

MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN MATEMÁTICAS, A.C.	
VERSIÓN: 01	FECHA DE APROBACIÓN: 01/09/2020



CIMAT

**Centro de Investigación
en Matemáticas, A.C.**

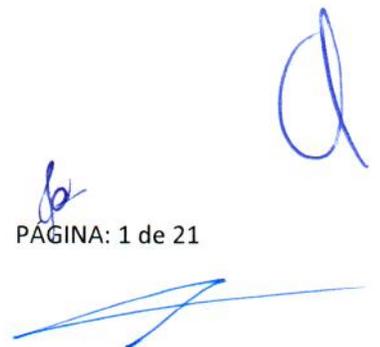
**MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN MATEMÁTICAS**

ELABORÓ 	REVISÓ 	APROBÓ 
Lic. Pedro Daniel Uribe Flores Director de Planeación e Información	Mtro. Ángel Macías Canales Coordinador Administrativo	Dr. Víctor Manuel Rivero Mercado Director General



CONTENIDO

- I. Introducción
- II. Base Normativa
- III. Glosario
- IV. Aspectos generales sobre el concepto de comunicación
- V. Documentación oficial
- VI. Imagen y uso de logotipo
- VII. Servicios de la Dirección de Planeación e Información en materia de comunicación
- VIII. Referencias





I. INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Comunicación Institucional, tiene por objeto proporcionar a los Servidores Públicos del Centro de Investigación en Matemáticas (CIMAT) un instrumento que facilite el desarrollo y estandarización de la comunicación oficial que la institución elabora para el ámbito interno y externo.

El alcance de este manual es para uso de todos los colaboradores del Centro de Investigación en Matemáticas (CIMAT), tanto las distintas áreas como Unidades foráneas deberán implementar los lineamientos de comunicación oficial como son documentos oficiales y aplicación institucional de imagen que se mencionan en este manual.

II. BASE NORMATIVA

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Ley General de Responsabilidades Administrativas

Ley Federal de Procedimiento Administrativo

Ley General de Archivos

III. GLOSARIO

Para efectos del presente manual se entenderá por:

Acto administrativo: Todos los actos, procedimientos y resoluciones de la administración pública que por su alcance afectan positiva o negativamente a los derechos de las personas individuales o colectivas que se relacionan con la Administración Pública.

Documento oficial: Son el soporte en el que se materializan los distintos actos de la Administración Pública, procedentes de la comunicación escrita de un acto administrativo.

Comunicación: Proceso mediante el cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, conducta o actitud. La comunicación puede producirse dentro de la organización, nombrándola así, comunicación organizacional.

Comunicación oficial: Es aquella comunicación recibida o producida en desarrollo de las funciones designadas legalmente conforme a las actividades administrativas que determina la organización, ya sea con carácter interno o externo, cumpliendo el objetivo de difundir, divulgar, promocionar o publicitar, plasmado mediante escritos y material gráfico.

Imagen Institucional: Es la carta de presentación del Centro, siendo un instrumento fundamental de la estrategia de la empresa y su competitividad; nos permite a primera vista diferenciar una institución de otra, por consecuencia de ello depende su percepción frente a la opinión pública.

Logotipo: Es el paso de una identidad verbal (el nombre) a una identidad visual, en otras palabras, un logotipo es para una empresa como la firma para una persona. Le proporciona identidad, diferenciación, seriedad y legitimidad. Tanto si funciona localmente como a gran escala, el logotipo constituye el mínimo recurso básico de identificación visual y de reconocimiento de la empresa por parte de los usuarios.

Producto de comunicación: Es todo aquel material resultante del acto de comunicar, por ejemplo folletería, videos, posters, banners, etc. ya sea material digital, impreso o audiovisual.

IV. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

La comunicación, es un elemento clave que se presenta en el día a día, tanto a nivel personal como en todas las organizaciones, coadyuvando a las actividades laborales de cada colaborador. Cuando esta fluye de manera correcta en cualquiera de sus formas, se eficientan sus procesos y procedimientos, logrando alcanzar los objetivos y metas planeados. Entre sus funciones centrales del acto de comunicar destaca: informar, moderar, motivar y expresar emociones enriqueciendo al personal.

