



Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación

Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

“Fortalecimiento de la identidad y cultura organizacional mediante un plan de comunicación interna en entidades públicas. Caso: Registro Civil de Turubamba”

**Tesis Previa la Obtención del Título: Licenciada en Relaciones Públicas y
Comunicación Organizacional**

Autora: Vilma Natalia Cepeda López

Directora: Msc. Jenny Cedeño A.

Quito, Ecuador

2014

INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
AUTORIA	iii
INTRODUCCIÓN	iv
PROTOCOLO DE TESIS	v
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO	
1.1. La Comunicación	1
1.1.1 Procesos de la Comunicación	2
1.1.2 Importancia de la Comunicación	3
1.1.3 Tipos de Comunicación	4
1.2 Comunicación Interna	5
1.2.1 Funciones de la Comunicación Interna	5
1.2.2 Tipos de Comunicación Interna	6
1.2.3 Herramientas de la Comunicación Interna	7
1.3 Cultura Organizacional	9
1.4 Identidad Organizacional	10
1.5 Fortalecimiento Organizacional	11
1.6 Público Interno	11
1.7 Imagen Corporativa	12
1.7.1 Componentes de la Imagen Corporativa	12
1.7.2 Dimensiones de la Imagen Corporativa	13
1.8 Clima Laboral	13
1.9 Plan de Comunicación	14
1.10 Servicio y Atención al Cliente	15
1.11 Relaciones Interpersonales	16
1.12 Identidad Visual Corporativa	17
1.12.1 Importancia de la Identidad Visual	17
1.13 Outdoor Training	18
1.13.1 Beneficios	18
1.13.2 Realización	19
1.14 Reputación Corporativa	19
CAPITULO II	
MARCOS INSTITUCIONAL, LEGAL Y TEMPORO -ESPACIAL.	
2.1 Marco Institucional	21
2.1.1 Registro Civil en Sudamérica	21
2.1.2 Registro Civil Ecuador	26
2.1.3 Inicios	33
2.1.4 Cambios	35
2.1.5 Infraestructura	38

2.1.6 Servicios	40
2.1.7 Tecnología	42
2.1.8 Cédula creada en el año 2009	42
2.1.9 Departamento de comunicación	43
2.1.10 Presupuesto designado al Dep. de Comunicación Matriz	45
2.1.11 Organigrama personal del Dep. de Comunicación Matriz	45
2.2 Marco Legal	
2.2.1 Registros Oficiales	46
2.2.2 Constitución del Ecuador	47
2.2.3 Ley del Registro Civil	48
2.2.4 Estructura organizacional por procesos del Registro Civil del Ecuador	49
2.3 Marco Temporo- Espacial	
2.3.1 Detalle de la Investigación del lugar	52
2.3.2 Bloque A (Archivo Nacional)	54
2.3.3 Bloque B (Archivo Provincial)	55
2.3.4 Bloque C (Cedulación)	56
CAPITULO III	
INVESTIGACION DE CAMPO	
3.1 Objetivo General	58
3.2 Objetivos Especificos	58
3.3 Tipo de Investigación	59
3.4 Metodología	60
3.5 Herramientas de Investigación	60
3.6 Fuentes de Investigación	62
3.7 Muestra de la Investigación	63
3.8 Modelo de Encuesta	64
3.9 Modelo de Entrevista	69
3.10 Planificación de la Investigación	70
3.11 Tabulación/ Interpretación Datos	71
3.12 Transcripción de entrevistas	105
3.13 Análisis de los principales resultados	114
CAPITULO IV	
PROPUESTA	
4.1 Matriz FODA	117
4.2 Matriz Causa Efecto	119
4.3 Objetivo General	120

4.4 Objetivos Especificos	120
4.5 Plan de Acción	121
4.6 Matriz de Evaluación	134
4.7 Cronograma	137
4.8 Presupuesto	139
Conclusiones	141
Recomendaciones	143
Bibliografía	144
Anexos	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Rangos de Edad	71
Gráfico 2: Bloque al que pertenece	72
Gráfico 3: Tiempo que forma parte de la Institución	73
Gráfico 4: Pregunta 1	74
Gráfico 5: Pregunta 2	75
Gráfico 6: Pregunta 3	76
Gráfico 7: Rango de Edad pregunta 3 literal C	77
Gráfico 8: Pregunta 4.1	78
Gráfico 9: Rango de Edad pregunta 4 literal E	79
Gráfico 10: Pregunta 4.2	80
Gráfico 11: Rango de Edad pregunta 4.2 literal E	81
Gráfico 12: Pregunta 4.3	82
Gráfico 13: Pregunta 4.4	83
Gráfico 14: Rango de Edad pregunta 4.4 literal D	84
Gráfico 15: Pregunta 4.5	85
Gráfico 16: Rango de Edad pregunta 4.5 literal E	86
Gráfico 17: Pregunta 5.1	87
Gráfico 18: Rango de Edad pregunta 5.1 literal D	88
Gráfico 19: Pregunta 5.2	89
Gráfico 20: Rango de Edad pregunta 5.2 literal D	90
Gráfico 21: Pregunta 5.3	91
Gráfico 22: Pregunta 5.4	92
Gráfico 23: Pregunta 6	93
Gráfico 24: Pregunta 6 literal E	94
Gráfico 25: Pregunta 7	95
Gráfico 26: Pregunta 8	96
Gráfico 27: Pregunta 9.1	97
Gráfico 28: Pregunta 9.2	98
Gráfico 29: Pregunta 9.3	99
Gráfico 30: Rango de Edad pregunta 9.3 literal E	100
Gráfico 31: Pregunta 9.4	101
Gráfico 32: Pregunta 10.1	102
Gráfico 33: Pregunta 10.2	103
Gráfico 34: Pregunta 10.3	104

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1: Antiguo Registro Civil	36
Imagen 2: Atención que brindaba el Registro Civil	37
Imagen 3: Inicio Modernización (Guayaquil)	39
Imagen 4: Características de la Cédula	43
Imagen 5: Infraestructura actual del Registro Civil de Turubamba	51
Imagen 6: Lugar de acceso Registro Civil Turubamba	52
Imagen 7: Cambios realizados en el Registro Civil de Turubamba	57

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Organigrama Operativo Registro Civil	26
Cuadro 2: Cadena de Valor Institucional	31
Cuadro 3: Ejes estratégicos de objetivos	31
Cuadro 4: Productos Institucionales	33
Cuadro 5: Plan de modernización	38
Cuadro 6: Organigrama Institucional Registro Civil sede Turubamba	54
Cuadro 7: Organigrama del Archivo Nacional de Turubamba (Bloque A)	55
Cuadro 8: Organigrama del Bloque B y Bloque C	57
Cuadro 9: Propósitos de la Encuesta	63

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: BTL con la imagen del dummie representativo	148
Anexo 2: Cartelera Principal	148
Anexo 3: Cartelera Departamental	149
Anexo 4: Fan page en Facebook	149
Anexo 5: Pantallas informativas LED	150
Anexo 6: Dummie representativo	150
Anexo 7: Díptico informativo de la creación del dummie	150
Anexo 8: Sobre Amigo	151
Anexo 9: Dummie Personificado	152
Anexo 10: Souvenirs "YO SOY REGISTRO CIVIL"	153
Anexo 11: Cronograma "Un día diferente"	154

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se desglosan los conceptos teóricos que se utilizan en el siguiente trabajo, para una mejor comprensión acerca de lo que se desea lograr.

1.1 La Comunicación

La comunicación es tan antigua como el ser humano. El hombre y la mujer son comunicadores por naturaleza. La Comunicación humana, la interpersonal y la de masas, es imprescindible para poder relacionarnos mejor en las actividades de la vida diaria.

Una buena comunicación con otras personas conlleva que sean capaces de entenderse entre sí, de ponerse de acuerdo en un lugar, de interpretar con certeza estados de ánimo. Como señala Carlos Báez "Se puede afirmar que se mantiene una comunicación mejor con aquellas personas que se comparte gustos similares, manera de ver las cosas, entre otras. Se logra conectar de una mejor manera con las expectativas, motivaciones, deseos e intereses"¹.

La palabra comunicación proviene del latín *communis* que significa *común*. Tanto el latín como los idiomas romanos han conservado el especial significado del término griego, el de "*Koinoonia*", que significa a la vez comunicación y comunidad.²

La base para el buen desempeño de las empresas se asienta en la buena comunicación, ya que sin ella difícilmente se podría conocer de la organización ya que es un factor esencial e importante dentro de las empresas y fuera de ella pero

¹ BAEZ, Carlos, (2000). "*La Comunicación Efectiva*". Editoriales Barrango y Asociados, República Dominicana

² RIOS, Armando, (2006), Diccionario de la Real Academia de la lengua Estados Unidos.

primero se debe optar por organizar la comunicación internamente para poder impartir información y mensajes hacia afuera.

Como señala Rafael Muñiz: "es sabido que la comunicación, es una herramienta estratégica dentro de toda empresa que quiera estar bien posicionada en el mercado³".

La importancia de una buena comunicación hace que las personas absorban la información útil, están bien comunicados acerca de temas de su interés, la comunicación se adapta a una nueva predisposición del personal.

La elección de un buen mensaje es fundamental para que la estrategia de comunicación sea efectiva. Pero elegir el mensaje no siempre es fácil, más se tiene en cuenta el proceso que sigue la comunicación, ya que entre lo que deseamos decir y lo que finalmente se percibe existe una delgada línea la cual debe ser tomada en cuenta al momento de comunicarse.

1.1.1 Procesos de la Comunicación

Al proceso de comunicación se lo puede definir como el medio por el cual el emisor y el receptor de mensajes interactúan o intercambian sentimientos, opiniones o emociones. El proceso de comunicación tiene ciertos elementos que son los siguientes:

1. **Emisor:** Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).
2. **Receptor:** Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.
3. **Código:** Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
4. **Canal:** Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales.

³ MUÑIZ, Rafael, (2012). " *Marketing en el siglo XXI*". Centro de Estudios, Lima, Perú

Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

5. **Mensaje:** La propia información que el emisor transmite.
6. **Contexto:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida⁴.

Por tanto, este proceso de comunicación pone en manifiesto la necesidad de contar en la organización con un equipo humano especializado en esta área o con una empresa exterior especializada en comunicación.

1.1.2 Importancia de la Comunicación

- Es importante comunicar porque a través de la misma podemos expresar sentimientos, transmitir ideas, mensajes, sonidos, etc. A través de la comunicación se puede interactuar con una o más personas, intercambiar ideas, crear discusiones acerca de temas de interés común.
- El ser humano comunica todo el tiempo esté o no consciente, incluso, cuando está en silencio, ya que el silencio también comunica distintas emociones como: timidez, inconformidad, enojo, etc.
- Desde los inicios del hombre pese a no ser aún un ser racional existía el deseo de poder comunicarse los unos con los otros, a medida que se ha evolucionado existe una comunicación notablemente clara y existen diferentes medios por los cuales se puede comunicar.

⁴ COLLADO, Carlos, (1991). " *La Comunicación en las organizaciones*". Editorial Trillas, México

1.1.3 Tipos de Comunicación:

- **Comunicación Institucional:** Formas de comunicación y relación relativas a la práctica comunicacional, el esfuerzo del liderazgo del presidente o la máxima autoridad, la estrategia corporativa, las relaciones con los accionistas, las instituciones y administraciones públicas, los líderes de opinión, medios de comunicación y públicos estratégicos; gestionar la identidad y la imagen corporativa, la cultura organizacional, la política de patrocinios y mecenazgo, buen gobierno corporativo y acción social, gabinete de crisis.
- **Comunicación Organizativa:** Es la comunicación arraigada a las áreas funcionales de la organización. Se indaga sobre la pertenencia de los valores conductuales, el nivel de confiabilidad, camaradería, imparcialidad, respeto y orgullo por la organización por su área de trabajo. El objeto es identificar la cultura organizacional cubriendo los conceptos de comportamiento y clima; e identificar los sistemas de información gerencial.
- **Comunicación de Marketing:** “Formas de comunicación que apoyan a las ventas de bienes o servicios, buscan el contacto personal directo entre el vendedor y el futuro comprador, y son de carácter colectivo masivo”.⁵

La comunicación en marketing es un tipo de comunicación muy utilizado en esta época para manejar la mente del consumidor para hacerle creer que necesita lo que se está promocionando o vendiendo. De esa manera incrementar las ventas de una empresa, se podría decir que es utilizado como una estrategia de venta.

El ser humano puede utilizar la comunicación en diversos aspectos de su vida, puede apoyarse en la misma para realizar diversas actividades, es un hecho

⁵ ALJURE, Joan Andrés, (2005). “*Master Dircom: los profesores tienen la palabra*”. Grupo Editorial Design, La Paz Bolivia, pág. 54

simple que sin comunicación sería mucho más caótico expresarse y por ende darse a entender, el estar comunicados es posible gracias a la importancia que se le da a la misma, al querer seguir experimentando con los diversos tipos de comunicación, al seguir explorando y conociendo más al respecto. Dentro de los diversos tipos de comunicación conocidos que existen se entiende que comunicar es más que simplemente hablar o conversar, comunicar es expresarse, es compartir, es desarrollarse⁶.

1.2 Comunicación Interna

El objeto de la comunicación interna en la empresa es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes. La comunicación interna en la empresa constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la Organización Empresarial. Sin ésta los empleados no pueden saber que están haciendo sus compañeros, los administrativos no pueden recibir información y los supervisores no pueden dar instrucciones.

La coordinación del trabajo es imposible sin una comunicación interna, ya que todo acto de comunicación influye de gran manera en la Organización⁷.

1.2.1 Las funciones de la comunicación interna:

- Afianzar, fomentar o cambiar la cultura corporativa existente.
- Apoyar el logro de los objetivos, las políticas, los planes y programas corporativos.
- Generar el entendimiento de los temas complejos en audiencias internas cada vez más diversificadas.
- Satisfacer las necesidades de información y comunicación de las audiencias internas.

⁶ ALSINA, Miguel, (2001). “Teorías de la Comunicación, ámbitos y perspectivas”. INO Reproducciones S.A, Barcelona, España

⁷ Editorial Vértice, (2008). “Comunicación Interna, Dirección y Gestión de Empresas”. Publicaciones Vértice SL, España

- Construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación.
- Profundizar en el conocimiento de la empresa como entidad.
- Desarticular las subculturas negativas, como por ejemplo las de los departamentos como compartimientos estancados.
- Hacer públicos los logros conseguidos por la empresa.
- Permitir a cada empleado expresarse ante la dirección general, cualquiera sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Promover una comunicación entre los miembros de la organización en todos los niveles.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- Facilitar la integración de las relaciones personales con las institucionales.
- Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.⁸

1.2.2 Tipos de Comunicación Interna

- **Formal:** Es aquella comunicación que trata estrictamente temas laborales dentro de la empresa. Esta comunicación utiliza herramientas de comunicación escritas como comunicados, memorandos, etc. La velocidad es lenta ya que debe cumplir con todas las formalidades burocráticas.
- **Informal:** Es aquella comunicación que trata temas laborales por medio de herramientas no convencionales como reuniones en hora del almuerzo,

⁸ PITTA, Michael, (2008). "Cultura Organizacional". Edición Erujia ,Buenos Aires, Argentina

conversaciones en los pasillos de la oficina, etc. Es más veloz que la formal.

- **Vertical:** Es aquella comunicación que va desde la parte directiva de la organización y desciende hasta los siguientes niveles, utiliza las herramientas convencionales de comunicación y es la más efectiva y utilizada en las organizaciones.
- **Horizontal:** Se desarrolla entre los empleados de un mismo nivel dentro de la organización. Utiliza las herramientas oficiales y es informal.⁹

1.2.3 Herramientas de Comunicación Interna

Las Herramientas de Comunicación interna más usadas son las siguientes:

- **Comunicaciones Escritas:** Los memorandos son un medio útil de transmitir los cambios que se produzcan en las distintas políticas y procedimientos de la empresa que no estén reflejados en el manual de un empleado
- **Boletines de información:** “Se utilizan para informar a los empleados asuntos relacionados a la empresa. Suelen informar sobre promociones del personal, acontecimientos que se estén organizando, anuncios de políticas de la empresa, noticias sobre sucursales, introducción de nuevos productos, logros de productividad de los equipos de empleados, oportunidades para asistir a cursos y seminarios y los típicos anuncios del departamento de recursos humanos”.¹⁰

⁹ EINARES, Pedro, (2001). *“Gestión de la Comunicación Comercial”*. McGraw- Hill, Madrid, España

¹⁰ WILCOX, Dennis, (2006). *“Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas”*. Editorial: Pearson Educación, Madrid, España, pág.469

- **Fax:** Es utilizado para dar noticias de último minuto.
- **Carteleras:** Son utilizadas para poner información relevante a la organización, afiches y noticias de interés.
- **Folleto:** También conocidos como dípticos o trípticos. Es una herramienta que se utiliza generalmente para dar información a un nuevo empleado de la organización: posee información sobre la cultura corporativa de la organización.
- **Intranet:** “Se define al intranet como “redes locales” de ordenadores conectadas entre sí. Y a las cuales solo puede acceder personal autorizado por la compañía”.¹¹
- **Mailing:** “Es una de las herramientas más utilizadas en la actualidad en las organizaciones debido a su alcance y eficiencia. El correo electrónico puede utilizarse para enviar mensajes individuales y boletines informativos al personal, transmitir comunicados de prensa, fotografías y dossier de prensa de medios de comunicación”.¹²
- **Reuniones:** “Se realizan en pequeños grupos de trabajadores para discutir temas de interés e informar sobre aspectos relacionados a la organización. Es la transmisión de informaciones en ambas direcciones detecta y valida, en algunas ocasiones, la temperatura laboral de la compañía”.¹³

¹¹ JAUME, Aloy, (2005). *“Comunicación interna de la empresa”*. Editorial UOC, Barcelona, España

¹² WILCOX, Dennis, (2006). *“Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas”*. Pearson Educación, Madrid, España.

¹³ CERVERA, Ángel, (2006). *“Comunicación Total”*. Editorial ESIC, Tercera Edición, Madrid, España, pág., 320.

- **Comunicaciones Informales:** Comúnmente llamados como rumores de la oficina, consiste en intercambios de información que se producen de manera espontánea entre los empleados de la oficina sin que se haya programado un encuentro sino que este surge espontáneamente.

1.3 Cultura Organizacional

La palabra cultura proviene del latín que significa cultivo, agricultura, instrucción y sus componentes eran cultas (cultivado) y era (acción, resultado de una acción). Pertenece a la familia catorce (cultivar, morar) y colows (colono, granjero, campesino), usando esta definición en la cultura Organizacional es todo aquello que se construye desde adentro de la Institución con el fin de diferenciar, identificar y denotarse de las otras logrando que sus miembros profesen sus valores, reglas, creencias y procedimientos¹⁴.

La Cultura Organizacional es la manera de ser de la Empresa, lo que la identifica de cada una del resto de las Instituciones, ya sea por la forma en la cual afronta las crisis como también su adaptación a los cambios internos como externos. En otras palabras está formada por las creencias, valores, misión y visión de la misma, para lograr transmitir en los nuevos miembros una manera de actuar y de pensar acorde a la Organización y a los hechos que se vayan suscitando a lo largo de la vida laboral.

La palabra cultura se puede aplicar a una unidad social de cualquier magnitud que haya tenido la oportunidad de asimilar y estabilizar su visión de sí misma y de su entorno¹⁵.

Como lo cita Lessem “es de suma importancia que una Institución tenga clara su visión para poderla difundir en el resto del público interno mediante un mensaje claro para lograr su correcta asimilación e identificación”.

¹⁴ PARAMO, Dagoberto. “Cultura Organizacional y Estilos de Dirección”. ECOE, Colombia

¹⁵ LESSEM, R, (1992). “Gestión de la cultura corporativa”, Díaz De Santos, Colombia

Las funciones de la cultura en una organización están basadas en tres puntos fundamentales que son la adaptación, cohesión e implicación, todas éstas con respecto a la misión de la Empresa para poder verificar las necesidades, metas y estrategias correctas para lograr la implicación de la misma en la Institución.

El tema de la cultura es una perspectiva para observar más profundamente la Organización, para comprender la importancia de sus símbolos y entender la relación entre la Organización y su entorno¹⁶.

1.4 Identidad Organizacional

Por identidad organizacional se entiende como la personalidad de la entidad. Esta personalidad es el conjunto de su historia, su ética y de su filosofía de trabajo, también está formada por los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección.

La identidad Corporativa se establece a lo largo de la vida de la empresa, mediante dos rasgos de suma importancia:

- Los físicos o visuales: incorporan los elementos y signos vitales asociados a la empresa.
- Los Culturales: Están relacionados con la orientación, creencias y valores de la Empresa.

Los rasgos tanto físicos y culturales hacen que la identidad corporativa sea sólida y se pueda distinguir del resto de las Instituciones.

Debemos tener en claro que la cultura organizacional proporciona la identidad de las organizaciones ya que los valores, creencias, ritos, etc. Proporcionan las bases para identificación de cada organismo, es decir su propia identidad la cual la diferenciará del resto,¹⁷

¹⁶ RODRIGUEZ, Darío, (1996).” *Gestión Organizacional*”. Universidad Iberoamericana, España

¹⁷ VARGAS, José, (2006). “*La Culturocracia Organizacional en México*”, Eumed.net, México

1.5 Fortalecimiento Organizacional

La palabra fortaleza proviene del provenzal *fortalesa*, en portugués arcaico *fortealeza*, del francés antiguo *fortalece*. La palabra fortaleza tiene varios significados como la fuerza o el vigor para realizar una acción, en la doctrina cristiana, la virtud cardinal que consiste en vencer el temor y huir de la temeridad.

Al hablar de temas comunicacionales la palabra fortaleza se utiliza para referirse al vínculo que se crea entre la institución y el empleado, es decir al fortalecimiento institucional.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua dice que fortalecer es volver más fuerte o vigoroso; mientras institucional se refiere a la institución o estructura, por lo que se podría decir que fortalecimiento institucional es volver más fuerte a la institución. Al hablar de esto se refiere a los valores, principio, reglas, cultura que hay que fortalecer dentro de la empresa o institución, es importante conocer que por medio del fortalecimiento vinculamos a los empleados con la institución de tal manera que ellos se sientan identificados con la misma, con esto nos referimos a volver más fuerte al conocimiento de la cultura corporativa o al buen funcionamiento de las normas que existen dentro de una empresa. No debemos olvidar que lo que pasa internamente se proyecta al exterior¹⁸.

1.6. Público Interno

Si hay algo de lo que una empresa no puede prescindir, es precisamente, de la gente. Hacia fuera de la organización, serán los destinatarios de los bienes o servicios que ofrece; de puertas adentro, es el grupo humano involucrado en la producción de esos bienes. Son los individuos que conforman el personal de la empresa y que se agrupan según la naturaleza de su tarea: directivos,

¹⁸ ORTEGA, Oswaldo, (2012). *“Identidad Corporativa con enfoque evolutivo”*. Editorial Académico Española, España

empleados, operarios, vendedores, corredores, de acuerdo con las características de la institución. También pertenecen al público interno, los socios fundadores y los accionistas, “dueños” de la empresa; si bien no están en forma permanente dentro de la organización tienen con ella una especial relación¹⁹.

1.7.Imagen Corporativa

Se define a imagen como a la percepción que tienen los públicos de una organización. Percepción que influye en un público a partir de lo que expresa y gestiona la organización, existen algunas definiciones referentes a la misma.

También podemos definir a imagen: “como el resultado de un proceso de acumulación, evaluación y asociación que se desarrolla en la mente de los individuos”.

A partir de la imagen que se percibe de una organización, se puede determinar si la misma está o no posicionada en la mente del público. Imagen corporativa es la percepción que tiene un tercero o desconocido acerca de la organización con base en lo que ve y conoce sobre la misma.

1.7.1. Componentes de la Imagen

Los componentes de la Imagen Institucional son los siguientes:

- **Componente Cognitivo:**Es cómo se percibe una cosa, persona u organización. Son los pensamientos, creencias e ideas que tenemos sobre ellas. Es el componente reflexivo de la actitud.

¹⁹CAZCARRA, Carmen, (2008).” La comunicación interna y externa con los diferentes públicos”. Editorial Elite, Argentina

- **Componente Emocional:** Son los sentimientos que provoca una cosa, persona u organización al ser percibidas. Pueden ser emociones de simpatía, odio, rechazo, etc. Es el componente irracional de la actitud.
- **Componente Conductual:** Es la predisposición a actuar de una manera determinada ante una cosa, persona u organización. Se remarca la predisposición a actuar, no la actuación, ya que ésta entraría dentro del análisis del comportamiento.²⁰

1.7.2. Dimensiones de la imagen

Existen dos tipos de imágenes:

- **Imagen Material:** Son formas con un alto grado de evocación de lo real, es decir, que son materiales porque existen en el mundo físico de los objetos, ya que ellas mismas son indisociables de su materialidad. Dentro de este tipo de imágenes se encuentran las visuales, sonoras, audiovisuales.
- **Imagen Mental:** En este tipo de imagen se encuentra a la imagen de la empresa, de marca, corporativa, de sector e imagen global.²¹

La imagen corporativa está compuesta por las dos dimensiones de la imagen, tanto por la imagen material como por la mental, lo que se puede ver y lo que no pero de igual manera forma parte de la misma.

1.8. Clima Laboral

El clima laboral es de suma importancia para que el trabajador se sienta a gusto en su empresa ya que influye en sus actitudes y rendimiento dentro y fuera de ella.

Es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad. Está relacionado con el

²⁰ AVENDAÑO, Carla, (2009). *“Relaciones Estratégicas: Comunicación Internacional”*. Editorial Eduvim, España, pág,62

²¹AVENDAÑO, Carla, (2009). *“Relaciones Estratégicas: Comunicación Internacional”*. Editorial Eduvim, España

"saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno.

Es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona o no el terreno adecuado para un buen clima laboral, y forma parte de las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas.

Según Daniel Goleman "el impacto del clima emocional sobre el rendimiento es de un 20% a un 30%"; es por ello que las empresas clase mundial, buscan constantemente identificar oportunidades de mejoras y puntos fuertes, basándose en este tipo de estudios para cerrar las brechas de satisfacción entre la organización y su gente²².

El mal clima que se puede tener en la empresa genera un impacto negativo en la rentabilidad del negocio. Por eso cuando no existe un clima laboral adecuado las personas pueden mostrar apatía y conformismo entre otras actitudes negativas dentro de la empresa.

1.9 Plan de comunicación

Es el instrumento que sintetiza, explícitamente, la estrategia de comunicación de la compañía y que define los parámetros de la organización y gestión de su función comunicativa.

Un plan de comunicación tiene como fin el de transmitir los objetivos y valores de la organización a todos sus miembros. A continuación se detallará una serie de objetivos a lograr mediante un plan de comunicación²³:

- a) Potenciar y ordenar el flujo de información
- b) Sensibilizar a los miembros de la organización en especial a los Directivos sobre el manejo de las herramientas de comunicación.

²²GOLEMAN, Daniel, (2007). "El Líder Resonante crea más". Editorial Líder, España

²³ONGALLO, Carlos, (2007). "Manual de Comunicación", Dykinson, Madrid

- c) Servir como instrumento de apoyo y difusión de las iniciativas de la organización.

Se debe tener en claro que necesitamos tener la política de la organización clara para poder realizar un plan de comunicación con resultados óptimos y poder realizar una notable mejora en la institución.

