

# DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Enrique Balp Díaz – Director General – noviembre de 2007

## INTRODUCCIÓN

La UNAM confirmó en 2009 su liderazgo como una institución de vanguardia educativa y de servicio, al conquistar importantes reconocimientos científicos, académicos y culturales en los ámbitos nacional e internacional, lo cual implicó un estratégico despliegue informativo.

Ante el alcance de logros como el Premio Príncipe de Asturias en el área de Comunicación y Humanidades o la necesidad urgente de llevar información especializada y confiable a la población con motivo de la emergencia ocasionada por el brote de la influenza A H1N1, la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) cumplió con su misión de informar, puntual y suficientemente, tanto a la comunidad universitaria como a la sociedad mexicana, respecto de la trascendencia e implicaciones de estos sobresalientes hechos.

El esfuerzo y la calidad de contenidos que se desplegaron con motivo de la contingencia sanitaria, propició, incluso, que la serie de 13 programas de televisión *Influenza: las respuestas de la ciencia*, transmitida durante abril y mayo por Radio y TV UNAM con el apoyo y respaldo editorial de la DGCS, fuese galardonada con el Premio Nacional de Periodismo.

Otros eventos que también lograron una destacada penetración social como resultado de las tareas de información que se instrumentaron, fueron la gira de trabajo que el Dr. José Narro Robles realizó a España por la inauguración del Gran Telescopio de Canarias; las contribuciones académicas para enfrentar la crisis económica que azotó al país por el colapso financiero mundial y las múltiples actividades que se llevaron a cabo a propósito de los aniversarios 200 y 150 del natalicio de Charles Darwin y de la publicación de *El origen de las especies*, respectivamente.

Igual impacto mediático se logró a partir de actividades como la participación de científicos universitarios en el desarrollo del Gran Colisionador de Hadrones, que pretende esclarecer algunos misterios sobre la formación del universo; la extensa investigación geográfica que permitió demostrar la inexistencia de la Isla Bermeja; la Noche de las Estrellas, observación masiva que congregó a miles de mexicanos en el Zócalo del DF y en 17 sitios arqueológicos del país; la conquista del sexto título de fútbol por parte de los Pumas, así como las visitas a Ciudad Universitaria de destacadas personalidades, como los escritores Eduardo Galeano y Noam Chomsky, así como Serge Halimi, presidente y director general de las ediciones del diario francés *Le Monde*, eventos en cuya organización estuvo involucrada la DGCS.

Los temas de gobierno, servicio y vinculación con la sociedad también merecieron importantes coberturas. Destacan los múltiples convenios de colaboración con instituciones de educación superior, centros e institutos de investigación, empresas y organismos públicos

y privados, tanto nacionales como extranjeros; el envío de víveres a zonas del país afectadas por las lluvias; así como las tareas de alfabetización y consultas médicas y odontológicas en varios estados de la República.

Del mismo modo, se difundieron ampliamente los más de 250 premios, medallas, reconocimientos, galardones y distinciones obtenidos por estudiantes, académicos, deportistas, científicos y autoridades universitarias.

La DGCS difundió a través de distintos medios tradicionales de comunicación interna y externa cinco campañas publicitarias: Concurso de Ingreso a Licenciatura ECOESAD, Medidas de Prevención para la Influenza (tres etapas), Semaforización, Escuela Renovada y Premio Príncipe de Asturias. La estrategia se enriqueció con la utilización de medios complementarios, como mantas, carteles, trípticos, dovelas, separadores, libretas, playeras, gorras y pulseras, entre otros. En todos los casos, se cumplió el objetivo de informar a la comunidad universitaria en particular y la sociedad en general, respecto de asuntos coyunturales, al tiempo que se reforzó la imagen de la Institución.

Gracias a las acciones que se emprendieron en coordinación con las diferentes áreas universitarias de difusión, se concedieron un total de 2 464 entrevistas a medios de comunicación, nacionales e internacionales.

Por vez primera, la UNAM tuvo presencia publicitaria en los portales *on line* de diversos diarios. En este sentido, destacan los banners que se colocaron en los sitios de internet de *La Jornada*, *Excélsior* y *El Universal*. La Institución también tuvo presencia en páginas especializadas, como *Eje Central* y *El Arsenal*.

