



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

“Título”

Plan de relaciones públicas y fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de la Libertad, 2017.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

Autor:

Lavado Siccha, María Magdalena

Asesores:

Rivero Ayllón, Raúl

Prados Morales, William

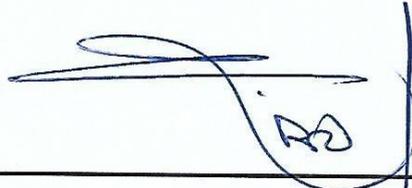
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Relacionales y Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

TRUJILLO – PERÚ

2017

JURADO CALIFICADOR

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'RAÚL', written over a horizontal line.

MG. RIVERO AYLLÓN, RAÚL
PRESIDENTE

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'William', written over a horizontal line.

MG. PRADOS MORALES, WILLIAM
SECRETARIO

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Kilver', written over a horizontal line.

MG. FASANANDO LESCANO, KILVER
VOCAL

DEDICATORIA

A DIOS:

Por su infinito amor, por ser mi fortaleza día a día, por darme el don de la Inteligencia, sabiduría y los conocimientos.

A MI MADRE:

Por infundirme sus virtudes y valores, para ser mejor cada día y por darme el apoyo incondicional y el aliento para seguir adelante y cumplir con mis objetivos y metas.

AGRADECIMIENTO

Esta tesis ha requirió de esfuerzo, sacrificio y dedicación por varios meses, no hubiese sido posible sin la cooperación desinteresada de cada una de las personas que me brindaron su apoyo intelectual y su soporte moral y afectivo; por ello hago mención de mi agradecimiento.

En primer lugar agradezco a Dios, por estar conmigo en cada paso, tropiezo y felicidad, por fortalecer cada uno de mis conocimientos e iluminar cada avance que doy, al mismo tiempo por haber puesto en mi camino a aquellas personas que fueron y son mi soporte y compañía durante todo el periodo universitario.

En segundo lugar agradezco hoy y siempre a mi madre, por ser siempre ese sostén, por su sacrificio, confianza, apoyo y respeto hacia mi carrera profesional y sobre todo por su amor incondicional, del mismo modo valoro cada uno de su esfuerzo y dedicación.

De igual manera el más sincero agradecimiento a mis asesores, a la directora de la escuela de ciencias de la comunicación, a quienes les doy mi inmensa gratitud pues sin su apoyo y consejos en el camino profesional, no se hubiera realizado una buena tesis.

Por ultimo agradezco a la prestigiosa Universidad César Vallejo por haberme acogido durante los diez ciclos, al señor César Acuña Peralta, fundador y dueño de la misma, ya que de no haber sido por su iniciativa al fundar esta institución, no hubiese tenido la oportunidad de ingresar y realizar mi primer objetivo.

En general, quiero agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo este sueño de realización de tesis profesional, sea en los altos y bajos momentos. No es necesario nombrarlos ya que cada uno de ellos sabe que desde los más profundo de mi corazón les agradecemos el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, amistad, amor y ánimo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, María Magdalena Lavado Siccha Identificada con DNI 48438801, alumna de pregrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada César Vallejo, autora de la Tesis titulada: "Plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de la Libertad, 2017.". DECLARO QUE:

1. El presente trabajo de investigación, tema de la tesis presentada para la obtención del Título de ciencias de la comunicación es original, siendo resultado de mi trabajo personal, el cual no he copiado de otros proyectos de investigación, ni utilizado sus ideas, fórmulas, ni datos restringidos. Al mismo tiempo cito correctamente los autores del cual recaude información subjetiva para insertar dentro del marco teórico.

Caso contrario, menciono de forma clara y exacta su origen o autor, tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otros que tengan derechos de autor.

2. Declaro que el trabajo de investigación que pongo en consideración para evaluación no ha sido presentado anteriormente para obtener algún grado académico o título, ni ha sido publicado en sitio alguno.

Soy consciente de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, es objeto de sanciones universitarias y/o legales, por lo que asumo cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de irregularidades en la tesis, así como de los derechos.

Asimismo, me hago responsable ante la universidad o terceros, de cualquier irregularidad o daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado.

Trujillo - La Libertad 2017


Firma



PRESENTACIÓN

Estimados Señores Miembros del Jurado Evaluador de Tesis:

Pongo a vuestra consideración la Tesis titulada **“PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, 2017”**. Con la finalidad de, Proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, en mejora de la calidad del servicio público. Esto, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener la titulación de licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El documento consta de nueve capítulos el mismo que estará sujeto a vuestras consideraciones, opiniones y criterios para su aprobación.

Estoy dispuesta al levantamiento de las observaciones pertinentes.

Autora

María Magdalena Lavado Siccha

Trujillo - La Libertad 2017

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
INDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2. TRABAJOS PREVIOS	5
1.2.1. INTERNACIONAL	5
1.2.2. NACIONAL	8
1.2.3. LOCAL	9
1.3. MARCO TEÓRICO	11
1.3.1. RELACIONES PÚBLICAS	11
1.3.1.1. TEORÍAS	11
1.3.1.2. DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS	12
1.3.1.3. PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	13
1.3.1.4. COMPONENTES DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	13
1.3.1.5. PROCESO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	15
1.3.1.6. CARACTERÍSTICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	15
1.3.1.7. ELEMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	16
1.3.1.8. IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS	17
1.3.1.9. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	18
1.3.1.10. CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICA	19
1.3.2. IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	20
1.3.2.1. FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	20
1.3.2.2. DEFINICIÓN DE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	20
1.3.2.3. IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	21
1.3.2.4. TIPOS DE IDENTIDAD	22
1.3.2.4.1. IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	22
1.3.2.4.2. IDENTIDAD CORPORATIVA	22
1.3.2.5. DIFERENCIAS ENTRE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL E IDENTIDAD CORPORATIVA	24

1.3.2.6.	ANÁLISIS INTERNO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.....	24
1.3.2.7.	ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.	25
1.3.2.7.1.	Cultura organizacional	25
1.3.2.7.2.	Filosofía Corporativa:	25
1.3.2.7.3.	Los Constructos.....	25
1.3.2.7.4.	Los Valores:	26
1.3.2.7.5.	Los Supuestos.....	26
1.3.2.8.	BENEFICIOS DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.....	26
1.3.2.9.	MANUAL DE FUNDAMENTOS DE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.....	27
1.4.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	29
1.5.	JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	29
1.6.	HIPÓTESIS	31
1.7.	OBJETIVOS.....	31
1.7.1.	General.....	31
1.7.2.	Específicos.....	32
II.	MÉTODO	32
2.1.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	32
2.2.	TIPO DE ESTUDIO	33
2.3.	VARIABLES.....	33
2.4.	OPERACIONALIZACIÓN.....	34
2.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	37
2.5.1.	POBLACIÓN.....	37
2.5.2.	MUESTRA	38
2.5.3.	MUESTREO	39
2.6.	CRITERIOS DE SELECCIÓN:.....	39
2.6.1.	UNIDAD DE ANÁLISIS.....	39
2.6.2.	CRITERIOS DE INCLUSIÓN	39
2.6.3.	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN	40
2.7.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RELACIONES DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	40
2.7.1.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	40
2.8.	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	42
2.8.1.	CUESTIONARIO – ENCUESTA.....	43
2.8.2.	OBSERVACIÓN DEL CAMPO NO EXPERIMENTAL- GUÍA DE OBSERVACIÓN.....	43
2.8.3.	ENTREVISTA - GUÍA DE ENTREVISTA	43

2.9. ASPECTOS ÉTICOS.....	44
III. RESULTADOS	45
IV. DISCUSIÓN.....	70
V. CONCLUSIONES.....	84
VI. RECOMENDACIONES.....	86
VII. REFERENCIAS	87
VIII. ANEXOS	90
IX. PROPUESTAS	120

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN	35
TABLA 2 MATRIZ ESTADÍSTICA	38
TABLA 3: TECNICAS E INSTRUMENTOS	40
TABLA 4: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	46
TABLA 5: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	47
TABLA 6: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	48
TABLA 7: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	49
TABLA 8: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	50
TABLA 9: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	51
TABLA 10: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	52
TABLA 11: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	53
TABLA 12: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	54
TABLA 13: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	54
TABLA 14: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	56
TABLA 15: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	57
TABLA 16: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	59
TABLA 17: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	61
TABLA 18: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	63
TABLA 19: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	65

RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue determinar la falta de identidad organizacional de los trabajadores de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad. Por ello, el principal objetivo es proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, en mejora de la calidad del servicio público.

Por otro lado, se trabajó con una población finita de 123 colaboradores los cuales fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico - por conveniencia. Además, a esta investigación se le aplicó un diseño descriptivo propositivo en donde su tipo de estudio es propositivo. También, se utilizaron instrumentos de análisis como guía de observación y encuesta, que se aplicaron a los trabajadores dentro de las áreas administrativas.

Por otra parte, los resultados permitieron explicar las interrogantes hechas durante la investigación, por lo cual arrojo gran porcentaje de falta de identidad organizacional, falta de comunicación y falta de cultura organizacional de los colaboradores.

Por último, las estrategias del plan de relaciones públicas están realizadas en base a cada uno de los hallazgos que se logró identificar durante el periodo del análisis; por esa razón, servirán para mejorar la identidad interna de los trabajadores y así mejorar el servicio al ciudadano.

Palabras Clave: Identidad organizacional, Relaciones públicas, Resultados, Estrategias.

ABSTRACT

The purpose of the present investigation was to determine the identity of the workers' organization of the regional transport and freedom communications directorate. Therefore, the main objective is to propose a public relations plan for the strengthening of organizational identity in the Regional Management of Transport and Communications of La Libertad, in improving the quality of public service.

On the other hand, we worked with a finite population of 123 collaborators who were selected through a non-probabilistic sampling - for convenience. In addition, a descriptive descriptive design was applied to this research in which its type of study is proactive. Also, analysis tools were used as an observation guide and survey, which were applied to workers within administrative areas.

On the other hand, the results allowed us to explain the questions asked during the investigation, for which I show a great percentage of lack of organizational identity, lack of communication and lack of organizational culture of the collaborators.

Finally, the strategies of the public relations plan are based on each of the findings that were identified during the analysis period; for that reason, they will serve to improve the internal identity of the workers and thus improve the service to the citizen.

Key words: Organizational identity, public relations, Results, Strategies.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

Según los autores Sanz & Gonzáles (2005). Confirman que hoy en día al momento de comenzar a trabajar en una empresa, es importante crear su identidad organizacional y corporativa, es por ello que se clasifica como personalidad de la empresa; esta misma está conformada por los aspectos físicos y visuales de una cultura organizacional, en donde influyen la historia, la trayectoria, los proyectos, su manera de trabajar y las metas que desean lograr, además de un detallado plan de acción. Esto también suele pasar con instituciones públicas del estado, en donde se requiere de un exacto presupuesto.

Por otro parte, es importante saber que las instituciones públicas del Estado, también tienen fijos los objetivos que ayudan su identidad organizacional, como son: crear un sentido de pertenencia por parte de la plantilla laboral, cerciorarse de que exista alguna diferencia entre las estrategias de la competencia externa y no ser víctimas de un plagio, asegurar que el servicio es óptimo y principalmente, generar una opinión pública favorable para la imagen de la institución.

Usualmente este tipo de características se da en instituciones públicas del Estado, con mayor presupuesto y buen asesoramiento; es por ello que a nivel internacional, estas brindan una labor esencial junto a los relacionistas públicos; por ejemplo: La administración Pública del Gobierno de Estados Unidos, cuenta con su municipalidad llamado "Municipalidad de Princeton" ubicado en Estado Nueva Jersey, está también cuenta con un relacionista público que le brinde el apoyo de su imagen e identidad interna. Por otro lado vale recalcar que la cultura patriótica es diferente al resto de países; por el cual dentro de su municipio, la educación y la cultura beneficia la identidad organizacional, ya que inculcan los valores desde lo más pequeño para así realizar con amor su trabajo y estar dispuestos al servicio ciudadano que brinda su país. Según el portal web ecuared.com

A todo esto las relaciones públicas también aportan y cumplen con la función de ser guías de cada conjunto de acciones de comunicación estratégico, que ayude al desarrollo de cada paso y hacia el futuro de las empresas o instituciones. Por otro lado como se visualiza el ejemplo del análisis internacional, las relaciones públicas también contribuyen actividades en donde las empresas, organizaciones e instituciones públicas, requieran de servicios óptimos, que busquen la comprensión del público, la colaboración de cada comunidad a la que se llega a pertenecer, es decir que el colaborador sienta el apoyo interno de los jefes a cargo y el apoyo externo por parte del público que se adquiere; para así adaptarse a un ambiente en beneficio de la sociedad, comunidad y poder compenetrar rápidamente el trabajo.

Por consiguiente, si nos enfocamos dentro del Perú a nivel nacional, también hay instituciones públicas como la “Municipalidad de Lima” y el “Gobierno Regional de Lima”. Estas instituciones saben que teniendo a un relacionista público, se puede lograr una comunicación interna como externa dentro de la cultura organizacional; es por ello que cuentan con los servicios de estos expertos.