1.10 Pasos para desarrollar un Plan de Comunicación

Una forma de ver la planificación para la comunicación es como un proceso de ocho pasos. Estos pasos son:

1. Identificar el propósito de la comunicación.
2. Identificar al público.
3. Planificar y diseñar el mensaje.
4. Tener en cuenta los recursos.
5. Planificar cómo hacer frente a obstáculos y emergencias.
6. Diseñar una estrategia para conectarse con los medios y otras personas que ayuden a divulgar el mensaje.
7. Crear un plan de acción.
8. Decidir cómo se evaluará y se ajustará el plan, basándose en los resultados obtenidos²⁴

1.10 Servicio y atención al público

La atención y servicio al público es un conjunto de acciones interrelacionadas con el fin de que uno de los dos brinde un servicio o producto y la otra parte la adquiera. Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

²⁴ Acceso en: <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/participacion/promover-interes-en-la-comunidad/plan-de-comunicacion/principal>.

El usuario del servicio público concede su tiempo, su energía y su confianza a cambio del servicio que se le preste. A diferencia de la Empresa Privada el servicio público está sometido a una fuerte presión política, ya que los ciudadanos que son atendidos son quienes también tienen el poder y la jurisdicción de tener una atención amable, cordial y eficiente²⁵.

1.11 Relaciones Interpersonales

Este punto es muy importante ya que las relaciones interpersonales son de suma importancia para una óptima comunicación interna, si las relaciones interpersonales son defectuosas, difícilmente la comunicación será la adecuada. Estas habilidades son las siguientes:²⁶

- **Auto concepto y Autoestima:** El auto concepto es la imagen que la persona tiene de sí misma y que se ha ido formando a través de las imágenes, comentarios, informaciones que los demás tienen de ella, a través de lo que ella piensa que puede conseguir, de lo que en realidad consigue y de lo que le gustaría ser.

La autoestima es la parte del auto concepto que hace referencia a la evaluación que cada uno hace sobre sí mismo, sobre su capacidad y valía para resolver los problemas que se plantean.

- **Confianza:** En sociología la confianza es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. La confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones.
- **Motivación y optimismo:** En psicología y filosofía, motivación son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con

²⁵ ROMAIN, Laufer, (1998). "*Dirección Pública: Gestión y Legitimidad*". Boletín Oficial, España, Madrid

²⁶ WIEMAN, Mary, (2011). "*La comunicación en las Relaciones Interpersonales*". Editorial Aresta, España

voluntad e interés. El optimismo es la persona que tiende a ver y juzgar las cosas en su aspecto más positivo o más favorable.

1.12 Identidad Visual Corporativa

Es la representación visual de una organización, incluyendo su logo, diseño, tipografía y colores. Y refleja la filosofía y valores de la organización.

Las empresas, organizaciones, organismos e instituciones tienen (o deberían tener) un objetivo o misión, una forma de hacer las cosas, una filosofía de trabajo, una serie de intangibles que forman parte del carácter de la organización.

De la misma forma que no hay dos personas iguales, tampoco hay dos organizaciones iguales. Cada organización tiene su propia identidad.

La Identidad Corporativa se define de una forma simple como el conjunto de valores, objetivos, filosofía de vida, con los que se identifica una organización y con los que quiere ser identificada desde el exterior.

La Identidad Visual Corporativa es el reflejo visual de la identidad corporativa de la organización.

1.12.1 Importancia de la Identidad Visual

- La identidad visual proporciona a la organización una forma de identificación (la hace reconocible frente a otras muchas organizaciones).
- La primera impresión es muy importante, y en muchos casos esta primera toma de contacto se realiza a través de un anuncio, un folleto... es decir, a través de un medio visual.

- Una identidad visual homogénea y clara, identificable y perdurable en el tiempo, se traduce en buena reputación para la organización (transmite confianza)
- La identidad visual facilita la interacción desde el exterior, por ejemplo ayuda a entender la estructura de la organización: sus entidades, productos, servicios.
- La identidad visual ayuda a que los integrantes de la organización (propietarios, accionistas, empleados) sientan que forman parte de un equipo²⁷.

Todas las organizaciones, no importa su tamaño, deberían cuidar su identidad visual, de la misma forma que cuidan la relación con sus clientes y proveedores, o la calidad de sus productos y servicios.

1.13. Outdoor Training

El Outdoor Training es un medio que consiste en juegos o actividades al aire libre o espacios abiertos, con una metodología propia de la educación experiencial, es decir aprendizaje netamente vivencial, que presenta una secuencia lógica de actividades donde se extraen conclusiones que ayudan a mejorar el entorno personal y profesional.

1.13.1 Beneficios de realizar un outdoor training

1. Estimula la confianza y desarrolla/potencia el espíritu de trabajo en equipo, para lograr la cooperación y complementación entre los miembros.
2. Potencia el liderazgo y la capacidad de delegar responsabilidades.
3. Motiva a los participantes en los compromisos del trabajo diario.

²⁷Acceso en: <http://www.e02.es/cubic/ap/cubic.php/doc/Identidad-Visual-Corporativa-296.html>

4. Fomenta la comunicación e integración entre áreas y miembros de una organización.
5. Aumenta la resistencia al estrés.
6. Mejora la reacción de sagacidad en ingenio ante situaciones de presión y cambio.
7. Aumenta la confianza entre compañeros.
8. Entrena el enfoque de la atención y visión.

1.13.2 Realización

Un programa de outdoor training va más allá de ofrecer cursos y juegos al aire libre, ya que se busca que el empleado debe asumir un compromiso de mejora con su empresa. Las actividades diseñadas parten de una planificación tomada de la problemática y necesidades detectadas. Se busca que el grupo detecte los puntos fuertes y débiles derivados de los comportamientos del equipo y vincular estas actitudes a las conductas habituales en el trabajo. Finalmente, se elabora un plan de acción con los diferentes aspectos a mejorar aplicables a la empresa²⁸.

1.14. Reputación Corporativa

La reputación es un intangible que las Empresas gestionan estratégicamente y es consecuencia de los buenos resultados económicos y de un comportamiento socialmente responsable. Las diferentes actuaciones empresariales

²⁸ Acceso en: <http://www.monografias.com/trabajos14/outdoor/outdoor.shtml#ixzz2vmj0I796>

comprometidas con su público objetivo se traducen en valor que debe ser percibido por sus públicos y mejora la imagen de las compañías.²⁹

Para construir una buena reputación es necesaria la gestión integrada de diferentes variables como la ética, innovación de productos o servicios conjuntamente con el equipo de trabajo mediante liderazgo y políticas firmemente establecidas.

La reputación es también la cristalización de la imagen corporativa de una entidad cuando la entidad es el resultado de un comportamiento corporativo llevado por mucho tiempo de manera óptima y de manera transparente, tanto para el público interno como para el externo.

La herramienta que se utiliza para la medición de la reputación son los monitores de reputación corporativa, sin embargo la herramienta más cercana a la realidad concreta de lo que sucede en la empresa y en la reputación corporativa de la misma es realizar una Auditoria de Comunicación para así poder obtener datos reales y porcentajes asertivos.

²⁹PINTADO, BLANCO, Teresa (2013). “Imagen Corporativa, Influencia en la Gestión Empresarial”, ESIC, Madrid, España.

CAPITULO II

MARCOS INSTITUCIONAL, LEGAL Y TEMPORO – ESPACIAL

2.1 Marco Institucional

Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación.

En el siguiente capítulo se obtendrá información acerca del Registro Civil como Institución, partiendo desde sus inicios a nivel sudamericano, detallando parte importante de su historia, conociendo la identidad y cultura bajo las cuales se maneja y la notable evolución que ha dado con el paso de los años.

2.1.1 Nacimiento del Registro Civil en Sudamérica

En Sudamérica, la primera generación de liberales que consiguieron la independencia lograron la separación de la iglesia y el estado, los primeros gobiernos establecieron relaciones comerciales con Inglaterra, lo cual fue creando malestar en la población latinoamericana.

En siglo XIX, América latina se debatía entre dos extremos la secularización (el paso de algo o alguien de una esfera religiosa a una civil o no-teológica)³⁰ y el autorismo republicano. Las relaciones entre la iglesia y el estado, se fueron deteriorando notablemente, mientras que el liberalismo y el secularismo empezaron a prevalecer entre amplios sectores de Sudamérica. Logrando reducir la influencia eclesiástica, descentralizando las instituciones de la iglesia, esto provocó que los latinoamericanos renunciaran al pasado tanto económico, social y políticamente, bajo las los cuales fueron regidos por mucho tiempo por parte de la Iglesia.

³⁰BORGHESI, Massimo, (2007). "*Secularización y nihilismo*", Ediciones Encuentro, España

Desde el año 1850 y 1860, la Iglesia perdió el poder de inscribir los nacimientos, matrimonios y defunciones de los ciudadanos en esa época, encargándose el Registro Civil de estas atribuciones que poseían dando lugar a un nuevo periodo de organización ciudadana, un ejemplo claro es que el matrimonio civil, dio fin a las creencias de la época sobre la familia.

La diversidad geográfica resaltada por la dificultad de las comunicaciones, la pluralidad étnica y la fuerza con la cual se han suscitado hechos tan importantes en la historia son la palanca fundamental para que en cada país de Sudamérica tenga origen el registro civil ya sea de diferente manera pero todas siguen el mismo patrón que es la guerra liberal.

Enmarcándose en los antecedentes expuestos anteriormente, analizaremos algunos países de Sudamérica, para determinar cómo fue el nacimiento del Registro Civil en cada uno de ellos:

- **Colombia:**

En el periodo liberal de Colombia desde el año 1849 hasta 1886, la acción más notable fue la separación de la iglesia del Estado, se estableció el matrimonio civil obligatorio y los cementerios quedaron bajo el control del municipio e incluso otorgaron el derecho al divorcio, en el año 1863, el General Tomas Cipriano de Mosquera, elimino la personería jurídica a la iglesia, y muchos obispos tomaron el camino del exilio³¹.

³¹SAFFORD ,Frank, (2005). *“Colombia país fragmentado”*. Grupo Editorial Norma, Bogotá , Colombia, pág.45

- **Venezuela:**

El régimen liberal promulgó el matrimonio civil en el año de 1829, de igual manera la separación del Estado y la iglesia tuvo sus efectos, ya que se confiscaron propiedades eclesiásticas y varios religiosos fueron expulsados del país.

En el año de 1873 el clero de aquella época dejó de ejercer su control sobre los matrimonios y los cementerios, entonces el registro civil pasó a jurisdicción del estado. Lo más notable y admirable acontecido en este país fue el respeto mutuo que tuvieron la iglesia y el estado gozando de su independencia.

- **Chile:**

En el año de 1883, en el periodo presidencial de Domingo Santa María, estalló el conflicto entre la iglesia y el estado, al intentar establecer el matrimonio en el registro civil, los cementerios laicos y la plena libertad de conciencia. Tras algunos intentos frustrados por querer separar la iglesia del estado, fue en el año 1925, que se dio con éxito la independencia anhelada por tanto tiempo.

- **Argentina:**

Bajo la Constitución de 1853, Argentina no reconocía a la religión católica como la religión oficial del país, sin embargo era evidente que existía un trato preferencial a las personas católicas, de igual manera la educación religiosa era de manera voluntaria en los planteles educativos. Argentina fue teniendo cambios graduales que poco a poco la fueron constituyendo como una de las repúblicas mejor dirigidas con el paso de los años.

La ley de matrimonio Civil tuvo como antecedente la Provincia de Santa Fe, sancionada durante la Gobernación de Nicasio Otoño, quien también secularizó

los cementerios, todo lo cual generó reacción de los grupos católicos, que lograron la derogación de la norma³².

- **Paraguay:**

Gracias al partido anticlericalismo conocido también como partido colorado introdujeron cambios notables hacia la iglesia en el año de 1852 pese a que era un país en el cual se toleraba las diferentes religiones y existía la libertad de conciencia fue en el año de 1880 cuando tomó poder el Registro Civil y en 1985 se legalizó el matrimonio civil junto a la posibilidad de la disolución del mismo. En Paraguay a diferencia de otros países sudamericanos se había suscitado la creación de una nueva constitución que concedía igualdad legal y libertad de cultos a las creencias.

- **Perú:**

En el año de 1904 se reconoció a la religión católica como la religión de la mayoría de los habitantes de este país, sin que tuvieran privilegios como en años anteriores tanto los católicos como los religiosos vivieron el cambio del liberalismo. Se aceptó el matrimonio civil tanto como el eclesiástico siempre y cuando los católicos acudieran a inscribir su matrimonio frente a un juez municipal para que se lo registrara en el Registro Civil, ya que la Iglesia se había desvinculado del Estado³³.

³²FERNANDEZ, Jorge, (2006). "*Historia Argentina*". Secretaria de extensión Universidad Litoral, Santa Fe, Argentina, pág. , 294

³³RAMOS, Carlos, (2006). "*Historia del Derecho Civil Peruano*". Fondo Editorial Universidad Católica del Perú, Lima, Perú

- **Brasil:**

En el año de 1834, se instauró un régimen parlamentario en el cual el poder se repartió entre el partido liberal y el conservador. Pedro II gobernó con habilidad, aceptando este hecho y promoviendo una gran expansión económica, sin embargo con el paso del tiempo el clero empezó a reprochar su política laica, los latifundistas la abolición de la esclavitud y los liberales su autoritarismo exigiendo su salida; Es a partir de este momento en que Brasil se establece como una República promulgando una Constitución Republicana de carácter laico y federal, según un modelo similar al que ya manejaba Estados Unidos, a diferencia de los demás países sudamericanos este no se vio envuelto en problemas con la iglesia ni pronunciamientos militares y la legalidad de la Constitución fue respetada desde el año 1894 a 1930³⁴.

- **Bolivia:**

La independencia de Bolivia tuvo origen en el año de 1809 quien tuvo a Murillo como presidente de aquella época, frente al triunfo de los liberales en el Río de la Plata y la campaña que emprendieron para imponer la independencia del Alto Perú, la cual fue una batalla extensa, mas fue el General Sucre quien logró la descentralización de la misma logrando su independencia.

En Agosto de 1825 se logró la Independencia del que antes era conocido como Perú alto con el nombre de República de Bolivia, en honor al libertador de América. En el año de 1826 se aprobó la Constitución y se estableció la división de los tres poderes, en este año es cuando la iglesia pierde su empoderamiento en la nueva República separándose del estado y es en este año donde surge el nacimiento de el registro civil boliviano en el cual los roles a desarrollar los tenían muy claro ya que en otros países de América del sur ya poseían este sistema de suscripción de nacimientos, matrimonios civiles y defunciones³⁵.

³⁴ GUILHERME, Carlos, (2009). "*Historia de Brasil Interpretación*". Gráficas Verona, Salamanca, España, Pág., 255

³⁵ ROCA, Sonia, (2006). "*El derecho a la identidad en el Registro Civil de Bolivia*". Editoriales País, Bolivia

- **Uruguay:**

La iglesia uruguaya era una Institución débil y pobre, con escaso clero y una sola sede episcopal. La iglesia uruguaya no tenía ni podía tener el peso que ostentaba como en el resto de Sudamérica. El proceso de secularización había comenzado en Uruguay en el año de 1861 cuando la iglesia perdió el poder para inscribir defunciones y los cementerios hacia el Gobierno decretado por el Presidente Berro a raíz del primer enfrentamiento entre la iglesia y la masonería, continuado por el Registro Civil de 1879 que implementaba el matrimonio civil obligatorio y la ley de conventos³⁶.

Fue así como la secularización abrió paso a una nueva era para la inscripción de nacimientos, matrimonios y defunciones a cargo del Registro Civil de cada país, mientras la iglesia perdía su poder los liberales reclamaban sus derechos.

2.1.2 Registro Civil Ecuador.

Tipo de organización: Institución pública sin fines de lucro.

Logotipo.

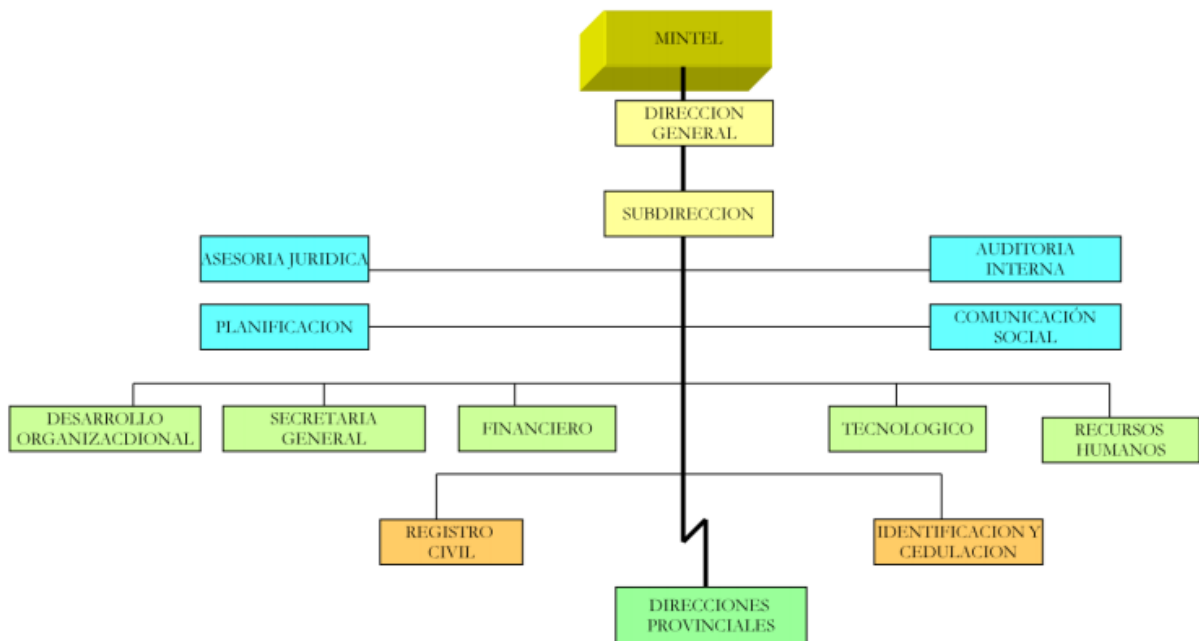


³⁶ ARTEAGA, Juan José, (2000). *“Breve Historia Contemporánea del Uruguay”*. Editoriales Pacifico, pág., 133

El Registro Civil del Ecuador es una Institución Pública vinculada con el Ministerio de Gobierno, creada el 29 de octubre de 1900, durante el primer gobierno del Gral. Eloy Alfaro, mediante Registro Oficial No. 1252.

Tiene a su cargo la identificación y cedulaación de todas las personas que viven dentro o fuera del país. Cumple diversos roles, entre ellos, está la inscripción de hechos y acciones relativos al estado civil y función Jurídica ya que otorga una identidad en el preciso momento en que se inscribe a una persona transformándolo así en un ciudadano ecuatoriano.

- **Cuadro 1: Organigrama Operativo Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulaación (2014)**



Fuente: DGRCC

El Registro Civil es la fuente de las estadísticas con las que el gobierno puede monitorear la identidad de una población y diseñar políticas adecuadas para atender problemas prioritarios y analizar si esas poblaciones son las más susceptibles de ser excluidas de los registros de nacimientos o de defunción.

Esta institución lleva 112 años sirviendo a los ecuatorianos, brindando su servicio a nivel nacional, archivando documentos de identificación con seguridad y responsabilidad y brindando cédulas de identidad con tecnología de punta³⁷.

Los funcionarios han manifestado a la presente muestra que existe politización de la institución, junto con una falta de incentivos, capacitación y seguridad operativa.

En este sentido, muchos empleados antiguos manifestaron estar en desacuerdo con la asignación de ciertos puestos, que no se los toma en cuenta para las capacitaciones, que laboran en condiciones de trabajo inadecuadas, con riesgos de accidentes y que no se aprovecha la experiencia y conocimiento de ellos en las posiciones donde más podrían aportar.

Los elementos anteriores tienen como consecuencia que exista desinterés, deslealtad y falta de colaboración por parte de los funcionarios. A este último factor, se suma la inestabilidad pues el personal ve amenazado su puesto ante nuevos cambios, esto genera como resultado que el personal no cumpla lo que se le pide, y esto redundará en una resistencia al cambio y en una insatisfacción del usuario lo que se traduce en los altos tiempos de espera para clientes mala atención y fallas en la calidad de servicio politización de la institución.

³⁷ Acceso en:
http://www.registrocivil.gob.ec/images/documentos/ley_transparencia/platificacion_institucional

Personal desmotivado y sin compromiso es una realidad que debe ser cambiada para potencializar al personal interno de la Institución tomando acción en los problemas raíces vinculados a la comunicación y el recurso humano.

Se destaca la notable evolución y cambio que ha tenido el Registro Civil, Identificación y Cedulación, con el paso del tiempo tanto en su infraestructura como en el servicio, tecnología y sucursales para lograr un objetivo claro que es el servir de manera eficaz y eficiente a los usuarios satisfaciendo dudas o necesidades que posean brindando seguridad y confianza en la administración de los datos de los ciudadanos.

A continuación se detalla la cultura organizacional que posee La Dirección Nacional del Registro Civil, Identificación y Cedulación:

- **Misión:**

"Realizar la identificación integral de los habitantes del Ecuador, registrar sus actos civiles y otorgar documentos seguros y confiables, garantizando la custodia y manejo adecuado de la información.³⁸"

- **Visión:**

"Ser la entidad pública que garantice que todos habitantes del Ecuador, plenamente identificados, tengan acceso a sus derechos en un marco institucional de seguridad y confianza, recibiendo servicios de calidad con calidez.³⁹"

³⁸ Acceso en: <http://www.registrocivil.gob.ec/index.php/registro-civil/mision-vision-y-valores>

³⁹ Acceso en: <http://www.registrocivil.gob.ec/index.php/registro-civil/mision-vision-y-valores>

- **Valores Corporativos:**

Honestidad y Transparencia: Los funcionarios de la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación nos comportamos y expresamos con coherencia y sinceridad, de acuerdo con los valores éticos, morales, de verdad y justicia. No solo decimos la verdad sino que la decimos de manera completa, es decir, lo bueno y lo malo.

Trabajo en equipo y Comunicación: En esta institución trabajamos en equipo y nos comunicamos asertivamente, es decir de forma directa, honesta, fundamentada y adecuada.

Compañerismo y Respeto: Los funcionarios respetamos y apoyamos a todos y cada uno de las compañeras y compañeros de la institución, cumpliendo con nuestros deberes y derechos.

Responsabilidad: Cumplimos con eficiencia y eficacia las asignaciones de nuestro trabajo, dando siempre un paso adicional en la realización del mismo.

Apertura al cambio: Estamos conscientes de que para ser los mejores es necesario cambiar e innovar.

Actitud Positiva: Mantendremos siempre una actitud positiva para encarar las situaciones diarias. Tener una actitud positiva es una característica de una alta autoestima.

Compromiso: Nos hemos "puesto la camiseta" de la institución y actuamos en función de su bienestar dando siempre lo mejor de nosotros.

Objetivos Institucionales planteados por La Dirección Nacional del Registro Civil, Identificación y cedulación.⁴⁰

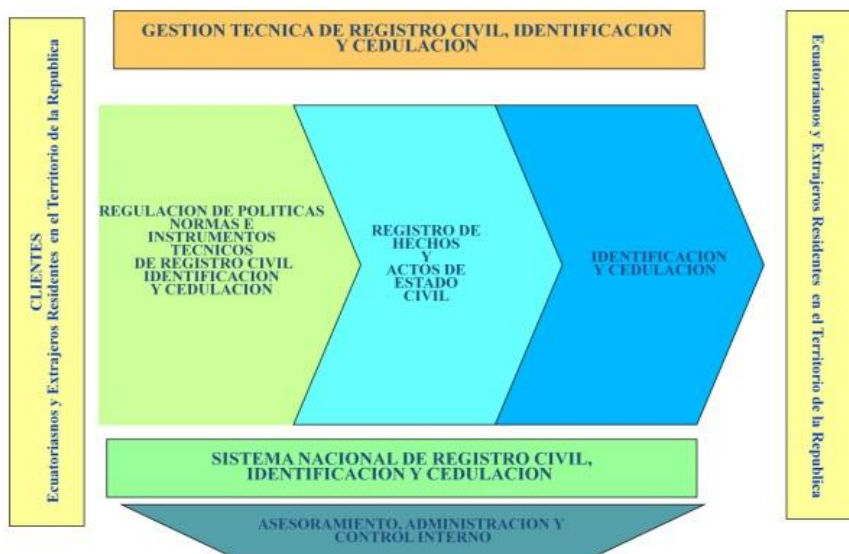
Es importante resaltar que pese a que la Institución posee una identidad corporativa establecida, no siempre es cumplida y en muchos casos ignorada por el público interno de la Entidad. Por ello la pertinencia del presente estudio.

⁴⁰ Acceso en:

http://www.registrocivil.gob.ec/images/documentos/ley_transparencia/platificacion_institucional/Planes-y-programas-en-ejecucion.pdf

A continuación se presenta la estructura que el Registro Civil del Ecuador mantiene en su accionar y que define sus principales eslabones técnicos y ejecutivos.

- **Cuadro 2: Cadena de Valor Institucional (2014)**



Fuente: http://www.registrocivil.gob.ec/images/documentos/ley_transparencia/informacion_administrativa.

En el siguiente cuadro se presentan los tres ejes estratégicos sobre los cuales se basa el Registro Civil del Ecuador.

- **Cuadro 3: Ejes Estratégicos de Objetivos (2014)**



Elaborado por: Holística Consultores.

- **Objetivo General:**

Lograr la satisfacción de nuestros usuarios.

- **Objetivos Específicos:**

1. Mejorar la calidad del servicio prestado hacia los usuarios
2. Optimizar la atención en las regiones
3. Brindar seguridad y confianza en la administración de los datos de los ciudadanos

El hablar que la institucionalidad forma parte de la cultura de las instituciones, implica la generación de hábitos y conductas que solo pueden ser logradas en el mediano y largo plazo.

El tema de la institucionalización es un proceso y no se puede pensar en institucionalizar una institución de la noche a la mañana. Al ser cultural, el cambio que se pretende lograr será del tipo adaptativo, por lo que la institucionalización dependerá exclusivamente de los funcionarios responsables de su implementación.

Los Productos Institucionales que ofrece la Dirección General de Identificación y Cedulación del Registro Civil del Ecuador son los siguientes:

- **Cuadro 4: Productos Institucionales (2014)**



Fuente: http://www.registrocivil.gob.ec/images/documentos/ley_transparencia/informacion_administrativa

2.1.3. Inicios

En el año de 1895 Triunfó en la República del Ecuador la Revolución Liberal bajo el liderazgo de Eloy Alfaro. Así se inició un proceso que condujo a la separación Estado- Iglesia y llevó al poder a la Burguesía.⁴¹

Los inicios del Registro Civil se dieron a partir de la Revolución Liberal en el año del 1895, Gracias el General Eloy Alfaro quien gracias a sus esfuerzos logró separara la Iglesia del Estado y lo consagró con la creación del Registro Civil, esto permitió a todas las personas sin la necesidad de ser católicos el derecho a la identidad, del mismo modo promovió la libertad de cultos y por primera vez se ejecutó un proyecto de Modernización del Estado lo cual nunca antes había sido

⁴¹MONREAL, Luis, José, (1995). "*Autodidactica Océano*". Océano Grupo Editorial

posible. La primera Ley del Registro Civil fue promulgada el 25 de Octubre de 1900 y publicada en el Registro Oficial N. 1252 del 29 de Octubre de 1900.⁴²

Gracias a esta ley se hace realidad la creación de la Dirección General de Registro Civil, la cual empezó sus labores a partir del 1 de enero de 1901. Inicialmente registraban los nacimientos y matrimonios de todo el Ecuador; sin embargo, en el año de 1975 se pone en marcha un proceso de datos electrónicos por la necesidad de contar con sistemas de información que proporcionen datos precisos, ya que no solo se pedía estadísticas, sino información exacta sobre eventos relacionados con la dinámica poblacional.