En materia de publicidad, se difundieron 303 publirreportajes en revistas de gran penetración. Más del 50% de éstos se ubicaron en espacios preferenciales (cuarta, tercera y segunda de forros) pero con la tarifa de página interior. Además se obtuvieron importantes bonificaciones en las versiones *on line* de *Proceso*, *Etcétera* y *Tiemporeal*.

La DGCS publicó 86 números de *Gaceta UNAM*, con un tiraje anual de 4 245 000 ejemplares. Además de subir al portal universitario la versión digital de este órgano informativo, también avanzó en la conversión a formato electrónico de los años 1997 y 1998 de dicha publicación, al tiempo que terminó el buscador de la versión electrónica de *Gaceta UNAM*.

*Proyecto UNAM* mantuvo su presencia semanal en el diario *El Universal*. A través de foto-reportajes puso al alcance de los mexicanos algunos de los avances universitarios más significativos en materia de ciencia y humanidades. Por séptimo año consecutivo, este material se compendió en un volumen editorial de gran formato. A su vez, *Mural UNAM* ratificó su compromiso con el Sistema Incorporado, al informar a ese sector estudiantil, mediante ediciones mensuales, de los diversos servicios y aspectos de la vida universitaria.

Durante 2009, el programa de difusión *Quehacer Universitario* tuvo presencia en cinco cadenas radiofónicas comerciales y una institucional (Radio UNAM), con un total de 357 impactos que alcanzaron, en promedio mensual, tres millones de radioescuchas.

Se produjeron 43 cápsulas de dos minutos que abordaron 129 temas de investigación en ciencias y humanidades. En total los 357 *spots* representaron 42 mil 840 segundos de transmisión, que equivale a 6.6 impactos por semana.

En el renglón administrativo, se prosiguió con la operación de los paquetes de cómputo Sistema Integral de Administración Presupuestal (SIAP), se implementó el sistema contable SIAF y el Sistema Integral de Ingresos Extraordinarios (SIE), además de dar continuidad a la implantación del Sistema de Gestión de Calidad ISO-9001.

## DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para responder a las necesidades informativas de los reporteros que cubren la *fuerza*, la Dirección de Información (DI) generó y difundió 791 boletines de prensa durante los 365 días del año, 48 de los cuales se acompañaron de cortes para televisión, además de 17 321 materiales de audio canalizados a medios radiofónicos.

En otro frente de atención a la prensa acreditada, gestionó 1 019 entrevistas con investigadores, académicos, alumnos y autoridades universitarias en torno a temas de interés general para la población.

Ante hechos tan relevantes para la Universidad y el país entero como la obtención del Premio Príncipe de Asturias o la contingencia sanitaria a causa de la influenza A H1N1, la DI incrementó su alcance mediático, logrando que éstos y otros temas alcanzaran un total de 11 047 registros en los medios impresos y electrónicos.

Otros eventos también ameritaron una atención expedita; por ejemplo, la gira internacional que el Dr. José Narro realizó con motivo de la inauguración del Gran Telescopio de Canarias; las contribuciones de académicos universitarios por la crisis financiera mundial y su impacto en México; la participación de la UNAM en el desarrollo del Gran Colisionador de Hadrones; la extensa investigación que permitió demostrar la inexistencia de la Isla Bermeja o la Noche de las Estrellas, evento de observación celeste que concitó a miles de personas en la Plaza de la Constitución de la Ciudad de México, así como en 17 sitios arqueológicos a lo largo y ancho del país.

Asimismo, realizó 23 coberturas del Rector en giras de trabajo y tres transmisiones satelitales para envío de imágenes.

Bajo la coordinación de la DI, se elaboraron once suplementos especiales y 1 411 notas informativas para *Gaceta UNAM*; cubriéndose 2 193 eventos realizados en la Universidad, con lo cual fue posible agregar 107 378 registros fotográficos al acervo correspondiente. Los reporteros de esta Dirección obtuvieron además 7 723 audios de múltiples temas en apoyo a los medios externos.

Como parte del esquema institucional que ha permitido acercar a los universitarios con diversos programas radiofónicos, la Coordinación de Radio tuvo a su cargo la gestión para la transmisión en vivo de dos distintos noticiarios de W Radio, donde diversas voces académicas abordaron temas de interés general, en el marco de la entrega del Premio Príncipe de Asturias.

Por su parte, el área de televisión se constituyó en un importante apoyo para la administración central de la Universidad y los medios especializados, concretando a lo largo del año 852 copias de materiales institucionales en diversos formatos.