Por otro lado, se tiene que reconocer que actualmente en el Perú, las instituciones públicas, no son también vistas, ya que cuentan con una imagen buena y otras ocasiones malas; sin embargo las relaciones públicas están profesionalmente reputadas, para mejorar la solvencia moral y poder inculcar la buena cultura organizacional, que se vea reflejada en una identidad interna que se visualice en lo externo; de esta forma se podrá lograr metas y objetivos que se conviertan en la buena opinión pública.

Ante todo esto, después de a ver analizado acerca de instituciones públicas tanto nacionales como internacionales, se logró saber, ¿cómo es que las relaciones públicas forman parte de ellas? y ayudan en su desarrollo y crecimiento en su identidad organizacional.

Por ende, también se tiene que tomar en cuenta que es lo que pasa a nivel local, dentro de Perú en Trujillo la Libertad; como es que las relaciones públicas influyen dentro de su cultura organizacional y ayudan al mejoramiento de la identidad interna dentro de las instituciones públicas.

Para enfocarnos más en el tema y saber a dónde queremos llegar con esta información, en el siguiente proyecto de investigación se está trabajando con la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad. Esta institución no es una empresa ni organización, es una institución que depende del estado peruano; en donde brinda un servicio a la comunidad y se basa en la supervisión y orientación de las actividades de transportes y comunicaciones, promueve el desarrollo de medios de comunicación regional, regula el proceso de otorgamiento de licencias de conducir, autorizaciones de empresas de transporte de personas, turismo en distintas modalidades y promueve sensibilidad en seguridad vial y telecomunicaciones en coordinación con el Gobierno Nacional. Además, las autorizaciones de las estaciones de radio y televisión regional; entre otras funciones asignadas por la Presidencia del Gobierno Regional. Cumpliendo así estándares de calidad elevados, que aseguran la armonía con las políticas y normatividad nacional y los convenios internacionales.

Asimismo, dentro de la investigación, lo que se quiere saber es si los trabajadores se sienten identificados con la institución, ya que mayormente lo que se puede observar no son irregularidades si no falta de coordinación interno; por ejemplo el área de Relaciones Pública (RR.PP) de la GRTC – LL no cuenta con un diseñador gráfico y editor estable, es por ello que las piezas gráficas, que manda a realizar el Gobierno Regional para su fan-page, son compartidas variando las instituciones entre ellas la gerencia regional de transportes y comunicaciones. Pero ante todo esto, se tiene que evaluar, si es que las piezas, fotografías, etc, son las acuerdas para la institución. Además todo este procedimiento tiene que ser observado,

por un profesional y así no perjudicar la imagen de la gerencia. Es ahí donde los practicantes y jefe del área de relaciones públicas evalúan el contenido. Sin embargo estas piezas no son dirigidas al área a cargo, por lo contrario son enviadas al área de administración, en donde ellos evalúan y hacen el trabajo de un relacionista público.

En cuanto al área, las relaciones públicas que se manejan actualmente dentro de la gerencia está a cargo del Mg. Arturo Vásquez Terán, quien se encarga de verificar los contenidos que se publican en la fanpage y la página web. Al mismo tiempo, también verifica los procedimientos de los documentos de información administrativo al amparo de la ley de transparencia y acceso a la administración pública.

En cuanto al apoyo del área de RR.PP, está establecido por practicantes y asistentes; que junto al jefe de área también se encargan de ver los contenidos dentro de las piezas gráficas y las fotografías que brinda seguridad vial, para así mantener una reputación e imagen adecuada.

Por último, la falta de motivación hacia los trabajadores dentro de la gerencia no es constante; por ello llevan una identidad organizacional débil provocando que los colaboradores no participen en algunas actividades y no tengan un acuerdo exacto.

1.2. TRABAJOS PREVIOS

1.2.1. INTERNACIONAL

- Cáceres & Portillo (2013). En su estudio de "Propuesta de un plan de relaciones públicas para mejorar la imagen institucional del centro de apoyo de lactancia materna, ubicada en el municipio de San Salvador", para obtener el título de licenciatura en la Universidad Francisco Gavidia, San Salvador. Tiene como principal objetivo de investigar si la propuesta de un plan de relaciones públicas logrará la imagen institucional del centro de apoyo de lactancia materna (calma), ubicada en el municipio de san salvador. La investigación se contribuye a partir de un análisis exploratorio, concluye que:

- Aunque los empleados y empleadas conozcan algunos de los objetivos propios de (calma) necesitan tener una definición más clara de lo que hace la institución, y esto se puede observar luego de los datos arrojados en la encuesta donde un 54% del total de empleados de (calma), aseguró que la institución presenta una imagen responsable, que da amor y ayuda al desarrollo del niño y la niña; mientras que un 37%, dijo que la imagen es de una organización sin fines de lucro que procura la alimentación al pecho para el buen crecimiento de los niños y niñas del país. El resto, el 9% fue el único que la calificó como excelente, como una institución que trabaja por educar a la mujer salvadoreña en la correcta alimentación del niño y la niña a través de la lactancia materna.
- El 95% de las mujeres encuestadas en la pregunta 3 respondieron que si conocen el significado de la Lactancia Materna mientras que un 5% dicen no conocerlo, por otra parte cuando se cuestionó en la pregunta 4 si habían escuchado hablar de (calma). EL 27% contestó que sí ha escuchado de la institución y el 73% no, esto indica que a pesar que su público meta es la mujer aún hay un buen porcentaje que no reconoce a (calma).
- Para analizar la forma de trabajo de la organización y la percepción de los usuarios, se elaboró otra serie de preguntas

como: ¿Ha asistido a alguna consejería? y ¿Cuál fue el trato y beneficios obtenidos? De los encuestados y padres de familia, todo resultó positivo. Un 78% aseguró que el trato fue excelente, lo mismo que el consultorio, mientras que el 100% de los visitantes expresó su agrado y calificó de excelente la ayuda obtenida por medio de (calma).

- Vinueza (2014) en su estudio “Propuesta de un plan de comunicación y relaciones públicas para fortalecer la identidad e imagen corporativa de la parrilla de Homero, con el fin de facilitar el negocio de las franquicias de la empresa”, para obtener el título de licenciatura en la Universidad de las Américas, Ecuador, tiene como principal objetivo, identificar el nivel de conocimiento y aceptación de los públicos sobre la parrilla de homero. La investigación se contribuye a partir de un análisis heterogénea, concluye que:
 - Gracias a este estudio se describe la situación actual de la empresa y su historia. Se pudo observar la evolución que ha tenido la gastronomía ecuatoriana y como esto ha ido afectando directamente en el crecimiento de los restaurantes en la ciudad. Por esta razón, con el aumento de negocios gastronómicos en la ciudad, se empieza a considerar importante el uso de la comunicación para poder lograr que cada uno resalte en este ámbito tan competitivo que ha ido floreciendo con la historia de la ciudad de Quito y la amplia gama de nuevos platos que inculcaron los extranjeros en la cultura quiteña.
 - Las Relaciones Públicas constituyen un insumo importante en la gestión de las organizaciones. Mediante el análisis de varias definiciones de autores destacados, se pudo concluir que las RRPP buscan cumplir los objetivos de la empresa, mediante una previa preparación de un plan basado en la investigación, la cual ayuda a establecer la manera adecuada de informar y saber llegar a los públicos objetivos. Por esta razón es de suma importancia Implantar las Relaciones Públicas en la empresa, debido que

busca la comprensión entre el interés de la audiencia y de la organización, encontrando un balance que beneficie a las dos partes. La investigación es parte fundamental de todo este proceso, dado que se puede determinar estrategias efectivas en los planes realizados, que a la larga llevarán a la elaboración de mensajes bien estructurados y herramientas de comunicación precisas para el momento

- Se pudo determinar el objetivo general y los objetivos específicos que guiarían la propuesta, conjuntamente con las herramientas comunicacionales adecuadas para poder fortalecer la imagen y la identidad de La Parrilla de Homero. Las respuestas tanto de los encuestados como la entrevista a expertos, proporcionaron una guía para poder realizar una propuesta que abarque las necesidades del restaurante en la actualidad y como este puede destacarse ante su competencia. Al mismo tiempo, la investigación ayudó a definir los pasos necesarios para que la identidad y la imagen del restaurante, le permita a La Parrilla de Homero iniciar en el ámbito de las franquicias y como llegar eficazmente a sus públicos.
- Saavedra (2016). En su estudio “Propuesta de implementación de un plan de relaciones públicas para la facultad de ciencias sociales y comunicación de la universidad internacional del Ecuador”, para obtener el título de licenciatura en la Universidad Internacional de Ecuador, Quito, tiene como principal objetivo, fortalecer la imagen corporativa de la Escuela de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación a través de la implementación de un Plan de Relaciones Pública. La investigación se contribuye a partir de un análisis inductivo, concluye que:
- El adecuado manejo de un plan de Relaciones Públicas que está dirigido a encaminar e incrementar la comunicación con el público propiciará el conocimiento y la socialización de las actividades que realiza la Escuela

- Dentro de las estrategias propuestas se destaca la vinculación entre los ejes de comunicación, academia, cultura y relaciones públicas, cuya estrecha interrelación y adecuada aplicación de sus beneficios y/o ventajas van a permitir el incremento de la pertenencia de los estudiantes, lo cual influirá en su preparación integral.
- Los estudiantes, docentes y administrativos que participen de las actividades que se realizan de manera continua, su apoyo para la realización; genera un pensamiento y una actitud positiva frente a la Escuela y será un respaldo basado en la motivación, servicio de calidad, lo que permitirá prolongar la buena imagen, proyectarla de manera favorable, convirtiéndose así las Relaciones Públicas en una de las herramientas de comunicación necesarias y viables, adaptables a la realidad de la Escuela y cada uno de sus estudiantes que pasaran año a año por las aulas, posicionarán de mejor manera la imagen ideal de la Escuela y sus miembros, se identificarán con las misma y construirán una cultura organizacional universitaria, denotando que el plan funciona.

1.2.2. NACIONAL

- Villugas (2007). En su estudio “Identidad corporativa y estrategias de comunicación interna en la municipalidad distrital de Santa Anita”, para obtener el título de Licenciatura en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Tiene como principal objetivo, Analizar la Identidad Corporativa de la Municipalidad Distrital de Santa Anita (MDSA) y su influencia en el comportamiento de su público interno (miembros de la organización). La investigación se contribuye a partir de un análisis descriptivo y explicativo, concluye que:
 - El personal administrativo de la MDSA en su mayoría se siente mínimamente identificado con su organización, ya que no tienen un sentimiento de pertenencia, además, un porcentaje alto

prefiere cambiar su trabajo actual por otro que le permita enriquecer sus conocimientos y pueda desarrollarse como profesional.

- La organización estudiada no cuenta con un programa de Identidad corporativa, dicho documento se convierte en una herramienta para elaborar las estrategias de comunicación de la misma para aumentar la posibilidad de identificación de su público interno con su organización
- El personal administrativo en su mayoría reconocen la identidad corporativa de la MDSA, pero no significa necesariamente que se sientan identificados con la organización.

1.2.3. LOCAL

- Salirrosas (2016). En su estudio “Propuesta de un programa de relaciones públicas para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores de cosecha en la empresa agroindustrial camposol s.a. en el distrito de Chao-2015”, para obtener la maestría en la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Tiene como principal objetivo, Proponer un programa de Relaciones Públicas para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores de cosecha de la empresa Agroindustrial Camposol S.A. La investigación se contribuye a partir de un análisis no experimental, concluye que:

- Una buena propuesta del programa de relaciones públicas en base a los resultados obtenidos que permita fortalecer la identidad corporativa de la empresa Agroindustrial Camposol es aquella que: permita una mejor comunicación y fomente las buenas relaciones entre los trabajadores y sus jefes así como entre colaboradores, que contribuya a la interiorización de manera permanente de la filosofía de la empresa y que conlleve a los logros de los objetivos institucionales a través de la difusión de información y participación activa de los colaboradores en las metas y objetivos trazados.

- Los trabajadores del área de cosecha de la empresa (100%) consideran que es muy importante la creación de programas para su bienestar, fortalecer sus relaciones y difundir lo que acontece en su centro de trabajo, así como su monitoreo y evaluación constante que los oriente al fortalecimiento de la identidad corporativa.
- A pesar de que los colaboradores no conocen los elementos de la identidad corporativa: la misión, visión y valores corporativos reconocen que su trabajo es importante para el cumplimiento de los objetivos generales de la empresa (39%).

1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1. RELACIONES PÚBLICAS

1.3.1.1. TEORÍAS

Según la teoría “Responsabilidad Social y Relaciones Públicas en teorías para una relación”, que promueve Ruiz (2013). En este aporte se presenta una de las breves teorías que servirán de referencia para el análisis, la estructura del proyecto y que responden a la primera fase del estudio del marco teórico.