El Registro Civil del Ecuador fue una de las entidades pioneras en Latinoamérica al desarrollar su labor con éxito, así que fue un modelo para el desarrollo de procesos en la década de los setenta para Chile y otros países Sudamericanos.

Mediante Decreto Ejecutivo No. 126 del 11 de diciembre de 1925, se establece la entrega de cédulas hacia la ciudadanía para obtener de manera segura la identificación de los ecuatorianos y al mismo tiempo garantizar la transparencia en los procesos electorales.

En el año de 1936 en la ciudad de Guayaquil se creó una oficina de dactiloscopia, la cual dio paso a un nuevo procedimiento para la investigación de los delitos, entrega de pasaportes y el control migratorio.

El Registro Civil tuvo dependencia del Ministerio de Hacienda, del Ministerio de Fomento, de la Dirección General de Estadísticas, del Tribunal Supremo Electoral teniendo una situación incierta y en muchos casos desvalorizado los servicios que prestaba a los ecuatorianos. Fue en el año de 1959 que empezó a funcionar como Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación creando la dependencia permanente del Ministerio de Gobierno.

Mediante Decreto Ejecutivo No. 331 con fecha 15 de julio del 2005, se crea el Sistema Nacional de Registro Civil, con el carácter de único y con el fin de garantizar el derecho a la identidad de los ciudadanos ecuatorianos y de los

⁴² Tomado del último documento de Planificación de la Institución (2009)

extranjeros residentes en el territorio nacional para el ejercicio de sus derechos constitucionales.

Hasta llegar al último decreto aún vigente en el Ecuador No 08, del 13 de agosto de 2009, el Art. 21 en el cual dice: “Adscribase la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación al Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información”.

Con el paso del tiempo su labor no ha cambiado mas con el número creciente de población, la separación de Provincias y la demanda que ha ido creciendo en el tema del registro de nacimientos y el derecho a la identidad, la labor de la Institución se ha ido intensificando lo cual lo han sabido sobrellevar de manera óptima mejorando sus servicios año tras año.

2.1.4. Cambios

La serie de cambios que se han suscitado en el Registro Civil del Ecuador a nivel nacional, surge de la necesidad de mejorar y optimizar el servicio que ofrece a los ecuatorianos, varios presidentes ya habían tocado el tema pero ninguno lo había realizado. Sixto Durán Ballén, ex presidente de la República, empezó a tomar acción en el caso pero los empleados se opusieron haciendo un paro nacional ya que asumieron que se trataba de una privatización

- **Imagen 1: Antiguo Registro Civil**



Fuente: DGRCIC. Se evidencia el antiguo procedimiento que se utilizaba para sacar cédulas de identidad en el Registro Civil de Quito, Ecuador.

Con el pasar de los años el Registro Civil fue adquiriendo una mala imagen a nivel de las instituciones públicas, ya que eran muchas las falencias que eran notorias como la mala atención que recibían los ciudadanos al momento de querer realizar un trámite civil, la corrupción interna que existía produjo alteraciones de todo tipo desde la venta de un turno hasta la entrega de documentos falsificados. Una infraestructura deteriorada donde las partidas, fichas dactilares y tarjetas índice estaban expuestas en condiciones no adecuadas, destruyendo, mutilando e incluso perdiendo información de la ciudadanía.

- **Imagen 2: Atención que brindaba el Registro Civil**



Fuente: DGRCC. Atención que brindaba el Registro Civil.

La exagerada demora de procesos que existía principalmente en las agencias de Quito, Guayaquil y Manabí causaba molestias a los usuarios, e incluso la incomodidad con la que ellos tenían que esperar a que saliera su trámite fue desgastando notablemente la imagen de la Institución.

Fue entonces que, gracias a la intervención por parte de las autoridades se aplicaría una total reingeniería de la Institución a nivel nacional.

El Plan de Modernización del Registro Civil, Identificación y Cedulación nace a partir de la declaración del estado de emergencia en la cual se encontraba la Institución, posteriormente, con resolución no. DGRCC-2009-0066, del 30 de octubre de 2009, suscrita por el señor Ingeniero Paulo Rodríguez Molina, Director General, publicada en el portal de compras públicas el 12 de noviembre de 2009 el proyecto tenía un plazo de ejecución comprendido desde noviembre de 2009

hasta diciembre 2012, el presupuesto aproximado era el de \$103.730.690, para lograr a cabo la modernización⁴³.

- **Cuadro 5: Plan de Modernización**



Elaborado por: DGRCIC

2.1.5. Infraestructura

La modernización que tuvo la infraestructura del Registro Civil a nivel nacional fue sin duda uno de los movimientos más acertados que tuvo la Institución, ya que hasta el año 2009 las instalaciones se encontraban completamente deterioradas, dando una imagen de descuido y una apariencia lúgubre, los ecuatorianos que acudían a dichas instalaciones tenían que atravesar por muchas incomodidades desde el momento en el cual atravesaban la puerta hasta que eran tomados la huella para la cédula.

El Plan piloto para la modernización de la infraestructura fue Guayaquil, la inversión gubernamental en la obra sobrepasó a cinco millones de dólares invertidos en la compra del edificio; cuatro millones, para la remodelación; dos millones, para la estructuración del sistema; y cuatro millones de dólares para el desarrollo técnico.

⁴³ Tomado del Plan de Modernización Institucional

- **Imagen 3: Inicio de modernización(Guayaquil)**



Elaborado por: DGRCIC

Teniendo un resultado mejor del que se esperaba la aceptación por parte de las personas fue muy buena, quedó atrás la espera bajo sol y agua que ocurría en varias provincias.

La construcción y remodelación de edificios inteligentes rescatando la dignidad y seguridad de los ecuatorianos fue por fin hecho realidad. Existen 36 agencias a nivel nacional con fábrica de cédulas y 157 Agencias distribuidas por el Ecuador teniendo en cuenta el número de personas de cada provincia.

En Guayas, Pichincha, Esmeraldas, Sucumbíos, Orellana, Sta. Elena, Chimborazo, Tungurahua, El Oro, Azuay, Los Ríos y Sto. Domingo están listas las nuevas instalaciones del Registro Civil en las cuales pueden realizar el trámite civil que desee la ciudadanía.

En Galápagos, Portoviejo, Manta, Jipijapa, Daule, Milagros, Azogues, Latacunga, Babahoyo y Zamora son construidos con el financiamiento del Gobierno y el

Banco Interamericano de Desarrollo, estos y alrededor de 157 proyectos más están listos⁴⁴.

2.1.6. Servicios.

Los servicios que ofrece el Registro Civil se han mantenido desde el momento de su creación hasta nuestros días, incorporando nuevos servicios que se han ido dado de acuerdo con el paso del tiempo y el cambio de la sociedad.

Los servicios que proporciona el Registro Civil son⁴⁵:

- **Cedulación (2014):**

Primera Vez y Renovación: Las cedulación por primera vez a ecuatorianos por nacimiento, reconocimiento o naturalización tiene un costo de \$5,00.

Si todos los datos se encuentran completos va al banco a cancelar, toma asiento espera el turno para acercarse al módulo donde será atendido, confirman datos y proceden a tomarles las huellas digitales, firma y foto.

Cambios:

Para cambio de ocupación o profesión se solicitará al menos uno de los siguientes documentos: Certificado otorgado por el SENESCYT o la consulta correspondiente en la página electrónica del SENESCYT.

⁴⁴ Acceso en: <http://www.registrocivil.gob.ec/index.php/ley-de-trasparencia/planificacion-institucional>

⁴⁵ Acceso en: <http://www.registrocivil.gob.ec/index.php/servicios>

- **Matrimonios (2014):**

a) El matrimonio es un contrato solemne por el cual un hombre y una mujer se unen con el fin de vivir juntos, procreary auxiliarse mutuamente. Se puede realizar en cualquier Jefatura del Registro Civil, Identificación y Cedulación.

b) Los requisitos son:

- Cédula de Ciudadanía de los contrayentes.
- Certificado de Votación de los contrayentes
- La presencia de dos testigos hábiles, quienes deben presentar cédula de ciudadanía o identificación y certificado de votación.

- **Defunciones (2014):**

a) Una inscripción de defunción es un documento en el cual se registra el fallecimiento de una persona.

b) Requisitos Generales. Constancia de defunción del INEC, firmado por el profesional competente que asistió al fallecido en el cual debe constar el sello y código o registro del médico

- **Reconocimientos:**

a) Los hijos nacidos fuera de matrimonio pueden ser reconocidos por sus padres o por uno de ellos.

b) Podrán también ser reconocidos los que todavía están en el vientre de la madre. (Art. 63 en concordancia con el Art. 247 de la Codificación del Código Civil).

2.1.7. Tecnología.

La implementación de nuevos sistemas y quipos de trabajo han ayudado a que el personal operativo del Registro Civil desempeñe un buen trabajo, basándose en la protección de la identidad de los ecuatorianos con seguridades biométricas y la depuración de información mediante el proceso de digitalización que se está realizando dejando atrás el papel y abriendo paso a la tecnología.

La firma y la huella en tinta es un recuerdo ya que la nueva tecnología digitaliza los trazos de la rúbrica del usuario y luego se la plasma en la cédula de identidad.

Las nuevas máquinas bajo un monitoreo continuo mantienen la información segura ya que en la base de datos esta aproximadamente 14 millones de registros de los ciudadanos.

- El Registro Civil cuenta con la tecnología de las siguientes máquinas:

El programa AS 400 Nuevo, Adquisición de Servidores (Administrativos, Correo, Inteligencia de Negocio, varios), Interoperabilidad con Bancos y Ministerio de Finanzas. Desarrollo de esquema de Interoperabilidad, Licencia de herramientas para Inteligencia de Negocios., Software de atención a usuarios y brigadas móviles (definitivo) Software , Impresoras y Scanner , Impresoras y Matriciales AS 400, Impresoras para fotografía digital, Cámaras fotográficas digitales , Laptops para uso de brigadas, entre otras.

2.1.8. Cédula creada en el año 2009.

Con la tecnología adquirida gracias a la modernización también se innovó la cédula de ciudadanía del Ecuador, por un modelo con más seguridades, diseño e información que posee.

Las provincias donde fueron emitidas las nuevas cedulas fueron Quito, Guayaquil y Salinas con resultados satisfactorios. En un primer nivel las seguridades se

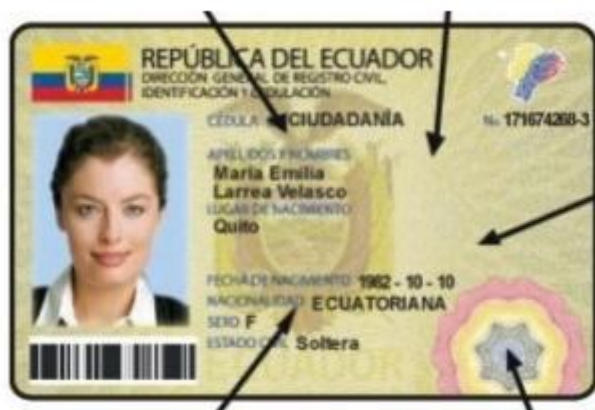
pueden ver a simple vista. Por ejemplo, el laminado holográfico en el anverso y reverso de la cédula.

Está compuesta por elementos que se pueden identificar con instrumentos más sofisticados como una lupa. Aquí se puede ver el micro texto y el tamaño de línea variable a lo largo de una serie de frases que están puestas en la cédula.

En un nivel superior los elementos de la cédula sólo se pueden ver a través de un microscopio dado que aquí se ubican los nano textos.

Además, la nueva cédula está provista de un chip de 32 megabytes donde se almacenan los datos del usuario de manera digitalizada, en donde el chip contiene la información de las huellas dactilares, la fotografía y adicionalmente se podrá almacenar información como el tipo de sangre, alergias, etc.⁴⁶.

- **Imagen 4: Características Cédula.**



Elaborado por: Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación

2.1.9. Departamento de Comunicación.

El departamento de comunicación de la Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación se encuentra ubicado en las avenidas Naciones Unidas

⁴⁶ Acceso en: <http://www.registrocivil.gob.ec/index.php/ley-de-trasparencia/planificacion-institucional>

y Amazonas, en la sede norte, en la ciudad de Quito. Desde ahí se maneja los canales de comunicación y transmite información relevante al resto de agencias.

Por desgracia la información que están enviando sufre una distorsión, al no existir canales de comunicación directos mediante los cuales puedan comunicar los acontecimientos o noticias de interés al resto de agencias.

El mensaje llega distorsionado al receptor, creando una desinformación y malestar en el público interno de la Institución, ya que las únicas noticias de las cuales se enteran son gracias a los líderes de cada área.

Usualmente pasan un memo fotocopiado, enviado desde el departamento de comunicación para el Departamento de Recursos Humanos mediante intranet y lo pasan a los servidores públicos.

No todos poseen clave de ingreso al intranet, las carteleras para colocar información acerca de lo que está sucediendo en la Institución tienen hojas con mails de superación personal impresos.

Es muy usual escuchar en los servidores decir que la sede de Turubamba, ubicada al Sur de la ciudad, pese a ser una de las sedes más concurridas por los usuarios y la que posee la información más completa a nivel nacional es marginada y olvidada, ya que no existen canales de comunicación eficientes entre esta sede y la Matriz.

Cabe recalcar que todos los motivos anteriormente mencionados inciden directa o indirectamente en el servicio que se brinda a los usuarios.

2.1.10 Presupuesto Designado por el Estado.

El Departamento de Comunicación del Registro Civil recibe fondos anuales del Estado, para cubrir las necesidades que requiera el mismo.

A continuación se desglosa el uso de los fondos.

Descripción	Asignado
Telecomunicaciones	\$50.000
Papelería	\$30.000
Eventos	\$60.000
Publicidad de medios	\$20.000
Publicidad BTL	\$20.000
Publicaciones	\$50.000
Total Anual	\$ 230.000

2.1.11. Personal que conforma el Departamento de Comunicación.

En el Departamento de Comunicación del Registro Civil trabajan 6 personas, las cuales tienen claramente asignadas las labores que deben realizar.

Nombre	Cargo / Función que desempeña
Gisela Montalvo	Directora de Comunicaciones
Angélica Carrión	Asistente de Comunicación
Héctor Benalcázar	Encargado de Medios
Fernando Luna	Encargado de Eventos
Norma Guarderas	Encargado de Comunicación Interna
Carlos Guayracaja	Encargado de Comunicación Externa

2.2. Marco Legal.

En el siguiente capítulo se detallan artículos mediante los cuales se basa el Registro Civil para poder desempeñar sus funciones y brindar sus servicios de manera óptima para la ciudadanía.

2.2.1. Registros oficiales

El Registro Civil del Ecuador se rige bajo las leyes fundamentales de la Constitución Nacional que es el documento máximo al cual debemos regirnos las personas tanto naturales como jurídicas, partiendo de este punto resaltaremos los artículos más importantes para comprender la ley actual del Registro Civil del Ecuador y guiarnos sobre los límites de acción dentro de los cuales la institución debe encaminar su accionar de manera legal.

2.2.2. Constitución del Ecuador⁴⁷

Art. 261.- Expresa como competencia exclusiva del Estado: Numeral 3: “El Registro de personas, nacionalización de extranjeros y control migratorio”.

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

- 19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o

⁴⁷ Constitución de la República del Ecuador ,2008.

difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.

- 25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.
- 28. El derecho a la identidad personal y colectiva, que incluye tener nombre y apellido, debidamente registrados y libremente escogidos; y conservar, desarrollar y fortalecer las características materiales e inmateriales de la identidad, tales como la nacionalidad, la procedencia familiar, las manifestaciones espirituales, culturales, religiosas, lingüísticas, políticas y sociales.

Art. 69.- Para proteger los derechos de las personas integrantes de la familia:

12 7. No se exigirá declaración sobre la calidad de la filiación en el momento de la inscripción del nacimiento, y ningún documento de identidad hará referencia a ella

2.2.3. Ley de Registro Civil⁴⁸.

Art. 1.- Funciones de la Dirección General.- La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación funcionará como dependencia del Ministerio de Gobierno, en la Capital de la República. Corresponde a esta Dirección la celebración de matrimonios, la inscripción de los hechos y actos relativos al estado civil de las personas residentes en el territorio de la República y de los ecuatorianos residentes en el exterior, y su identificación y cedulación. Tiene por finalidad específica organizar dichas inscripciones, otorgar las cédulas de identidad y ciudadanía.

Artículo 2.- Del Director General.- La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación estará representado administrativamente por el Director General. El Director General tendrá competencia nacional y le

⁴⁸ Ley de Registro Civil vigente 2008.

corresponderá organizar, ejecutar, vigilar y, en general, administrar todos los asuntos concernientes a la Dirección de Registro Civil, Identificación y Cedulación, así como las demás atribuciones y deberes señalados en la ley. Será de libre nombramiento y remoción del Ministerio de Gobierno.

Artículo 3.- Organismos.- La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación tendrá los siguientes organismos: Departamento de Registro Civil; Departamento de Cedulación; Departamento Técnico Administrativo; Departamento Jurídico; y, Jefaturas de Registro Civil, Identificación y Cedulación.

Artículo 4.- Personal de servidores.- La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación funcionará con el personal determinado en el Presupuesto General del Estado. El personal será nombrado y removido por el Director General, con sujeción a la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa.

La Ley presenta de manera puntual los principales roles que la institución debe ejercer, y se aprecia la existencia de dos unidades generadoras de valor claramente definidas:

- Departamento de Registro Civil
- Departamento de Cedulación

Esta información fue incorporada como parte de los insumos a tomar en cuenta para la definición de la misión institucional.

Adicionalmente, es necesario presentar el Decreto Ejecutivo N 8 del 13 de agosto de 2009, el mismo que menciona:

Art 1.- Créase el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, como el órgano rector del desarrollo de las Tecnología de la

Información y Comunicación, que incluye las telecomunicaciones y el espectro radioeléctrico, que tendrá como finalidad emitir políticas, planes generales y realizar el seguimiento y evaluación de su implementación, coordinar acciones de apoyo y asesoría para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la Sociedad de la Información para el buen vivir de toda la población.

Artículo 21.- Adscripción del Registro Civil

Adscribase la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación al Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedades de la Información, el que supervisará la inmediata reforma y modernización de esa Entidad.

La Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación será una entidad descentralizada y desconcentrada administrativa y financieramente, su representante legal será el Director General.

El Director General de Registro Civil, Identificación y Cedulación, será nombrado por el Ministro de Telecomunicaciones y podrá dictar la normativa interna de carácter general.

2.2.4. Estructura Organizacional por Procesos del Registro Civil del Ecuador.

Mediante Decreto Ejecutivo s/n, publicado en R.O. No1252 de 29 de octubre de 1900, se crea el Registro Civil, con Decreto Supremo No278.

Mediante Decreto No 08, de 13 de agosto de 2009, la Art. 21 “Adscribase la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación al Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información”

Mediante Decreto No 1064 de 09 de mayo 2008 en su Art. 2. “Declárese acción prioritaria la formulación del proyecto de Modernización el Sistema Nacional de

Registro Civil, Identificación y Cedulación Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, R.O. 414 de 29 de Agosto del 2008.

- Manual de Procesos y Procedimientos de Registro Civil R.O.400, 11 de agosto de 2008.

- Manual de Procesos y Procedimientos Identificación y Cedulación R.O. 411, de 26 de agosto de 2008.

Numeral 3.- En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 229.- Serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público.

Art. 19.- Contrato de servicios ocasionales.- La prestación de servicios ocasionales por contrato se regirá por las normas de esta Ley y su Reglamento.

En razón de ser una entidad pública el Registro Civil se rige bajo estas y más normas y de leyes a seguir.

2.3. Marco Temporo – Espacial.

A continuación se detalla el tiempo y el espacio utilizados en el siguiente trabajo, con la finalidad de conocer la ubicación exacta de la Institución y la fecha en la cual se lleva a cabo el presente trabajo.

- **Imagen 5: Infraestructura actual del Registro Civil de Turubamba.**



Fuente: DGRCIC

- **Tiempo:**

El trabajo se realiza a partir del mes de Abril del 2013 hasta Junio del 2014.

- **Lugar:**

Registro Civil Turubamba.

- **Ubicación:**

Sector Sur de la Ciudad de Quito.

2.3.1 Detalle de la Investigación del lugar:

El Registro Civil de Turubamba es una de las sedes de la Dirección General de Registro Civil Identificación y Cedulación, sin duda es una de las más importantes a nivel nacional, también fue parte del plan de modernización, obteniendo como resultado una infraestructura moderna, amplia y con acabados de primera.

Posee un sistema de alumbrado que trabaja todo el tiempo, cámaras de seguridad en varios puntos estratégicos para un monitoreo continuo y espacios verdes.

- **Imagen 6: Lugar de acceso Registro Civil de Turubamba.**



Fuente: DGRCIC

Está conformada de tres bloques principales que son Cedulación, Archivo Provincial y Archivo Nacional, cada uno cumple una función diferente pero trabajan para un mismo objetivo, el servir de manera eficaz y eficiente a los usuarios.

El Horario de atención es de lunes a viernes a partir: de las siete y media de la mañana hasta las cinco de la tarde.

A esta sede acuden cientos de ciudadanos ecuatorianos a solicitar documentos, partidas, cédulas, etc.

Se emiten alrededor de 13 800 renovaciones de cédulas mensualmente, el horario de atención en los tres bloques es de: 08:00 a 17:00. La atención es mediante turnos diarios. En Turubamba se emiten 1 400, mientras que en el Registro Civil de la Naciones Unidas se entregan 500 estadísticas obtenidas del año 2013.

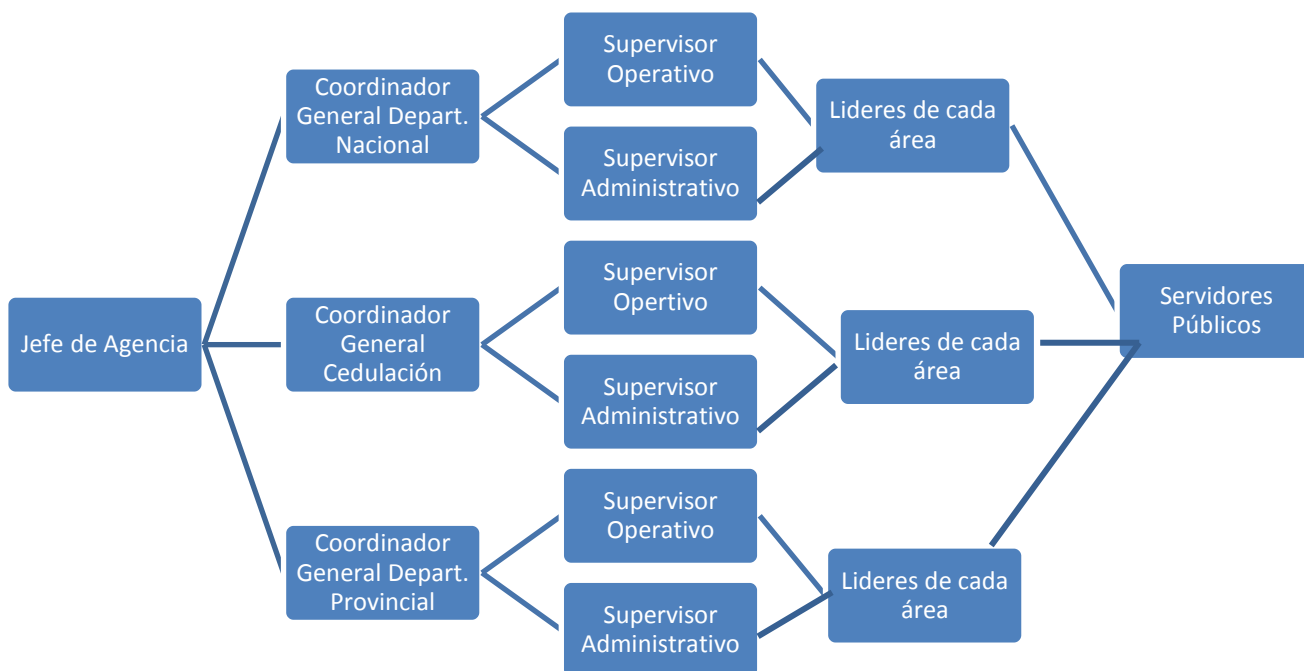
Cada turno asignado después de realizar el pago tiene un tiempo estimado de ejecución, dependiendo de la cantidad de gente que asista ese día.

En la sede de Turubamba operan un total de 296 servidores públicos repartidos proporcionalmente en cada bloque dependiendo de la demanda que exista.

Los canales de Comunicación existentes en el Registro Civil de Turubamba son carteleras, intranet, boletines y correos electrónicos.

El departamento encargado de renovar y actualizar la información de las herramientas de comunicación en cada uno de los bloques es Recursos Humanos, ellos reciben la información mediante intranet desde el departamento de Comunicación situado en la Naciones Unidas y Amazonas.

- **Cuadro6: Organigrama Institucional Registro Civil Sede Turubamba.**



Elaborado por: Natalia Cepeda L.

2.3.2. Bloque A (Archivo Nacional).

En este bloque se encuentra la información de todas las Provincias del Ecuador, a partir del año 1900 hasta la presente fecha y partidas integrales de nacimiento, matrimonio o defunción (copias certificadas del acta de inscripción original de los ciudadanos inscritos en el Registro Civil).

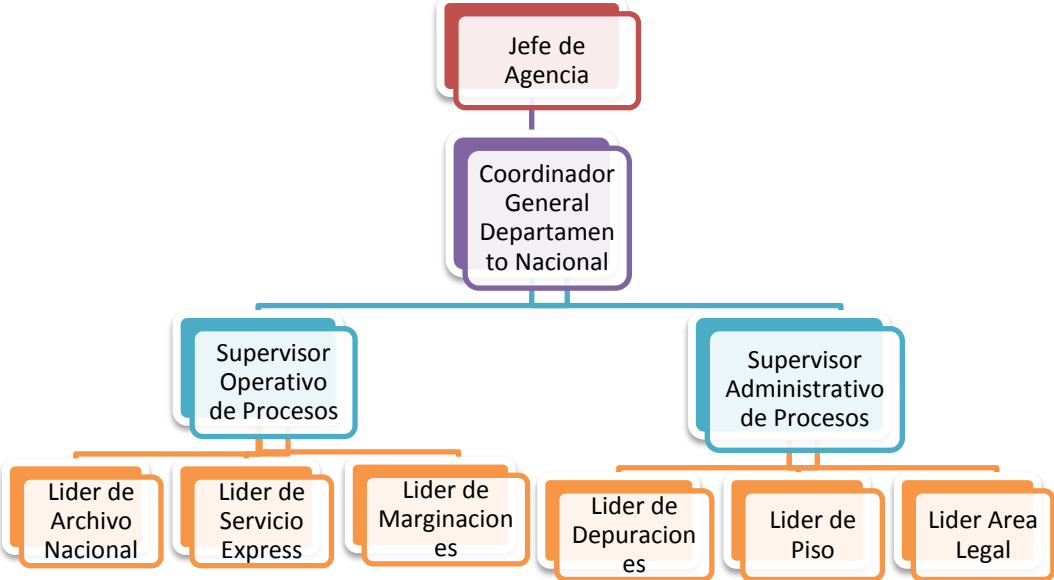
A diario miles de personas viajan desde diferentes provincias del Ecuador directamente a el Registro Civil de Turubamba con el único objetivo de acceder a su partida integra, ya que en ocasiones en su provincia de origen se encuentran mutiladas, rotas o muy deterioradas

En este bloque trabajan 136 personas. Desde el 2009 se inició el proceso de digitalización de toda la información que reposa en los archivos del Registro Civil.