La estrategia desplegada para mantener informada a la sociedad respecto a temas sustantivos, incluyó la organización de once conferencias de prensa; la realización de 140 318 operaciones de envío documental a los medios por correo electrónico, 44 992 por fax y 1 026 por vía terrestre.

## DIRECCIÓN DE ENLACE Y RELACIONES PÚBLICAS

Con el imperativo de ampliar la presencia universitaria en los diferentes medios de comunicación del país y del extranjero, la Dirección de Enlace y Relaciones Públicas (DERP) gestionó 1 445 entrevistas para reporteros no asignados a la *fuentes* y para conductores de emisiones radiofónicas y televisivas. A través de ellas, los universitarios pudieron fijar su postura respecto a diversos temas de interés general.

De este total, 98 entrevistas fueron canalizadas a medios internacionales y 1 347 a nacionales. En conjunto, los programas de televisión solicitantes transmitieron 528 opiniones de universitarios; las estaciones de radio 407 y los diarios 273, mientras que las revistas y las agencias noticiosas dieron cabida a 237 más. Esta tarea involucró a investigadores, académicos, alumnos y autoridades de 84 dependencias universitarias.

Por esfera temática, en el sector de las humanidades, destacó la participación de las facultades de Ciencias Políticas y Sociales, así como la de Psicología, con 168 y 138 entrevistas, respectivamente; mientras que en materia científica, sobresalió la Facultad de Medicina, con 184, y el Centro de Ciencias de la Atmósfera, con 41.

Los asuntos de tipo económico, tanto en el país como en el mundo, también fueron ampliamente comentados. En este sentido, sobresalieron el Instituto de Investigaciones Económicas, con 95 entrevistas, y la Facultad de Economía, con 53.

Del total de entrevistas gestionadas para programas de televisión, 26 fueron para cadenas internacionales y 502 para las nacionales, donde TV Azteca encabezó la lista con 111 materiales, seguida de Televisión Educativa, con 59 entrevistas, y Canal Once, con 53.

La DERP tuvo a su cargo el diseño de la serie televisiva de 13 programas denominada *Influenza: las respuestas de la ciencia*, que debido a su oportunidad y calidad fue reconocida con el Premio Nacional de Periodismo.

En materia radiofónica, además de gestionar entrevistas para 22 empresas del sector, la DERP, en coordinación de la DI, diseñó una barra programática para W Radio, donde 43 académicos e investigadores universitarios expusieron ante el auditorio de esta cadena parte de las aportaciones que la UNAM hace al país; esto en el contexto de la entrega del Premio Príncipe de Asturias en el área de Comunicación y Humanidades.

Las cadenas radiofónicas que encabezaron las solicitudes atendidas fueron: el Instituto Mexicano de la Radio, con un total de 100 impactos difundidos en sus noticiarios y programas, seguida de W Radio, con 68 entrevistas y la Organización Radio Centro, con 40.

Por lo que hace a la prensa escrita, se impulsó la opinión de expertos universitarios en 65 medios, destacando el diario *La Crónica*, con 52 entrevistas; *Reforma*, con 34 y *El Universal*, con 32. Del total de gestiones realizadas para medios impresos, 32 correspondieron a publicaciones internacionales. El rotativo británico *The Economist*, encabezó la lista con 12 enlaces.

Por otra parte, la DERP gestionó ante la Dirección General de Patrimonio Universitario un total de 58 permisos para grabaciones televisivas y levantamiento de placas fotográficas en diversos espacios y recintos universitarios, 13 de los cuales correspondieron a medios internacionales. En todos los casos se supervisó que las imágenes obtenidas sirvieran única y exclusivamente para la difusión de la imagen institucional, sin ningún fin de lucro.

La Subdirección de Logística y Relaciones Públicas participó en 178 actividades de logística con dependencias universitarias y externas para la realización de 89 eventos. Destacan la Noche de las Estrellas en la Plaza de la Constitución del Zócalo capitalino; 50 Aniversario del Jardín Botánico; Homenaje a Miguel Ángel Granados Chapa: Periodista y Maestro; Ceremonia de Apertura del Ciclo escolar 2009-2010; inauguración de la Exposición Cildo Meireles en el Museo Universitario Arte Contemporáneo; así como la presentación del Programa para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional; la visita de Eduardo Galeano a la Sala Nezahualcóyotl; la inauguración del Foro de Políticas Públicas del Agua, y el Homenaje Pasión por Palabra a José Emilio Pacheco, entre otros.