❖ **Teoría de los Stakeholders:**

Esta teoría se refiere como uno de los paradigmas más estudiados e interpretados en la responsabilidad social empresarial (RSE), uno de sus principales promotores fue Freeman (1984). Este autor reconoce, “la existencia de una amplia gama de participantes interesados en la empresa y también muestra la condición relacional entre empresa y sociedad. No se trata de dos entidades separadas, sino de dos componentes de un mismo telar que, al tejerse o interactuar, generan un capital o una ganancia, denominada capital social. Lo realmente valioso es la relación, que requiere confianza mutua, sólo alcanzable a través del diálogo franco y honesto”. (Castillo, 2009: 235).

❖ **Teoría de la Pirámide**

Esta teoría se considera como uno de los pasos más correspondientes; por lo tanto cuenta con cuatro niveles de responsabilidad social empresarial (RSE), (Castillo, 2009: 225).

- **Responsabilidad Económica:** Cuenta con uno de los principales objetivo, que maximizan y benefician la actividad económica o presupuestal de empresas organización e institución públicas, con el fin de entablar una rentabilidad.
- **Responsabilidad Legal:** Está establecida como una de las principales políticas en donde las empresas, organizaciones e instituciones públicas, actúan de acuerdo con las leyes y normas del

ministerio de trabajo, ante cualquier contrato e inconveniente.

- **Responsabilidad Ética:** Se cuenta como el mayor comportamiento que deben tener las empresas, organizaciones e instituciones públicas, estas tienen que satisfacer las expectativas que los stakeholders (públicos); además de respetar las actitudes, las culturas y los valores que tienen con la sociedad o medioambiental. Por último tienen que actuar de forma correcta y justa.
- **Responsabilidad Filantrópica:** Cuenta con una de las actitudes solidarias en donde las empresas, organizaciones e instituciones públicas pueden actuar para la buena ciudadanía. También comprometerse a contribuir a la mejora del bienestar de la sociedad, a nivel de obligación y que implique adquirir las tres responsabilidades de la pirámide.

1.3.1.2. DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Duran (2014). Las Relaciones Públicas son la base fundamental y una de las funciones estratégicas bidireccionales, que ayuda a establecer y mantener líneas de mutua comunicación, aceptación y cooperación entre una organización, empresas, y sus públicos. Además son el esfuerzo planificado para influir en la opinión pública a través de una buena reputación y de una actuación responsable.

Por otro lado las relaciones públicas no solo apoyan a la gestión de la disputa comunicacional, brinda ayuda a las organizaciones, empresas e instituciones públicas del estado, a estar informadas, actualizadas y a generar su propia opinión pública. También se define como la responsabilidad de la dirección para servir al interés público, además de brindar una colaboración correcta eficaz en distintas investigaciones que mejoren la comunicación interna como externa.

Ríos (2013). Define las relaciones públicas como un nuevo inicio en el comportamiento laboral y en las actitudes empresariales. Además llega a

ser conformada como el conjunto de medios utilizados por los diferentes centros de trabajo, ya sea privada o del estado, con el fin de crear un buen clima laboral tanto interno y externo que sea confianza en el personal. También las relaciones públicas suelen tener relación con diversos grupos y generalmente estos son los Stakeholders clasificados como los diversos públicos. Además de que se encargan de brindar estrategias y sostener actividad para favorecer el desarrollo armonioso de las relaciones sociales.

1.3.1.3. PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

Martini (1998) indica que un plan de relaciones públicas son el conjunto de acciones de comunicación estratégicas que coordina y sostiene a lo largo del tiempo una empresa, organización e institución pública. Esta tiene como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

Por consiguiente Scott y Conter (1999) afirman que un plan de relaciones públicas consiste en el esfuerzo planeado para influenciar la opinión pública interna y externa de los distintos grupos, mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basado en una comunicación de las direcciones mutuamente satisfactorias.

1.3.1.4. COMPONENTES DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS.

Salirrosas (2015). Indica que dentro de un plan de relaciones públicas se tiene que tener en cuenta elementos importantes para su planificación.

- **Situación:** Se define como el entender del contexto y es vital para establecer los objetivos que se necesitan cumplir. Existen 3 situaciones puntuales en las que una organización requiere la elaboración de un plan de relaciones públicas. El primero es que toda organización debe aplicar un programa cuando necesite resolver un problema en específico que afecte negativamente al centro de trabajo (interno o externo). La segunda indica en cuanto se necesita realizar o que tiempo

tiene para determinado las estrategias, y la última es cuando requiere fortalecer sus esfuerzos continuados para preservar su reputación y el respaldo de su público sea éste, interno o externo.

- **Objetivos:** Se definen de acuerdo a los resultados que se quieran llegar con el plan y no a las necesidades del mismo. Lo importante es reforzar o complementar los objetivos de la organización y sus diferentes Públicos.
- **Estrategias:** Se describe como un alcance a los objetivos, ofreciendo líneas directas y tácticas para desarrollar propuestas. El programa o un plan, puede tener varias estrategias pues éstas no solo se encuentran en base a un función si no también mediante objetivos y los públicos.
- **Tácticas:** Son iniciativas puntuales con las que se gestionan las situaciones y problemas esquivando los obstáculos, es decir te guía en función a determinadas circunstancias.
- **Cronograma:** Ayuda a proponerse tiempos específicos para la aplicación de un programa o plan; así también se determina la secuencia de las actividades que se recopila en la lista de un cronograma que se debe ejecutar durante el periodo establecido para obtener el resultado final.
- **Presupuesto:** permite manifestar cuánto será el costo y el monto a la cual la organización programe y qué materiales serán utilizados. El presupuesto se puede dividir en el tiempo que este programado de acuerdo a los gastos que se vea conveniente.
- **Evaluación:** Está compuesta por el elemento que fija los objetivos aclarados en el programa o plan. También consigue a lo largo de la duración criterios de evaluación que deben ser realistas, creíbles y específicos mediante un especialista del tema.

1.3.1.5. PROCESO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

Según Salirrosas (2015).

Las fases de la realización de un plan de relaciones públicas son:

- **Investigación:** Como en el inicio de todo programa, éste necesita recopilar información datos y hacer una interpretación de los mismos. Este paso es importante porque se busca tomar decisiones correctas y diseñar estrategias orientadas a la situación a solucionar.
- **Diagnóstico:** Trabaja de forma conjunta con la investigación y se debe identificar una situación en donde se observe la realidad actual de la organización empresa e institución pública que se trabaje; también del área en donde se presentará el programa o plan a fin de acercarse al propósito.
- **Planificación:** Esta fase es importante pues hay que pensar detenidamente en lo que se hará para conseguir los objetivos de la organización o del área en la que se aplicará el programa. Aquí se propone una serie de acciones de comunicación para solucionar el problema.
- **Evaluación:** Todo lo planificado debe ponerse en práctica y ser evaluado constantemente para asegurar la evolución y el perfecto desarrollo del programa.

1.3.1.6. CARACTERÍSTICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Según Duran (2014):

- **Deliberada:** Definida como una forma no intencionada que se realiza mediante la comprensión, información, retroalimentación para así proporcionar logros e influir persuasión.
- **Planificada:** Es una actividad sistemática y organizada que busca identificar, clasificar y analizar las necesidades de comunicación y

realizar una serie de acciones.

- **Bidireccional:** Está clasificado como la gestión de la comunicación en donde se establece el seguimiento y sé que requiere una retroalimentación. Además de ser diferencia de otras formas de comunicación persuasiva.
- **Directiva:** Esta se encuentra involucrada en diversas situaciones, mediante un proceso de toma de decisiones en cualquier centro de trabajo.
- **Procesual:** esta implica un conjunto de acciones, actitudes que conducen a diversos resultados.

1.3.1.7. ELEMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Según Duran (2014):

- **ASESORIA** - Asesora a los directivos de empresas, organizaciones e instituciones públicas sobre diversas políticas, relaciones y comunicación.
- **INVESTIGACIÓN** – investiga el que se trata, de que está compuesto, cual es la comprensión mutua, y también persuade e influye.
- **RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN** - busca persuadir la publicidad y conseguir el público al que van dirigidos.
- **RELACIONES CON LOS MEDIOS DE LA ORGANIZACIÓN** – busca entablar vínculos de confianza y buena comunicación con su público.
- **ASUNTOS PÚBLICOS Y DISCIPLINAS** – busca cumplir con lo establecido dentro de la empresa organización e institución pública.

- **GESTIÓN DE CONFLICTOS** – busca mejorar la comunicación interna y externa.
- **RELACIONES CON INVERSORES Y ACCIONISTAS** – busca crear confianza y animar la inversión.
- **RELACIONES SECTORIALES** – busca empresas del mismo sector que se alíen para trabajar en convenios.
- **ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ESPECIALES** – busca compenetración y aceptación de las diversas empresas.

1.3.1.8. IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Según Ríos (2013):

- Las relaciones públicas promueven las diversas actitudes que favorecen a los diversos públicos, además de que estas actitudes son reflejadas dentro del área en donde cuenta con un alto alcance de conocimientos y desarrollan una importante función.
- Ninguna de las organizaciones, empresas e instituciones públicas del estado, pueden alcanzar un objetivo y prosperar su avance a menos que cuente con el apoyo del público al que van dirigido o con su paciencia o aceptación.
- Muchas organizaciones, empresas e instituciones públicas del estado, no se percatan a un 100% la verdadera importancia que tienen las relaciones públicas. Por otro lado estas brindan el apoyo y prestan atenciones, hasta que experimentan las inconveniencias dentro del centro de trabajo como, la identidad interna o externa, la baja imagen, la reputación etc. Además de no haber empleado antes las relaciones públicas, no se tendría un control exacto como empresa.

- La importancia de las relaciones públicas, se explican en función a los logros que pueden alcanzar con el correcto empleo, trabajo, etc; ejemplos: Dentro de los centros de trabajo, tanto privados como del estado son frecuentes encontrar personal que quiera realizar una huelga por algo que no convenga o parezca; para ello las relaciones públicas cumple con mantener la comunicación fluida de estos trabajadores para así no disminuir la imagen y el prestigio del centro laboral. Además en otras ocasiones, siempre circularan los problemas como altos índices de ausentismo y de rotación de personal, falta de iniciativa y de colaboración por parte de los empleados, apatía por los nuevos sistemas o procedimientos, alto grado de retardos, etc. Todo esto que se redundan en bajos índices de producción y elevación de los costos, ya que se podría despedir personal o contratar personal, sin embargo podrían ser evitados si se contara con un efectivo programa o plan de relaciones públicas con el personal.

1.3.1.9. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Según Salirrosas (2015). Las funciones de las relaciones públicas son:

- Crear y fortalecer la integración, las relaciones, la comunicación entre los miembros del trabajo y los diversos públicos de una organización, empresa e instituciones públicas del estado.
- Convencer al público conforme al plan de acción establecido.
- Dirigir tácticas para centrar al público objetivo de la empresa.
- Conseguir que los trabajadores se sientan identificados con su centro de labores.
- Dirigir y a la vez supervisar diversas actividades que los clientes debe saber para así puedan comprender y estar más informados.
- Utilizar los instrumentos necesarios para poder transmitir la información y brindar una alta calidad de imagen, tanto para el público interno como externo.

1.3.1.10. CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICA

Según Ríos (2013). Se puede dirigir las relaciones públicas siempre y cuando las organizaciones, empresa e intuiciones públicas aprendan a diferenciar. Por el cual están conformadas en las relaciones públicas internas y externas, de acuerdo con el siguiente esquema:

✓ **Relaciones públicas internas**

- Se trabaja con el propio personal del centro de empleo.
- Se trabaja con el gobierno, según las leyes y normas.

✓ **Relaciones públicas externas**

- Se trabaja con accionistas, inversionistas u organizaciones financiadoras fuera del centro laboral.
- Se trabaja con clientes directos, es decir de acuerdo al público al que pertenecen.
- Se trabaja con los proveedores que beneficien a la empresa organización e institución.
- Se trabaja con el gobierno y así verificar según el ministerio de trabajo bajo las normas y leyes.
- Se trabaja con la comunidad o sociedad, además de los medios de comunicación.

Según Ríos (2013). Las relaciones públicas tienen una virtud comunicacional, que está clasificado en mejorar el clima en laboral. Por otro lado está conformada por investigadores que crean estrategias y complementan la relación interna o externa.

Asimismo, las empresas y organizaciones están conformadas por accionistas o propietario, a diferencia de las instituciones públicas, que dependen del estado y manejan unas relaciones disciplinarias ante la sociedad. Además de contar con diversos proveedores, convenios o asociados.

1.3.2. IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

1.3.2.1. FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

- Pizzolante (2004). La identidad organizacional permite distinguir como las diferentes actividades, dan una reputación externa fortaleciendo lo interno a las empresas, organizaciones e instituciones, logrando los atributos y valores que la conforman, para así establecer en los colaboradores un buen clima laboral.
- Costa (2001). La Identidad organizacional puede identificarse como una acción directa de diversas actividades fortaleciendo diversas conductas sociales con diferentes públicos y colaboradores a través de su historia y cultura organizacional. Esto permite el desarrollo interno a futuro, para identificar como es que las empresas, organizaciones e instituciones públicas del estado, van logrando definir una visión prospectiva y creativa propia, una misión realista y concientizadora y unos valores que funcionen como guía y filosofía de conducta para los integrantes de diversas empresas, organizaciones e instituciones públicas.