Comunicar, se compone del acto de codificar y emitir un mensaje por medio del remitente, el mensaje mismo y el acto de decodificar el mensaje y su recepción por el destinatario, permitiendo que el proceso se complete con la retroalimentación que proporcione este último, verificando así la eficacia de la comunicación.

Uno de los puntos más importantes del proceso de comunicar, recae en este último punto, la retroalimentación, generando una opinión, actitud, conducta o respuesta que optimiza los procesos al implementar una comunicación fluida y clara entre áreas o colaboradores.

Dentro de los beneficios de llevar a cabo el acto de comunicar con sus mejores prácticas, tanto al interior como al exterior de la organización, se destacan:

- Implementar objetivos y metas clave para lograr óptimos resultados en la organización
- Eficientar la toma de decisiones
- Favorecer la colaboración y el trabajo en equipo entre los integrantes de la institución
- Propiciar el conocimiento de los objetivos hacia los que se dirige la organización
- Crear un ambiente de confianza al eliminar la incertidumbre y transparentar los procesos.
- Escuchar, conocer y fomentar la participación de los colaboradores, creando un clima positivo y favorable para las relaciones humanas.
- Favorecer la interacción entre todos los niveles de la estructura, creando ambientes laborales más productivos, eficaces y de calidad.

Es por eso que la comunicación es de suma importancia para las organizaciones y sus colaboradores, siendo responsabilidad de cada uno implementarla bajo los lineamientos establecidos, expresándola de manera oral o escrita, de acuerdo al mensaje que se busque transmitir, esta última utilizada en gran cantidad por la administración para generar documentos oficiales, con el fin de obtener registros, referencias y defensas legales.

V. DOCUMENTACIÓN OFICIAL

Los actos emitidos por una autoridad en cumplimiento de sus funciones son legítimos, válidos y con peso legal cuando se notifican de manera escrita y fundamentada.

Conforme a la comunicación escrita, un acto de autoridad se documenta, sustenta, fundamenta y comunica materializado en documentos institucionales o documentación oficial. En este caso, se entiende como documentación oficial a aquellos documentos que proceden de la comunicación escrita de un acto de autoridad y se identifican con el membrete del centro utilizado para diversos propósitos, como informar de un hecho relevante, regularizar una situación, transmitir órdenes, lineamientos e instrucciones o tratar asuntos específicos.

En este caso, se nombrará como documentación oficial a el oficio y el memorando, documentos expedidos dentro de la institución, los cuales deben obedecer a ciertos lineamientos de imagen y control archivístico.

Primeramente, es importante identificar las características de cada uno de estos documentos oficiales, así como sus propios lineamientos para el correcto uso de los mismos.

OFICIO

El oficio, es un documento formal referente a tratar asuntos de carácter oficial de la administración pública, empleado para comunicar, orientar, solicitar información, atender dudas, un trámite específico o cualquier asunto relacionado con las actividades de la institución, omitiendo en todo momento asuntos personales.

La comunicación del oficio, puede circular de dos maneras, interna o externamente en la organización. Cuando se habla de los oficios internos, se establece la comunicación entre las diferentes unidades, oficinas o departamentos internos con los que cuenta la institución, mientras que los oficios externos son todos aquellos que salen de la institución, expidiéndose para establecer relación con otras instituciones o personas físicas/morales.

Dentro de sus características principales se encuentra la sobriedad en su estilo de redacción, ya que se utiliza con el propósito de comunicar y coordinar acciones, solicitar información, responder peticiones, remitir documentos, agradecer o tratar diversos asuntos del trabajo administrativo vinculando con otras administraciones o dentro de la misma con sus particulares, normalmente son suscritos por los responsables jerárquicos de la estructura orgánica según trate.



En cuanto a los lineamientos de estructura e identidad gráfica, es importante emplear:

1. Membrete en hoja tamaño carta. El cual contiene las siguientes especificaciones:

- Logotipo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)
- Logotipo del Centro de Investigación en Matemáticas (CIMAT)
- Colores oficiales
- Créditos oficiales que corresponden al domicilio de la dependencia que emite el documento, teléfonos y dirección electrónica.