Esta área de la DERP también participó en la coordinación y desarrollo de eventos como la transmisión en vivo, Oviedo-México, de la ceremonia de entrega del Premio Príncipe de Asturias en el Auditorio Alfonso Caso y en varios proyectos de la DGCS, como la realización de los tres talleres-conferencia sobre el tema de la influenza A H1N1, mismos que se transmitieron en cadenas televisivas como TV UNAM y Canal 22, y la conferencia magistral de Noam Chomsky en la UNAM; además de la actualización del video de Bienvenida 2009 y de la actualización del video institucional "Qué es la UNAM".

## DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y PUBLICIDAD

Como parte de sus funciones, la Dirección de Análisis y Publicidad (DAP) se ocupó del despliegue publicitario en 18 diarios de circulación nacional, 33 estatales y cinco suplementos especializados en diversos rotativos; 48 revistas y cinco cadenas de radio; además de monitorear y evaluar la presencia de la Universidad en los medios de comunicación. También se ocupó del diseño gráfico en algunas campañas institucionales.

Como parte de esta encomienda, tramitó 1 564 inserciones en los principales medios impresos y electrónicos con mensajes institucionales como ofertas académicas, desplegados, carteleras culturales, condolencias, felicitaciones, publirreportajes, eventos deportivos, convocatorias, licitaciones públicas e informes de la Cuenta Pública Anual.

En diarios de circulación nacional se difundieron eventos como la exposición de orientación vocacional "Al Encuentro del Mañana 2009", la XXX Feria Internacional del Libro de Palacio de Minería; la campaña de información por la influenza y la obtención del Premio Príncipe de Asturias. La convocatoria de Ingreso a Licenciatura ECOESAD se publicó en todos los estados de la República, incluidos el DF y la zona metropolitana.

Es importante destacar que por vez primera, la UNAM tuvo presencia publicitaria a través de banners en los portales *on line* de diarios como *La Jornada*, *Excélsior* y *El Universal*, además de otros sitios especializados de internet como *Eje Central* y *El Arsenal*.

Por lo que hace al trabajo con revistas, la DAP canalizó un total de 303 publirreportajes; 24% de los cuales se ubicaron en la cuarta de forros; 18% en la segunda y 11% en la tercera; es

decir, más del 50% de las inserciones se colocaron en espacios preferenciales, por la misma tarifa de la página interior. Asimismo, se obtuvieron bonificaciones en las versiones *on line* de *Proceso*, *Etcétera* y *Tiemporeal*.

La DAP realizó 13 gestiones para el uso de tiempos oficiales ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación: uno para TV y 12 para radio.

Estableció contacto con CEPROPIE para el envío de material audiovisual con motivo de las giras nacionales del Rector por Sinaloa, Guanajuato, Estado de México, Tabasco, Oaxaca, Durango, Baja California Norte, Michoacán y Jalisco, lo mismo que en las internacionales a Cuba; España (Canarias); Brasil (Sao Paulo); España (Salamanca- Zaragoza-Oviedo); Costa Rica y Argentina (Buenos Aires).

En el apartado de monitoreo, se realizó la grabación, revisión, edición, transcripción y sistematización de 2 130 notas del Rector en medios impresos y 1 460 en radio y TV; 1 693 boletines publicados en la prensa nacional más 908 en radio y TV; 9 587 notas sobre diversos temas académicos en prensa escrita más 2 384 en radio y TV; además de 606 fotografías institucionales publicadas en medios nacionales.

A través de la Coordinación de Sistemas, la DAP dispuso la sustitución de 14 equipos de cómputo con más de nueve años de vida (Pentium III, Celeron o anteriores) por equipos con Windows Vista y acceso a Red UNAM.

Dando cumplimiento a los estándares para el uso de *software*, adquirió ocho licencias de Adobe CS3 para los equipos de *Gaceta UNAM*, así como licencias de antivirus para todas las computadoras de la Dirección General.

