Unidad	Descripción	P.U.	IMPORTE
	CAJA	PAPEL CARBON TAMAÑO CARTA CONKURS	24.75	
	CAJA	PAPEL CARBON TAMAÑO OFICIO CONKURS	25.52	
	CAJA	PAPEL MEGAFAX 30 MTS (CAJA CON 6)	102.10	
	CAJA	PAPEL MEGAFAX 100 MTS (CAJA CON 4)	250.50	
	CAJA	PAPEL STOCK 9.5 X 11 BLANCO 1 TANTO	267.60	
	CAJA	PAPEL STOCK 9.5 X 11 BLANCO 2 TANTOS	335.79	
	CAJA	PAPEL STOCK 9.5 X 11 BLANCO 3 TANTOS	345.35	
	CAJA	PAPEL STOCK 15 X 11 BLANCO 1 TANTO	426.63	
	PZA	PEGAMENTO UHU STICK CHICO (PRITTI)	2.93	
	PZA	PEGAMENTO UHU JUMBO (GRANDE)	9.57	
	PZA	PEINES PARA EMPASTAR 1" NEGRO	2.69	
	PZA	PEINES PARA EMPASTAR 2" NEGRO	3.88	
	PZA	PERFORADORA PEGASSO 800 (2 ORIFICIOS)	119.11	
	PZA	PERFORADORA PEGASSO 300 (3 ORIFICIOS)	216.58	
	PZA	PLUMIN PUNTO FINO NEGRO BIC ROLLER	5.25	
	PZA	PLUMIN PUNTO FINO ROJO BIC ROLLER	5.25	
	PZA	PLUMIN PUNTO FINO AZUL BIC ROLLER	5.25	
	PZA	PORTA BLOCKS POST IT	63.10	
	PZA	PORTA CLIPS ACRILICO	3.71	
	PZA	PORTA DISKETTES ACCO PARA 40	80.75	
	PZA	PORTA DISKETTES ACCO PARA 80	150.05	
	PZA	PORTA LAPIZ ACRILICO	3.71	
	PZA	PORTA UNIPECOS ACRILICO	3.71	
	PZA	PUNTILLAS MARBAR 0.5 (TUBO CON 10)	3.06	
	PZA	REGLA METALICA 30 CMS.	6.06	
	PZA	REGLA DE PLASTICO 30 CMS.	1.00	
	CAJA	REFUERZOS VINIL LESA (CON 100)	1.27	
	PZA	REPUESTO GOMA TIPO LAPIZ ERACER	5.30	
	PZA	ROLLOS PARA SUMADORA 57 MM. SATINADO	2.32	
	PZA	ROLLOS PARA SUMADORA 71 MM. SATINADO	3.40	
	PZA	SACAPUNTAS ELECTRICO BOSTON	201.11	
	PZA	SEPARADOR IRIS 5 POSICIONES	4.00	
	PZA	SEPARADOR IRIS 8 POSICIONES	5.38	
	PZA	SEPARADOR ALFABETICO CARTA MANILA	22.77	
	PZA	SEPARADOR ALFABETICO CARTA OMNIDEX	35.08	
	PZA	SEPARADOR OMNIDEX DE 5 POSICIONES	15.96	
	PZA	SEPARADOR OMNIDEX DE 8 POSICIONES	17.85	
	PZA	SHOW FOLIO (FOLDER ELEGANTE) BLANCO	6.45	
	PZA	TARJETERO ACRILICO 15 CMS	48.90	
	PZA	TAPETE PARA MOUSE SENCILLO (MOUSE PAD)	29.09	
	PZA	TIJERAS BARRILITO No. 6	25.64	
	PZA	TINTA PARA SELLO VARIOS COLORES	6.52	
		TOTAL		