2. Datos identificadores en el ángulo superior derecho

- Leyenda del año correspondiente
- Área generadora del documento
- Número de oficio
- Lugar y fecha de la comunicación actual
- Asunto

3. Datos del destinatario escritos de forma correcta y completa

4. Cuerpo del texto – Tipografía Montserrat

5. Indicar de manera precisa y completa el nombre y cargo del servidor público remitente y su firma autógrafa.

6. Siglas de quien suscribe el documento

7. Nombres y cargos de quienes reciben copia en orden jerárquico, evitando indicaciones adicionales.



MEMORANDO

El memorando es un documento oficial que transmite de manera breve los asuntos importantes que acontecen dentro de la organización; a diferencia del oficio, el memorándum es un documento de *índole interna*, únicamente se transmite entre los departamentos, áreas y personal de una misma unidad administrativa.

Dentro de sus características esenciales se encuentra su estilo de redacción sobrio, formando un documento breve, claro y preciso, con una extensión general de media carta. Es utilizado para emitir algún comunicado, dar una instrucción, generar una petición para intercambiar información entre áreas, dar a conocer información como recomendaciones y disposiciones; sólo se refiere al asunto tratado sin incluir variantes no relacionadas, además de ser suscritos por los responsables jerárquicos de la estructura orgánica.

En cuanto a los lineamientos de estructura e identidad gráfica, es importante emplear:

1. Membrete en hoja tamaño carta. El cual contiene las siguientes especificaciones:

- Logotipo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)
- Logotipo del Centro de Investigación en Matemáticas (CIMAT)
- Colores oficiales
- Créditos oficiales que corresponden al domicilio de la dependencia que emite el documento, teléfonos y dirección electrónica.

2. Leyenda "MEMORANDO"

3. Siglas del área generadora del documento seguido del número de memorando y año

4. Datos identificadores

- Remitente
- Destinatario
- Fecha de la comunicación actual
- Asunto

5. Cuerpo del texto - Tipografía Montserrat



6. Firma autógrafa

7. Siglas de quien suscribe el documento

8. Nombres y cargos de quienes reciben copia en orden jerárquico, evitando indicaciones adicionales.

Ejemplo no. 2

1  

2 **MEMORANDO**

3 Oficio No. CIM[Siglas del área]-Número consecutivo/Año

Para: (Datos del destinatario)
De: (Datos del remitente)
Fecha: (Fecha actual de la emisión del comunicado)
Asunto: (Texto resumido del asunto)

4

Este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado.

5

Este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado, este texto es de muestra, puede ser editado o borrado.

6 Atentamente

7 [SIGLAS DE QUIEN SUSCRIBE EL DOCUMENTO/De quien lo elabora]

8 C.c.p. [Nombres y cargos de quienes reciben copia, en orden jerárquico; evitar indicaciones adicionales]

1  

Jalisco S/N, Col. Valenciana, CP. 36023, Guanajuato, Gto. México. Apartado Postal 402, CP. 36000.
Tel. +52 473 732 7155 www.cimat.mx



2020
LEONA VICARIO



RECOMENDACIONES PARA LA GENERACIÓN DE DOCUMENTOS OFICIALES:

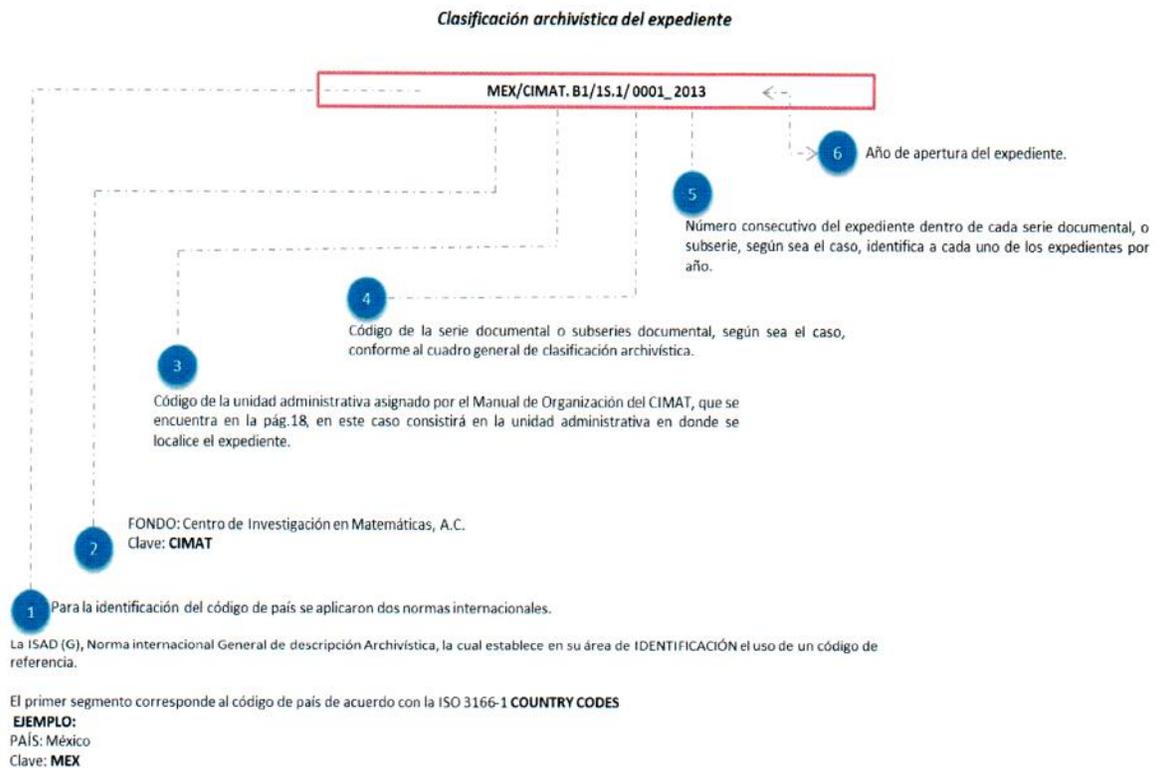
- Es importante tener claro qué y a quién se le va a comunicar,
- Selecciona el medio o los medios adecuados para transmitir el mensaje de acuerdo a sus características,
- Formula cuidadosamente el mensaje con un lenguaje claro, conciso y apropiado,
- Considera que cualquier persona que lea el documento debe entenderlo,
- Utiliza las palabras necesarias y elimina el lenguaje superfluo,
- Otorga únicamente la información necesaria para cumplir el propósito del documento,
- Utiliza oraciones y párrafos cortos,
- Se cuidadoso en la aplicación de normas ortográficas,
- Distribuye el texto adecuadamente para una fácil lectura (breve introducción, objetivo del mensaje, cuerpo del texto, cierre),
- Se claro, la comunicación debe darse de manera que no pueda prestarse a mal interpretaciones,
- Emite el mensaje con el tono adecuado, tomando en cuenta la sensibilidad al momento de emitir el mensaje,
- Recordemos que la comunicación escrita no es para impresionar sino para hacerse entender,
- Revisa el documento antes de su envío,
- Verifica que el mensaje haya sido decodificado de manera correcta.



CLASIFICACIÓN ARCHIVÍSTICA

El archivo estará integrado sólo por documentos producidos y/o tramitados por el Centro, identificando su sección, serie y tipo documental que corresponde a los expedientes de un mismo asunto precisando las atribuciones, funciones y actividades correspondientes a cada unidad administrativa y respetando el orden cronológico en el que han sido producidos de acuerdo a lo establecido en el Cuadro General de Clasificación Archivística vigente (CGCA).

Ejemplo de cómo se conforma la clasificación archivística:





VI. IMAGEN Y USO DE LOGOTIPO

La imagen de la organización, es su identidad, aquella que identifica a la empresa y refleja quién es la organización, qué hace y cómo lo hace, por medio de distintos elementos que la hacen distinguirse del resto, tanto a nivel interno como externo.

Para construir una imagen organizacional al exterior de la institución, se debe de comenzar por medio de su correcta integración y aplicación por parte de todos los colaboradores a nivel interno, construyendo así una personalidad propia que permanezca en la memoria.

Cabe mencionar que la correcta aplicación de la comunicación escrita en cuanto a su imagen organizacional, no sólo facilita el desarrollo de las funciones administrativas, sino que transmite percepciones al relacionar a la institución con su medio externo, conduciendo al posicionamiento de mercado.

En cuanto a la comunicación escrita, el CIMAT cuenta en su intranet con el material necesario para cumplir con los lineamientos del manual de imagen institucional, como lo es plantillas para hojas membretadas, presentaciones de pptx, logotipo y fuentes oficiales de este periodo.