Asimismo, publicó y actualizó *Gaceta UNAM* en línea. Mientras avanzó en la conversión a formato electrónico de los años 1997-1998 de dicho acervo, terminó el *buscador* de la versión electrónica de *Gaceta UNAM* –diseñando el *link* desde su página– y subió a la web 786 boletines digitales entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2009. Cabe destacar que la publicación de estos boletines se complementó con inserciones de video en dos formatos: baja resolución en formato WMV y en calidad de corte de televisión en formato AVI.

La Coordinación de Sistemas también tuvo a su cargo el diseño e impresión de diversos materiales de información, como los 48 carteles que semana a semana promovieron los logros de la Universidad en las principales revistas de circulación nacional; los diez números de *El Mural, una ventana al sistema incorporado*; las tres etapas de la campaña *Influenza*, con dos carteles, cuatro trípticos, siete mantas, un pendón, un separador, seis cintillos y 20 volantes, en la primera fase; un cartel, tres cintillos y 20 volantes, en la segunda. La tercera parte de dicha campaña, denominada *Influenza rebrote*, incluyó otros tres carteles, un tríptico, tres mantas, un pendón, seis cintillos de prensa y seis volantes.

Atención especial se dio a la campaña del Premio Príncipe de Asturias, la cual estuvo integrada en su base gráfica por cinco carteles, un *dossier* de prensa, una manta, una dovela, un anuncio espectacular, una playera, una gorra y una pulsera.

La campaña de Semaforización implicó la elaboración de un pendón, una manta, un póptico, dos volantes y cuatro cintillos de prensa.

Por noveno año consecutivo, diseñó e imprimió *Presencia Gráfica*, documento que recopila los carteles mediante los cuales la UNAM informó a los lectores de revistas de circulación nacional sobre algunos de sus logros en materia de ciencias y humanidades.

### GACETA UNAM

En su calidad de órgano oficial de comunicación de la Universidad Nacional, *Gaceta UNAM* mantuvo puntualmente informada a la comunidad acerca de aspectos sustantivos de administración y gobierno; promoviendo paralelamente la investigación, la docencia, el deporte y la extensión de la cultura.

De igual forma, dio legalidad a diversas decisiones de los órganos de gobierno mediante la difusión de las correspondientes convocatorias, acuerdos y desplegados, en 86 números, con un tiraje anual de 4 245 000 ejemplares.

La edición de los lunes incluyó 44 suplementos de *Agenda*, mientras que la de los jueves encartó 62 suplementos: 21 ediciones del órgano informativo de la Escuela Nacional Preparatoria, 21 del Colegio de Ciencias y Humanidades; nueve números de la revista de la Coordinación de Humanidades y nueve especiales: ¡Geothon! Carrera-caminata por el Año Internacional del Planeta Tierra; Métodos de vanguardia para el inglés en bachillerato; Acciones contra la influenza A H1N1, mensaje del Rector; Día del Maestro, la Universidad reconoce méritos de 41 académicos; Pumas el triunfo en la prensa; 55 aniversario de *Gaceta UNAM*; Nuevas obras en Prepas y CCH; Renovación de infraestructura en licenciatura, posgrado e investigación; Orgullo por el Premio Príncipe de Asturias; así como otros dos suplementos anuales: Cuenta Anual 2008 y Premio Universidad Nacional y Reconocimiento Distinción Universidad Nacional para Jóvenes Académicos 2009.

Además de las 1 411 notas informativas generadas por la Dirección de Información, *Gaceta UNAM* publicó otras 682 enviadas por diversas dependencias universitarias, alcanzando un total de 2 093.

### PROYECTO UNAM

Como ha venido sucediendo desde su creación, *Proyecto UNAM* mantuvo un perfil versátil, lo cual permitió que la sociedad pudiera consultarlo a través de cuatro formatos: la página semanal que publica todos los jueves en el diario El Universal; el libro que integra los 53 números difundidos a plana completa durante el año en dicho rotativo; la exposición de 36 páginas montadas en nueve exhibidores que se rota en las diferentes dependencias universitarias –con una presencia muy destacada este año en Baja California a propósito del Primer Encuentro Nacional del Conocimiento–, así como en el sitio electrónico de la DGCS, por la vía de la liga [www.dgcs.unam.mx/ProyectoUNAM/index.htm](http://www.dgcs.unam.mx/ProyectoUNAM/index.htm)

*Mural UNAM*, medio informativo de contacto institucional con las 300 escuelas incorporadas, reforzó su presencia mediante diez números, mismos que además se colocaron en decenas de puntos estratégicos de la Universidad Nacional.