Hasta el momento, se ha concluido con el escaneo de los registros de huellas dactilares.

El objetivo de estos procesos es desarrollar una matriz virtual para el inmediato acceso a la información ciudadana. Otra de las ventajas de modernizar el Archivo Nacional es su implementación en el sistema policial y judicial.

- **Cuadro 7: Organigrama del Bloque A del Registro Civil de Turubamba (Archivo Nacional)**



Elaborado por: Natalia Cepeda L.

2.3.3. Bloque B (Archivo Provincial).

El bloque B es el Archivo Provincial, se encuentra la información de toda la Provincia de Pichincha las partidas integras de nacimiento, matrimonio y defunción. Este bloque tiene dependencia del bloque C.

En él opera un total de 95 servidores públicos. No existe mucha demanda de servicios en este bloque puesto que un gran porcentaje se entrega en la sede de la Naciones Unidas y Amazonas.

La comunicación en el Bloque B es la misma que la del Bloque C (Cedulación), las dos están conectadas ya que tienen el mismo Supervisor y Coordinadores. No posee comunicación con el Bloque A lo cual crea un malestar notable tanto en los usuarios como en el público interno.

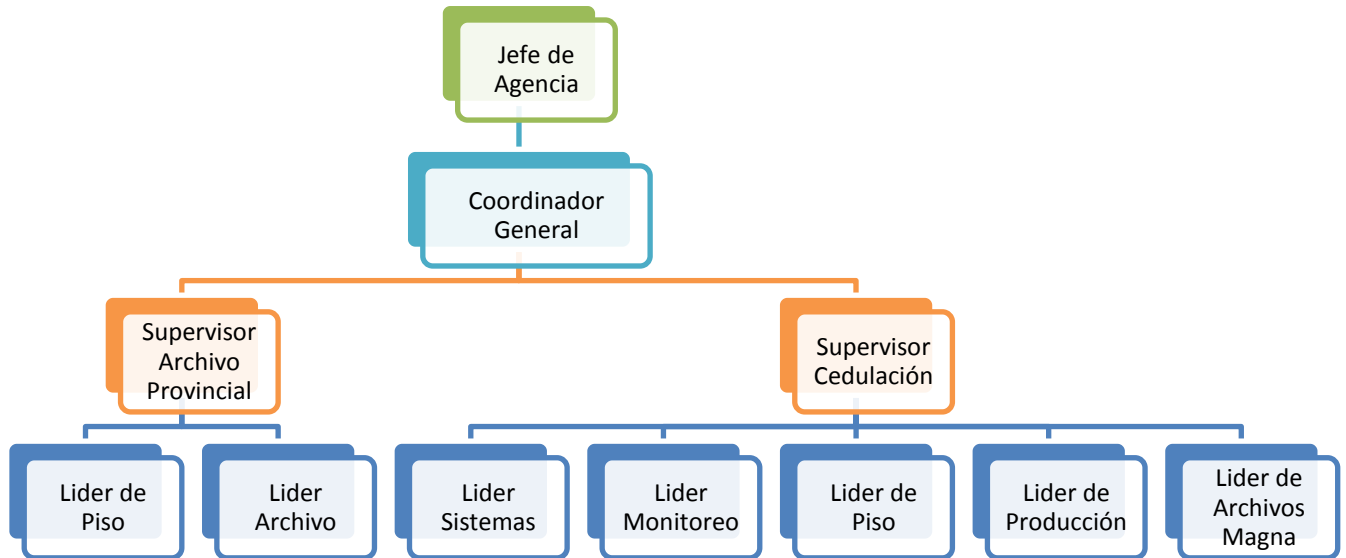
2.3.4 Bloque C (Cedulación).

Cedulación es sin duda el bloque más grande de esta agencia, también es al que concurre un mayor número de personas para cedularse, e incluso envían a personas desde otras provincias o agencias. En este bloque trabajan 65 personas las cuales trabajan en diferentes áreas como son: Validación (Verificación de datos en el sistema AS400), Información, Cedulación, Rectificaciones, Reportes y cuadros y certificados varios.

Los matrimonios Civiles se lleva a cabo en este bloque por lo tanto tiene salas de matrimonios. Existe una nueva área se llama Magna, es la que controla, ingresa y archiva toda la documentación reciente a nivel nacional. Desde el 1 de enero del 2013 hasta nuestros días, también es la que se encarga de dar el número de cedula de los recién nacidos que se han inscrito.

Al bloque lo dirige el Jefe de Agencia de Turubamba apoyado de los coordinadores de piso también conocidos como líderes de cada área.

- Cuadro 8: Organigrama del Bloque B (Archivo Provincial) y Bloque C (Cedulación) del Registro Civil de Turubamba.



Elaborado por: Natalia Cepeda L.

- Imagen7: Cambios realizados en el Registro Civil de Turubamba.



Fuente: <http://www.flickr.com/photos/registrocivilecuador/ec>

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En el siguiente capítulo se realizará una Investigación minuciosa acerca de las falencias sobre identidad y cultura que posee el Registro Civil de Turubamba.

Mediante el uso de herramientas investigativas como la encuesta y la entrevista se realizará un sondeo al público interno de la Institución para conocer los niveles de identificación y satisfacción del mismo hacia la Institución.

La investigación ayudará a obtener un diagnóstico y resultados medibles, los cuales serán la base fundamental para poder crear la propuesta idónea para reforzar la identidad y cultura organizacional.

3.1 Objetivo General.

Determinar el nivel de conocimiento y pertenencia sobre la identidad y cultura Organizacional por parte del público interno del Registro Civil de Turubamba hacia la institución.

3.2 Objetivos Específicos.

- Medir el grado de información y vinculación del personal operativo con los valores, cultura e identidad que posee la Institución.
- Identificar las falencias comunicacionales existentes en el público interno del Registro Civil de Turubamba.
- Diagnosticar la eficiencia y eficacia de herramientas de comunicación interna, con la finalidad de optimizar la comunicación dentro de la Institución.

3.3. Tipo de Investigación.

Investigación Exploratoria:

Se recurre a la investigación exploratoria ya que la Institución no posee datos exactos acerca del nivel de vinculación y participación por parte del personal operativo, lo cual se podrá obtener mediante una investigación cualitativa con el principal fin de obtener resultados cualitativos que ayuden a identificar claramente el problema.

Investigación Descriptiva:

A continuación mediante el uso de la Investigación Descriptiva tipo cuantitativo y cualitativo, podremos conocer como se manifiesta el problema o motivo de estudio dentro de la Institución. Se detalla el comportamiento de cada miembro de la Institución mediante lo analizado para determinar mediciones o características fundamentales.

Investigación Analítica:

Mediante la utilización de este tipo de investigación podremos desarrollar un análisis acerca de la situación actual de la empresa, analizar el comportamiento por parte del público interno, el conocimiento de la cultura corporativa, reunir la información recopilada mediante las encuestas y entrevistas realizadas.

La investigación Analítica es aquella que pone a punto nuevos sistemas de análisis, instrumentos y métodos para descubrir una teoría.

3.4 Metodología

Mediante el Método Deductivo, se conocerán los fenómenos por los cuales se desarrolla la falta de pertenencia por parte de los servidores públicos hacia la Institución en este caso del Registro Civil de Turubamba, partiendo desde lo complejo a lo simple.

Como base el raciocinio, en el presente trabajo se usa el Método Inductivo, con el cual podremos abordar el problema de manera personal para encaminarnos a los hechos generales, con el fin de conocer los fenómenos que causan las falencias comunicacionales en la Dirección General Registro Civil de Turubamba.

Con la utilización del Método Observatorio se realiza una investigación mediante la cual se observa el comportamiento del público interno de la Institución, así como también podremos constatar cómo se maneja la identidad y la cultura en el Registro Civil de Turubamba para poder detectar los problemas que poseen. La información será recogida mediante fichas y la observación será *“in situ “*

3.5. Herramientas de Investigación:

Encuestas.

Se procederá a utilizar este instrumento de Investigación en el personal operativo de la Dirección General del Registro Civil, sede Turubamba con la finalidad de poder obtener datos cuantificables y a su vez reales.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas realizadas, serán la base principal para proceder a realizar un plan de comunicación interna.

Entrevistas.

Se efectuarán entrevistas a los Jefes de Cedulación y del Archivo Nacional de la sede Turubamba además al Director de Recursos Humanos y a la Coordinadora del Departamento de Comunicación de la Dirección General Identificación y Cedulación Registro Civil.

Se realizará con la finalidad de obtener información acerca de los puntos de vista que poseen los directivos de la institución sobre la identidad y cultura, así como también, del clima laboral y las herramientas de comunicación existentes.

Las entrevistas a la Coordinadora de Comunicación, Gisela Montalvo y al Jefe del Departamento de Recursos Humanos Luis Fernando Fiallos Director De Talento Humano, se realizan con el fin de poder obtener información relevante referente a como encuentran ellos desde su punto de vista el actual manejo de la comunicación dentro del Registro Civil sede Turubamba.

Pese a que cada bloque realiza una diferente labor tienen el mismo objetivo que es el de brindar un servicio óptimo a la ciudadanía.

En el primer bloque llamado bloque A, se encuentra el Archivo Nacional del Ecuador, es aquí donde se encuentran las partidas de nacimiento, matrimonio y defunción desde el año 1901 hasta 2012.

Los usuarios a nivel nacional que necesitan las partidas íntegras se acercan a este bloque a solicitarlas.

El segundo bloque llamado Bloque B, es el Archivo Provincial, es aquí donde se encuentran las partidas de nacimientos, matrimonios y defunción ocurridos expresamente en la Provincia de Pichincha.

El tercer bloque es denominado bloque C este es el más grande ya que aquí se encuentra Cedulación y Magna.

En el departamento de cedulación acuden miles de personas a diario a renovar o a obtener por primera vez la cédula de ciudadanía.

Magna es un departamento en el cual se encuentran las partidas de nacimientos, matrimonios y defunción únicamente desde inicios del presente año.

Teniendo en claro la función que realiza cada uno de los bloques de los cuales son jefes podremos tener información veraz y eficiente para poder realizar una propuesta idónea a los fenómenos comunicacionales existentes.

También se recogerá información “*in situ*” mediante fichas de observación.

3.6 Fuentes de Investigación:

A continuación se ha dividido las fuentes de investigación utilizadas en dos grupos los cuales son:

Fuentes de Investigación Primarias:

- Entrevistas.
- Encuestas.
- Observación Directa.

Fuentes de Investigación Secundarias:

- Bibliografía obtenida.
- Investigación Web.

3.7. Muestra de la investigación.

A continuación se realizará un censo, debido a que el universo a estudiarse es de un número de 296 servidores públicos que forman parte del Registro Civil de Turubamba.

- **Cuadro 9: Propósitos que se desea conseguir con la encuesta.**

Objetivos Pregunta	Tipos de Preguntas	Observaciones
Saber el nivel de conocimiento en los servidores sobre la identidad de la Institución.	1. Identifique la misión del Registro Civil. 2. Fortalezas del Registro Civil.	Identidad Organizacional.
Diagnosticar el clima laboral existente	3. ¿Con qué palabra relaciona usted al Registro Civil? 4. Califique su relación con los integrantes de la Institución. 5. Crecimiento personal y desarrollo individual en la Institución.	Clima Organizacional.
Diagnosticar el nivel de conocimiento de Cultura Organizacional.	6. Señale los valores corporativos del Registro Civil.	Cultura Organizacional.
Medir la eficiencia y eficacia de las herramientas existentes de comunicación.	7. Mida la calidad de información que recibe por parte de la Institución. 8. Mida la calidad de información mediante memos. 9. Con que frecuencia la información es actualizada en las herramientas de comunicación.	Herramientas de Comunicación.

Elaborado por: Natalia Cepeda L.

3.8. Modelo de Encuesta.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Encuesta.

Buenos días/ tardes la siguiente encuesta tiene como objetivo el diagnosticar el nivel de identificación de la cultura e identidad Corporativa en los servidores de la Dirección General Registro Civil, sede Turubamba. Lea cuidadosamente cada pregunta planteada. La información recolectada mediante esta encuesta será exclusivamente para fines académicos y anónima.

Rango de edad de: 18-25 _____ **Género:** F _____ M

26-35 _____

36-45 _____

46-55 _____

55 en adelante _____

A qué bloque pertenece: Bloque C (Cedulación)

Bloque B (Archivo Provincial)

Bloque A (Archivo Nacional)

Marque el tiempo que forma parte de la Dirección General Registro Civil:

Meses - 1 año _____

1-3 años _____

3-6 años _____

6-9 años _____

9-12 años _____

12 años en adelante _____

Identidad Organizacional.

1. Identifique la misión de la Dirección General Registro Civil:

- a. Establecer y ejecutar políticas, regulaciones, estrategias, programas y servicios para la atención durante el ciclo de vida, protección especial, aseguramiento universal no contributivo, movilidad Social e inclusión económica de grupos de atención prioritaria (niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad) y aquellos que se encuentran en situación de pobreza y vulnerabilidad.
- b. Realizar la identificación integral de los habitantes del Ecuador, registrar sus a actos civiles y otorgar documentos seguros y confiables, garantizando la custodia y manejo adecuado de la información
- c. Ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social, y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos.
- d. No conoce

Identidad Organizacional.

2. Según su criterio seleccione: ¿En cuál de los siguientes postulados tiene fortalezas el Registro Civil de Turubamba?

- a. Recurso humano
- b. Servicio
- c. Tecnología
- d. Otras señale (cual/es) _____

Clima Organizacional.

Marque la respuesta que usted considere apropiada.

3. ¿Con qué frase relaciona usted al Registro Civil?

- a. Me gusta lo que hago
- b. Lugar de trabajo donde me siento realizado y productivo
- c. No me siento bien pero tengo que ir a trabajar
- d. Ninguna de las anteriores.

4. Califique cuál es la relación que usted tiene con los siguientes integrantes de la Institución.

	a. Excelente	b. Muy bueno	c. Bueno	d. Regular	e. Muy malo
5.1 Relación con Administrativos					
5.2 Relación con compañeros de área					
5.3 Relación con compañeros de otros bloques.					
5.4 Relación con sus jefes					
5.5 Relación con su Jefe inmediato					

5. Responda las siguientes preguntas:

	a) Siempre	b) La mayor parte del tiempo	c) En ocasiones	d) Nunca
5.1 ¿Se siente realizado e identificado con la labor que realiza?				
5.2 ¿Se siente integrado en su equipo de trabajo				
5.3 ¿Son tomadas en cuenta sus aportaciones, sugerencias e ideas?				
5.4 ¿Ud. ha presentado algún proyecto/ propuesta a las autoridades para mejorar algún proceso de la Institución (señale cuál)? _____				

Cultura Organizacional.

6. Señale los valores corporativos del Registro Civil:

- a. Ética, Transparencia, Responsabilidad, Respeto, Eficiencia, Trabajo en Equipo
- b. Solidaridad, Calidad y Cumplimiento
- c. Calidad, Calidez, Honestidad y Transparencia, Apertura al Cambio, Compromiso, respeto
- d. Ninguna de las anteriores
- e. Otros señale (cual/es) _____

Herramientas de Comunicación.

7. Marque con una X la calidad de información que usted recibe mediante las carteleras.

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> a. Clara | <input type="checkbox"/> d. Confusa |
| <input type="checkbox"/> b. Oportuna | <input type="checkbox"/> e. A destiempo |
| <input type="checkbox"/> c. Verídica | <input type="checkbox"/> f. Poco confiable |

8. Marque con una X la calidad de información que usted recibe mediante los memos.

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> a. Clara | <input type="checkbox"/> d. Confusa |
| <input type="checkbox"/> b. Oportuna | <input type="checkbox"/> e. A destiempo |
| <input type="checkbox"/> c. Verídica | <input type="checkbox"/> f. Poco confiable |

9. Seleccione cómo califica usted a las siguientes herramientas de comunicación que se utiliza.

	a. Muy bueno	b. Bueno	c. Regular	d. Malo	e. Muy malo
9.1 Carteleras					
9.2 Memos					
9.3 Correo electrónico					
9.4 Intranet					
9.5 Otros (señale cuáles) _____					

10. Marque con una X la frecuencia con la cual es actualizada la información en las siguientes herramientas de comunicación.

	a. Diario	b. Semanal	c. Quincenal	d. Mensual	e. Ninguna
10.1 Carteleras					
10.2 Memos					
10.3 Correo electrónico					

¡Gracias por su colaboración!

3.9 Modelo de Entrevista.

Sr. /Sra.

Buenos días/ tardes se está realizando una investigación acerca del nivel de conocimiento y pertenencia Institucional que poseen las autoridades de la Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación sede Turubamba , a continuación se realizará una serie de preguntas para poder conocer su opinión acerca de la misma.

Nombre:

Cargo:

Tiempo de Trabajo.

3-6 meses _____

1-2 años _____

2-4 años _____

Comunicación organizacional:

1 ¿Qué importancia tiene para usted el manejo de la comunicación en la Institución?

Cultura Corporativa:

2. ¿Qué valor cree usted que marca la diferencia entre el Registro Civil y otras Instituciones Públicas?

Clima Laboral:

3. ¿Cómo definiría la relación interna entre los distintos bloques que conforman el Registro Civil de Turubamba?

4. ¿Qué faltaría para mejorarla?

5. ¿Y usted que haría por cambiar esa realidad?

6. ¿Cómo es su relación con las personas que trabajan con usted?

Comunicación Organizacional

7. ¿Cree usted que las herramientas de comunicación actualmente en el Registro Civil de Turubamba (cartelera, intranet, boletines) son eficientes y Por qué?

Comunicación Organizacional

8. ¿En su opinión que aspectos se deberían mejorar dentro del Registro Civil?

¡Muchas Gracias por su colaboración!

3.10 Planificación de la Investigación

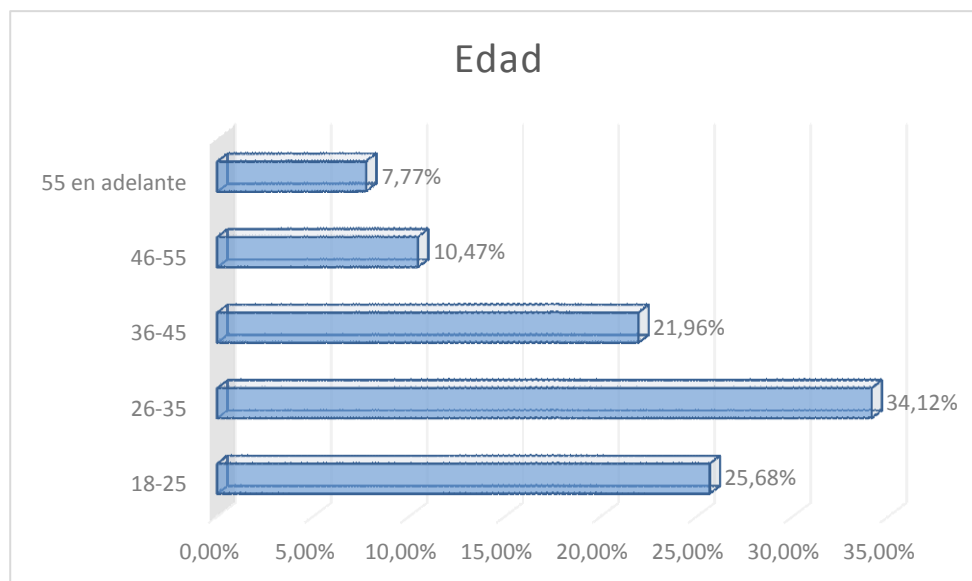
Involucrados	Técnica	Lugar	Fecha	Hora
Directivos	Entrevistas	Registro Civil de Turubamba	Viernes, 15 de Noviembre del 2013	10:00 am
Personal	Encuestas	Registro Civil de Turubamba	Lunes 18 de Noviembre del 2013	4:30 pm

3.11 Tabulación / Interpretación de Resultados:

A continuación se muestra gráficamente los resultados arrojados por la encuesta aplicada a los servidores públicos de la Dirección General del Registro Civil.

- 1: Rangos de edad.

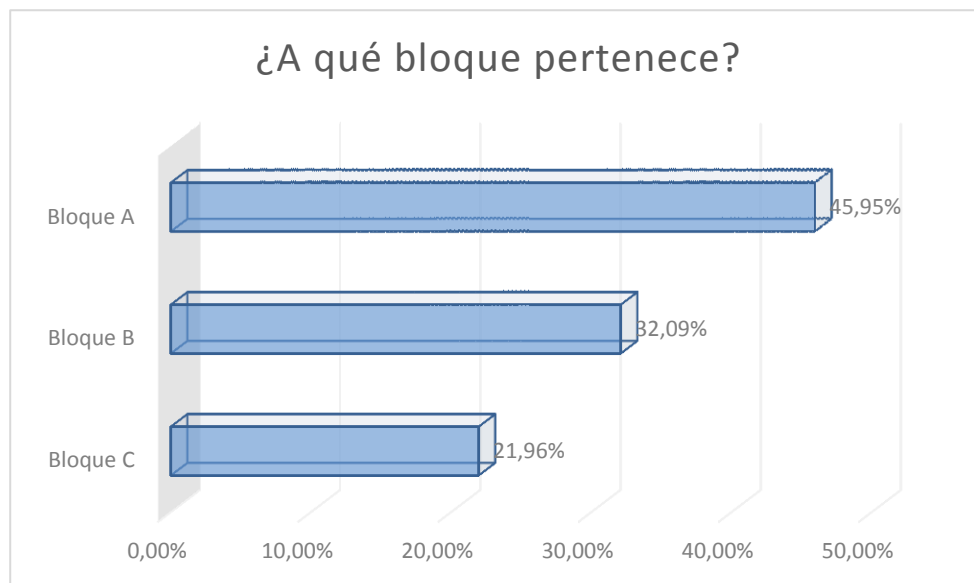
Edad		
	Casos	Porcentaje
18-25	76	25.68%
26-35	101	34.12%
36-45	65	21.96%
46-55	31	10.47%
55 en adelante	23	7.77%
Total	296	100.00%



El mayor porcentaje de edad de los trabajadores del Registro Civil se encuentra entre 26 a 35 años con un total del 34,12%.

- **Gráfico 2: Bloque al que pertenece.**

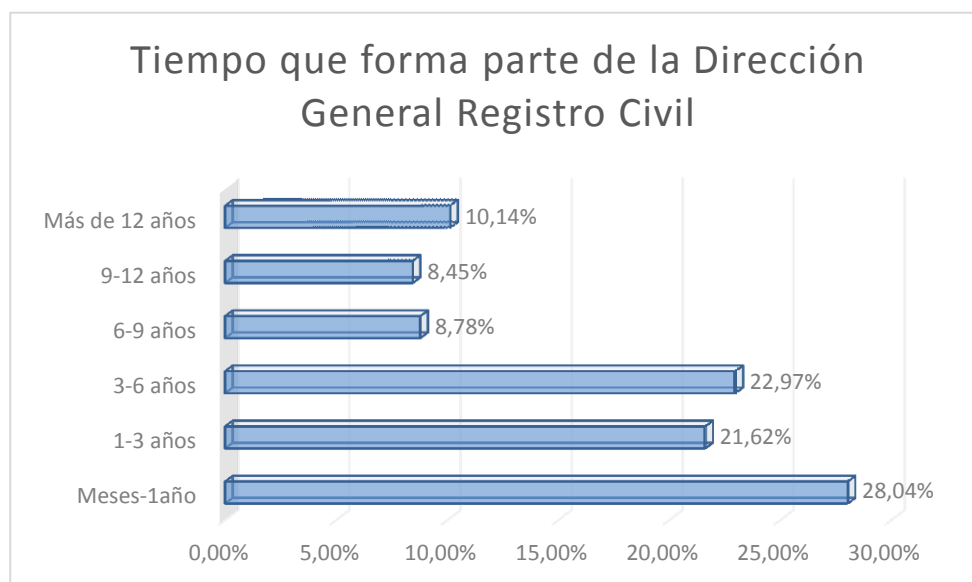
¿A qué bloque pertenece?		
	Casos	Porcentaje
Bloque C	65	21.96%
Bloque B	95	32.09%
Bloque A	136	45.95%
Total	296	100.00%



El 45.95% de los encuestados pertenecen al Bloque A, que corresponde al archivo Nacional.

- **Gráfico 3: Tiempo que forma parte de la Institución.**

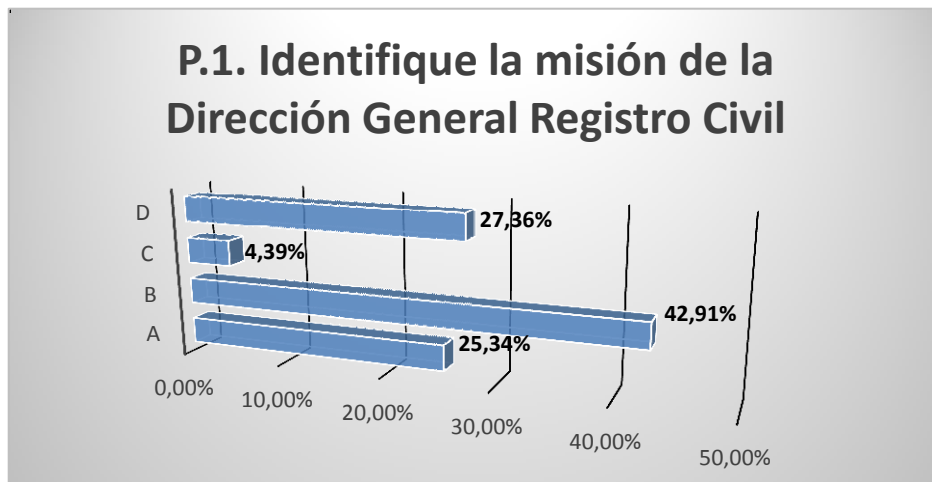
Tiempo que forma parte de la Dirección General Registro Civil		
	Casos	Porcentaje
Meses-1año	83	28.04%
1-3 años	64	21.62%
3-6 años	68	22.97%
6-9 años	26	8.78%
9-12 años	25	8.45%
Más de 12 años	30	10.14%
Total	296	100.00%



Se denota que en los últimos 6 años se ha incorporado gente nueva a esta entidad, el 28,04% de encuestados lleva menos de un año trabajando en el Registro Civil, el 21,62% de 1 a 3 años y el 22,97% de 3 a 6 años.