1.3.2.2. DEFINICIÓN DE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Hatch & Schultz (1997). La Identidad organizacional es un término en general, en donde los miembros perciben, sienten y piensan acerca de cómo llevar una organización. Por otro lado se asume que es una opinión colectiva, que ayuda a seleccionar comúnmente diversas características y compartiendo los valores distintivos de la organización ya sea públicas o del estado.

Cano y Bauzá (2010). La Identidad organizacional se entiende como la una de las personalidades de la entidad interna que ayuda mejorar la identidad externa. Esta personalidad es la realidad de su historia, de su ética y su filosofía de trabajo; también está formada por los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección organizacional. Por otro lado la identidad organizacional sería el conjunto de avances y características, que permitirían adecuarse a distintas

actitudes en donde se concrete los valores y creencias con las que la organización se auto identifica y se auto diferencia a comparación de otras empresas, organizaciones e instituciones públicas del estado.

Binenfeld, Libenson et al (2012). La identidad en una institución está definida como una acción o marca hacia la ciudad a la que pertenece; no es muy coherente decirlo y a la vez pensar que marca o la acción se posicione en otras instituciones, ya que cada una cuenta con su propia identidad. Por ello la misma se deriva por parte de la filosofía, la historia, la cultura, las estrategias, los estilos de gestión que maneja la institución, y la conducta de los empleados.

1.3.2.3. IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Según Capriotti (2009):

- La importancia de una gestión adecuada de la identidad organizacional y su interacción con el medio y sus diversos públicos, se clasifican en lograr la identificación, diferenciación y preferencia internamente dentro de empresas organizaciones e instituciones. Esto se debe a la interacción, de los colaboradores en donde se esfuerzan para desarrollar una identidad fuerte, coherente y distintiva y no preocuparse en las críticas.
- Propone que se debe considerar la importancia de la gestión adecuada de la identidad organizativa y su interacción con el medio, para lograr la identificación interna o externa, diferenciando las situaciones y preferencias de la empresa, organización e institución pública. En éste aspecto, la identidad organizacional se debe enfocar con mayor esfuerzos en desarrollar una identidad interna o externa, que sea fuerte, coherente y distintiva, también preocupándose de comunicar adecuadamente a sus diferentes públicos y colaboradores.

1.3.2.4. TIPOS DE IDENTIDAD

1.3.2.4.1. IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Duarte & Mena (2014). La definición de identidad organizacional se puede realizar a partir de tres criterios: El primero, es el carácter central de la organización que muestra la esencia de la organización; el segundo, la distintividad que está relacionada con todos los elementos que entregan singularidad e individualidad a la organización con respecto a otras entidades; el tercero, corresponde a la longevidad concerniente a todos los aspectos que entregan permanencia en el tiempo y que dan un sentido de durabilidad.

Adicionalmente, Curubeto (2007, p.71) menciona que la identidad es “la suma de todas las formas que la organización elige para enfrentarse a sus audiencias”. Estas formas actúan como pistas visuales por el cual el público identifica inmediatamente a la organización y distingue las situaciones. Además la identidad organizacional debe estar coordinada con el resto de las actividades de comunicación de la organización. El mismo autor agrega que los elementos visuales encapsulan y hacen vívidos un sentido colectivo de pertenencia y propósito.

En la misma línea, Capriotti (2009) menciona que la identidad organizacional incorpora a los elementos visuales, constituidos por todo “lo que se ve” de una organización. Se alude también al concepto de Identidad Visual, la cual considera todo lo relacionado con los elementos constitutivos de una organización como, el símbolo o logotipo (figura o icónica que representa a la institución), la tipografía (letras) y los colores corporativos (primarios o secundarios), para ello el trabajador también se debe identificar con el contenido.

1.3.2.4.2. IDENTIDAD CORPORATIVA

Según Gutiérrez (2011). La identidad corporativa integra la comunicación institucional externa y se organiza desde su primer surgimiento hasta la actualidad. Esta nos indica no sólo su relevancia y visualización sino su mejor postura dentro del mundo corporativo de las

organizaciones, también su paulatino reconocimiento como valor estratégico.

Por otro lado una serie de consideraciones nos llevan a la constatación de la identidad corporativa asumido en nuestros días:

- La preocupación por parte de las empresas organizaciones e instituciones públicas, por realizar o determinar una la visión o misión que se vea fragmentada con la identidad corporativa y se adapte a la interpretación.
- La realidad de la identidad corporativa es que vea como una mejora de la imagen pública, apoyando al prestigio de los productos y de las acciones de publicidad.

Gutiérrez (2011). También indica que las instituciones asumen el deber de relacionarse con un conjunto de sectores que componen su entorno con el fin de intercambiar sus ideas y pretensiones, de tal manera que la identidad corporativa sea conveniente, consistente y directa en la emisión de diversas formas de expresión que muestren los elementos esenciales de una organización.

El autor también menciona que la aceptación de estas tres cuestiones permite afirmar rotundamente que una empresa organización e institución pública tenga una identidad corporativa fuerte y convincente que pueda lograr mucho más a diferentes niveles, como:

- El aumento de la motivación entre los trabajadores, creando un sentimiento de identificación interna y de compromiso ligero. Además el aumento de motivación influye en el comportamiento personal y en una mejor optimización de los recursos humanos.
- Inspira a mayor confianza entre los diversos públicos externos de la institución a la que pertenece, también incentiva la identidad corporativa positiva permitiendo que desarrollen una imagen clara y limpia.
- Desempeña un papel decisivo y vital ante sus diversos públicos y los grupos financieros relevantes, asegurando la permanencia de la organización en el mercado.

Así mismo, el autor también menciona que se puede confirmar una identidad corporativa cuando es potente e incrementa la posibilidad de establecer vínculos con la entidad o empresa a la que representa, referidas a las relaciones externas en base a lo interno. Además de un mayor grado de identificación fomentando la plena adaptación de la institución a su entorno y su supervivencia.

1.3.2.5. DIFERENCIAS ENTRE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL E IDENTIDAD CORPORATIVA.

Según Borges (2010). Una de las diferencias de la identidad corporativa junto a identidad organizacional, es que cada una cumple distintas funciones; La identidad corporativa es la forma de ver diversos públicos externos, también verifican la imagen, la reputación y el servicio a comunidad de e la empresa organización e institución.

Sin embargo a comparación de la identidad organizacional lo principal en ella cultura interna, desarrollado en su visión, misión, valores, filosofía etc. Es ver, la Personalidad interna de la una empresa organización e institución.

Una buena identidad organizacional deber ser sólida, coherente, firme y de buen trato; para así los colaboradores de la empresa, organización e institución puedan comunicarse y generar máxima confianza en su al interno.

1.3.2.6. ANÁLISIS INTERNO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.

Según Duran (2014):

- **ANÁLISIS INTERNO:** está clasificado en la cultura que forma la identidad organizacional.
 - **Misión:** quiénes somos y qué hacemos.
 - **Visión:** perspectiva de futuro, adónde queremos llegar.
 - **Valores:** cómo lo hacemos.
 - **Historia:** conformada por cultura, inicios, fundaciones.

1.3.2.7. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.

Según Capriotti (2009). Los principales elementos de la identidad organizacional son la cultura organizacional y la filosofía corporativa.

1.3.2.7.1. Cultura organizacional

Indica que “Se forma a partir de la interpretación que los miembros hacen de las normas formales y de los valores establecidos por la Filosofía corporativa, que da como resultado una simbiosis entre las pautas marcadas por la organización, las propias creencias y los valores del grupo”.

1.3.2.7.2. Filosofía Corporativa:

Es el puente que une el presente con el futuro de la organización, se define como la concepción que ayuda a la misión y visión de las organizaciones empresa e instituciones públicas, establecido una alta dirección de conocimientos a base a la empresa, para alcanzar metas y objetivos. El autor señala que la filosofía corporativa; representa diversos principios básicos como (supuestos, valores y constructos) que ayuden a la entidad a poner en práctica y así llegar a cumplir metas y objetivos fijados.

Schein (2004), indica que los principales elementos de la cultura organizacional son: Los constructos, los valores y los supuestos.

1.3.2.7.3. Los Constructos

Está clasificado como modelos de comportamiento de una empresa observando un amplio grupo de miembros de la organización, también se puede ver, oír y construir valores, sentir en un entorno cultural. Ejemplos de la capacidad tecnológica del grupo, el estilo de liderazgo, el lenguaje escrito y hablado, los rituales del grupo, las creaciones (historias, mitos y leyendas), la forma de relacionarse con la autoridad y de tomar decisiones.

1.3.2.7.4. Los Valores:

Son las conductas que las personas aspiran a tener y que usualmente tienen un impacto en sus actos. Así mismo dentro de las organizaciones es correspondiente que al conjunto de principios colectivos se los organice logrando que sus miembros consideren su relación cotidiana dentro del centro de trabajo. En este sentido, a la medida que los miembros los internalizan predicen su comportamiento. Pueden llegar a ser contradictorios entre sí o con el comportamiento efectivo. Los valores contienen a los supuestos. Ejemplo de ello, es que una organización valore la transparencia por lo que podría contener supuestos como “la información se comunica a todos de manera oportuna” o “aquí no se oculta nada.

1.3.2.7.5. Los Supuestos

Se definen como medidas de solución de problemas, ya sea de integración interna y adaptación externa, al mismo tiempo reconocidas como la que te conlleva al éxitos o fracasos del grupo. Estos están conformados por los miembros de una organización, empresa e institución pública. Los supuestos también son considerados como percepciones permanentes asumidas y reconocidas y a la vez como verdaderas; son muy difíciles de cambiar pero en equipo y con buenas estrategias se puede lograr.

1.3.2.8. BENEFICIOS DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.

Según Carter (1993). Creando un plan de comunicación o plan de relaciones públicas se puede mejorar una identidad organizacional que permita lograr expectativas, entre ellas están:

- Hacer que los trabajadores tengan una identificación y logren sentirse orgullosos del centro de trabajo a la que pertenecen.
- Brindar una ayuda profesional estableciendo comunicación interna para mejorar la atención hacia el ciudadano.
- Mejorar la opinión pública de los trabajadores sobre la imagen del centro de trabajo a la que pertenece.

Según Henrion (1991). Los beneficios que se esperan para una identidad organizacional son:

- Aumentar la comunicación de los Trabajadores.
- El desempeño laboral de los trabajadores.
- Aumentar de la confianza de jefe y colaboradores.
- En resumen, incrementar una identidad organizacional más apropiada para mejorar un mejor servicio al ciudadano.

1.3.2.9. MANUAL DE FUNDAMENTOS DE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.

Henrion (1993). Menciona que un manual de identidad está constituida como una de las herramientas directas, para mejorar las directrices de presentación de los mensajes institucionales o de cualquier otra empresa, así mismo también se clasifica como medio que garantiza el respeto de la identidad organizacional, en cada uno de los planes de información.

Según Gordo (2003):

- ✓ **Misión:** Se establece como la razón de ser de una empresa, organización e institución pública. Su propósito es a largo plazo; además se complementa al qué se dedica y/o al que se dedicará. La misión delimita el campo de acción para concentrar la acción y los esfuerzos.
- ✓ **Visión:** Se refiere a las metas a largo plazo, cómo quienes quiere ser durante cuantos años está establecido; también se considerada como un logro en su entorno, por sus propios miembros y por los demás competidores, clientes y sociedad en general.
- ✓ **Valores:** Se considera como una de las cualidades que la empresa, organización e institución pública desea alcanzar manteniendo la práctica de distintas disciplinas como el respeto, la puntualidad, la eficacia, etc.

- ✓ **Objetivos:** se establece como metas o propósitos que desea alcanzar una empresa, organización e institución pública, concretado a corto o mediano plazo en relación con la misión de la organización.

- ✓ **Lema:** Es considerado como la frase que acompaña al logotipo. Esta es el máximo reto que las empresas, organizaciones e instituciones públicas se proponen para hacer que el público las reconozca; además es que es pieza fundamental para lograr su máximo éxito.

- ✓ **Filosofía:** La filosofía es un contenido importante para un centro laboral, complementa la misión, la visión y los principios combinados. Esta se identifica claramente por destacar lo mejor de la empresa, organización e institución pública. Una filosofía bien interpretada y descrita ayudará a mejorar la creación de imagen y a diferenciarse de los mercados competitivos.

- ✓ **Descripción de Puestos:** Esta es importante ya que forma parte de la organización interna, informando a los colaboradores a que área son correspondientes. Además se hace la explicación de cuál es el desempeño de cada trabajador debe realizar.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera un plan de relaciones públicas influirá en el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad en mejora del servicio al público?