Durante 2009, el programa de difusión Quehacer Universitario tuvo presencia en cinco cadenas radiofónicas comerciales y una institucional (Radio UNAM), con un total de 357 impactos que alcanzaron, en promedio mensual, tres millones de radioescuchas. Los grupos radiofónicos son: Radio Fórmula, Radio Centro, Imagen, MVS Radio y Radio Capital.

Se produjeron 43 cápsulas de dos minutos que abordaron 129 temas de investigación en ciencias y humanidades. En total los 357 spots representaron 42 mil 840 segundos de transmisión, que equivale a 6.6 impactos por semana.

## UNIDAD ADMINISTRATIVA

La Unidad Administrativa (UA) dio continuidad a la modernización tecnológica y de equipamiento en las distintas áreas de servicio, a medios de comunicación y de operación interna.

Bajo este principio, adquirió 14 equipos de cómputo, así como múltiples accesorios indispensables para el funcionamiento de los equipos de radio, televisión, fotografía y sistemas de cómputo. Asimismo, sustituyó el cable correspondiente a la red de voz y datos en las oficinas de la Dirección de Información, ubicadas en el basamento de la torre de Rectoría.

Con la finalidad de ofrecer al personal de la dependencia condiciones óptimas para el desempeño de sus funciones, se realizaron obras de mantenimiento y remodelación de las instalaciones. Cabe destacar que una vez superada la contingencia sanitaria por el brote de influenza, se realizó limpieza profunda y desinfección de 1 200 m<sup>2</sup>, en todas las instalaciones de la dependencia.

El Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales también se ocupó de la distribución de 86 números de *Gaceta UNAM*, con un total de 4 245 000 ejemplares; cuatro Convocatorias de la Coordinación de Relaciones Laborales, con 60 000 ejemplares; siete números de la revista *El Faro*, con 255 000 ejemplares; nueve números del periódico *Humanidades*, con 180 000 ejemplares; *Gaceta CCH*, con 810 000 y *Gaceta ENP*, con 825 000 ejemplares en 21 ediciones cada una, así como nueve suplementos especiales con 550 000 ejemplares.

Del mismo modo, apoyó a 26 dependencias universitarias en los trámites para la difusión de eventos culturales, ofertas académicas, convocatorias, etc., en los diferentes medios de transporte del Gobierno de la Ciudad de México. Por tal motivo, procedió a la colocación de 5 394 carteles en las principales estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro (STCM), 600 en el Metrobús y 800 en el Sistema de Transporte Eléctrico (STE); además de 5 000 dovelas en la Red de Transporte Público y 3 000 en el STE, sumando un total de 14 794 impresos. A través del Audiómetro del STCM se difundieron cuatro spots, de igual número de campañas, con 96 días de transmisión y 1 712 impactos.

A raíz del brote de influenza, se apoyó en la distribución de 764 436 productos de difusión, como volantes, carteles, separadores, lonas, trípticos, videos, etc., en todas las instalaciones universitarias; además de otros 45 500 con motivo del Príncipe de Asturias y 86 310 en apoyo a la semaforización.

Durante el año, el Departamento de Recursos Materiales y Servicios Generales de la UA atendió 410 solicitudes de correspondencia, sumando un total de 1 138 destinos de mensajería con propio a los distintos medios de comunicación, así como a las entidades universitarias que se ubican en la zona metropolitana. A través de mensajería especializada, se tramitaron 348 envíos a dependencias universitarias que se encuentran en el extranjero y 38 al interior de la República.



Respecto al manejo de inventarios, se participó en el Programa de Control de Bienes Muebles Capitalizables Mediante Etiquetas con Código de Barras, concluyendo satisfactoriamente la colocación de etiquetas y el registro de los bienes de la dependencia en el nuevo sistema.

Por otra parte, se continuó participando y cumpliendo con las actividades del Sistema de Gestión de la Calidad de las Secretarías y Unidades Administrativas de la Institución, especialmente en la auditoría que se realizó a la Dirección General por parte del órgano certificador acreditado.

Uno de los logros alcanzados por el Departamento de Presupuesto fue la disminución de rechazos, imputables a la dependencia, de Formas Múltiples (solicitudes de pago). La cartera de adeudos atrasados con proveedores se mantuvo en 1.2 por ciento.