Dentro del manual de imagen institucional, se pueden encontrar los usos correctos e incorrectos del logotipo en sus dos versiones, vertical (figura 1) y horizontal (figura 2).



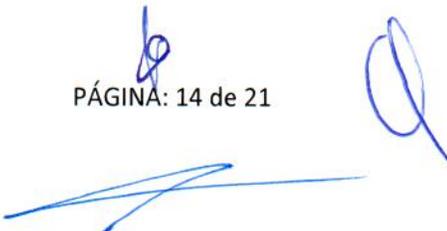
*FIGURA 1



*FIGURA 2

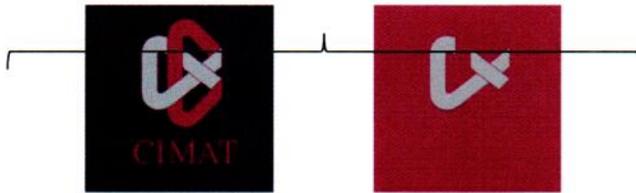
Entre los lineamientos que contiene el manual antes mencionado, se destacan los siguientes.

- El logotipo del CIMAT no debe de ser alterado ni en su forma ni en sus colores, únicamente se permite la modificación de tamaño.
- Las dimensiones del logotipo podrán reducirse para adaptarlo a las necesidades de uso, siempre y cuando se conserven las proporciones originales.
- Es decir, no se debe de transformar ni alterar el logotipo de ninguna forma (por ejemplo, no se deben de incluir sombras, cambios de color, cambios de orden o acomodados de los elementos, 3D, inclinación en diferentes ángulos, etc.)
- No se aceptará el uso del logotipo e un tamaño menor a 2 centímetros, por cuestiones de legibilidad.
- Debe de exhibirse de forma notoria, clara, legible y visible respetando los usos correctos e incorrectos que muestra el manual básico de identidad gráfica.
- Su utilización es de carácter voluntario, siempre y cuando se respeten los lineamientos anteriormente mencionados.



A continuación, se presentan ejemplos de las malas prácticas del uso de logotipo, que quedan fuera del acato a los lineamientos de uso institucional, por lo cual el uso de estas versiones podría recaer en restricciones de reproducción de material de comunicación interna y de promoción.

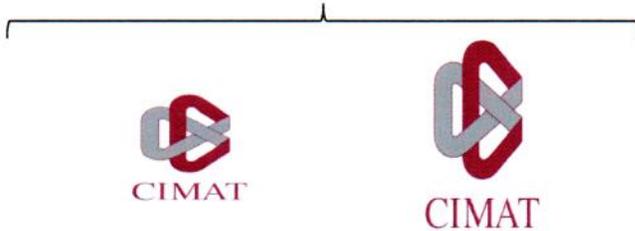
No respetar lineamientos de colorimetría



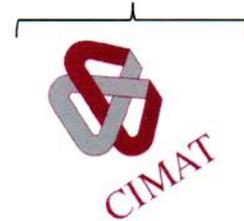
Cambio de color a logotipo



Deformación de imagen general o de sus elementos



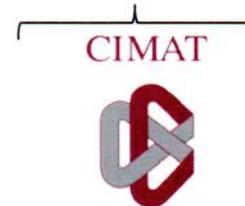
Inclinación en diferentes ángulos



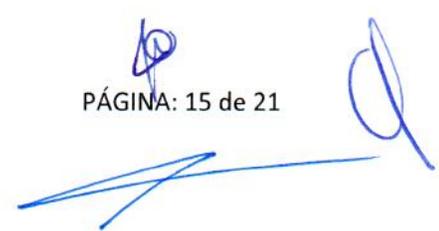
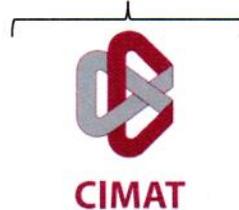
Eliminación de elementos del logotipo



Cambios en la distribución de los elementos.