1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Desde la teoría de Praolini & Sánchez (2012). Indican que las instituciones públicas, brindan una identidad organizacional que está planteada mediante una misión, visión, filosofía, foda, principios y valores; por el cual facilitan que los trabajadores tengan lealtad hacia su centro laboral y sientan la pertenencia e identidad organizacional y que no trabajen por gusto, si no por agrado. Además que se sientan parte importante de ella y no sólo laboren pensando en la remuneración salarial, sino en el progreso de su oficio, profesión, crecimiento del centro laboral al que pertenecen y que los trabajadores tenga la misma igualdad de condiciones, teniendo en cuenta el apoyo que mejorar el servicio al ciudadano.

Es importante resaltar que para formar una identidad organizacional se tiene que tener en cuenta diversas actividades, estrategias, etc. Esto forma las relaciones públicas; que conlleva a la formación de la identidad para una formación más eficiente y así se pueda poseer diversas funciones para cualquier institución pública ya sea nacional o local. Además, también se logró convertir la integración y la cohesión de grupos de colaboradores teniendo en cuenta una adecuada comunicación laboral y al mismo tiempo, se saber dirigir diversas situaciones que beneficie al desarrollado de la imagen correspondiente.

En el siguiente proyecto de investigación, se va a trabajar con la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad. Dentro de este análisis, se tuvo que tener en cuenta opiniones e información como se visualiza en el marco teórico y desde la

perspectiva de diversos autores. Sin embargo, la investigación es importante ya que a través del contenido presentado en base a las relaciones públicas, se pudo ayudar al fortalecimiento de la institución y permitirá definir porque hay falta de identidad dentro de las áreas administrativas, además puede ser útil como un antecedente a futuro, para el mejoramiento interno de cualquier empresa, organización e institución.

Por consiguiente esta información tiene un solo objetivo, Proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, en mejora de la calidad del servicio público. Mediante esta meta, se logró realizar el proyecto de investigación, en donde con información de lo citado el plan de relaciones públicas, llegará a formarse con un buen alcance y se mejorará la falta de identidad que se llegue a identificar dentro de la institución. También, cualquier problema que se llegue a encontrar dentro de las áreas administrativas, serán cambiadas por estrategias para así mejorar e implementar nuevas culturas que brinden una alta identidad organizacional.

Praolini & Sánchez (2012), también indican que las relaciones públicas son las disciplinas científicas que estudia y gestiona el sistema de comunicación, manteniendo las relaciones de adaptación e integración mutua entre una organización empresa e institución pública o persona y sus públicos. Además esta cuenta con una real importancia en dichos procesos en donde las relaciones públicas se vean reflejadas con confianza y transparencia dentro y fuera de la empresa, organización institución pública, esto siempre y cuando se hayan aplicado las estrategias, procedimientos correspondientes, investigaciones etc.

Por otra parte, se tiene que tomar en cuenta lo siguiente: Primero, dentro de toda la información descrita; las relaciones públicas guiarán

y dirigirán los procedimientos que se puedan realizar dentro de las instituciones públicas o empresa privada. Segundo, saber si verdaderamente las RR.PP llegaron a ser el fortalecimiento de la identidad que beneficie la imagen interna y se refleje en lo externo; de esta manera se podrá conseguir que los colaboradores sean más participativos ante cualquier actividad.

Por último, hay que tener presente, que dentro las relaciones públicas, se están constituyendo nuevas estrategias y formas que puedan llevar a una institución pública o empresa privada al éxito; logrando que la identidad organizacional mejore y se vea reflejada en lo externo de la imagen frente a los diversos públicos.

1.6. HIPÓTESIS

Por su propósito dentro de la siguiente tesis que se realizó, se identificó que es una investigación descriptiva simple y según el Hernández, Fernández y Baptista (2010), los estudios descriptivos “tienen como objetivo indagar la incidencia, los comportamientos, actitudes, de una o más variables en una población”. En este proyecto se recopiló datos y resultados para así obtener una interpretación efectiva de los objetivos propuestos; además fue útil para tener un acercamiento al problema de investigación con la realidad y poder realizar la propuesta sin tropiezo alguno. Por lo tanto no tendrá hipótesis.

Salazar (2014). Indica que la investigación descriptiva simple consiste en la descripción de las propuestas de ideas que puedan colaborar en la solución del problema o mejoras de la situación.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. General

Proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, en mejora de la calidad del servicio público.

1.7.2. Específicos

- Determinar cuáles son las características del comportamiento que refleja la identidad organizacional de los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.
- Identificar el nivel de identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.
- Formular un plan de relaciones públicas y fortalecer la identidad organizacional de los trabajadores dentro en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.
- Validar el plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.

II. MÉTODO

2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo al proyector de tesis que se está realizando, el diseño de investigación es descriptivo propositivo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), interpretan en el siguiente esquema:

O_____X

Donde:

- **O:** Llega a ser las observaciones realizadas de la falta de identidad en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.
- **__:** Llega a ser la toma de datos.

- **X:** Llega a ser la propuesta de un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en GRTC – LL en mejora de la calidad del servicio público.

2.2. TIPO DE ESTUDIO

Dentro de la siguiente de tesis el tipo de estudio que se aplicó es, propositiva, ya que se propondrá un plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de la Libertad, para mejorar la calidad del servicio al público.

Giler (2015). Indica que el estudio propositivo, es un proceso dialéctico que busca descubrir la verdad de los diversos comportamientos o actitudes, para ello se utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar e identifica problemas fundamentales y resolverlos mediante estrategias. Además de responder a las preguntas y responder lo que se dice.

Por último, Dentro del proyecto de investigación también fue un estudio cualitativo, ya que según la Dra. Schmelkes (2014). Indica que lo cualitativo, tiene como objetivo describir las cualidades de un fenómeno, ya sea actitudes o comportamientos. Además de que no se trata de probar o medir en qué grado están ciertas cualidades, solo se encuentran en un acontecimiento dado o si no se descubren tantas cualidades como sea posible.

2.3. VARIABLES

- **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Plan de relaciones públicas

- **VARIABLE DEPENDIENTE**

Y fortalecimiento de la Identidad organizacional.

2.4. OPERACIONALIZACIÓN

Según Coronado (2007):

✓ ESCALA ORDINAL

Esta se define como una escala de medición ordinal ya que logrará tener observaciones que pueden colocarse en un orden relativo con respecto a la característica que se evalúan, es decir, las categorías de datos deben estar clasificadas u ordenadas de acuerdo con la característica especial que poseen.

Ejemplo:

1. De acuerdo
2. Totalmente de acuerdo
3. Desacuerdo
4. Totalmente desacuerdo

✓ ESCALA NOMINAL

Esta se define como la escala más elemental y la forma más rudimentaria, fácil, complementaria al momento de medir. Se clasifica en unidades de estudio (objetos, personas, etc.) en categorías, basándose en una o más características, atributos o propiedades distintivas y observadas, dándole a cada categoría un nombre.

Ejemplo:

1. Liberal
2. Conservador
3. Independiente
4. Socialista

TABLA 1: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	Martini (1998). Indica que un plan de relaciones Públicas, tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.	<ul style="list-style-type: none"> - Formular el plan de relaciones públicas, teniendo en cuenta la investigación, para así realizar las estrategias y actividades. - Validar el plan de relaciones públicas por tres especialistas en el tema. 	Componentes del plan	Situación del contexto	Cualitativo Nominal y ordinal
				Objetivos de acuerdo a los resultados que se quiere llegar con el plan	
				Estrategias que alcancen los objetivos	
				Tácticas puntuales que gestionen las soluciones	
				Cronograma	
			Proceso del plan	Propuesta	Cualitativo Nominal y ordinal
				Investigación , mediante la recopilación de datos.	
				Diagnóstico en donde se observe la realidad actual. Planificación del plan	

FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	Pizzolante (2004). La identidad organizacional permite distinguir como las diferentes actividades, dan una reputación externa fortaleciendo lo interno a las empresas, organizaciones e instituciones, logrando los atributos y valores que la conforman, para así establecer en los colaboradores un buen clima laboral.	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario, para determinar las características del comportamiento. - Guía de observación, para identifica el nivel de identidad. - Entrevista a tres especialistas en relaciones públicas. 	Análisis Interno	Misión	Cualitativo Nominal y ordinal
				Visión	
				Valores	
				Historia	
		Identidad Organizacional	Los Constructos: Comportamientos	Cualitativo Nominal y ordinal	
			Los Supuestos: Soluciones		
Cultura organizacional					

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1. POBLACIÓN

En el presente proyecto de investigación, la población está conformada por 180 trabajadores la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de la Libertad, ubicado en Av. Moche Nro. 452 Urb. Torres Araujo Trujillo.

▪ CARGOS:

1. AAC: Área de atención al ciudadano.
2. ANOT: Área de notificaciones.
3. APRSNL: Área del personal.
4. AABST: Área de personal.
5. ACONTAB: Área de abastecimiento.
6. ACPTRM: Área de control patrimonial.
7. ATESOR: Área de tesorería.
8. ATFSTT Área técnica funcional de servicios de transportes terrestre.
9. ATFLC: Área técnica funcional de licencias de conducir.
- 10.ATFESV: Área técnica funcional de educación y seguridad vial.
- 11.ATFSFS: Área técnica funcional de supervisión y fiscalización y sanciones.
- 12.ALABT: Área de laboratorio.
- 13.ARP: Área de relaciones públicas.
- 14.OCI: Oficinas de control.
- 15.OP: Oficinas de planeación.
- 16.OAJ: Oficinas de asesoría jurídicas.
- 17.OADM: Oficinas de administración.
- 18.OEI: Oficinas de estadística e informática.
- 19.SGT: Subgerencia de transportes.
- 20.SGC: Subgerencia de comunicación.

2.5.2. MUESTRA

El tipo de población que se estuvo investigando en la siguiente tesis es población finita; según los autores; Cassel, Claes, Magnus, et al (1993), indican que la población finita se establece mediante un grupo de personas o un conjunto de unidades que se llega a seleccionar.

Este conjunto de unidades o grupos de personas pueden ser pacientes, hospitales, alumnos, médicos, objetos, etc. Por lo tanto la variable es una de las características que se puede estudiar en distintos valores de unidad o dependiendo la muestra, como cuando hablamos de poblaciones finitas.

Para hallar la muestra basada en los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, llevaremos a cabo la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

e: error de precisión 5%

Z: Nivel de confianza 95% = 1.96

P: Probabilidad de éxito 50%

Q: Probabilidad de fracaso 50%

TABLA 2 : MATRIZ ESTADÍSTICA

N	Z	P	Q	e
180	1.96	0.5	0.5	0.05

Reemplazando valores en la ecuación:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 180 \times 0.5 \times 0.5}{(180 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 122.757129767739186$$

$$n = 123$$

2.5.3. MUESTREO

- No probabilístico, por conveniencia
Supo (2014). Dice “el muestreo por conveniencia es una técnica que no debemos desestimar ni hacer a un lado. En muchos casos podemos encontrar resultados en la muestra muy similares a los que encontraríamos en la población como en el ejemplo del fármaco antihipertensivo, pero también existirá el otro extremo donde los voluntarios representaran la máxima cantidad de sesgo posible”.

2.6. CRITERIOS DE SELECCIÓN:

2.6.1. UNIDAD DE ANÁLISIS

- Según la muestra, para identificar la identidad organizacional y cumplir con los objetivos específicos, se tuvo que aplicar los instrumentos indicados en anexos a 123 trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

2.6.2. CRITERIOS DE INCLUSIÓN

- Se aplicó a trabajadores profesionales titulados ya sea (Lic. Mg, Doc.) que trabajen en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad.
- Se aplicó a trabajadores que sean Cas o nombrados en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad.
- Se aplicó a trabajadores que se encuentren en sus áreas y estén presentes dentro de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad.

2.6.3. CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

- No se aplicó a trabajadores que no se encuentren ni estén presentes dentro de sus áreas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad.
- No se aplicó a trabajadores que no estén presentes ni laborando dentro de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad.

2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RELACIONES DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

2.7.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

TABLA 3: TECNICAS E INSTRUMENTOS

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	OBSERVACIONES
Observación del campo no experimental.	Guía de observación	Mediante esta técnica e instrumento se pudo, Identificar el nivel de identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para mejorar la calidad del servicio público.
Encuesta	Cuestionario	Se aplicó este instrumento para determinar cuáles son las características del comportamiento que refleja la identidad organizacional dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para mejorar la calidad del servicio público.
		Mediante este instrumento el autor pudo, formular un plan de relaciones

Modelo del plan	Propuesta del plan de relaciones publicas	públicas y fortalecer la identidad organizacional de los trabajadores dentro en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.
Análisis Documental	Guía de Análisis del documento	Con este instrumento el especialista en el tema pudo evaluar y validar el plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.
Entrevista	Guía de entrevista	Este instrumento se otorgó a 3 especialistas en relaciones públicas para así obtener información y poder reforzar el plan con recomendaciones. Vale recalcar que esta técnica es de apoyo para el plan de relaciones públicas.