Este departamento también elaboró 699 Formas Múltiples para el pago a varios proveedores y gestionó igual número de cheques. Mientras que, en el caso de pagos a medios impresos y electrónicos, se realizaron 1 192 Formas Múltiples y se tramitó igual número de cheques, producto de 1 612 publicaciones. De igual manera, fueron gestionados 425 vistos buenos de publicaciones de diversas dependencias universitarias.

Se dio continuidad a la depuración de los archivos contables-presupuestales, con la finalidad de tener clasificada la información por mes en todos los trámites para pago. Esta misma actividad se continuó en el archivo especial para la Partida 221, Anuncios Varios, por ser la de mayor monto de la DGCS. Del mismo modo se realizaron 12 conciliaciones presupuestales y bancarias; además del 100 % de los registros de la dependencia con el Sistema Integral de Administración Universitaria, el cual concentra los registros de todas las dependencias que solicitan publicidad (Partida Presupuestal 221).

El Departamento de Presupuesto también elaboró 59 recibos oficiales por captación de recursos extraordinarios por venta de publicidad en *Gaceta UNAM*. De manera especial, participó en la Auditoría Externa de Certificación, cuyo objetivo fue mantener la Certificación de la Institución.

En materia de recursos humanos, se atendieron 29 movimientos de alta; ocho por nuevo ingreso y 21 por reanudación de labores, 25 licencias médicas, dos licencias pre-jubilatorias y seis trámites de baja. Asimismo, se realizaron siete trámites de cobertura por sustitución de personal de confianza y funcionarios, así como la cobertura de dos plazas de base a través de concurso escalafonario.

También se realizaron las gestiones correspondientes ante la Comisión Mixta de Tabuladores y la Dirección de Relaciones Laborales, logrando el acuerdo que permitió realizar la reubicación de seis plazas de personal administrativo de base.

Para cubrir los contratos por honorarios se ejercieron las partidas 186 y 181, solicitando a la Dirección General de Servicios Administrativos apoyo presupuestal complementario a fin de realizar los pagos por servicios profesionales al personal contratado para las áreas de Información, *Gaceta UNAM*, Sistemas, Diseño, Análisis y Publicidad y *Proyecto UNAM*. Ello implicó la gestión de 303 contratos de honorarios ante la Dirección General de Personal y la Dirección General de Finanzas.

Con relación al trámite y pago de prestaciones contractuales, se llevaron a cabo los procedimientos para el pago de estímulos cuatrimestrales y trimestrales al personal de base (CALEFIB y Puntualidad) y (EDPAC) para el personal de confianza, con lo que se brindó atención a 1 850 solicitudes en estos conceptos.

En materia de capacitación, se realizaron las gestiones necesarias para enriquecer el perfil del personal. En la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento se gestionaron tres cursos de Promoción, dos de Capacitación en Cómputo, dos de Actualización y uno de Desarrollo Humano para personal de base. También se tramitaron ante la Subdirección de Capacitación de la Dirección General de Personal ocho cursos de Desarrollo Humano y uno de Habilidades Directivas para el personal de confianza, honorarios y funcionarios.

Por otra parte, se realizaron los trámites pertinentes ante la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos, para obtener el registro del Programa de Servicio Social de la dependencia, obteniéndose el número: 2009-12/91-479. Con él se dio atención a 12 solicitudes de servicio social de las carreras de Administración, Diseño y Comunicación Visual, Ciencias de la Comunicación, Periodismo y Técnico en Fotografía, con lo cual se dio apoyo operativo a Gaceta UNAM, Dirección de Información, Departamento de Fotografía y Departamento de Personal.

Con relación al Sistema de Gestión para la Calidad de la Administración Universitaria, se mantuvo un porcentaje superior al 97% de eficiencia en los servicios prestados por el departamento, de acuerdo a los resultados de la encuesta de "Satisfacción del Usuario" para el Proceso de Personal durante el año. Del mismo modo se logró mantener un porcentaje mayor al 98% de eficacia en la realización de trámites ante dependencias centralizadoras, manteniendo un promedio de 1% de rechazos durante el año.

El responsable del Departamento de Personal participó como auditor en entrenamiento en la Auditoría Interna de Verificación, colaborando en la evaluación del SGC en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, Facultad de Psicología, Instituto de Química y CCH Sur. El Departamento de Personal fue evaluado en la primera Auditoría Externa de Vigilancia 2009.