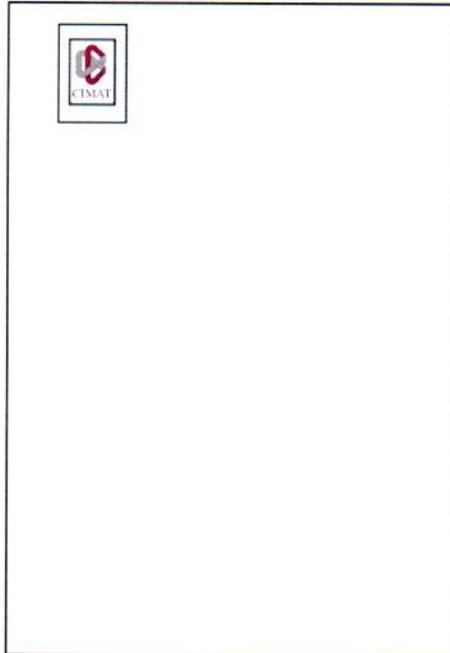


Cambios en la tipografía del logotipo



En las piezas impresas, la posición del logotipo es de suma importancia, se recomienda:

- Colocar el logotipo del CIMAT en la esquina superior izquierda de una composición:

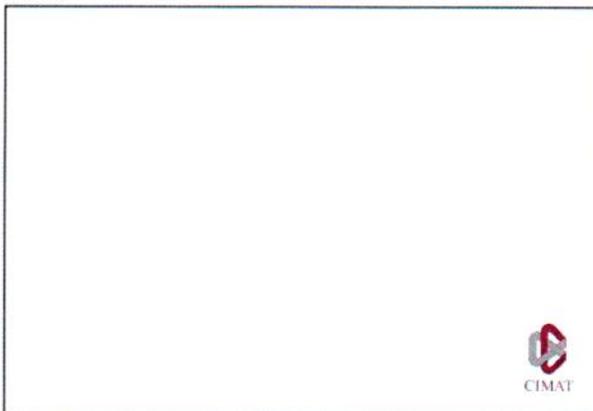


Cartel: TABLOIDE

Tamaño mínimo, 10% aprox. proporcional al área total del espacio de impresión.

Tamaño máximo, 15% aprox. proporcional al área total del espacio de impresión.

- Alternativamente, el logo del CIMAT se puede colocar en la esquina superior derecha



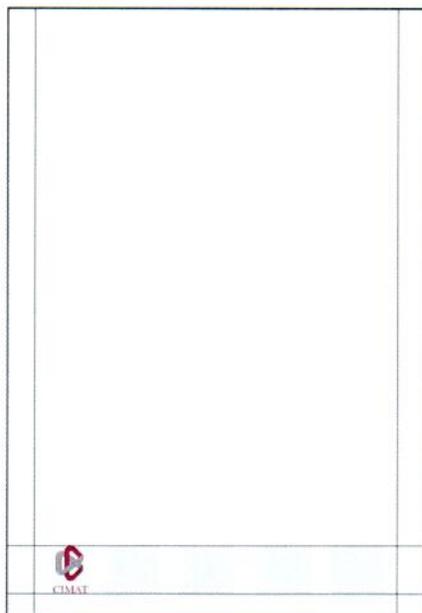
Cartel: TABLOIDE

Tamaño mínimo, 10% aprox. proporcional al área total del espacio de impresión.

Tamaño máximo, 15% aprox. proporcional al área total del espacio de impresión.



- Cuando se usa en combinación con logotipos de asociados o logotipos del proyecto, el orden de los logotipos es jerárquico, tomando esto en cuenta, cuando se trate de un proyecto de carácter institucional local, el logotipo del CIMAT deberá ubicarse primero en orden de izquierda a derecha, o CONACYT según sea el caso y así seguidamente en orden de importancia de participación de cada institución.



Cartel:

Tamaño mínimo, 1,5 cm de altura por lo que de base respetando los márgenes de protección de cada logo.

A continuación se presentan los ejemplos de uso permitido, según sea su caso particular:



Ejemplos de uso permitido:

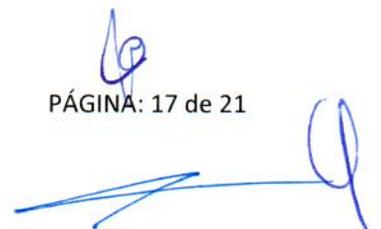
Carteles, patrocinios, materiales impresos con un contenido abundante, tazas, vasos, bordados.



*Aplica para los casos en los que el conjunto esté presente solo, sin acompañamiento de logotipos de otras instituciones o entidades, y cuando el formato presente un ancho prominente contra una altura reducida.