• **Gráfico 4: Pregunta 1.**

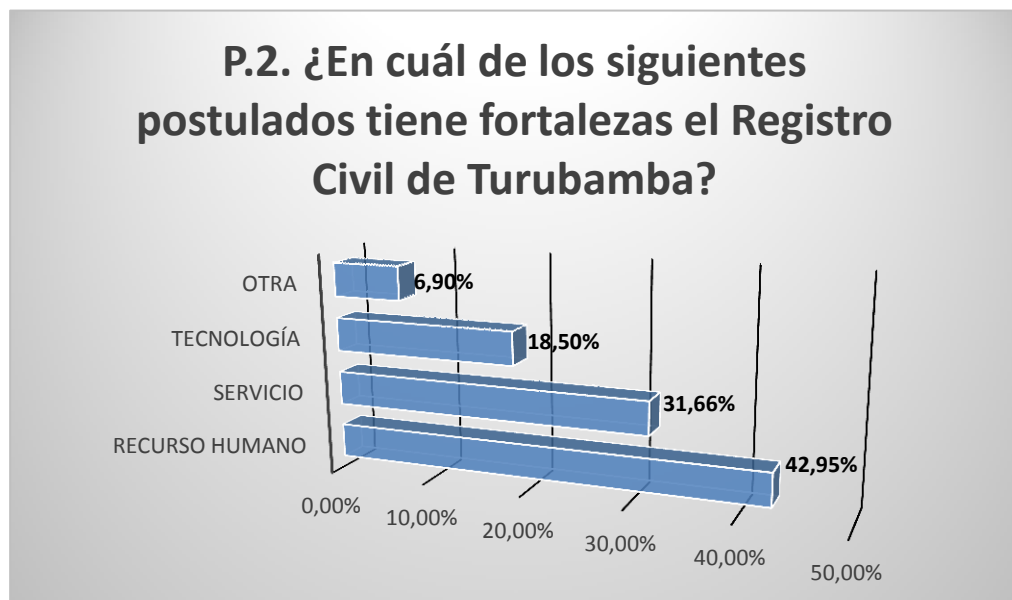
P.1. Identifique la misión de la Dirección General Registro Civil		
	Casos	Porcentaje
a) Establecer y ejecutar políticas, regulaciones, estrategias, programas y servicios para la atención durante el ciclo de vida, protección especial, aseguramiento universal no contributivo, movilidad Social e inclusión económica de grupos de atención prioritaria (niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad) y aquellos que se encuentran en situación de pobreza y vulnerabilidad.	75	25.34%
b) Realizar la identificación integral de los habitantes del Ecuador, registrar sus actos civiles y otorgar documentos seguros y confiables, garantizando la custodia y manejo adecuado de la información	127	42.91%
c) Ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social, y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos.	13	4.39%
d) No conoce	81	27.36%
Total	296	100.00%



La opción correcta es la B, la cual tuvo mayor número de respuesta por parte de los encuestados con el 42.91%. Se nota que dicho segmento del público interno conocen la misión del Registro Civil de Turubamba.

- **Gráfico 5: Pregunta 2.**

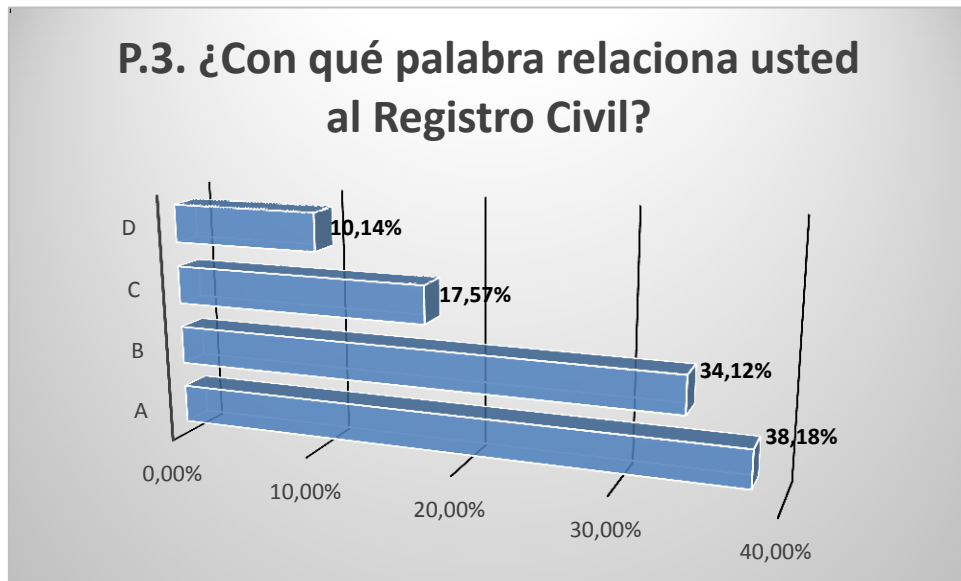
P.2. ¿En cuál de los siguientes postulados tiene fortalezas el Registro Civil de Turubamba?		
	Casos	Porcentaje
Recurso Humano	137	42.95%
Servicio	101	31.66%
Tecnología	59	18.50%
Otra	22	6.90%
Total	319	100.00%



El postulado con el que el Registro Civil de Turubamba posee como fortaleza es el Recurso Humano con el 42.95%, seguido de servicio con el 31.66%.

- **Gráfico 6: Pregunta 3.**

P.3. ¿Con qué frase relaciona usted al Registro Civil?		
	Casos	Porcentaje
a)Me gusta lo que hago	113	38.18%
b)Lugar de trabajo donde me siento realizado y productivo	101	34.12%
*c)No me siento bien pero tengo que ir a trabajar	52	17.57%
d)Ninguna de las anteriores	30	10.14%
Total	296	100.00%

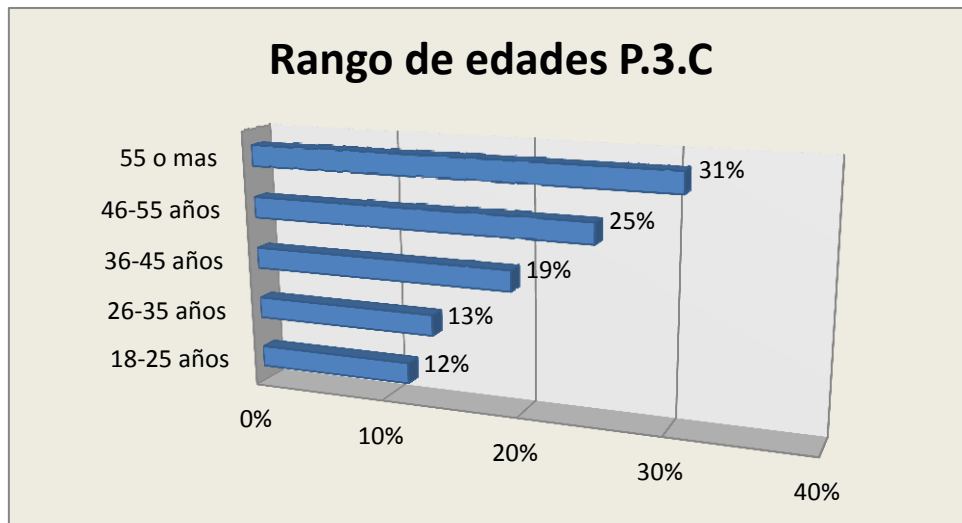


El 38.18% de los trabajadores del Registro Civil les gusta lo que hacen, mientras que existe un total de 52 personas (17.57%) que no se sienten bien en su área de trabajo.

- **Gráfico 7: Rango de edad pregunta 3 literal C.**

Con el fin de sondear en la información recibida a continuación se realiza un cuadro extra con el rango de edades del 17.57% ya que posee respuestas negativas.

Rango de edades. P. 3.C		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	6	12%
26-35 años	7	13%
36-45 años	10	19%
46-55 años	13	25%
55 o mas	16	31%
Total	52	100%

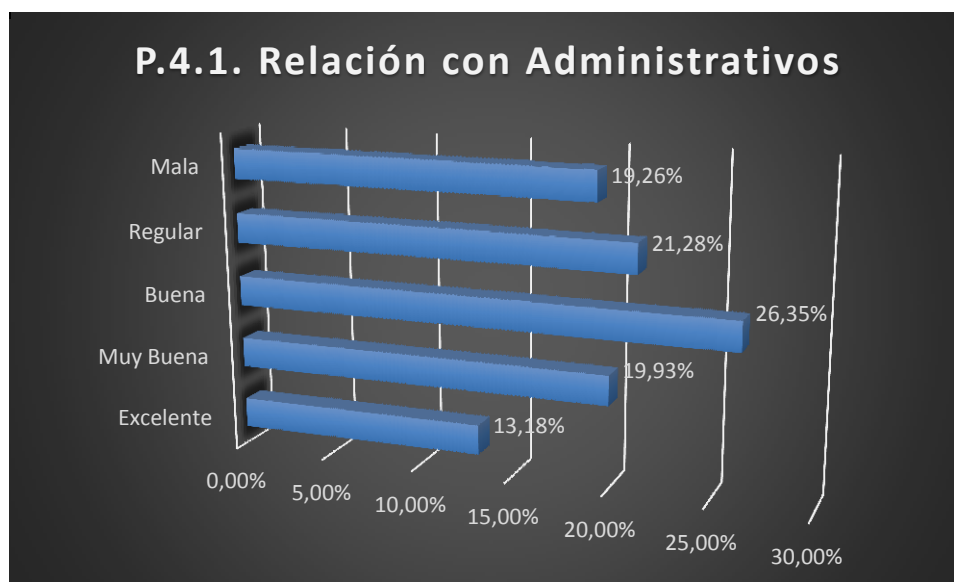


Se denota que de 52 casos que contestaron en las encuestas que “No se sienten bien, pero deben ir a trabajar” son 16 personas en el rango de edad de 55 años en adelante.

- **Gráfico 8: Pregunta 4.1.**

P.4. Califique cuál es la relación que usted tiene con los siguientes integrantes de la institución

P.4.1. Relación con Administrativos		
	Casos	Porcentaje
a)Excelente	39	13.18%
b)Muy Buena	59	19.93%
c)Buena	78	26.35%
d)Regular	63	21.28%
e)*Mala	57	19.26%
Total	296	100.00%

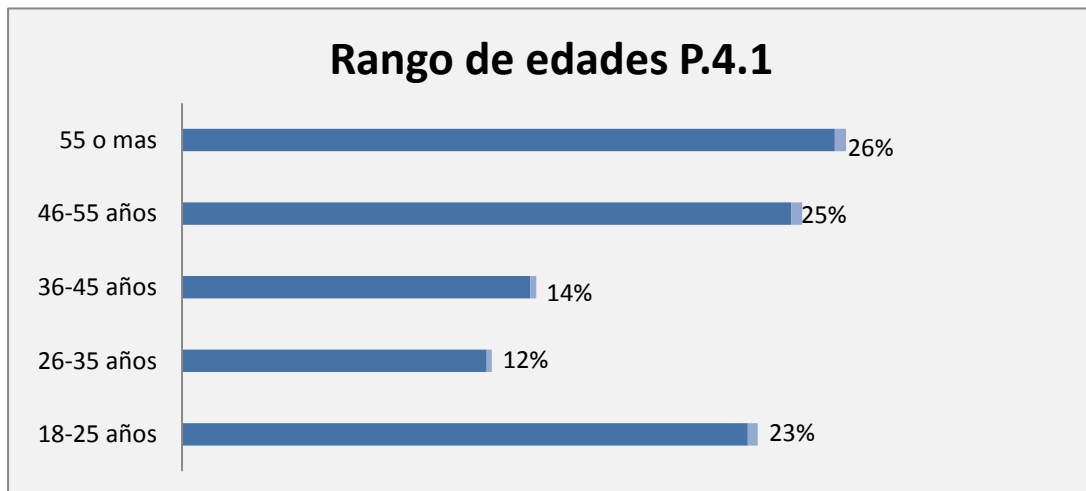


El 26.35% de los servidores encuestados sienten que la relación con los Administrativos es buena, sin embargo 19.26% asegura que sus relaciones con los administrativos es mala.

- **Gráfico 9: Rango de edad pregunta 4 literal E.**

A continuación se realiza un cuadro extra con el rango de edades del 19.26% que respondieron que poseen una mala relación con los administrativos.

Rango de edades. P4.1.E		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	13	23%
26-35 años	7	12%
36-45 años	8	14%
46-55 años	14	25%
55 o mas	15	26%
Total	57	100%



De los 57 casos que respondieron que la relación con los Administrativos es mala, el 26% corresponde a la edad de 55 años o más, mientras que el 25% que respondieron de igual manera están en el rango de edad entre 46 a 55 años.

- Gráfico 10: Pregunta 4.2.

P.4.2. Relación con compañeros de área		
	Casos	Porcentaje
a)Excelente	60	20.27%
b)Muy Buena	97	32.77%
c)Buena	38	12.84%
d)Regular	59	19.93%
e)*Mala	42	14.19%
Total	296	100.00%

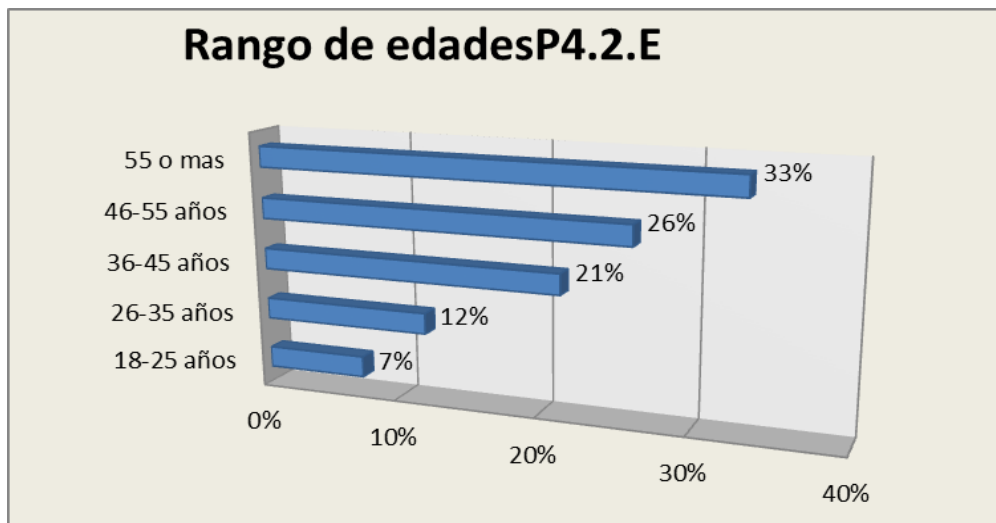


El 32.77% de los encuestados afirman que la relación con sus compañeros de área es muy buena; Sin embargo, el 14,19% respondieron que es mala lo cual es un foco importante para determinar el clima laboral de la Institución.

- **Gráfico 11: Rango de edad pregunta 4.2 literal E.**

A continuación se realiza un cuadro con el rango de edad del 14.19% que respondieron que tienen una mala relación con sus compañeros de área.

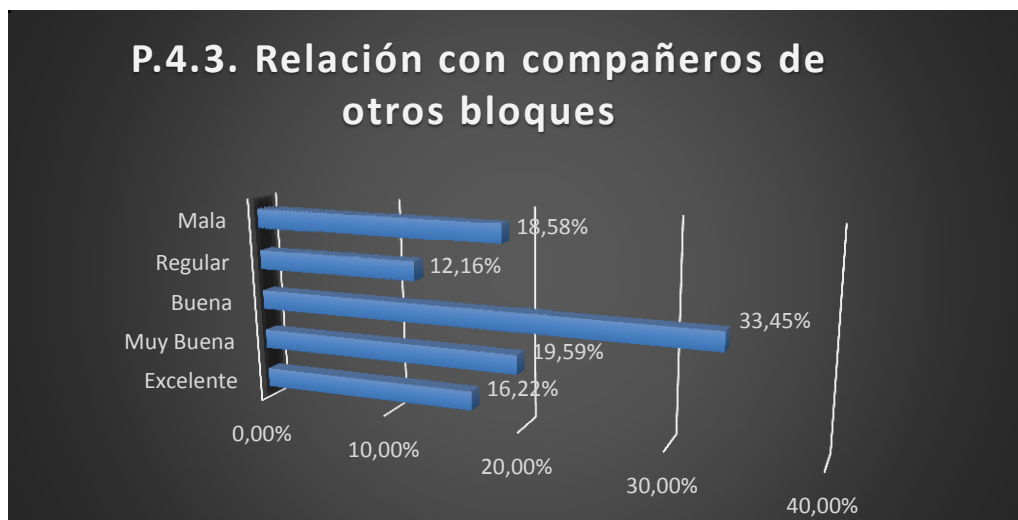
Rango de edades P4.2.E		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	3	7%
26-35 años	5	12%
36-45 años	9	21%
46-55 años	11	26%
55 o mas	14	33%
Total	42	100%



El 33% de los servidores encuestados consta en el rango de edad de entre 55 años o más y afirman que la relación con sus compañeros es mala.

- Gráfico 12: Pregunta 4.3.

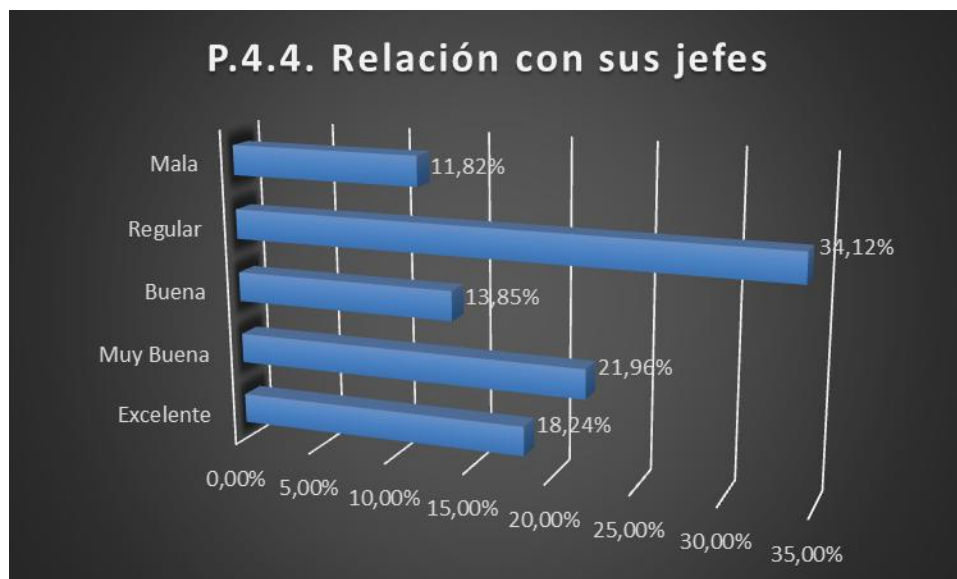
P.4.3. Relación con compañeros de otros bloques.		
	Casos	Porcentaje
a)Excelente	48	16.22%
b)Muy Buena	58	19.59%
c)Buena	99	33.45%
d)Regular	36	12.16%
e)Mala	55	18.58%
Total	296	100.00%



La relación con los compañeros de los otros bloques en el 33.45% se maneja de una muy buena forma en tanto que un casi 20% tiene malas relaciones con sus compañeros de otras áreas.

- Gráfico 13: Pregunta 4.4

P.4.4. Relación con sus jefes		
	Casos	Porcentaje
a)Excelente	54	18.24%
b)Muy Buena	65	21.96%
c)Buena	41	13.85%
*d)Regular	101	34.12%
e)Mala	35	11.82%
Total	296	100.00%

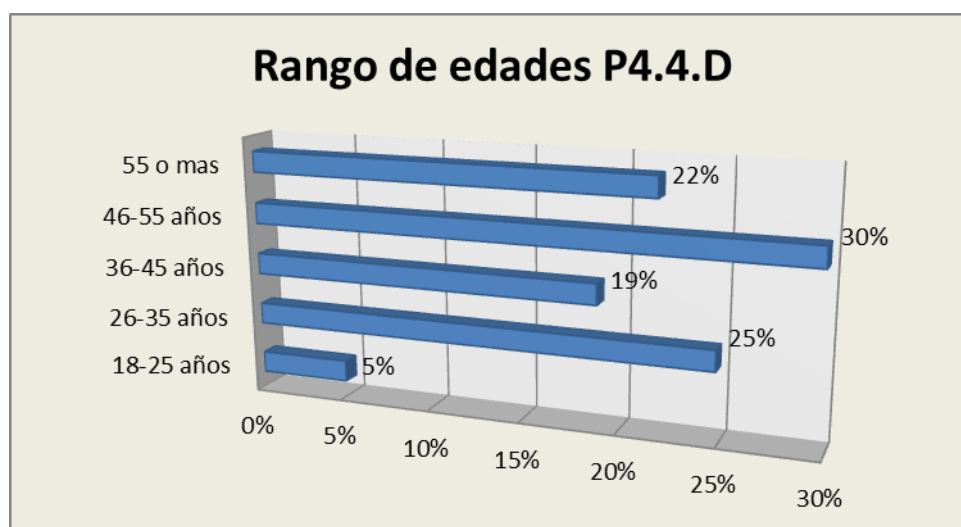


Se observa que el 34.12% de los encuestados dicen tener una relación regular con sus jefes, lo cual es un foco alarmante, mientras que el 11.82% afirman que su relación es mala.

- **Gráfico 14: Rango de edad pregunta 4.4 literal D.**

A continuación se realiza un cuadro con rangos de edad del 34.12% que afirman que poseen una relación regular con sus jefes.

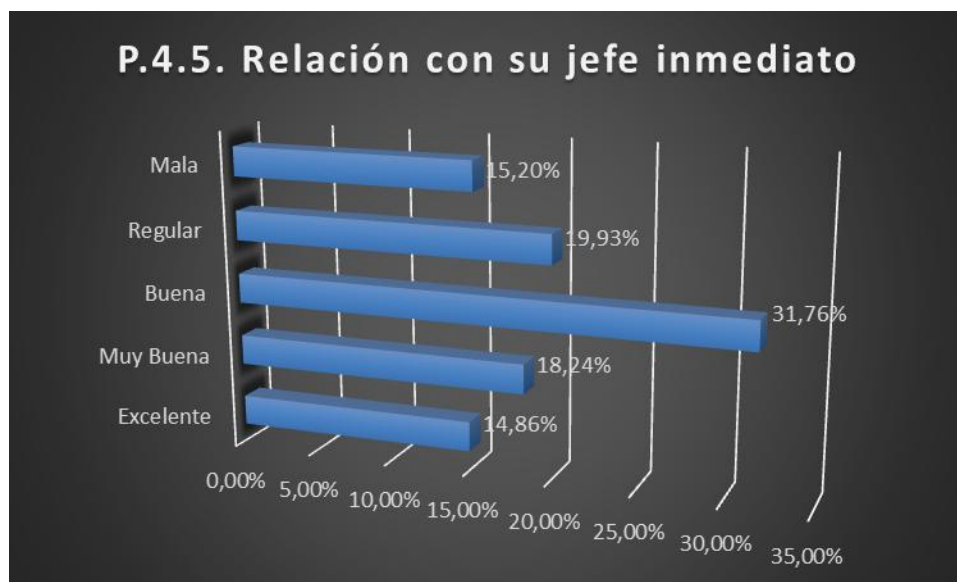
Rango de edades P.4.4.D		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	5	5%
26-35 años	25	25%
36-45 años	19	19%
46-55 años	30	30%
55 o mas	22	22%
Total	101	100%



El 30% de los servidores encuestados aseguran que la relación con su jefe es regular, éstos se encuentran en el rango de edad de éntrelos 46 a 55 años de edad.

- Gráfico 15: Pregunta 4.5

P.4.5. Relación con su jefe inmediato		
	Casos	Porcentaje
a)Excelente	44	14.86%
b)Muy Buena	54	18.24%
c)Buena	94	31.76%
d)Regular	59	19.93%
*e)Mala	45	15.20%
Total	296	100.00%

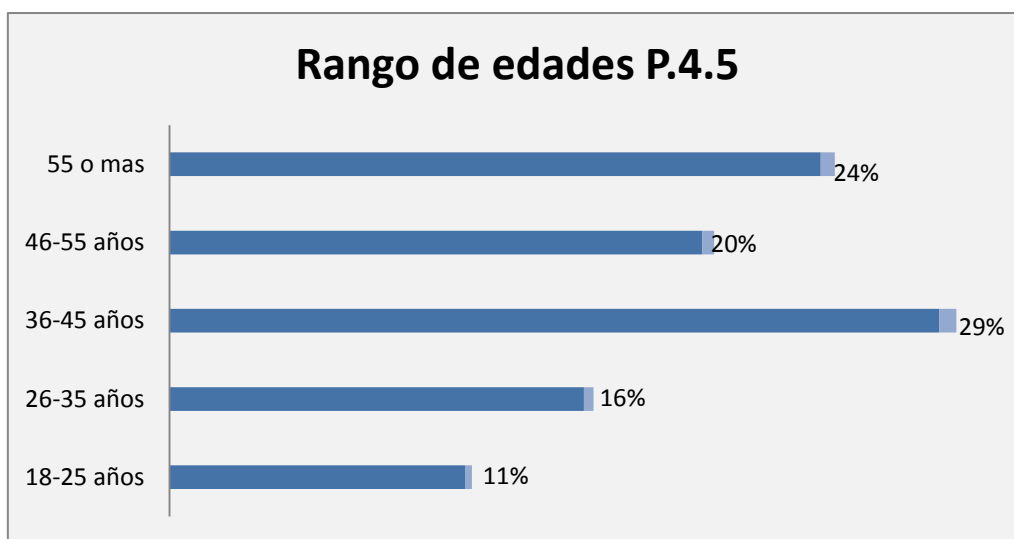


El 31.76% de los encuestados respondieron que la relación con su jefe inmediato es buena, mientras que un 14.86% asegura que es excelente. El 15.20% respondieron que la relación con su jefe inmediato es mala.

- **Gráfico 16: Rango de edad pregunta 4.5 literal E.**

A continuación se muestra un cuadro con el rango de edad de las personas que tuvieron respuesta negativa.

Rango de edad P4.5.E		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	5	11%
26-35 años	7	16%
36-45 años	13	29%
46-55 años	9	20%
55 o mas	11	24%
Total	45	100%

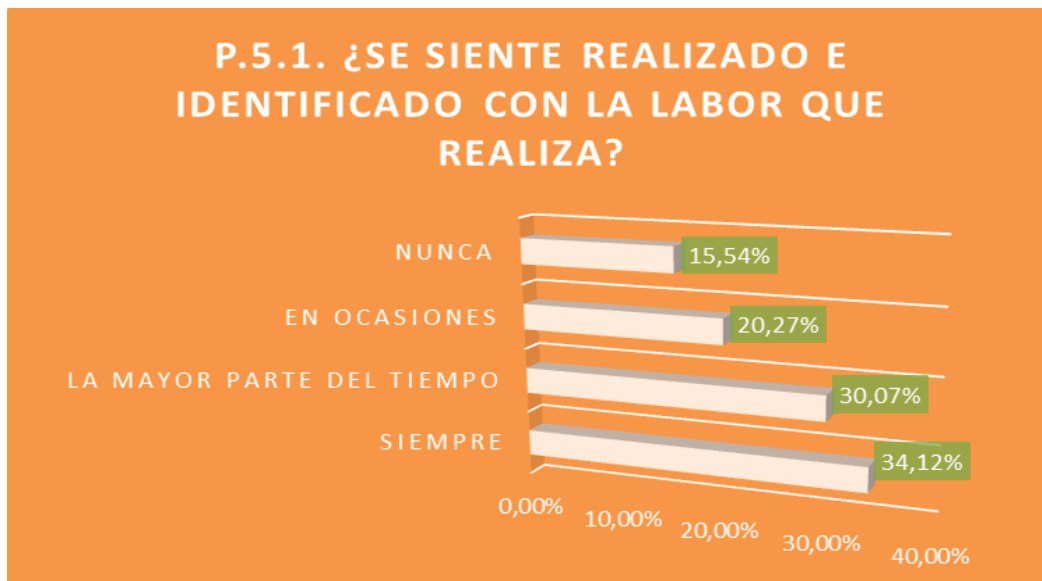


De las 45 personas encuestadas que aseguraron que la relación con su jefe inmediato es mala el 24% que fue la mayoría corresponde a la edad de 55 años en adelante.

- **Gráfico 17: Pregunta 5.1**

P.5. Responda las siguientes preguntas.