2.8. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para recopilar los datos utilizados se aplicó una encuesta, que determino cuáles son las características del comportamiento que refleja la identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público. **(Anexo1)**

Al mismo tiempo una guía de observación, que Identifico el nivel de identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público, en donde se ejecutó durante cinco días en los horarios de ingreso y salida. **(Anexo 2)**

Por ultimo para formular un plan de relaciones públicas y fortalecer la identidad organizacional de los trabajadores dentro en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público, se realizó una entrevista a 3 especialistas en relaciones públicas en donde brindaron aportes importante de cómo ejecutar un plan. **(Anexo 3 y 5)**

Además se validó el plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público, por un especialista en relaciones públicas. Este puedo ser (Mg, Doc.). **(Anexo 4).**

2.8.1. CUESTIONARIO – ENCUESTA

Muñoz (2013). Define la técnica del cuestionario como la técnica de la encuesta; esta consiste en una línea de preguntas; que normalmente es variado, preparado sistemática y cuidadosamente organizado, además dentro de ella se tiene que relacionar junto con el cuadro de operacionalización, brindando los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, brindando la aplicado en formas variadas o pueden contener una escala de medición nominal y ordinal.

2.8.2. OBSERVACIÓN DEL CAMPO NO EXPERIMENTAL- GUÍA DE OBSERVACIÓN

Villarreal et al (2010). La guía de observación se enfoca a hechos de la realidad para darles sentido y establecer enlaces en diversas situaciones y acciones; una de las técnicas para ella es la observación y detección y por lo tanto es confiable es que es confiable.

2.8.3. ENTREVISTA - GUÍA DE ENTREVISTA

Peláez et al (2010). Define la técnica de la entrevista, como una herramienta de guía de entrevista, además de un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas. En este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa; si se llega a generalizar la entrevista sería una conversación entre dos personas por ello no se aplicaría la técnica en cuya acción. Por último los roles de entrevistador y el entrevistado iría cambiando a lo largo de la conversación.

La entrevista no se considera una conversación normal, sino una conversación formal, con una intencionalidad, de acuerdo a los temas relacionados.

2.9. ASPECTOS ÉTICOS

Para el desarrollo esta tesis, se investigó de manera precisa, paciente los procesos y requerimientos de un proyecto de tesis exigente.

Por otro lado, en la tesis titulada “Plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de la Libertad, 2017”. Contiene autenticidad en los temas, citación APPA según diversos autores dentro del marco teórico y sobre todo no aspira a ningún plagio, ya que se verifico por medio del Turniting.

III. RESULTADOS

3.1. ENCUESTA PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO QUE REFLEJA LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES DENTRO DE LAS ÁREAS ADMINISTRATIVAS DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO.

TABLA 4: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 1	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿CONOCE LA HISTORIA DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	18	14.63%	105	85.37%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 1. El 18 de los trabajadores indicaron que si conocen la historia de la Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 14.63%. Al mismo tiempo se solicitó que haga mención de tres hechos históricos. El resultado es el siguiente:

- a. “Inicio en 1980 / Ministerio de vivienda / Gerencia” (17 trabajadores)
- b. “Aniversario 1° de abril / construcción de carreteras / perteneció a vivienda” (1 trabajador)

Sin embargo 105 de los trabajadores respondió que no conocen la historia, por lo tanto esto equivale a un 85.37% que no sabe.

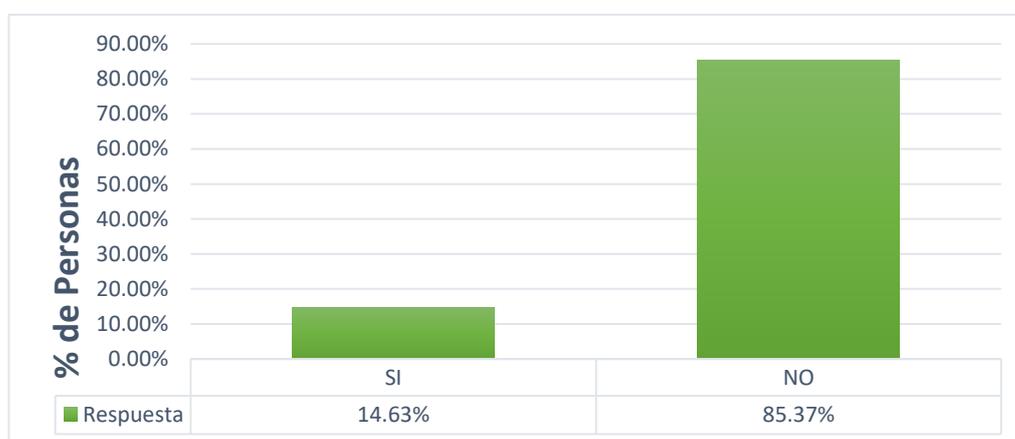


TABLA 5: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 2	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿CONOCE LA MISIÓN DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	18	14.63%	105	85.37%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 2. El 18 de los trabajadores indicaron que si conocen la misión de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 14.63%. Al mismo tiempo se solicitó que haga mención de las dos primeras palabras. El resultado es el siguiente:

- a. “Entidad pública /particularidades culturales y del medio ambiente. (17 trabajadores)
- b. Conducir y orientar con eficiencia y eficacia / actividades de transporte y comunicaciones” (1 trabajador)

Sin embargo 105 de los trabajadores respondió que no conocen la misión, por lo tanto esto equivale a un 85.37% que no sabe.

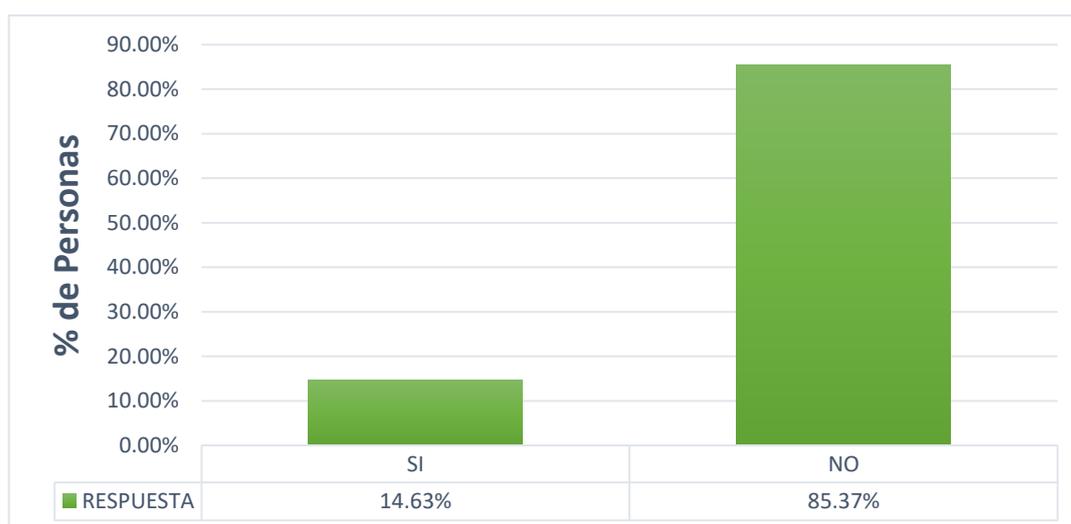


TABLA 6: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 3	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿CONOCE LA VISIÓN DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	20	16.26%	103	83.74%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 3. El 20 de los trabajadores indicaron que si conocen la visión de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 16.26%. Al mismo tiempo se solicitó que haga mención de tres palabras. El resultado es el siguiente:

- a. “Distintos órganos de gobierno / normas de calidad / ética profesional” (16 trabajadores)
- b. “Ser una región integrada / región nacional e internacional / moderna infraestructura vial” (4 trabajador)

Sin embargo 103 de los trabajadores respondió que no conocen la visión, por lo tanto esto equivale a un 83.74% que no sabe.

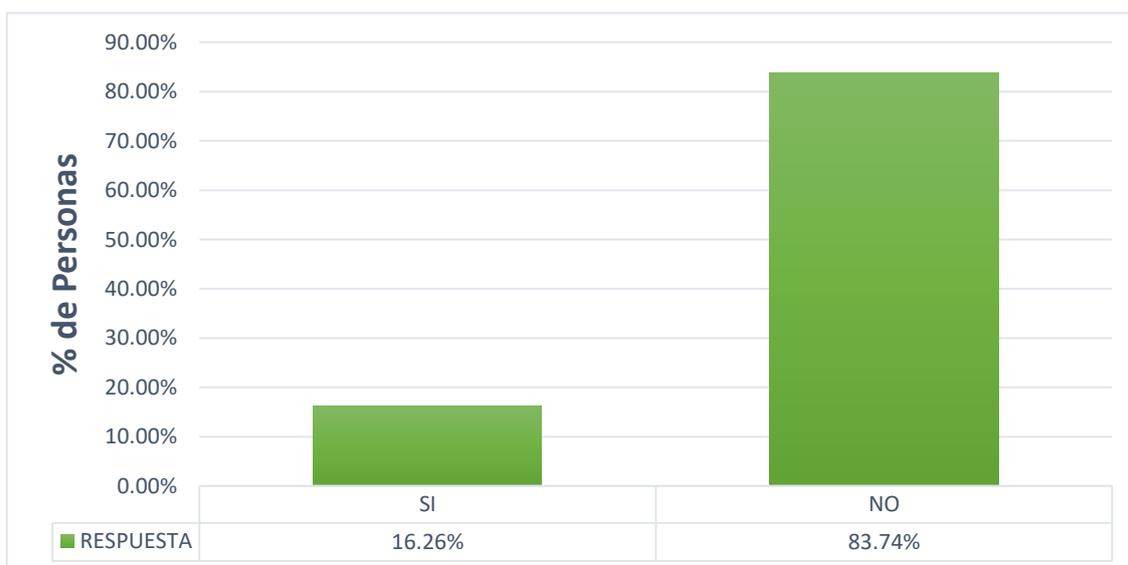


TABLA 7: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 4	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿USTED CONTRIBUYE AL CUMPLIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	18	14.63%	105	85.37%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 4. El 18 de los trabajadores indicaron que si contribuyen con la misión y visión de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 14.63%. Al mismo tiempo se solicitó que explique de qué forma contribuye. El resultado es el siguiente:

- a. “Atención al servicio público” (10 trabajadores)
- b. “Educando y brindando conocimiento de las normas”. (5 trabajadores)
- c. “Trabajo diario de capacitación al personal” (3 trabajador)

Sin embargo 105 de los trabajadores respondió que no contribuye a la misión y visión de la institución, por lo tanto esto equivale a un 85.37% que no sabe.

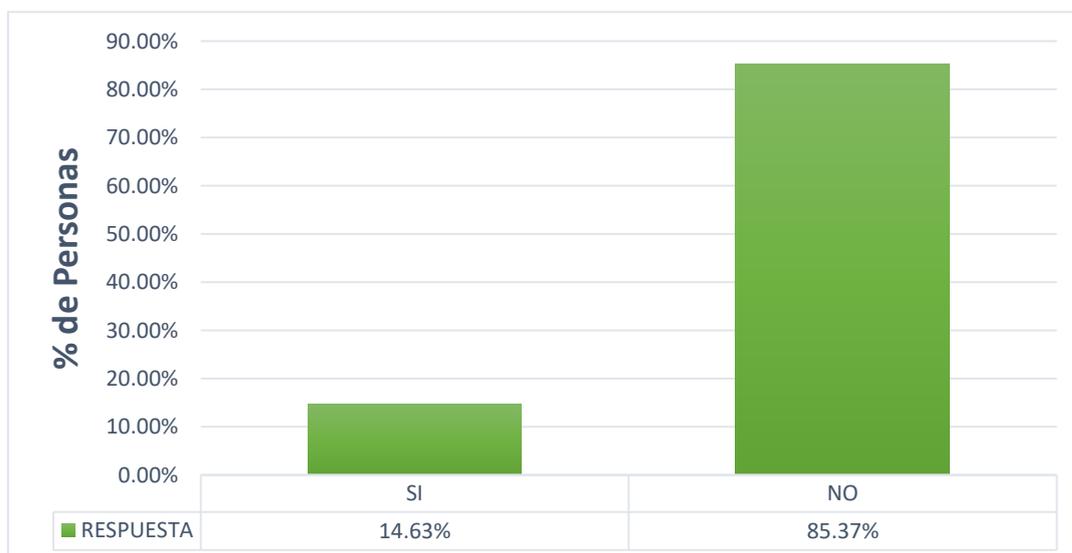


TABLA 8: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 5	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿CONOCE LOS VALORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	20	16.26%	103	83.74%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 5. El 20 de los trabajadores indicaron que si conocen los valores de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 16.26%. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen tres de ellos. El resultado es el siguiente:

- a. "Liderazgo / Responsabilidad / Trasporencia" (10 trabajadores)
- b. "Responsabilidad / Tolerancia / Honestidad". (7 trabajadores)
- c. "Responsabilidad / Respeto / Solidaridad" (3trabajador)

Sin embargo 103 de los trabajadores respondió que no conoce los valores de la institución, por lo tanto esto equivale a un 83.74% que no sabe.