Ejemplos de uso permitido:

Cinta de porta gafetes, pulseras, plumas, lomos de libro.





Como parte de la institución, la actividad de publicidad y difusión de información propia del Centro es de vital importancia. Dentro del mismo Centro el uso de medios y recursos de información es cada vez más útil para mantener al tanto a los usuarios e interesados de las actividades propias que se realizan. A nivel público, se da promoción a sus desarrollos y actividades, así como a su trascendencia en la sociedad y aplicación de los mismos, logrando de esta manera afianzar la idea de su peso como Centro de Investigación de primer nivel, generando un público cada vez más amplio. La reputación, confianza y credibilidad de esta labor de promoción, publicidad, difusión y divulgación dependerá del buen uso de las herramientas de comunicación en conjunto con los elementos de imagen e identidad institucionales.

La principal tarea del Departamento de Comunicación del CIMAT es coordinar la creación de los recursos más factibles para la acertada difusión de los ideales institucionales tanto de manera interna como externa, es así que la elección de los mejores recursos para llevar a cabo esta tarea se realiza atendiendo a diferentes parámetros, entre los cuales se encuentran la cantidad de información, alcance y medio por el cual se quiere distribuir un mensaje y el tipo de público destinatario, entre otros elementos claves para su éxito.

Cada recurso gráfico de comunicación consta de sus propios lineamientos para su correcta aplicación y desarrollo. Entre más apegada sea su producción a estas bases, mayor será su efectividad en el alcance del mensaje.

VII. SERVICIOS DE LA DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN E INFORMACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

Entre los servicios de comunicación que brinda la Dirección de Planeación Institucional a la comunidad CIMAT se encuentra el apoyo para el desarrollo de actividades de difusión y proyección institucional a través de dos grandes rubros, el diseño de aplicaciones de imagen institucional y el diseño gráfico en general, produciendo diversas acciones de comunicación externa e interna que fortalecen los mecanismos de comunicación institucional.

Entre sus funciones, se encuentran:

1.- Diseño de las aplicaciones de imagen institucional y actualizaciones de imagen de la Administración Pública Federal

- Hojas membretadas
- Tarjetas de presentación
- Sobres
- Folders
- Sellos oficiales
- Rótulos vehiculares
- Rótulos en inmuebles

2.- Diseño gráfico en general

Diseño de materiales informativos y publicitarios:

- Carteles
- Volantes
- Folletos
- Carteles digitales

Diseño de materiales protocolarios

- Escenografías
- Pendones
- Cicloramas

Diseño de materiales para exhibición

- Cicloramas para stands
- Material POP

Dado los servicios antes mencionados, para realizar una solicitud de imagen o diseño gráfico se recomienda enviar un correo electrónico al encargado de diseño gráfico con copia al titular de la Dirección de Planeación con la información detallada sobre la solicitud, incluyendo en este la descripción del servicio que solicita así como todos los datos necesarios y suficientes para la





correcta realización del producto. Es importante tomar en cuenta el tiempo de creación contra el tiempo en que usted requiere el material.

VIII. REFERENCIAS

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 05/02/1917
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>

Ley General de Responsabilidades Administrativas
Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18/07/2016
Última reforma publicada 19/11/2019
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/573810/LGRA_13-04-20.pdf

Ley Federal de Procedimiento Administrativo
Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 04/08/1994
Última reforma publicada 18/05/2018
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/112_180518.pdf

Ley General de Archivos
Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 15/06/2018
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGA_150618.pdf

Principios básicos de comunicación
Carlos Gonzáles Alonso
Ed. Trillas
México, 2008

Comunicación organizacional práctica
Alberto Martínez de Velasco
Ed. Trillas
México, 2008

Taller de lectura y redacción II
Martha Sánchez Espinosa
Ed. Pearson Educación
México, 2007

Comunicación administrativa
Damarys Madrigal López
Ed. UNED

VERSIÓN: 01

PÁGINA: 20 de 21



San José, 2002



Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional

Alma B. León

Ed. Limusa

México, 2005

Manual de imagen institucional

CIMAT

México, 2019

VERSIÓN: 01

PÁGINA: 21 de 21

Two handwritten signatures in blue ink are located in the bottom right corner of the page. One signature is a simple, stylized mark, and the other is a more complex, cursive signature.