P.5.1. ¿Se siente realizado e identificado con la labor que realiza?		
	Casos	Porcentaje
a) Siempre	101	34.12%
b) La mayor parte del tiempo	89	30.07%
c) En ocasiones	60	20.27%
d)* Nunca	46	15.54%
Total	296	100.00%

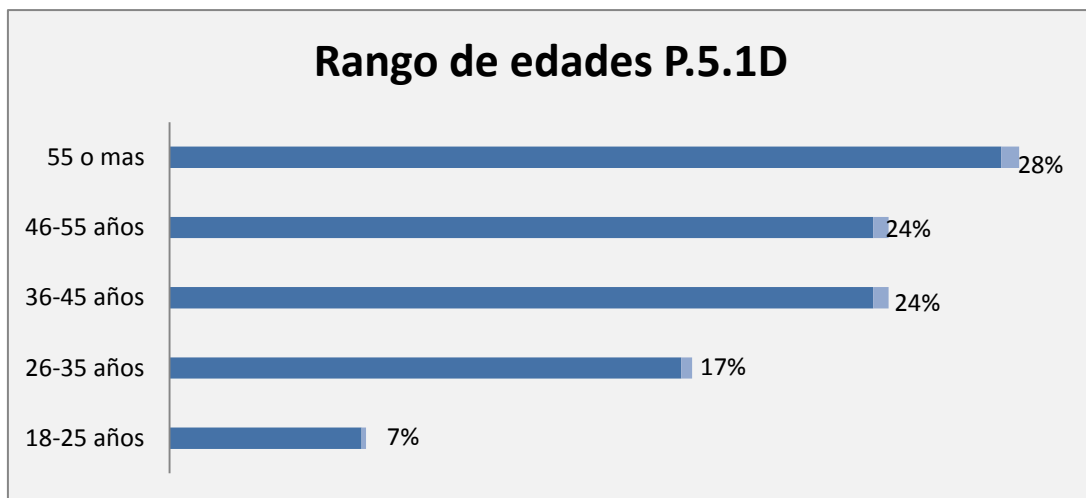


El 34.12% de los servidores encuestados respondieron que se sienten realizados e identificados con la labor que realiza, mientras que el 15.54% respondieron que nunca se sienten identificados. Hay un porcentaje, aunque menor, que denotan molestias, con las cuales hay que trabajar.

- **Gráfico 18: Rango de edad pregunta 5.1 literal D.**

A continuación se realiza un cuadro con el rango de edad del 15.54% para poder identificar a este grupo de personas que no se sienten identificados ni realizados con su labor.

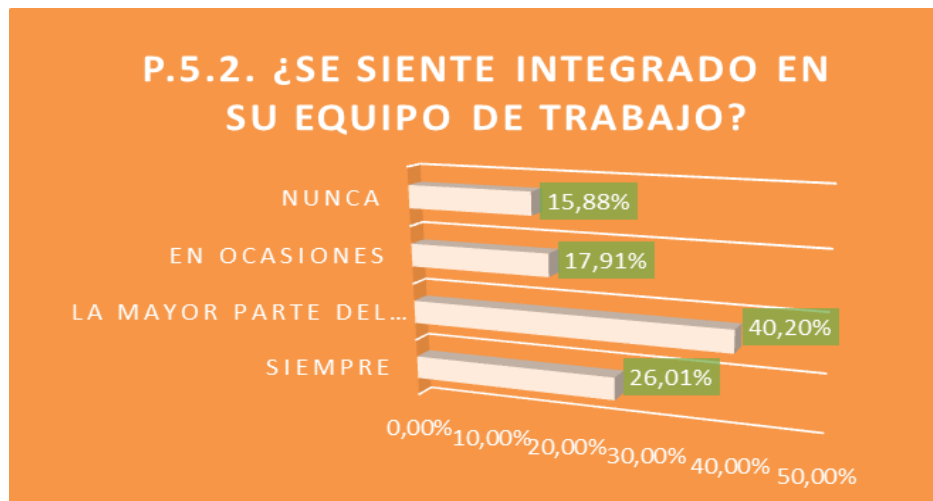
Rango de edades. P5.1.D		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	3	7%
26-35 años	8	17%
36-45 años	11	24%
46-55 años	11	24%
55 o mas	13	28%
Total	46	100%



De los 46 servidores públicos que respondieron que no se sienten identificados con la labor que realizan el 28% son personas mayores de 55 años.

- **Gráfico 19: Pregunta 5.2**

P.5.2. ¿Se siente integrado en su equipo de trabajo?		
	Casos	Porcentaje
a) Siempre	77	26.01%
b) La mayor parte del tiempo	119	40.20%
c) En ocasiones	53	17.91%
d)* Nunca	47	15.88%
Total	296	100.00%



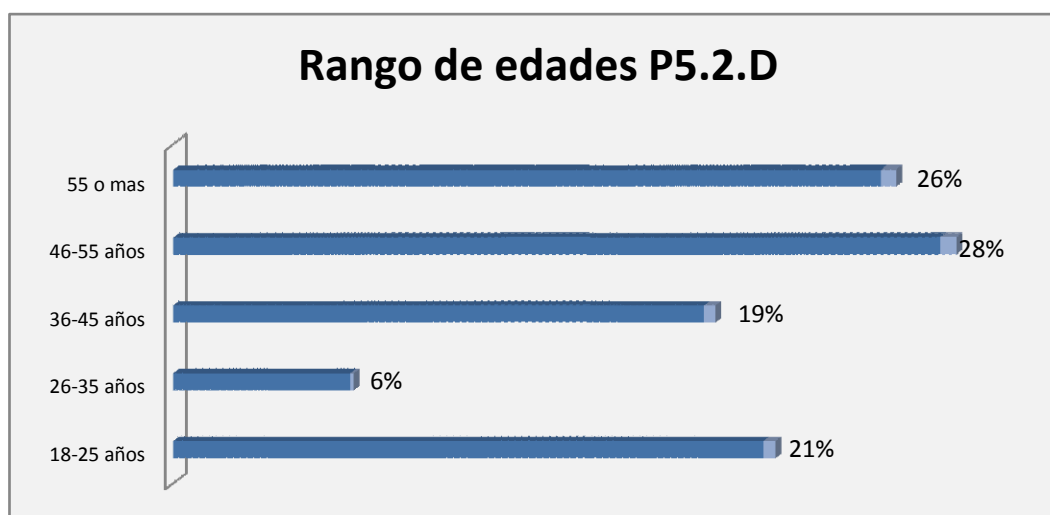
El 26.01% de los encuestados respondieron que se sienten siempre integrados a su equipo de trabajo, mientras que el 40.20% la mayor parte del tiempo.

Existe un 15.88% que nunca se siente integrado a su equipo de trabajo, se realiza un cuadro con el rango de edad de este porcentaje de servidores encuestados.

- **Gráfico 20: Rango de edad pregunta 5.2 literal D.**

A continuación se desglosa el resultado de la pregunta en rangos de edad de los encuestados.

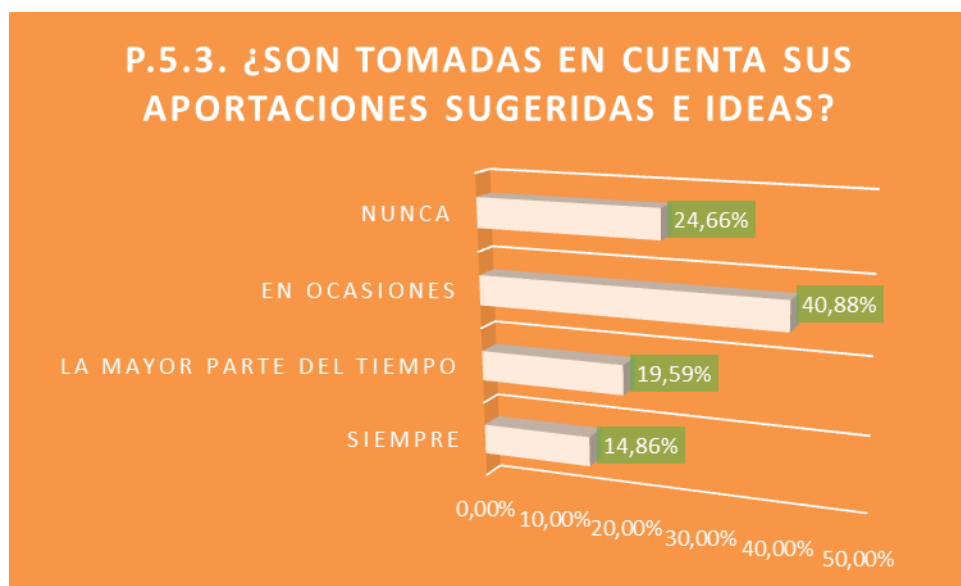
Rango de edades. P5.2.D		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	10	21%
26-35 años	3	6%
36-45 años	9	19%
46-55 años	13	28%
55 o mas	12	26%
Total	47	100%



Del 15.88% que respondió que nunca se siente integrado a su equipo, según el rango de edad de entre 46 a 55 años no se sienten integrados al equipo de trabajo, seguido por el 26% que es de servidores públicos en edades de entre 55 años o más.

- **Gráfico 21: Pregunta 5.3**

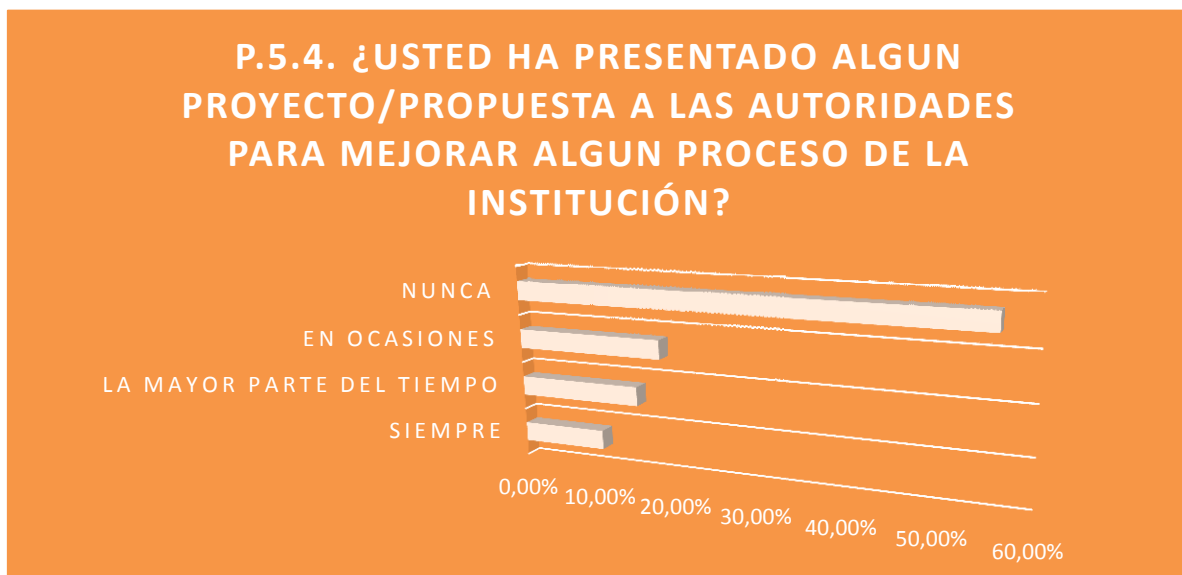
P.5.3. ¿Son tomadas en cuenta sus aportaciones sugeridas e ideas?		
	Casos	Porcentaje
Siempre	44	14.86%
La mayor parte del tiempo	58	19.59%
En ocasiones	121	40.88%
Nunca	73	24.66%
Total	296	100.00%



Las aportaciones sugeridas mayoritariamente son sentidas como desapercibidas, el 24.66% de los encuestados respondieron que nunca han sido tomadas en cuenta sus ideas, mientras que el 40.88% respondieron que en ocasiones lo son.

- **Gráfico 22: Pregunta 5.4**

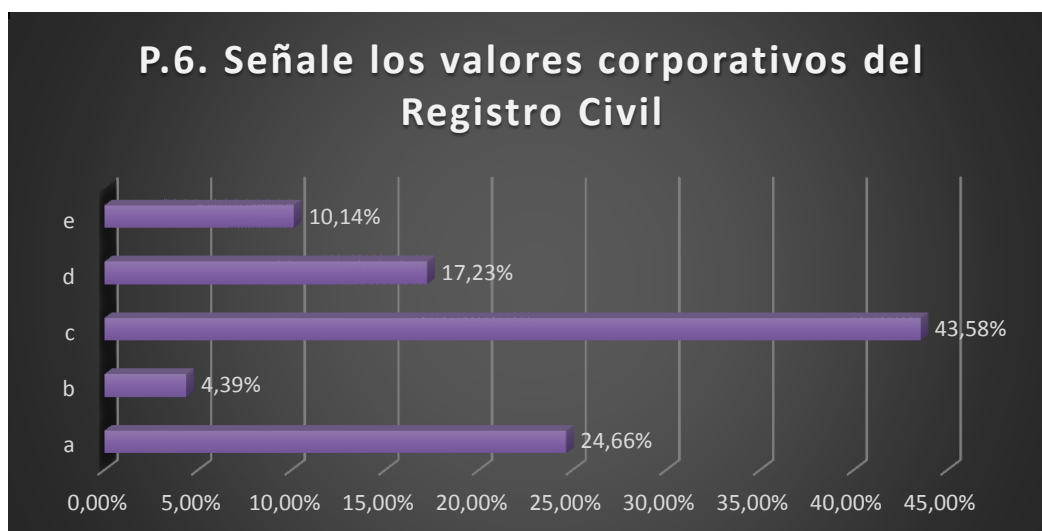
P.5.4. ¿Usted ha presentado algún proyecto/propuesta a las autoridades para mejorar algún proceso de la institución?		
	Casos	Porcentaje
Siempre	31	10.47%
La mayor parte del tiempo	45	15.20%
En ocasiones	54	18.24%
Nunca	166	56.08%
Total	296	100.00%



El 56.08% del total de los servidores encuestados corresponden a 166 casos en los cuales aseguraron que nunca han presentado ningún proyecto para la Institución.

- **Gráfico 23: Pregunta 6**

P.6. Señale los valores corporativos del Registro Civil		
	Casos	Porcentaje
a)Ética, Transparencia, Responsabilidad, Respeto, Eficiencia, Trabajo en Equipo	73	24.66%
b)Solidaridad, Calidad y Cumplimiento	13	4.39%
c)Calidad, Calidez, Honestidad y Transparencia, Apertura al Cambio, Compromiso, respeto	129	43.58%
d)Ninguna de las anteriores	51	17.23%
e) Otros	30	10.14%
Total	296	100.00%

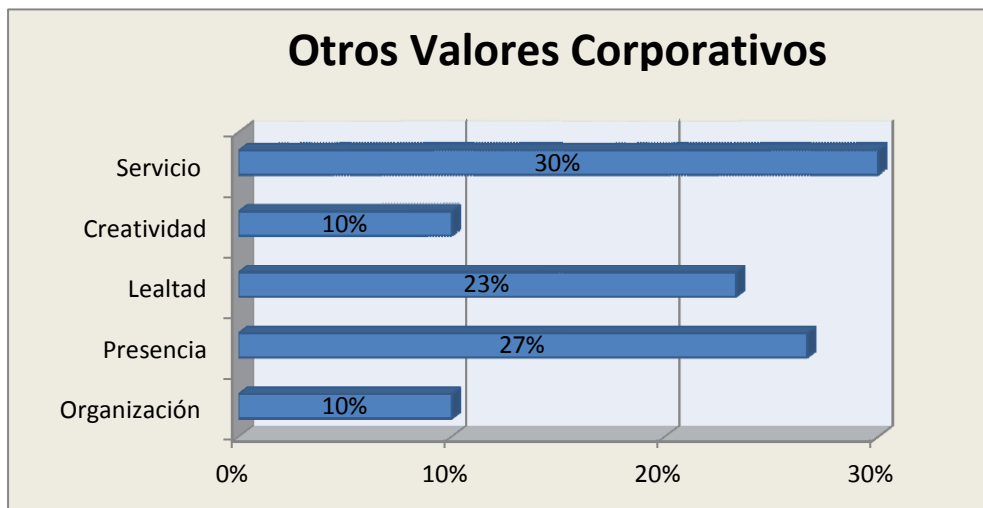


La respuesta correcta es la C, la cual el 43.58% de servidores encuestados respondieron, mientras que el 10.14% respondieron otros.

- **Gráfico 24: Pregunta 6 literal E.**

En el siguiente cuadro se observa las otras opciones de valores corporativos que respondieron los encuestados.

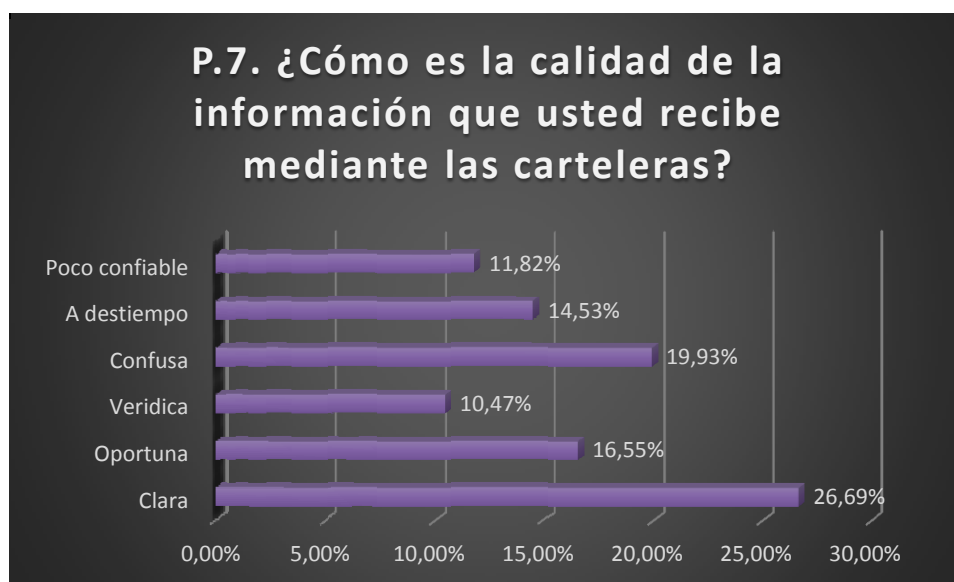
Otros Valores Corporativos		
	Casos	Porcentaje
Organización	3	10%
Presencia	8	27%
Lealtad	7	23%
Creatividad	3	10%
Servicio	9	30%
Total	30	100%



El 30% de los encuestados respondieron que otro valor corporativo es el servicio que brinda la Institución.

- **Gráfico 25: Pregunta 7.**

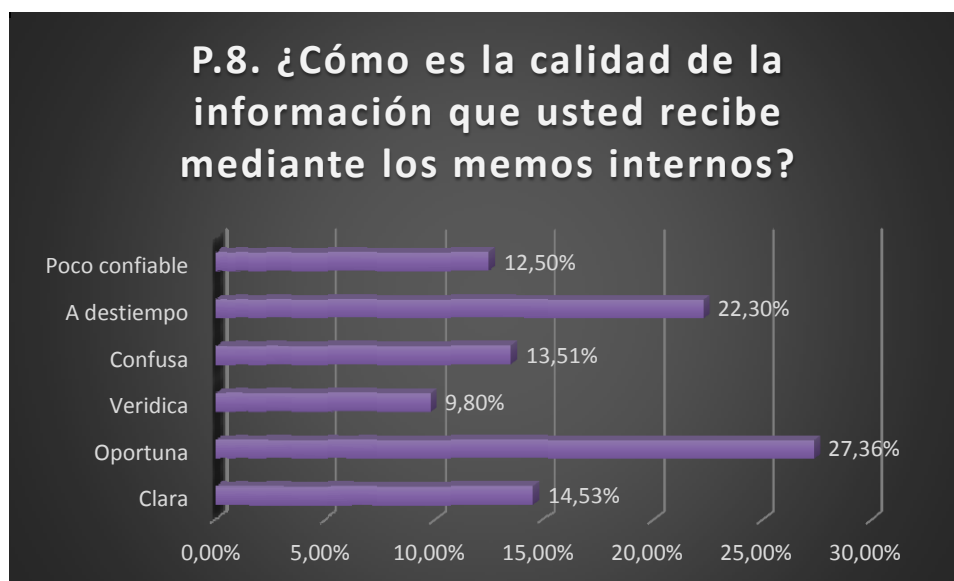
P.7. ¿Cómo es la calidad de la información que usted recibe mediante las carteleras?		
	Casos	Porcentaje
Clara	79	26.69%
Oportuna	49	16.55%
Verídica	31	10.47%
Confusa	59	19.93%
A destiempo	43	14.53%
Poco confiable	35	11.82%
Total	296	100.00%



La calidad de información que se recibe por medios de las carteleras se la considera clara para unas personas como es el 27% de los encuestados. Mientras que el 11.82% la considera poco confiable.

- **Gráfico 26: Pregunta 8.**

P.8. ¿Cómo es la calidad de la información que usted recibe mediante los memos internos?		
	Casos	Porcentaje
Clara	43	14.53%
Oportuna	81	27.36%
Verídica	29	9.80%
Confusa	40	13.51%
A destiempo	66	22.30%
Poco confiable	37	12.50%
Total	296	100.00%

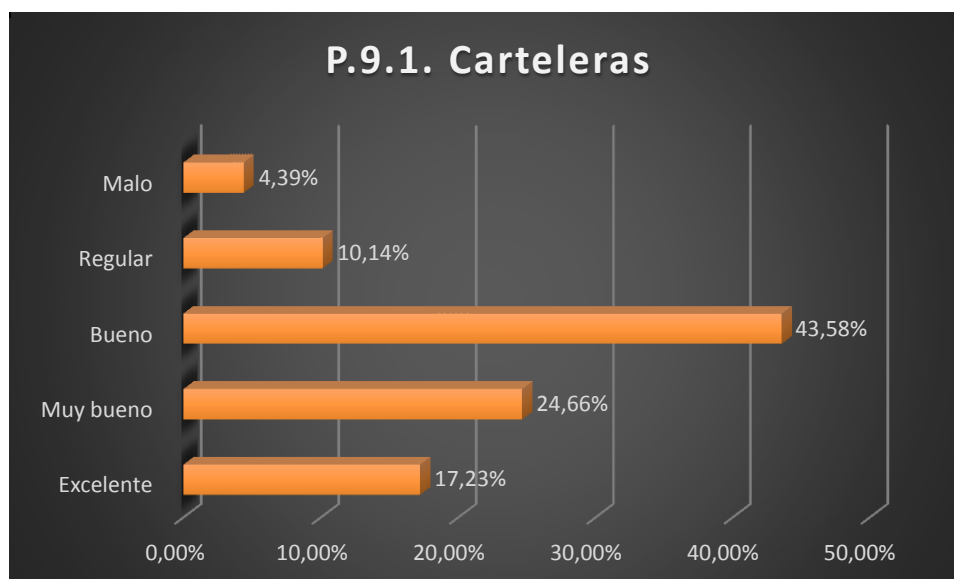


La información recibida mediante memos internos tiene un opinión del 27.36% que afirman que la calidad de información es oportuna, mientras que el 12.50% contestaron que la información en esta herramienta de comunicación es poco confiable.

- **Gráfico 27: Pregunta 9.1**

P.9. Seleccione como califica usted a las siguientes herramientas de comunicación que se utiliza.

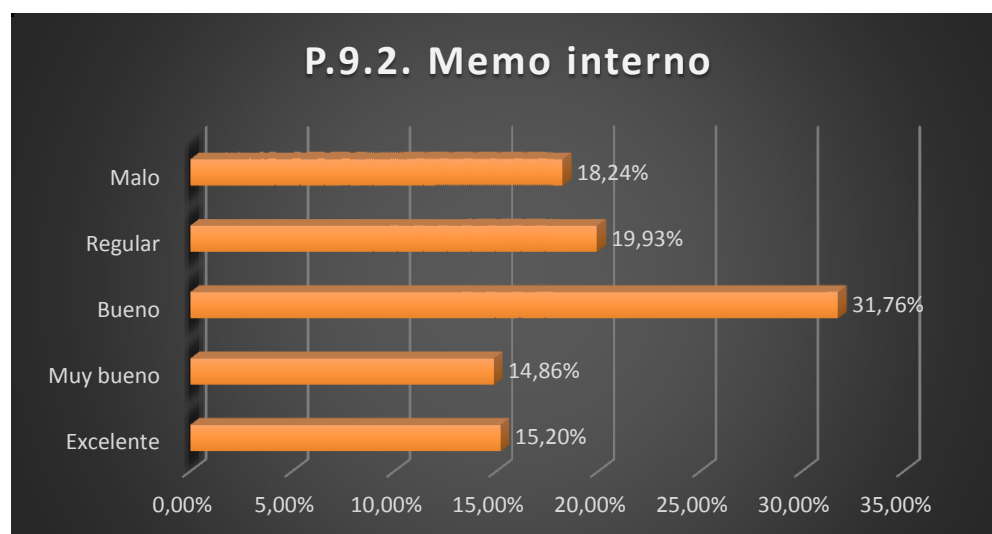
P.9.1. Carteleras		
	Casos	Porcentaje
Excelente	51	17.23%
Muy bueno	73	24.66%
Bueno	129	43.58%
Regular	30	10.14%
Malo	13	4.39%
Total	296	100.00%



La cartelera mayoritariamente es calificada como buena por el 43.58% de los servidores encuestados, mientras que existe un porcentaje del 4.39% de los encuestados que respondieron que es mala.

- **Gráfico 28: Pregunta 9.2**

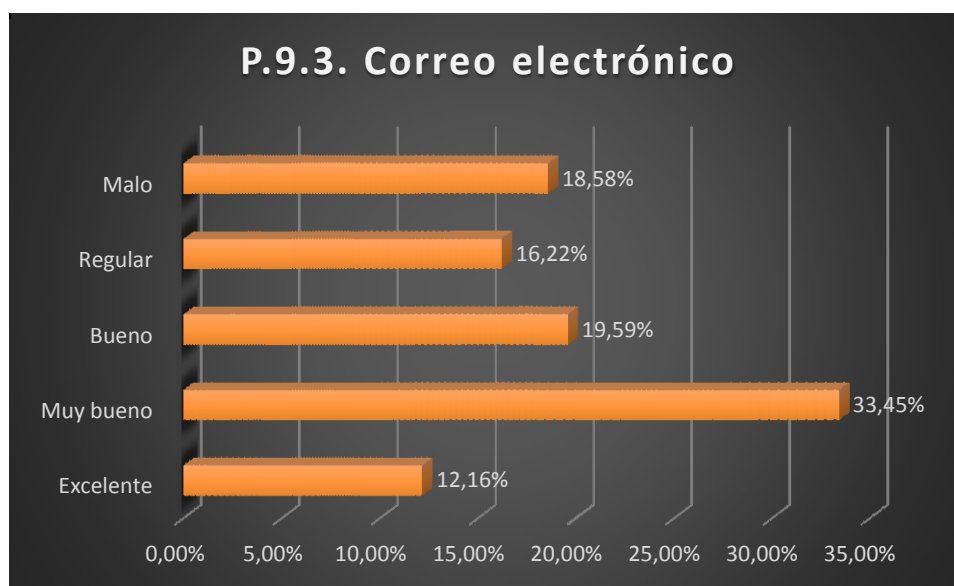
P.9.2. Memo interno		
	Casos	Porcentaje
Excelente	45	15.20%
Muy bueno	44	14.86%
Bueno	94	31.76%
Regular	59	19.93%
Malo	54	18.24%
Total	296	100.00%



El 31.76% de los servidores encuestados que corresponde a 94 personas respondieron que califican a los memos internos que se manejan dentro de la Institución como buenos, mientras que el 19.93% aseguraron que es regular.