MILL	HOJAS BLANCAS T/C EL FENIX	50.58	
------	----------------------------	-------	--

FIRMA DEL DIRECTOR

3

VO. BO. DE COMPRAS

CUADRO DE COTIZACIONES Y SELECCION DE PROVEEDORES

NOMBRE DEL PROVEEDOR: REPRESENTANTE: TELEFONO(S) TIEMPO DE ENTREGA: CONDICIONES DE PAGO	PROVEEDOR 1				PROVEEDOR 2		PROVEEDOR 3	
	UNIDAD	CANT.	P/U	IMPORTE	P/U	IMPORTE	P/U	IMPORTE
DESCRIPCION DEL ARTICULO								
OBSERVACIONES:								
				SUBTOTAL LVA TOTAL		SUBTOTAL LVA TOTAL		SUBTOTAL LVA TOTAL

COTIZO

REVISO

AUTORIZO

**DATOS DEL PROVEEDOR SELECCIONADO:
RAZON SOCIAL**

SELECCIONADO EN BASE A:
PRECIO
TIEMPO DE ENTREGA
CONDICIONES DE PAGO

3																		
1																		
	\$0.060.160.290.390.490.590.690.790.890.991.00																	

Pedido: F-2040-98 **Fecha Pedido:** _____

Proveedor: _____
Representante: _____
Domicilio: _____
Teléfono: _____

CONDICIONES COMERCIALES

Condiciones de Pago: _____
Plazo de Entrega: _____
Fecha de Entrega: _____
Lugar de Entrega: _____
Centro de Costo Aplicar: _____
Tipo de Gasto: _____
Activo Fijo: SI No

E S P E C I F I C A C I O N E S

Artículo	Cant.	Unl.	P/Unitario	Importe Total	Req.	C. C.	
EJEMPLO	1	Pza	0.00	0.00		0	
						SubTotal	0.00
						I. V. A.	0.00
						TOTAL:	0.00

Importe en letra: _____

Días de Revisión: LUNES Y JUEVES DE 9:00 A 13:00 HRS.
Días de Pago: MARTES Y VIERNES DE 16:00 A 18:00 HRS.
Observaciones: _____

Elaboro: _____ **Reviso:** _____ **Autorizo:** _____

ANEXO 12

TARJETA DE RESGUARDO

FECHA DE ASIGNACIÓN		NUMERO DE ACTIVO	DESCRIPCION	FIRMA DE CONFORMIDAD
DIA	MES AÑO			
		NOMBRE DEL EMPLEADO		CLASE DEL EMPLEADO

No.	CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD
1	AMARETO	**	BOTELLAS
2	ANIS CHINCHON DULCE	**	BOTELLAS
3	ANIS CHINCHON SECO	**	BOTELLAS
4	APPLETTON BLANCO	**	BOTELLAS
5	BACARDI AÑEJO	**	BOTELLAS
6	BACARDI BLANCO	**	BOTELLAS
7	BACARDI SOLERA	**	BOTELLAS
8	BAILEYS	**	BOTELLAS
9	BLANCO POULLY FUISSE B.G.	**	BOTELLAS
10	BRANDY DON PEDRO (NACIONAL)	**	GALONES
11	BRANDY TERRY	**	BOTELLAS
12	CAMPARI	**	BOTELLAS
13	CARDENAL MENDOZA	**	BOTELLAS
14	CARLOS I	**	BOTELLAS
15	CHABLIS B.G.	**	BOTELLAS
16	CHARTREUSE AMARILLO	**	BOTELLAS
17	CHIVAS	**	BOTELLAS
18	CINZANO ROSSO	**	BOTELLAS
19	CONTROY (NACIONAL)	**	BOTELLAS
20	COÑAC MARTELL V.S.O.P.	**	BOTELLAS
21	COÑAC X-O HENESSY	**	BOTELLAS
22	CUANTRO (FRANCES)	**	BOTELLAS
23	CUTTY SARK	**	BOTELLAS
24	CASSIS	**	BOTELLAS
25	DRY SAK	**	BOTELLAS
26	DUBONET	**	BOTELLAS
27	DUQUE D'ALBA	**	BOTELLAS
28	ETIQUETA NEGRA	**	BOTELLAS
29	GRAND MARNIER ROJA	**	BOTELLAS
30	J-B	**	BOTELLAS
31	LEPANTO	**	BOTELLAS
32	LICOR MANDARINA NAPOLEON	**	BOTELLAS
33	LICOR STREGA	**	BOTELLAS
34	LICOR 43	**	BOTELLAS
35	MARQUEZ CASERES TINTO	**	BOTELLAS
36	MARQUEZ RISCAL TINTO	**	BOTELLAS
37	OPORTO FERREIRA	**	BOTELLAS
38	PERNOUD	**	BOTELLAS
39	POCHOLA	**	BOTELLAS
40	TEQUILA DON JULIO (BOTELLA GRANDE)	**	BOTELLAS
41	TEQUILA HERRADURA BLANCO	**	BOTELLAS
42	TEQUILA HERRADURA REPOSADO	**	BOTELLAS
43	TEQUILA LAS TRANCAS	**	BOTELLAS
44	TIO PEPE	**	BOTELLAS
45	VINO BLANCO CHATEAU DOMECCQ	**	CAJA
46	VINO BLANCO NACIONAL	**	GALONES
47	VINO TINTO CHATEAU DOMECCQ	**	CAJA
48	VINO TINTO GEVREY CHAMBERTIN	**	BOTELLAS
49	VINO TINTO MEDOC	**	BOTELLAS
50	VINO TINTO MONTE XANIC	**	CAJA
51	VINO TINTO NACIONAL	**	GALONES
52	VODKA ABSOLUT CITRON	**	BOTELLAS

