



14 de noviembre de 2017

Atención: Lizbeth Carolina Acosta López

Presente.-

En atención a su solicitud con folio 01332 presentada en la Unidad de Enlace, en la cual requiere información sobre en qué áreas existe o no existe uso de endomarketing, en caso de existir qué tan eficiente es éste, cómo se sienten los empleados con éste, tipo de marketing utilizado, proceso que se realiza, ventajas y desventajas, para qué y cómo se realiza; le comento lo siguiente:

Actualmente en la Institución no existe un plan formal de endomarketing; aunque derivado del Plan Estratégico del Departamento de Personal, un aspecto fundamental es contar con una organización estructurada, correctamente dimensionada, competente, integrada y comprometida, por ello se realizan diversas estrategias e iniciativas para fomentar la integración, el sano esparcimiento, la motivación y el sentido de pertenencia de los colaboradores con la Institución, entre las cuales se pueden destacar:

- Programa de inducción para personal de nuevo ingreso.
- Calendario de eventos institucionales tales como torneos deportivos, celebración de fechas especiales como día del niño, de las madres, del maestro, entre otros.
- Estímulos al desempeño.
- Evaluaciones de clima organizacional y planes de acción para seguimiento a resultados.
- Uniformes para personal secretarial y técnico manual para reforzar la imagen institucional.

Sin otro particular por el momento, quedo a sus órdenes.

Atentamente


Mtra. María de Lourdes Borbolla Olea
Jefa del Departamento de Personal