- **Gráfico 29: Pregunta 9.3**

P.9.3. Correo electrónico		
	Casos	Porcentaje
a)Excelente	36	12.16%
b)Muy bueno	99	33.45%
c)Bueno	58	19.59%
d)Regular	48	16.22%
e)*Malo	55	18.58%
Total	296	100.00%

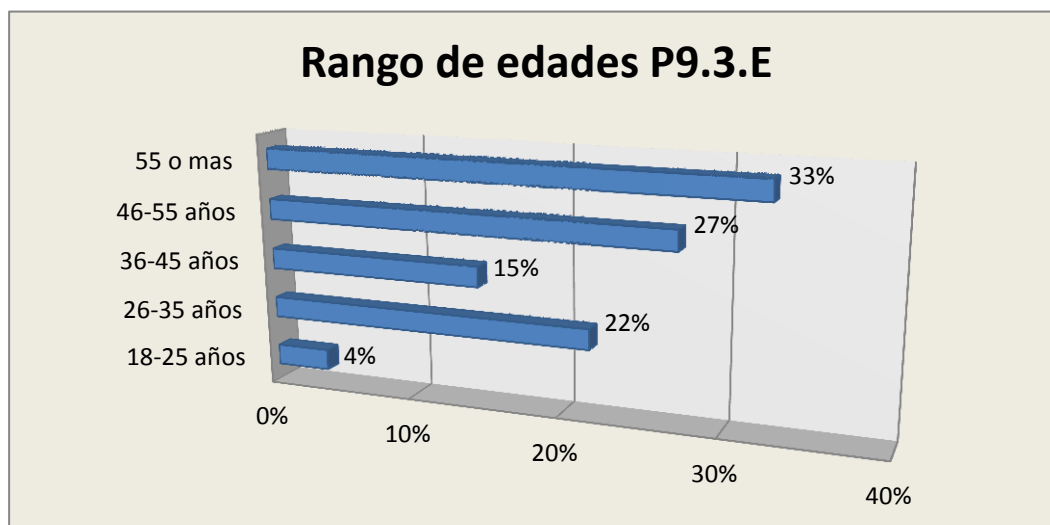


Se denota que el 33.45% de los encuestados calificaron a los correos electrónicos que envía la Institución al público interno es muy bueno, mientras que el 18.58% aseguro que es malo.

- **Gráfico 30: Rango de edad pregunta 9.3 literal E.**

En el siguiente cuadro se observa el rango de edades del 18.58% que calificó a los correos electrónicos que envía la institución como mala.

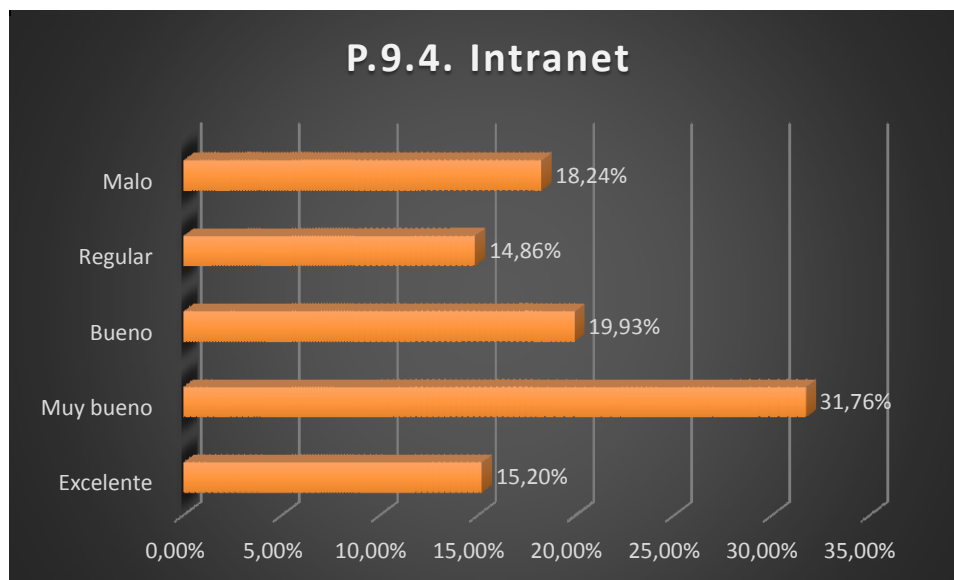
Rango de edades. P9.3.E		
	Casos	Porcentaje
18-25 años	2	4%
26-35 años	12	22%
36-45 años	8	15%
46-55 años	15	27%
55 o mas	18	33%
Total	55	100%



Se denota que el 33% de los servidores encuestados que calificaron al correo electrónico como malo están dentro del rango de edad de entre 55 años o más.

- Gráfico 31: Pregunta 9.4.

P.9.4. Intranet		
	Casos	Porcentaje
Excelente	45	15.20%
Muy bueno	94	31.76%
Bueno	59	19.93%
Regular	44	14.86%
Malo	54	18.24%
Total	296	100.00%

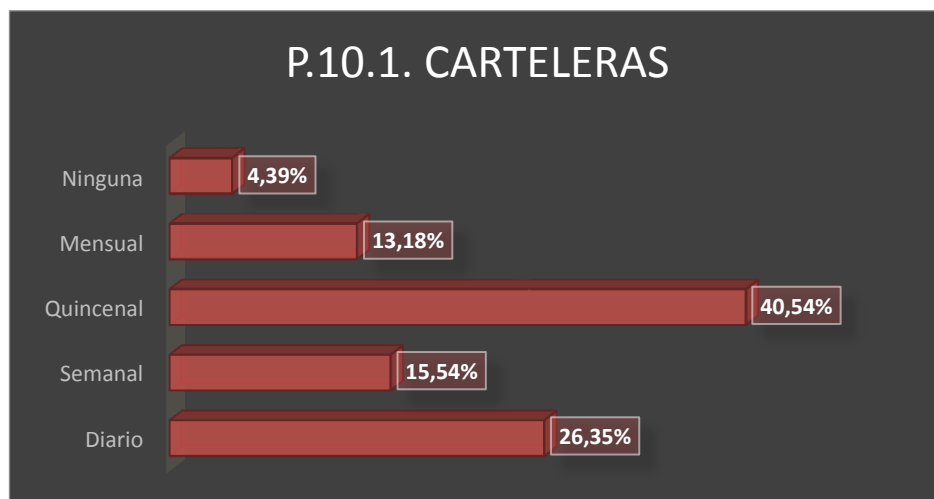


El intranet es una herramienta de comunicación calificada como muy bueno por el 31.76% de los encuestados.

- Gráfico 32: Pregunta 10.1

P.10. Seleccione la frecuencia con la que la información es actualizada de:

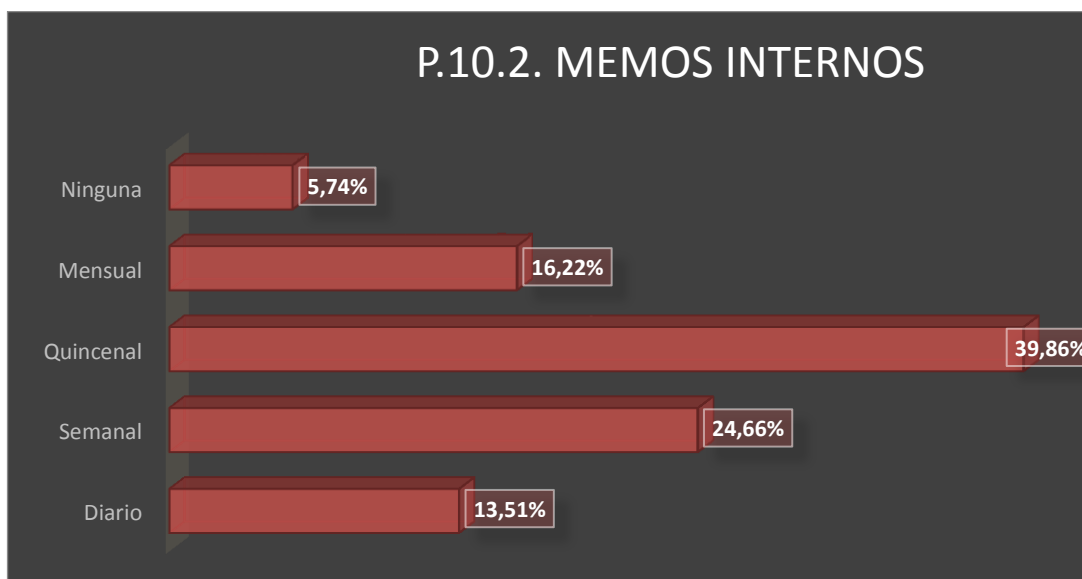
P.10.1. Carteleras		
	Casos	Porcentaje
Diario	78	26.35%
Semanal	46	15.54%
Quincenal	120	40.54%
Mensual	39	13.18%
Ninguna	13	4.39%
Total	296	100.00%



La percepción de los servidores encuestados es que la cartelera es actualizada cada 15 días con el 40.54%, mientras que el 26,35% respondió que lo hacen a diario.

- **Gráfico 33: Pregunta 10.2.**

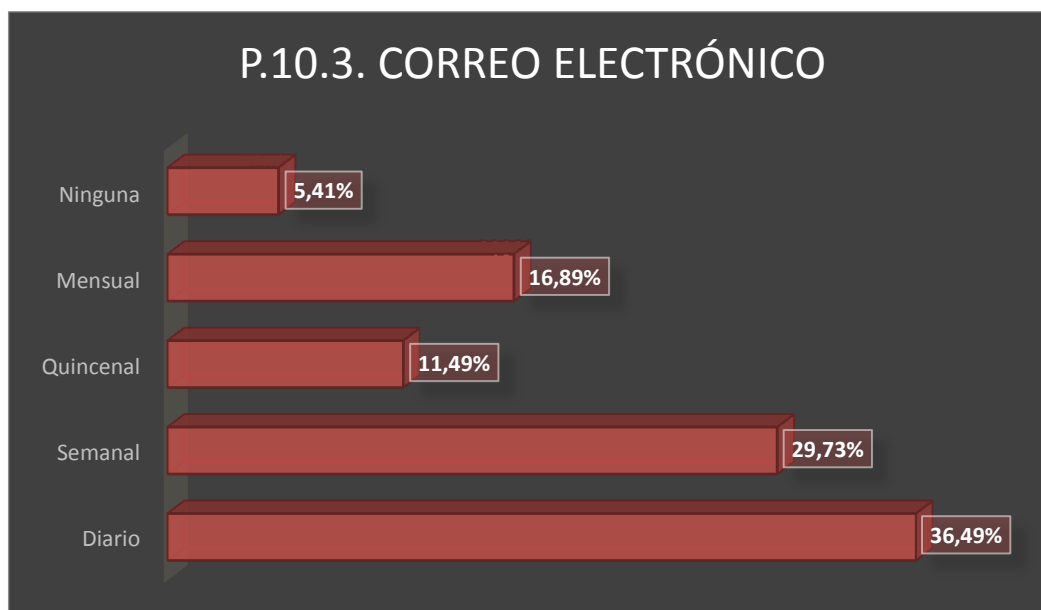
P.10.2. Memos internos		
	Casos	Porcentaje
Diario	40	13.51%
Semanal	73	24.66%
Quincenal	118	39.86%
Mensual	48	16.22%
Ninguna	17	5.74%
Total	296	100.00%



El 40% de los entrevistados considera que los boletines son actualizados quincenalmente, mientras que el 24.66% asegura que lo hacen semanalmente.

- **Gráfico 34: Pregunta 10.3.**

P.10.3. Correo electrónico		
	Casos	Porcentaje
Diario	108	36.49%
Semanal	88	29.73%
Quincenal	34	11.49%
Mensual	50	16.89%
Ninguna	16	5.41%
Total	296	100.00%



Se denota que el 36.49% de los servidores encuestados afirman que la información en el correo electrónico de la Institución es actualizado a diario, mientras que el 29.73% respondieron que lo hacen cada semana.

3.12. Transcripción de Entrevistas:

Entrevista N. 1

Sr. /Sra.

Buenos días/ tardes se está realizando una investigación acerca del nivel de conocimiento y pertenencia Institucional que poseen las autoridades de la Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación sede Turubamba , a continuación se realizará una serie de preguntas para poder conocer su opinión acerca de la misma.

Nombre: Lic.Juan Manuel Calderón

Cargo:Jefe de Agencia de Turubamba.

Tiempo de Trabajo.

3-6 meses _____

1-2 años _____

Más de 4 años ___x_

1¿Qué importancia tiene para usted el manejo de la comunicación en la Institución?

Es muy importante, para fomentar un buen ambiente laboral, ya que de esto depende el buen desempeño de los trabajadores.

2. ¿Qué valor cree usted que marca la diferencia entre el Registro Civil y otras Instituciones Públicas?

La calidez.

3. ¿Cómo definiría la relación interna entre los distintos bloques que conforman el Registro Civil de Turubamba?

Hay una evidente falta de comunicación e interacción por parte de los servidores, dando a notar un desinterés por crear una buena relación entre ellos.

4. ¿Qué faltaría para mejorarla?

Además de un incentivo por parte de las jefaturas, buscando mejorar las relaciones laborales sería muy adecuado un método técnico que tenga como fin mejorar el ambiente laboral del Registro Civil.

5. ¿Y usted que haría por cambiar esa realidad?

Proponer métodos laborales y actividades lúdicas que mejoren la relación entre servidores, sin dejar de lado el mantener y optimizar el buen trato de mi persona hacia ellos.

6. ¿Cómo es su relación con las personas que trabajan con usted?

Muy buena basada en el respeto y en la confianza.

7. ¿Cree usted que las herramientas de comunicación actualmente en el Registro Civil de Turubamba (cartelera, intranet, memos) son eficientes y Por qué?

La información es actualizada mensualmente o a su vez cada vez que recibimos noticias relevantes desde la Matriz, las herramientas de comunicación que utilizamos son las óptimas.

8. ¿En su opinión que aspectos se deberían mejorar dentro del Registro Civil?

Dentro de la Institución se han realizado grandes cambios y mejoras notables, esto es un proceso por el cual estamos atravesando, y es deber de todos velar por cumplir con las mejoras establecidas.

¡Muchas Gracias por su colaboración!

Entrevista N. 2

Sr. /Sra.

Buenos días/ tardes se está realizando una investigación acerca del nivel de conocimiento y pertenencia Institucional que poseen las autoridades de la Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación sede Turubamba , a continuación se realizará una serie de preguntas para poder conocer su opinión acerca de la misma.

Nombre: Lic. Martin Carrera

Cargo: Coordinador General Provincial

Tiempo de Trabajo.

3-6 meses _____

1-2 años _____

Más de 4 años ___x___

1¿Qué importancia tiene para usted el manejo de la comunicación en la Institución?

El manejo de la comunicación es de suma importancia para conocer la situación de los empleados, conocer que piensan que sienten y cuál es la perspectiva que ellos tienen de la Institución.

2. ¿Qué valor cree usted que marca la diferencia entre el Registro Civil y otras Instituciones Públicas?

Personalmente pienso que el compromiso es lo más importante en el personal del Registro Civil, es la mejor herramienta para promover la mejora continua y el cambio en la Institución.

3. ¿Cómo definiría la relación interna entre los distintos bloques que conforman el Registro Civil de Turubamba?

Teniendo en cuenta el número de servidores con los que contamos de momento, la relación entre bloques se ha visto afectada por la carencia de formas mediante las cuales nos podamos comunicar unos con los otros.

4. ¿Qué faltaría para mejorarla?

Personalmente es un tema que parte desde cada uno de nosotros y lo comprometidos que estemos con la Institución, de ahí nacerá las ganas de comunicarnos unos con los otros.

5. ¿Y usted que haría por cambiar esa realidad?

Empezar desde mi comunicación hacia las personas con las cuales trato diariamente, y mejorar la relación con el resto de bloques que conforman el Registro Civil de Turubamba.

6. ¿Cómo es su relación con las personas que trabajan con usted?

Yo tengo un trato más personal con los servidores que trabajan aquí en el Archivo Nacional, la relación que tengo con ellos es muy buena, basada en la honestidad y apertura al cambio.

7. ¿Cree usted que las herramientas de comunicación actualmente en el Registro Civil de Turubamba (cartelera, intranet, memos) son eficientes y Por qué?

Efectivamente, son herramientas las cuales ya manejamos hace algunos años en el registro civil a nivel nacional.

8. ¿En su opinión que aspectos se deberían mejorar dentro del Registro Civil?

La Institución por ser una entidad sólida y realmente grande, existen algunos detalles en los cuales se podría mejorar, la comunicación entra cada una de las sedes a nivel nacional, la continua renovación de imagen que la estamos manejando y la pertenencia que los servidores deberían sentir hacia el Registro Civil.

¡Muchas Gracias por su colaboración!

Entrevista N. 3

Sr. /Sra.

Buenos días/ tardes se está realizando una investigación acerca del nivel de conocimiento y pertenencia Institucional que poseen las autoridades de la Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación sede Turubamba , a continuación se realizará una serie de preguntas para poder conocer su opinión acerca de la misma.

Nombre: Gisela Montalvo

Cargo: Directora de Comunicaciones

Tiempo de Trabajo.

3-6 meses _____

1-2 años x _____

2-4 años _____

1. ¿Qué importancia tiene para usted el manejo de la comunicación en la Institución?

En toda Institución ya sea pública o privada la comunicación es una herramienta clave para poder diagnosticar la situación actual por la que está atravesando la empresa, poder informar al público interno sobre lo que se está realizando dentro de la misma, para así poder crear un vínculo entre la Institución y su personal operativo.

2. ¿Qué valor cree usted que marca la diferencia entre el Registro Civil y otras Instituciones Públicas?

Esta Institución se destaca por tener muchos valores no solamente los que constan como valores corporativos sino los valores que vemos a diario en nuestro público interno, la honestidad y transparencia y el trabajo en equipo son los primordiales.

3. ¿Cómo definiría la relación interna entre los distintos bloques que conforman el Registro Civil de Turubamba?

Cabe mencionar que a la sede de Turubamba se ha realizado una serie de modificaciones tanto de personal como físico, la información que nos emite a nosotros el departamento de Recursos Humanos de esta sede da a notar que existe una buena relación entre los bloques que lo conforman.

4. ¿Qué faltaría para mejorarla?

Nosotros como el Departamento de Comunicación del Registro Civil, tenemos como mayor prioridad mejorar y optimizar día a día la comunicación dentro como fuera de la Institución, eso se puede reflejar en la página web, donde se detalla cada acción que realizamos como capacitaciones, eventos, boletines informativos, entre otros.

5. ¿Cómo es su relación con las personas que trabajan con usted?

Muy buena, dentro del Departamento nos tratamos con respeto, trabajamos con responsabilidad y en un ambiente de compañerismo.

6. ¿Cree usted que las herramientas de comunicación actualmente en el Registro Civil de Turubamba (cartelera, intranet, boletines) son eficientes y Por qué?

Las herramientas que se manejan en Turubamba lo hacemos dentro de todas las Agencias del Registro Civil a nivel Nacional, desde que se inició el plan de modernización se ha comprobado que el flujo de información que se maneja ahora es eficiente.

7. ¿En su opinión que aspectos se deberían mejorar dentro del Registro Civil?

El Registro Civil se encuentra atravesando momentos de cambio, tanto administrativos como operativos, se podría mejorar empezando desde ahí, desde la información que viene de la Gerencia para así poder el famoso “rumor laboral” y evitar que la información llegue distorsionada a todas la Institución.

¡Muchas Gracias por su colaboración!

Entrevista N. 4

Sr. /Sra.

Buenos días/ tardes se está realizando una investigación acerca del nivel de conocimiento y pertenencia Institucional que poseen las autoridades de la Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación sede Turubamba , a continuación se realizará una serie de preguntas para poder conocer su opinión acerca de la misma.

Nombre: Luis Fernando Fiallos

Cargo: Director De Talento Humano

Tiempo de Trabajo.

3-6 meses _____

1-2 años ___x_____

2-4 años _____

1. ¿Qué importancia tiene para usted el manejo de la comunicación en la Institución?

La comunicación va a mejorar la relación entre los trabajadores, a mediano plazo va a fortalecer a la organización de cada departamento y a largo plazo va a existir una mayor productividad

2. ¿Qué valor cree usted que marca la diferencia entre el Registro Civil y otras Instituciones Públicas?

En mi opinión en esta noble Institución se destaca el compañerismo y transparencia que existe.

3. ¿Cómo definiría la relación interna entre los distintos bloques que conforman el Registro Civil de Turubamba?

Por la información que a mi persona llega desde los distintos bloques de la sede del Registro Civil de Turubamba, nunca se ha reportado algún inconveniente con respecto a la relación entre ellos, por lo contrario lo que se trata de resaltar es el compañerismo.

4. ¿Qué faltaría para mejorarla?

La palabra correcta sería optimizarla, opino que en conjunto con el Departamento de Comunicación se podría reforzar las estrategias para crear un mejor ambiente entre los trabajadores.

5. ¿Cómo es la relación con las personas que trabajan con usted en su Departamento?

Yo la calificaría como muy buena, pues existe un ambiente idóneo donde se puede trabajar a gusto resaltando siempre el compañerismo entre todos.

6. ¿Cree usted que las herramientas de comunicación actualmente en el Registro Civil de Turubamba (cartelera, intranet, boletines) son eficientes y Por qué?

La realidad es que con respecto a esa área de la sede de Turubamba no tengo el suficiente conocimiento como lo desearía, pero a mi criterio si son eficientes porque transmiten información relevante y necesaria.

Comunicación Organizacional

7. ¿Cómo autoevaluaría su desempeño dentro de la Organización?

Mi labor dentro de la Organización a mi parecer ha sido productiva, ya que siempre trato de entregar mi cien por ciento tanto en esta Institución como en cualquier lugar que me encuentre.

¡Muchas Gracias por su colaboración!

3.13. Análisis de los principales resultados:

- **Cuantitativos (Encuestas)**

Los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a los servidores públicos del Registro Civil de Turubamba muestran una notoria desigualdad de opinión, razón por la cual se ha realizado cuadros extras sobre el rango de edad de los encuestados que han contestado con respuestas negativas sobre la Institución y el clima laboral en las encuestas realizadas.

Existen diferentes áreas sobre las cuales se necesita trabajar en esta Institución, para poder crear una serie de canales de comunicación efectivos, ya que los existentes son ignorados o no son tomados con la importancia necesaria por parte de los servidores y de las personas encargadas de actualizar las herramientas de comunicación.

El Registro Civil ha atravesado una serie de cambios en los últimos años, entre ellos ha dejado a un lado la monopolización de puestos, ya que existe un número bajo de nombramientos, de esta manera se ha creado inestabilidad laboral en el personal antiguo, generando al mismo tiempo la posibilidad de brindar trabajo a personas nuevas, ya que 83 casos trabajan menos de un año en el Registro Civil.

Partiendo desde el porcentaje de servidores públicos que conocen la misión del Registro Civil el 49.91% contestó las encuestas realizadas correctamente mientras que el resto del porcentaje se confundió o simplemente no sabía, denotando que el público interno de la Institución desconoce la identidad y cultura de la misma.

Las relaciones interpersonales tanto con el personal Administrativo afirman que el 26.35% aseguran que es buena mientras que el 19.26% (57 servidores) aseguran que es mala.

De igual manera la relación entre compañeros de área42 casos de los 296 servidores públicos aseguran que es mala, por medio del cuadro rango que se realizó arrojó que la edad de estas personas es a partir de los 45 años en adelante. Podemos recalcar que el clima laboral actual del Registro Civil sede Turubamba de acuerdo a los resultados obtenidos no es óptimo.

Gracias a la investigación realizada se puede destacar que las personas de edades de entre 45 a 55 años en adelante de edad, poseen una notable resistencia al cambio, demostrando su inconformidad con respecto a su trabajo, compañeros y hacia la Institución.

- **Cualitativos (entrevistas. Observación)**

Mediante la investigación realizada se pudo notar que las dos principales autoridades del Registro Civil de Turubamba (período 2013), como son el Jefe de la Agencia y el Coordinador de Departamento Nacional le dan importancia a la comunicación.

Sin embargo, no están al tanto de lo que sucede a la entidad, claramente existe una apertura al cambio por parte de las autoridades.

Afirman que la relación que ellos tienen con los servidores del Registro Civil de Turubamba es muy buena, sin embargo en los resultados cuantitativos no se demostró lo que ellos afirman, ya que el 34.12% de los encuestados respondieron que la relación con sus Jefes es regular. Este porcentaje se encuentra conformado por servidores de entre 46 a 55 años de edad, seguido por servidores de entre 26 a 35 años con el 25%, lo cual son focos alarmantes para poder determinar el clima laboral bajo el cual se están desarrollando.

CAPITULO IV.

PROPUESTA.

En el siguiente capítulo luego de haber realizado la investigación de campo y conocer algunos de los problemas de desinformación, falta de motivación, e inexistencia de sentido de pertenencia en el Registro Civil de Turubamba, se procede a realizar una matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) con la finalidad de realizar una última radiografía a la Institución, seguida por la matriz causa y efecto en la cual se detalla la causa, el problema, el efecto y la posible solución a cada uno de los problemas comunicacionales detectados en la Entidad y se culmina con la propuesta de un plan de comunicación interna idóneo.

4.1. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Imagen Institucional reestructurada en el año 2009.• Implementación de nuevos equipos tecnológicos.• Misión, Visión y valores establecidos.• La Institución cuenta con excelente infraestructura.	<ul style="list-style-type: none">• Apoyo político del actual Gobierno.• Cuenta con el 59,80% de servidores públicos de entre 18 a 35 años de edad que se encuentran abiertos al cambio existiendo también gran experiencia acumulada en un porcentaje de personal antiguo que están comprometidas con el desarrollo del registro civil y que tienen experiencias positiva en sus puestos de trabajo.• Hay cambio de imagen institucional positiva por los servicios e infraestructura actuales

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios desconocen la identidad y cultura de la Institución. • No se cuenta con un sistema de información gerencial y administrativo. • La imagen de la institución en el pasado fue deteriorada por actos de descuido. • Existe un solo departamento de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que no se asigne a tiempo los fondos comprometidos a la Institución. • Público interno desmotivado. • Resistencia al cambio por parte de los servidores públicos.

Elaborado por: Natalia Cepeda L

4.2 Matriz Causa Efecto.

Causa	Problema	Efecto	Solución
Ausencia de herramientas motivacionales por parte de la Institución hacia su público interno.	Público interno desmotivado.	No existe un clima laboral idóneo, puesto que el personal de la Institución no se siente motivado y trabaja sin sentir la importancia que posee dentro de la misma.	Aplicar estrategias de motivación y comunicación para que el público interno se sienta a gusto y perciba que es parte fundamental de la Institución.
Falta de canales de comunicación directa y refuerzo constante de las mismas por parte del Departamento de Comunicación Nacional hacia el resto de sedes.	Inexistencia de vínculo permanente del Departamento de Comunicación Nacional con las diferentes sedes del Registro Civil.	La falta de un flujo de comunicación directo y constante ocasiona que las noticias lleguen inoportunamente y de forma poco clara.	Crear canales de comunicación directos que partan desde el Departamento de Comunicación Nacional para que exista un correcto flujo de información y el mensaje llegue claro y sea oportuno.
Las herramientas de comunicación existentes en la Institución no están ubicados en lugares estratégicos, ya que están expuestos en lugares poco concurridos no las actualizan constantemente y la información mediante web es ignorada.	Las herramientas de comunicación son poco eficientes ya que no cumplen con la función de informar a los servidores públicos.	Existe una deficiente comunicación en la Institución y falta de interés por parte del público interno por conocer lo que sucede dentro de la Institución.	Implementación de nuevas herramientas de comunicación y rediseño de las herramientas actuales.

Elaborado por: Natalia Cepeda L.

4.3. Objetivo General.

- Fortalecer la Identidad y Cultura Organizacional mediante el diseño de un Plan de Relaciones Públicas y Comunicación interna para la Dirección General de identificación y Cedulación Registro Civil sede Turubamba, para el refuerzo de Identidad, Cultura y la mejora del Clima Laboral de la misma.