	OTROS:		
53	AZUCAR (SOBRE)	**	CAJAS
54	CANDEREL	**	CAJAS
55	COMANDAS CHICAS	**	PZAS
56	COMANDAS GRANDES	**	PZAS
57	CUCHARITAS DESECHABLES	**	CAJAS
58	LAUTREC (CREMA EN SOBRE)	**	CAJAS
59	LECHE DEL CLAVEL	**	CAJAS
60	PLATO DESECHABLE CHICO	**	PZAS
61	TARJETAS PARA MENU	**	PZAS
62	TENEDOR DESECHABLE	**	PZAS
63	VASO DE UNICEL DEL No. 8	**	CAJAS
64			
65			
66			
67			
68			

OCTUBRE DE 1995.

CASA DE BOLSA MEGAMEX

EVALUACION DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

NOMBRE _____

AREA _____ **C.C.** _____

CON EL FIN DE MEJORAR NUESTRA CALIDAD EN EL SERVICIO TE SOLICITAMOS EVALUES OBJETIVAMENTE NUESTRO DESEMPEÑO.

ENCIERRA EN UN CIRCULO LA OPCION QUE CONSIDERES CONVENIENTE:

1.- CALIDAD EN LA COMUNICACION CON EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS.

MALA REGULAR BUENA EXCELENTE

2.- LA AYUDA OPORTUNA Y EFICIENTE QUE SE TE HA BRINDADO PARA RESOLVER TUS NECESIDADES LA CONSIDERAS:

MALA REGULAR BUENA EXCELENTE

3.- LAS POLITICAS Y/O PROCEDIMIENTOS DE COMPRA LOS CONSIDERAS COMO:

MALOS REGULARES BUENOS EXCELENTES

4.- ¿LA CALIDAD DE LOS ARTICULOS QUE HAS OBTENIDO CUBREN TUS EXPECTATIVAS (NECESIDADES)?

SI NO

5.- ¿QUE AREAS DE MEJORA PUEDES IDENTIFICAR EN ESTE DEPARTAMENTO?

6.- ¿QUE TIPO DE ACTIVIDADES TE GUSTARIA REALIZAR ORGANIZADAS POR LA CASA DE BOLSA EN TU TIEMPO LIBRE?

8.- CALIDAD EN EL SERVICIO BRINDADO.

MALO REGULAR BUENO EXCELENTE

9.- ¿TIENES ALGUN OTRO COMENTARIO O SUGERENCIA QUE NOS PUEDA SER DE UTILIDAD?