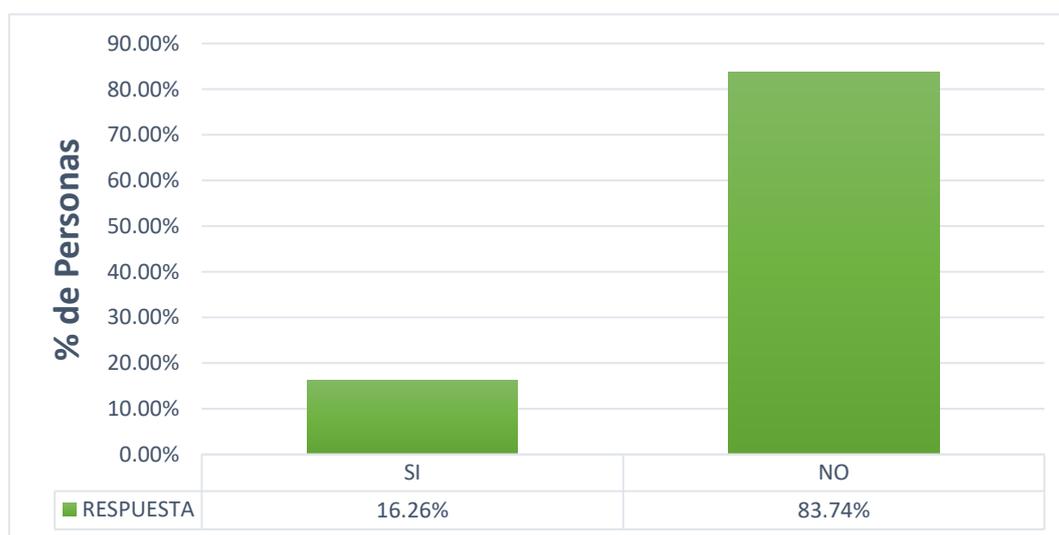


TABLA 9: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 6	RESPUESTA		TOTAL GENERAL		
	ALTERNATIVAS	Nº	%	CANTIDAD	%
¿MEDIANTE QUÉ MEDIO SE DIFUNDEN LOS VALORES EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD	Periódico Mural	42	34.15%	123	100.00%
	Boletines	27	21.95%		
	Brochure	14	11.38%		
	Revistas	25	20.33%		
	Periódico Mural, Boletines	3	2.44%		
	periódico mural, revistas	3	2.44%		
	Revistas y Brochure	1	0.81%		
	Periódico Mural, Revistas, Boletines, Brochure	8	6.50%		

Dentro de la pregunta N° 6. 42 de los trabajadores indicaron que los valores se difunden mediante un periódico mural esto equivale a un 34.15%, 27 de ellos indicaron boletines que sale a un 21.95%, 14 manifestaron Brochure que resulta a un 11.38% y 25 optaron por Revistas en donde corresponde a un 20.33%. Por otro lado los trabajadores variaron sus opciones de respuesta, en donde tres de ello marcaron Periódico Mural y Boletines con un 2.44%, al igual que tres colaboradores más, en donde indicaron Periódico mural y Revista, con un 2.44%, 1 opina Revista y Brochure con un 0.81% y por ultimo 8 de los trabajadores indicaron todas las opciones con un 6.50%.

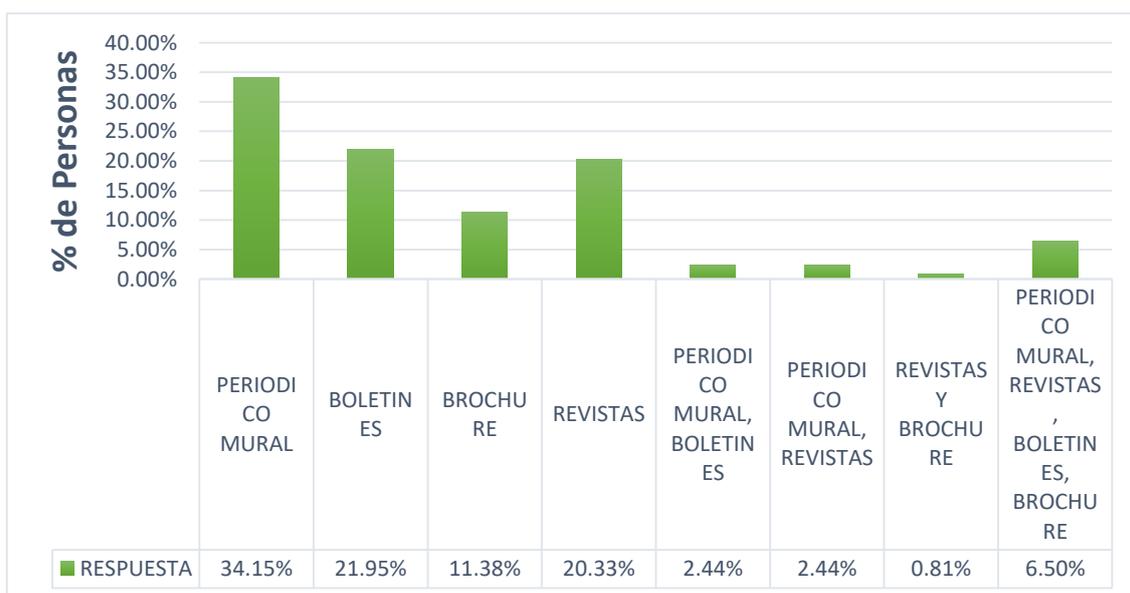


TABLA 10: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 7	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿PRACTICA LOS VALORES DIFUNDIDOS EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	18	14.63%	105	85.37%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 7. El 18 de los trabajadores indicaron que si practican los valores difundidos en la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 14.63%. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen de qué forma lo practican. El resultado es el siguiente:

- a. “Respetando el código de ética de la función pública” (6 trabajadores)
- b. “Respetando a los compañeros y siendo responsable ante la sociedad pública”. (12 trabajadores)

Sin embargo 105 de los trabajadores respondió que no practica los valores de la institución, por lo tanto esto equivale a un 85.37% que no sabe.

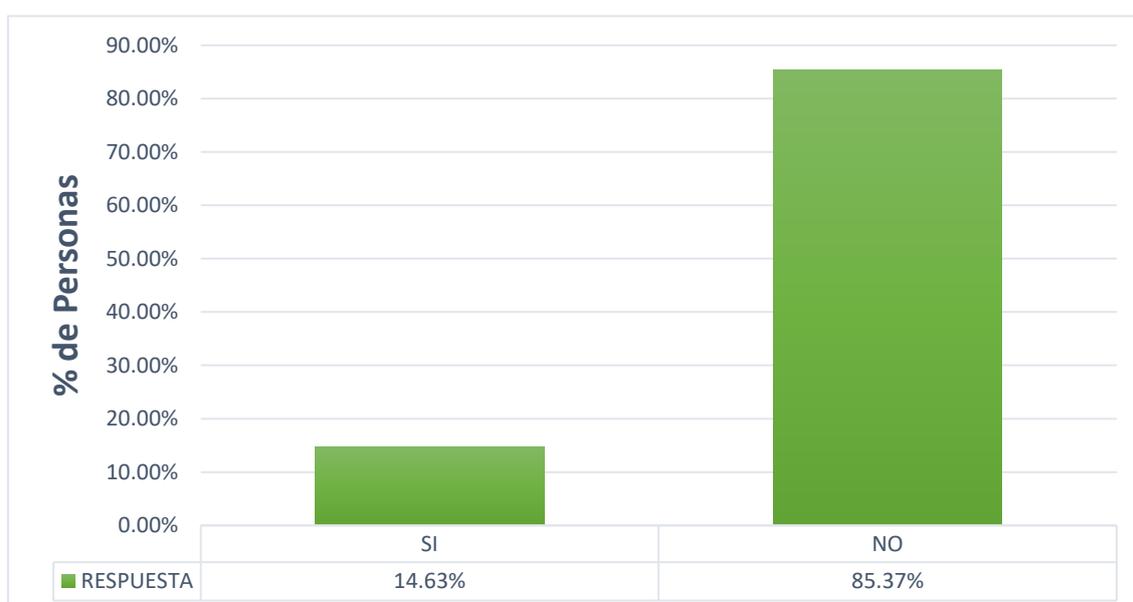


TABLA 11: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 8	RESPUESTA				TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	CANTIDAD	%
¿SE SIENTE ORGULLOSO DE TRABAJAR EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	19	15.45%	104	84.55%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 8. 19 de los trabajadores indicaron que si están orgullosos de trabajar en la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 15.45%. Al mismo tiempo se solicitó el porqué. El resultado es el siguiente:

“Transporte es la identificación con la ciudad de Trujillo” (7 trabajadores)

“Líder en el otorgamiento de licencias de conducir”. (12 trabajadores)

Sin embargo 104 de los trabajadores respondió que no se sientes orgulloso de pertenecer a la institución, por lo tanto esto equivale a un 85.37% no identificado. Por otro lado también se solicitó el porqué de su respuesta. El resultado es el siguiente:

- a. “Falta de integración y compañerismo” (60 trabajadores)
- b. “Falta de trabajo en equipo” (40 trabajadores)
- c. “Falta de coordinación” (4 trabajadores)

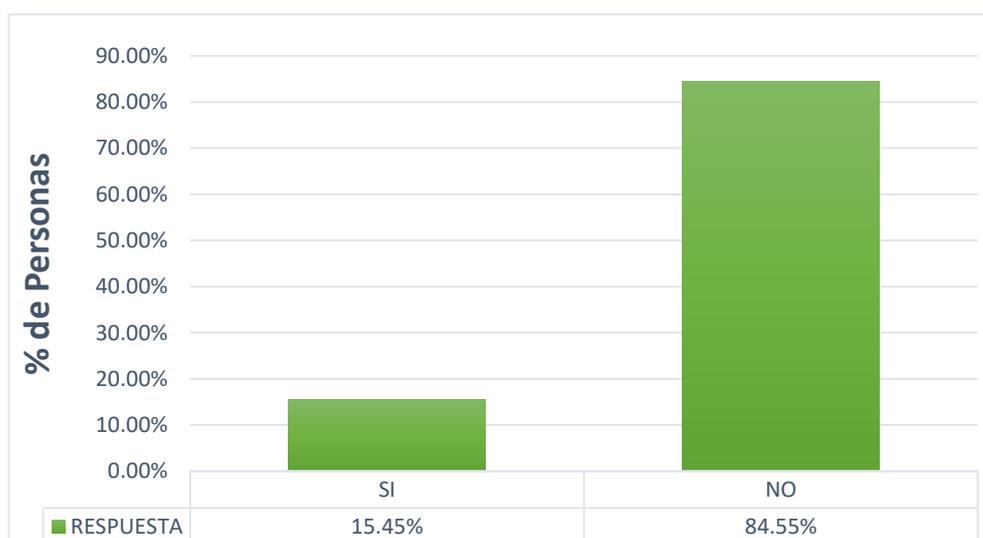


TABLA 12: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 9	RESPUESTA						TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	A VECES	%	CANTIDA D	%
¿TIENE UNA BUENA COMUNICACIÓN Y COMPORTAMIENTO CON SUS COMPAÑEROS DE TRABAJO DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	18	14.63%	98	79.67%	7	5.69%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 9. El 18 de los trabajadores indicaron que si tienen buena comunicación y comportamiento con los trabajadores de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 14.63%. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen el porqué. El resultado es el siguiente:

- a. “Respeto al ser humano” (6 trabajadores)
- b. “Compañerismos entre colaboradores”. (12 trabajadores)

Sin embargo 98 de los trabajadores respondió que no tienen buena comunicación y comportamiento, por lo tanto esto equivale a un 79.67%. Del mismo modo se solicitó que mencionen por qué, el resultado es el siguiente:

- a. “Malos entendidos” (35 trabajadores)
- b. Preferencias inadecuadas (63 trabajadores)

Por ultimo 7 de los trabajadores indicaron que a veces cuentan con buen comportamiento y comunicación, por lo cual equivale a un 5.69% e inseguros en su respuesta.