4.4 Objetivos Específicos.

- Informar al público interno del Registro Civil de Turubamba sobre la identidad y cultura de la Institución, mediante la innovación y optimización de las herramientas de comunicación existentes.
- Motivar al público objetivo a un cambio de actitud hacia la Institución y sus compañeros de trabajo, con la finalidad de mejorar el clima laboral existente, con una serie de acciones comunicacionales de motivación, recreación y educativas motivacionales, recreativas y educativas.
- Fortalecer el sentido de pertenencia e identificación en los servidores públicos y administrativos del Registro Civil de Turubamba, para contribuir a que exista una mejora de la comunicación y un ambiente óptimo de trabajo

4.5. Plan de Acción.

O.E.1 Informar al público interno del Registro Civil de Turubamba sobre la identidad y cultura de la Institución mediante la innovación y optimización de las herramientas de comunicación existentes.

PÚBLICO OBJETIVO	ESTRATEGIA	PRODUCTO / HERRAMIENTA	TÁCTICAS / ACCIONES	RESPONSABLES
Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba	Utilización y optimización de recursos innovadores de comunicación informativos	Registrito en BTL	Implementación de BTL's con la imagen de Registrito (dummie) en los baños de uso exclusivo para servidores del Registro Civil. ANEXO 1	Consultor de Comunicación
Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba	Utilización y optimización de recursos innovadores de comunicación informativos	El Registro Civil sede Turubamba te Informa (Cartelera)	Diseño de nuevas carteleras que transmitan la identidad del Registro civil, con temas interesantes para los colaboradores. Las cuales se dividen en Cartelera Principal y Carteleras Departamentales	Recursos Humanos y Representante de Cada Departamento Asesoría permanente del consultor de comunicación.

			<p>*CARTELERA PRINCIPAL: Se encontrará seccionada, así:</p> <ul style="list-style-type: none">- Noti Registro Civil (Aspectos importantes del mismo, eventos)- Felicitaciones Registro civil, por reconocimientos aniversarios, fechas especiales, en caso de ser felicitaciones personales se enviará una carta personal a cada colaborador.- Publi Registro Civil (Publicaciones del Registro Civil en los medios de comunicación)	
--	--	--	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> - Infórmate Espacio para los colaboradores donde se muestre información con respecto a situaciones importantes que estén aconteciendo dentro del Registro. <p style="text-align: right;">ANEXO2</p> <p>*CARTELERAS DEPARTAMENTALES: Constarán con las secciones de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noti Registro Civil (eventos importantes del departamento) - Cumple Registro Civil (Cumpleaños del Mes) 	
--	--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> - Infórmate Espacio para los colaboradores donde se muestre información con respecto a situaciones importantes que estén aconteciendo dentro del Registro. <p style="text-align: right;">ANEXO 3</p>	
Operarios y Administrativos	Utilización y optimización de recursos innovadores de comunicación informativos	El Registro Civil Fan Page (Red Social FACEBOOK)	<p>Creación de un Fan Page en Facebook, donde los trabajadores podrán acceder a esta página y al suscribirse a ella podrán comentar, ver y subir fotografías mediante publicaciones.</p> <p>El administrador de esta página cargará imágenes de todos los eventos realizados y de otras fotografías que lograrán captar</p>	Consultor de Comunicación Y departamento informático.

			diferentes momentos vividos por los colaboradores del Registro Civil. ANEXO 4	
Operarios y Administrativos	Utilización y optimización de recursos innovadores de comunicación informativos	Pantallas LED	Implementación de Pantallas LED en lugares estratégico que muestren de manera visual a los empleados destacados, las felicitaciones recibidas por parte de los usuarios (serán transmitidas mediante videos), invitación a los programas de capacitación, recordación de los días importantes de celebración. ANEXO 5	Consultor de Comunicación Recursos Humanos Informática
Administrativos	Utilización y optimización de recursos innovadores de comunicación informativos	Reuniones Mensuales	Se invitará al Dep de Comunicación matriz para trabajar en conjunto. Se convocará a reuniones para informar el estado de la Institución generando	

			canales de comunicación directa entre el Jefe del Departamento de Comunicación y los Jefes de Agencia y el Coordinador General Provincial. Esto se realizará una vez cada fin de mes.	
--	--	--	---	--

O.E.2 Motivar al público objetivo a un cambio de actitud hacia la Institución y sus compañeros de trabajo, con la finalidad de mejorar el clima laboral existente, con una serie de acciones comunicacionales de motivación, recreación y educativas motivacionales, recreativas y educativas

PÚBLICO OBJETIVO	ESTRATEGIA	PRODUCTO / HERRAMIENTA	TÁCTICAS / ACCIONES	RESPONSABLES
Operarios y Administrativos	Utilización de nuevos recursos persuasivos de comunicación.	Dummie Representativo	Al dummie se lo identificará con el nombre de "Registrito" Se lo presentará como un miembro más del Registro Civil sede Turubamba. ANEXO 6	Consultor de Comunicación
Operarios y Administrativos	Utilización de nuevos recursos persuasivos de comunicación.	Sobre Amigo (Buzón de Sugerencias)	Es un sobre en el cual se guardará las sugerencias y opiniones con respecto a mejoras que se puedan dar en el Registro Civil. ANEXO 8 Para darlo a conocer se creará expectativa: Se ubicará un dummie de 1,70 metros, ubicado dentro de los departamentos	

			<p>administrativos, y pasillos exclusivos para el cliente interno. Para el lanzamiento de Registrito: Al personal administrativo se lo invitará a una reunión por departamentos donde se lo presentará como un colaborador más de su equipo. Al rango operativo se le hará llegar un díptico en el que constará la razón de ser de Registrito. La entrega será de manera personal, alguien disfrazado del personaje.</p> <p style="text-align: right;">ANEXO 7</p> <p>El primer jueves de cada mes, Se contratará a una persona que utilice el disfraz de Registrito, portando el sobre y visitará cada área de</p>	
--	--	--	--	--

			<p>la Organización, en todos los turnos de labor, solicitando que los colaboradores depositen las sugerencias en el sobre.</p> <p>Haciendo hincapié en la confidencialidad y la importancia que tiene esta acción para el avance de la organización.</p> <p>ANEXO 9</p>	
Operaciones y Administrativos	Utilización de nuevos recursos persuasivos de comunicación.	Re-tomando mi identidad Re-gistro Civil (Fondo de pantallas, mouse pad, manillas, llaveros y stickers para autos).	<p>Bajo el concepto de " Re-tomando mi identidad Re-gistro Civil".</p> <p>Se entregarán a todos los colaboradores de la organización, elementos que identifiquen que son parte de la institución.</p> <p>Estos detalles (souvenir) serán entregados por el Director</p>	

			<p>Departamental, en una corta reunión (no más de 10 minutos), explicando que gracias a que cada miembro labora en el Registro Civil puede ser una gran Institución.</p> <p>ANEXO 10</p>	
--	--	--	---	--

O.E.3 Fortalecer el sentido de pertenencia e identificación en los servidores públicos y administrativos del Registro Civil de Turubamba, para contribuir a que exista una mejora de la comunicación y un ambiente óptimo de trabajo

PÚBLICO OBJETIVO	ESTRATEGIA	PRODUCTO / HERRAMIENTA	TÁCTICAS / ACCIONES	RESPONSABLES
Operarios y Administrativos	Implementación de actividades de integración y motivación	Un día diferente (Recordación de un día importante de cada mes)	Cada tres meses se seleccionará un día, en el cual se celebre alguna fecha importante de recordar. Al elegir una fecha diferente cada tres meses se llegará a los servidores públicos con algún detalle o actividad que haga recordar esta fecha. Los meses serán Marzo, Junio, Septiembre y Diciembre. ANEXO 11	
Operarios y Administrativos	Implementación de recursos educativos.	Tu formación nos interesa (Programas de Capacitación)	Gestionar cursos, capacitaciones y/o seminarios que aporten a la eficiencia del desarrollo laboral, como: idiomas, servicio al cliente, logística, protocolo y	Gerencia, Consultor de Comunicación, Departamento Financiero y Recursos Humanos.

			<p>etiqueta, gestión de talento humano, entre otros.</p> <p>De igual manera, otros que aporten al desarrollo personal, como: desarrollo personal, motivacional y emprendimiento; cuidado en la salud, entre otros.</p>	
Operarios y Administrativos	Motivar e involucrar al personal del Registro Civil Turubamba.	Realizar jornadas de outdoor training (al aire libre) un fin de semana, dos veces al año, llamadas "Fortaleciendo vínculos y relaciones con el personal operativo y Administrativo de la Institución.	<p>El objetivo de este taller es acercar al personal administrativo y operativo, en un ambiente neutral, fuera de la Institución. En este evento se realizarán diferentes actividades que fortalecerán el trabajo en equipo, la capacidad de liderazgo y actividades recreacionales. Fijar fecha con los directivos de la</p>	<p>Consultor de Comunicación, Departamento Financiero y Recursos Humanos.</p>

			institución para realizar el evento.	
Operarios y Administrativos	Motivar e involucrar al personal del Registro Civil Turubamba.	Reconocimiento a los años de labores y al empleado del mes, dando importancia a su cargo y gestión dentro del Registro Civil sede Turubamba.	Elegir a los empleados quienes poseen el mérito por años de labores. Escoger al empleado del mes. Se darán a conocer a estas personas a través de las carteleras	
Operarios	Motivar e involucrar al personal del Registro Civil Turubamba.	Coaching de liderazgo empresarial	Se realizará un coaching dividido en dos etapas la una dirigida hacia los servidores públicos de entre 18 a 45 años y la otra de entre 45 años en adelante, esto se lo realiza en razón de los datos arrojados en la investigación puesto que el público mayor presenta mayor resistencia al cambio.	Gerencia, Consultor de Comunicación, Departamento Financiero y Recursos Humanos.

4.6 Matriz de Evaluación.

Matriz de Evaluación					
Público Objetivo	Estrategia	Herramienta	Propósito	Indicador	Medio de Verificación
Público interno: Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba		Registrito en BTL	Informar el uso de las nuevas herramientas de comunicación.	Número de personas que visualizaron los post-it en una semana.	Archivo de ejemplos de post-it.
		El Registro Civil sede Turubamba Te Informa (Cartelera)	Informar los diferentes eventos y aspectos interesantes de la Institución.	Número de aceptación, 14 carteleras al año.	Fotos de las carteleras puestas.
		Fan Page (Red Social FACEBOOK)	Interactuar e interrelacionar a los colaboradores del Registro Civil, sin importar jerarquías ni secciones departamentales	Número de visitas en un año.	Contador de visitas de Facebook.
Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba	Utilización y optimización de recursos innovadores de comunicación informativos	Pantallas LED	Informar interactivamente de manera visual distintos aspectos de la organización	Número de noticias publicadas en un año.	Archivo digital del material publicado.

Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba	Utilización de nuevos recursos persuasivos de comunicación.	Dummie Representativo	Persuadir al público interno el uso de todas las herramientas con la presencia de Registrito.	Aumentó en porcentaje considerable el uso de las herramientas de comunicación en un año.	Cambio de opinión de los empleados hacia las herramientas de comunicación.
		Sobre Amigo (Buzón de Sugerencias)	Ser un medio en el cual se podrán plantear todas las quejas y sugerencias de los colaboradores.	Número de sobres recibidos trimestralmente	Las sugerencias implementadas.
		Re-tomando mi identidad Re-gistro Civil (mouse pad, manillas, llaveros, esferos, jarros).	Crear sentido de pertenencia hacia el Registro Civil.	Número de detalles (souvenir) repartidos.	Uso constante del material.
Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba		Un día diferente (Recordación de un día importante de cada mes)	Interactuar entre colaboradores de manera innovadora y diferente por cada mes.	Número de días que se ha celebrado un día diferente.	Registrar el número de días celebrados en el calendario corporativo.

		Tu preparación nos importa (Programas de Capacitación)	Coordinar para impulsar con RRHH a los colaboradores, nuevos conocimientos que aporten al desarrollo laboral y personal de cada uno de ellos	Número de capacitaciones realizadas.	Hojas de asistencia a las capacitaciones semestrales.
	Motivar e involucrar al personal del Registro Civil Turubamba.	Reconocimiento a los años de labores y al empleado del mes, dando importancia a su cargo y gestión dentro del Registro Civil sede Turubamba.	El objetivo de este taller es acercar al personal administrativo y operativo, en un ambiente neutral, fuera de la Institución .	Número de asistentes a estos talleres.	Hojas de asistencia a los talleres.
Servidores Públicos y Jefes del Registro Civil de Turubamba	Motivar e involucrar al personal del registro civil Turubamba.		Elegir a los empleados quienes poseen el mérito por años de labores. Escoger al empleado del mes. Se darán a conocer a estas personas a través de las carteleras	Número de empleados homenajeados.	Premios entregados.

4.7Cronograma.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	MES	Ene.		Feb.		Mar.		Abril		Mayo		Junio		Julio		Ago.		Sep.		Oct.		Nov.		Dic.	
			1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4
SEMANAS			1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4	1- 2	3- 4
Objetivo 1	Registrito BTL				■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Carteleras (Diseño y Planificación)				■	■	■	■	■	■																
	FanPage Facebook (Planificación creación)				■	■	■	■	■																	
	Pantallas LED (Planificación y Ubicación)		■	■																						
	Audio parlantes (Ubicación)		■	■																						
Objetivo 2	Dummie (Diseño y difusión)		■	■			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Buzón de sugerencias.		■	■																						
	Fondo de pantallas y material btl.		■	■			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

4.8. Presupuesto.

TÁCTICA	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO FINAL	COSTOS COMPARTIDOS
Registrato BTL	Diseño.	\$ 300,00	\$ 300,00	
Registrato en persona	Elaboración Disfraz	\$160,00	\$160,00	
	Contratación de personal para Registrato	\$50,00	\$600,00	
Carteleras (Diseño y Planificación)	Diseño.	\$100,00	\$430,00	
FanPage Facebook (Planificación creación)	Diseño de la página.	Gestionado	Gestionado	
Audio parlantes (Ubicación)	Compra de los parlantes e instalación.	\$130,00	\$520,00	
Buzón de sugerencias.	Diseño, fabricación e instalación.	\$80,00	\$240,00	
Fondo de pantallas y material btl. (Diseño y difusión)	Fabricación del material. (esferos, mousepad, stickers, jarros, llaveros)	\$600,00	\$1300,00	
Un día diferente. (fechas específicas ver anexos)	Día de la Mujer (Coffe break)	\$4	\$684	
	Día del Padre- Niño (Juguetes Tipicos)	\$2	\$242	
	Día del Turismo (Un fin de semana en Decameron)	\$230	\$460	
	Fundación de San Francisco de Quito (Concurso de 40 y sal quiteña)	Gestionado	Gestionado	

Capacitación. (Planificación y realización)	Costos del capacitador.	\$2300,00	\$2300,00	RRHH
TeamBulding (Planificación y realización)	Costos del lugar y pago de demás actividades.	\$ 500,00	\$ 800,00	
Coaching de Liderazgo	Costo coaching (coach de los dos grupos semana)	\$2000,00	\$4000,00	
Reconocimientos.	Impresión de fotografías para la cartelera.	\$ 20,00	\$190,00	
Consultor de Comunicación		servicios profesionales:	\$ 5.000,00	
TOTAL:			\$ 16.926,00	

Nota: El presupuesto para el plan de Comunicación propuesto será asumido por el Departamento de Comunicación Matriz (Naciones Unidas y Amazonas).

Conclusiones:

El trabajo realizado arrojó las siguientes conclusiones y recomendaciones.

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información. Es de suma importancia que una Institución posea los canales necesarios para poder tener una comunicación dinámica y efectiva.

La comunicación interna es indispensable en una Institución para poder fomentar un clima laboral óptimo y generar pertenencia en los servidores. En el caso del Registro Civil, sede Turubamba, se debe atender los problemas de comunicación interna entre los bloques que lo conforman y entre las autoridades y los servidores públicos, ya que los problemas que se diagnosticaron fueron falta de canales de comunicación directos, un mal clima laboral, falta de pertenencia hacia la Institución y un segmento de servidores públicos que presentan una fuerte resistencia al cambio y a relacionarse con las autoridades.

El Registro Civil es una Institución sólida, que ha atravesado una serie de cambios en los últimos años mostrando una notable mejora tanto en servicio como en infraestructura pero puede seguir optimizando su organización. Por lo tanto, un plan de comunicación interna es necesario para tener el favor del público interno y que esté acorde a lo que se trata de proyectar hacia lo externo,

La sede Turubamba del Registro Civil, es sin duda, una de las sedes más importantes que posee la institución a nivel nacional, ya que ahí reposa la información personal del resto de provincias. Los flujos, herramientas y medios de comunicación que se manejen deben dárseles la debida importancia para generar una buena comunicación intra e interdepartamental y entre los individuos que conforman la institución.

En los últimos años ha ingresado gente joven a trabajar a esta Institución; sin embargo, aún existen servidores antiguos que muestran resistencia a los cambios. Se denota que tanto en los servidores antiguos como nuevos hay que reforzar el tema de Cultura e Identidad Organizacional, ya que son las bases para que la comunicación interna se pueda optimizar en una Institución.

El departamento de Comunicación del Registro Civil a nivel nacional se encuentra ubicado en la sede de la Naciones Unidas y Amazonas, desde allí parte la información al resto de sedes; lastimosamente a Turubamba la información llega de manera distorsionada, tarde y de una manera poco clara.

Recomendaciones:

- Es recomendable aplicar el plan de comunicación propuesto, para un mejor desarrollo de la comunicación entre sus trabajadores, en forma ascendente, descendente, transversal, horizontal y en todos los sentidos; y generar sentido de pertenencia hacia la Institución.
- El Registro Civil de Turubamba posee servidores públicos de diferentes edades, por lo tanto se debe segmentar a cada grupo y tomar acciones sujetas a las características que presentaron en la investigación realizada tales como informar, motivar y Generar sentido de pertenencia en ellos. Recalcando que el presupuesto para el plan de comunicación será parte del presupuesto del Departamento de Comunicación de la matriz.
- Implementar nuevas herramientas de comunicación y actualizar las existentes que ayudarán a mejorar la comunicación dentro del Registro Civil sede Turubamba, tanto entre los bloques que lo conforman como entre los servidores públicos y autoridades como parte del Plan de Comunicación.
- Se recomienda reforzar en el público interno de la Institución la identidad y la cultura Organizacional, con la finalidad de que conozcan la razón de ser de la misma y generar sentido de pertenencia en ellos.
- Ejecutar la presente propuesta de Relaciones Públicas para la optimizar la cultura organizacional e identificación de los empleados con la Institución.
- Realizar un monitoreo y evolución del presente plan para la retroalimentación permanente y las medidas oportunas.
- Afianzar los canales de comunicación con el Departamento de Comunicación de la Matriz con el resto de sedes dependientes de la misma.

Bibliografía:

- ALJURE, Joan Andrés, (2005). "Master Dircom: los profesores tienen la palabra". Grupo Editorial Design, La Paz Bolivia, pág, 54.
- ALSINA, Miguel, (2001). "Teorías de la Comunicación, ámbitos y perspectivas". INO Reproducciones S.A, Barcelona, España.
- ARTEAGA, Juan José, (2000). "Breve Historia Contemporánea del Uruguay". Editoriales Pacifico, pág., 133.
- AVENDAÑO, Carla, (2009). "Relaciones Estratégicas: Comunicación Internacional". Editorial Eduvim, España, pág., 62.
- AVENDAÑO, Carla, (2009). "Relaciones Estratégicas: Comunicación Internacional". Editorial Eduvim, España.
- BAEZ, Carlos, (2000). "La Comunicación Efectiva". Editoriales Barrango y Asociados, República Dominicana.
- BORGHESI, Massimo, (2007). "Secularización y nihilismo", Ediciones Encuentro, España.
- CAZCARRA, Carmen, (2008). "La comunicación interna y externa con los diferentes públicos". Editorial Elite, Argentina.
- CERVERA, Ángel, (2006). "Comunicación Total". Editorial ESIC, Tercera Edición, Madrid, España, pág., 320.
- COLLADO, Carlos, (1991). "La Comunicación en las organizaciones". Editorial Trillas, México.
- Constitución de la República del Ecuador 2013, Quito – Ecuador.
- Editorial Vértice, (2008). "Comunicación Interna, Dirección y Gestión de Empresas". Publicaciones Vértice SL, España.
- EINARES, Pedro, (2001). "Gestión de la Comunicación Comercial". McGraw- Hill, Madrid, España.
- FERNANDEZ, Jorge, (2006). "Historia Argentina". Secretaria de extensión Universidad Litoral, Santa Fe, Argentina, pág., 294.
- GOLEMAN, Daniel, (2007). "El Líder Resonante crea más". Editorial Líder, España.

- GUILHERME, Carlos, (2009). “Historia de Brasil Interpretación”. Gráficas Verona, Salamanca, España, pág., 255.
- Intranet Registro Civil
- JAUME, Aloy, (2005). “Comunicación interna de la empresa”. Editorial UOC, Barcelona, España.
- LESSEM, R, (1992).” Gestión de la cultura corporativa”, Díaz De Santos, Colombia.
- Ley de Transparencia Dirección General Registro Civil Identificación y Cedulación (2013).
- MONREAL, Luis, José, (1995). “Autodidactica Océano”. Océano Grupo Editorial.
- MUÑIZ, Rafael, (2012).” Marketing en el siglo XXI”. Centro de Estudios, Lima, Perú.
- ONGALLO, Carlos, (2007).” Manual de Comunicación”, Dykinson, Madrid.
- ORTEGA, Oswaldo, (2012). “Identidad Corporativa con enfoque evolutivo”. Editorial Académico Española, España.
- PITTA, Michael, (2008). “Cultura Organizacional”. Edición Erujia, Buenos Aires, Argentina.
- RAMOS, Carlos, (2006).” Historia del Derecho Civil Peruano”. Fondo Editorial Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Registros Oficiales Registro Civil.
- ROCA, Sonia, (2006). “El derecho a la identidad en el Registro Civil de Bolivia”. Editoriales País, Bolivia.
- RODRIGUEZ, Darío, (1996).” Gestión Organizacional”. Universidad Iberoamericana, España.
- ROMAIN, Laufer, (1998). “Dirección Pública: Gestión y Legitimidad”. Boletín Oficial, España, Madrid.
- SAFFORD, Frank, (2005). “Colombia país fragmentado”. Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia, pág., 45.
- Tomado del último documento de Planificación de la Institución (2009).

- VARGAS, José, (2006). “La Culturocracia Organizacional en México”, Eumed.net, México.
- WIEMAN, Mary, (2011). “La comunicación en las Relaciones Interpersonales”. Editorial Aresta, España.
- WILCOX, Dennis, (2006).”Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas”. Editorial: Pearson Educación, Madrid, España, pág,46.
- WILCOX, Dennis, (2006).”Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas”. Pearson Educación, Madrid, España.
- www.registrocivil.gob.ec

ANEXOS

- Anexo 1.

BTL con la imagen del dummie representativo.



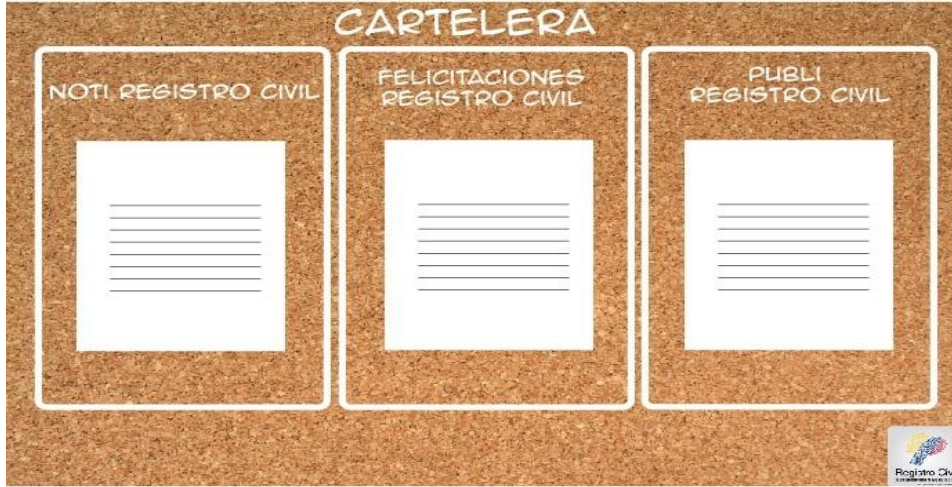
- Anexo 2.

Cartelera Principal.



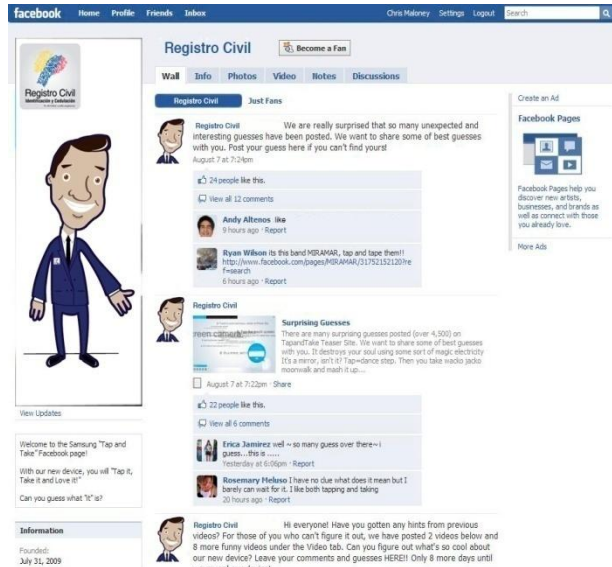
- Anexo 3.

Cartelera Departamental.



- Anexo 4.

Page Fan en Facebook.



- Anexo 5.

Pantallas informativas LED.



- Anexo 6.

Dummie.



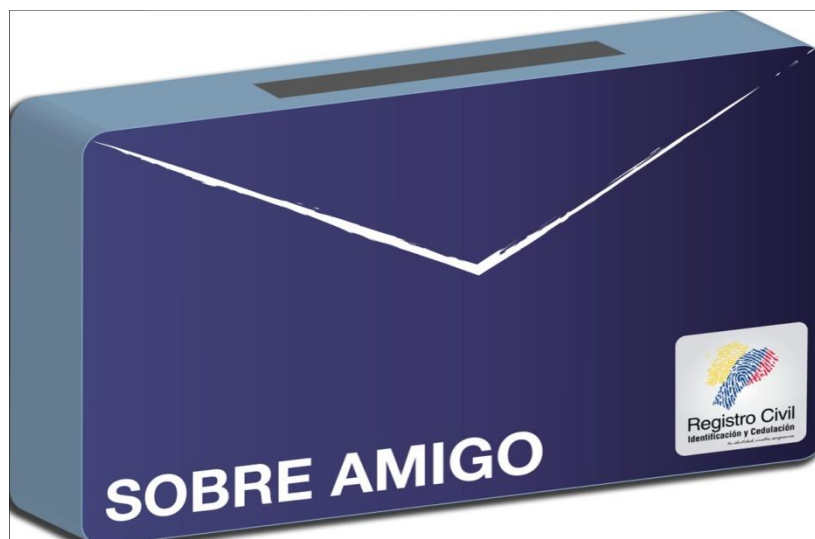
- Anexo 7.

Díptico informativo sobre la creación del dummie.



- Anexo 8.

Sobre Amigo.



- Anexo 9.

Dummie Personificado.



- **Anexo 10.**

Souvenir “Re-tomando mi identidad Re-gistro Civil”

Jarro



Llavero



Esferos



Mouse Pad