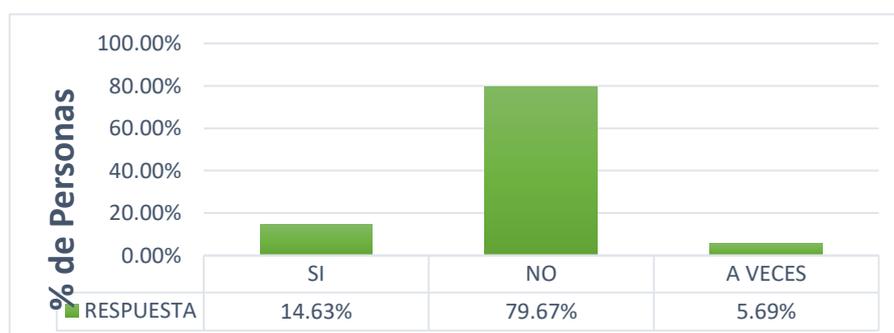


TABLA 13: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 10	RESPUESTA						TOTAL GENERAL	
	SI	%	NO	%	A VECES	%	CANTIDAD	%
¿OBTIENE BUENA COMUNICACIÓN Y COMPORTAMIENTO CON SU JEFE A CARGO DENTRO DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD?	18	14.63%	96	78.05%	9	7.32%	123	100.00%

Dentro de la pregunta N° 10. El 18 de los trabajadores indicaron que si tienen buena comunicación y comportamiento con su jefe a cargo dentro de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, a lo que equivale un 14.63%. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen el porqué. El resultado es el siguiente:

- a. "Sabe trabajar en equipo" (6 trabajadores)
- b. "Comprensivo, paciente y comunicativo". (12 trabajadores)

Sin embargo 96 de los trabajadores respondió que no tienen buena comunicación y comportamiento, por lo tanto esto equivale a un 78.05%. Del mismo modo se solicitó que mencionen por qué, el resultado es el siguiente:

- a. "Tiene mal trato, mal genio"(35 trabajadores)
- b. "Mescla lo personal con lo laboral" (63 trabajadores)

Por ultimo 9 de los trabajadores indicaron que a veces cuentan con un buen comportamiento y comunicación, por el cual equivale a un 7.32% e inseguros en su respuesta

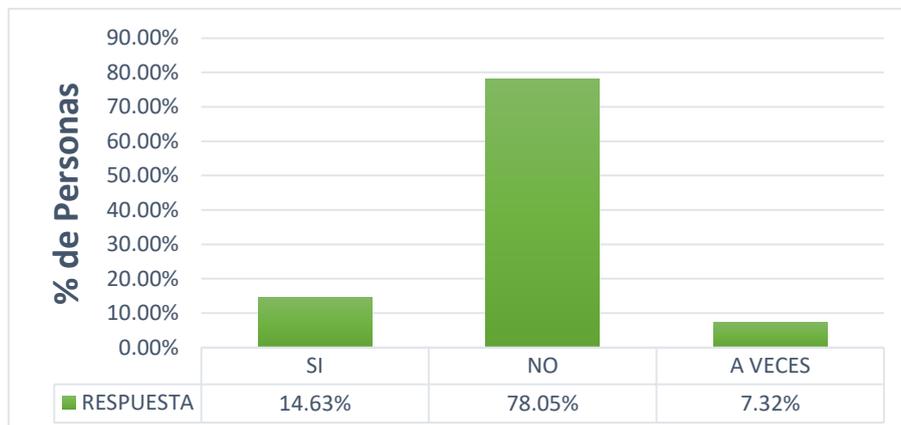


TABLA 14: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

PREGUNTA 11 ¿CONSIDERA QUE LA CONDICIÓN DE TRABAJO QUE LE OFRECE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, AYUDA A SU DESEMPEÑO Y COMPORTAMIENTO LABORAL ADECUADO?	SI		RESPUESTA NO		A VECES		TOTAL GENERAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
	16	13.01%	100	81.30%	7	5.69%	123	100.00%

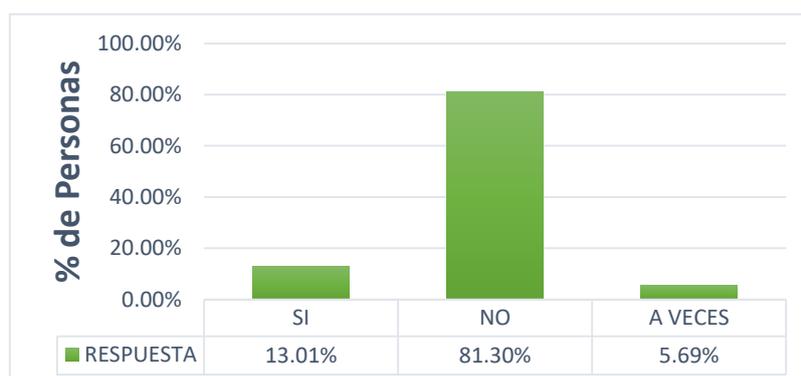
Dentro de la pregunta N° 11. 16 de los trabajadores indicaron que la condición de trabajo que ofrece la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, es la adecuada y ayuda al desempeño laboral a lo que equivale un 13.01%. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen el porqué. El resultado es el siguiente:

- a. “Desarrollo profesional” (8 trabajadores)
- b. “Experiencia en el campo interpersonal e humanística”. (8 trabajadores)

Sin embargo 100 de los trabajadores respondió que no es el trabajo adecuado, por lo tanto esto equivale a un 81.30%. Del mismo modo se solicitó que mencionen por qué, el resultado es el siguiente:

- a. “Mal clima laboral” (51 trabajadores)
- b. “falta de profesionalismo” (49 trabajadores)

Por ultimo 7 de los trabajadores indicaron que a veces ayuda al desempeño laboral, por el cual equivale a un 5.69% e inseguros en su respuesta.



3.2. GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA IDENTIFICAR EL NIVEL DE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIÓN DE LA LIBERTAD, PARA MEJORA LA CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO.

TABLA 15: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Fecha: Lunes 25 de setiembre del 2017

Sexo: Masculino

Cantidad: 43

Horario: 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30

Nº	ASPECTO EVALUADOR	SI	NO	A VECES
1	Llega a tiempo al trabajo		43	
2	Cumple con el uniforme requerido		43	
3	Verifica si está conforme su área de trabajo	43		
4	Elabora sus actividades a tiempo.			43
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo			43
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento			43
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.	43		
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.			43
9	Brinda buena atención al publico	43		
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.	43		
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo			43
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido			43
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).		43	

Dentro de la fecha establecida y teniendo en cuenta la cantidad de trabajadores de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad del sexo masculinos, se observó lo siguiente:

1. No llegan puntual a su centro de trabajo y solo en ciertas ocasiones están a la hora.
2. Ninguno de los trabajadores nombrados cumple con el requerimiento del uniforme
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elaboran al momento o con tiempo.

5. En los ocasiones los trabajadores se sienten conformes con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente o por orden del gerente.
7. No cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, por ello solo cumplen cuando hay un control.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadores no se siente motivado dentro de su área establecida.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, ya que la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio.
10. Si se establece buena comunicación con el jefe de área, por ello la mayoría de los colaboradores dialoga con total normalidad.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con los compañeros de trabajo, ya que no todos se llevan bien ni mantienen buena relación laboral.
12. En ocasiones se brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública, ya sea con colaboradores o tramitadores.
13. No se cumple con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad (MOF). Ya que la mayoría de colaboradores no sabe que esos contenidos importantes están en ellas.

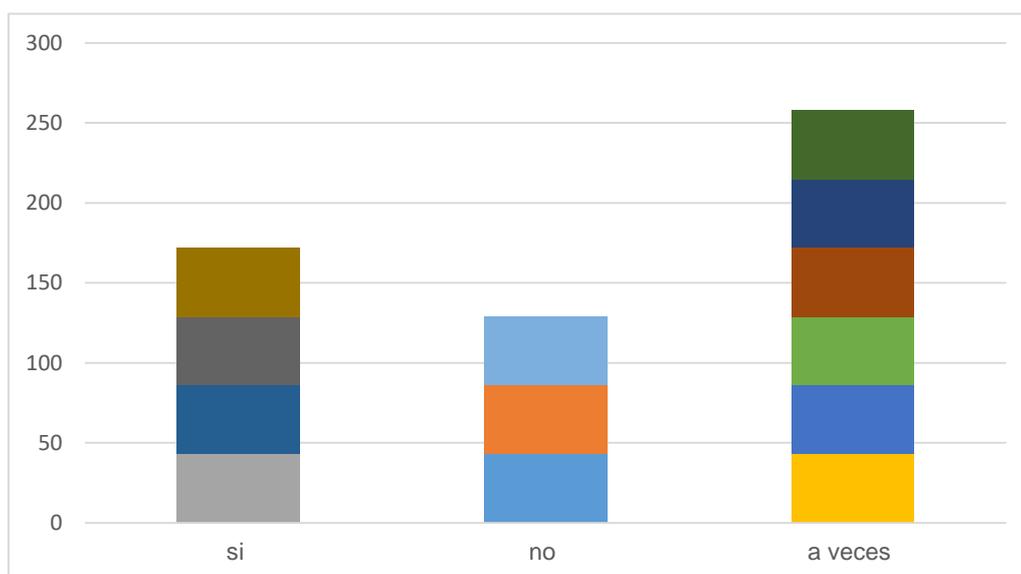


TABLA 16: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Fecha: Martes 26 de setiembre del 2017

Sexo: Masculino

Cantidad: 43

Horario: 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30

Nº	PREGUNTA	SI	NO	A VECES
1	Llega a tiempo al trabajo		43	
2	Cumple con el uniforme requerido		43	
3	Verifica si está conforme su área de trabajo	43		
4	Elabora sus actividades a tiempo.			43
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo		43	
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento			43
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.			43
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.			43
9	Brinda buena atención al público			43
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.			43
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo			43
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido	43		
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).	43		

Dentro de la fecha establecida y teniendo en cuenta la cantidad de trabajadores de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad del sexo masculinos, se observó lo siguiente:

1. No llegan puntual a su centro de trabajo y solo en ciertas ocasiones están a la hora.
2. Ninguno de los trabajadores nombrados cumple con el requerimiento del uniforme
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elaboran al momento o con tiempo.
5. En los ocasiones los trabajadores se sienten conformes con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área.

6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente o por orden del gerente.
7. Durante la fecha que se establece en ocasiones cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso 4 personas lo solicitaron y cumplieron con lo establecido
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadores no se siente motivado dentro de su área establecida y piden rotaciones laborales.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, ya que la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. Si se establece buena comunicación con el jefe de área, por ello la mayoría de los colaboradores dialoga con total normalidad.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con los compañeros de trabajo, ya que no todos se llevan bien ni mantienen buena relación laboral.
12. Durante la fecha establecida si se brindó solución ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública, con tramitadores de licencia o problema documental legal.
13. Durante la fecha establecida en ocasiones se vio a los trabajadores recurriendo a lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

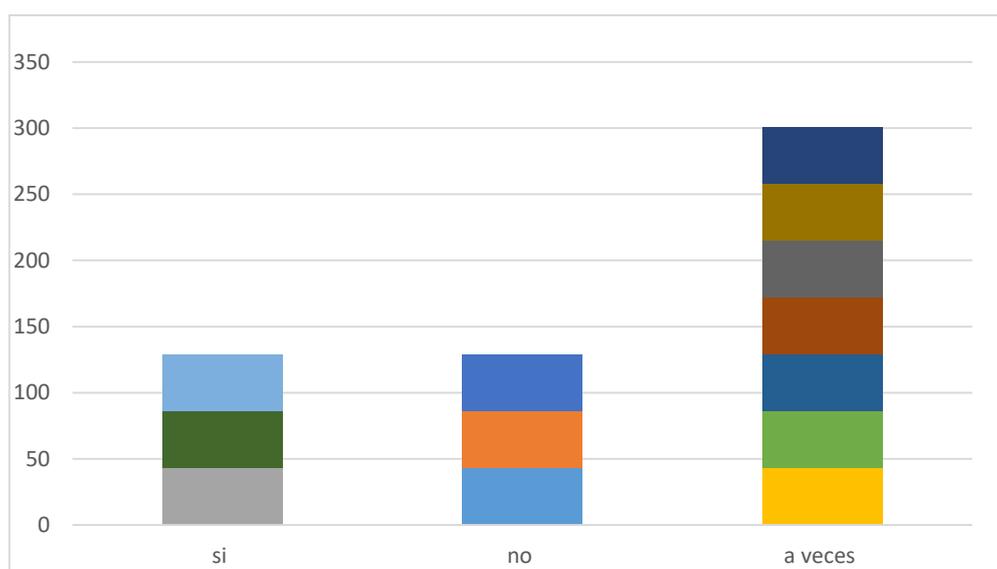


TABLA 17: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Fecha: Miércoles 27 de setiembre del 2017

Sexo: Femenino

Cantidad: 80

Horario: 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30

Nº	PREGUNTA	SI	NO	A VECES
1	Llega a tiempo al trabajo			80
2	Cumple con el uniforme requerido		80	
3	Verifica si está conforme su área de trabajo	80		
4	Elabora sus actividades a tiempo.			80
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo		80	
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento			80
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.	80		
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.			80
9	Brinda buena atención al público			80
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.			80
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo			80
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido			80
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).		80	

Dentro de la fecha establecida y teniendo en cuenta la cantidad de trabajadoras de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad del sexo femenino, se observó lo siguiente:

1. En ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo o anunciando un día antes al jefe de área. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos hora más tarde del horario establecido.
2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumple con el requerimiento del uniforme.
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elaboran al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo.

5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.
7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso día las colaboradoras solicitan por urgencia.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.
12. En ocasiones las colaboradoras brindan soluciones ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

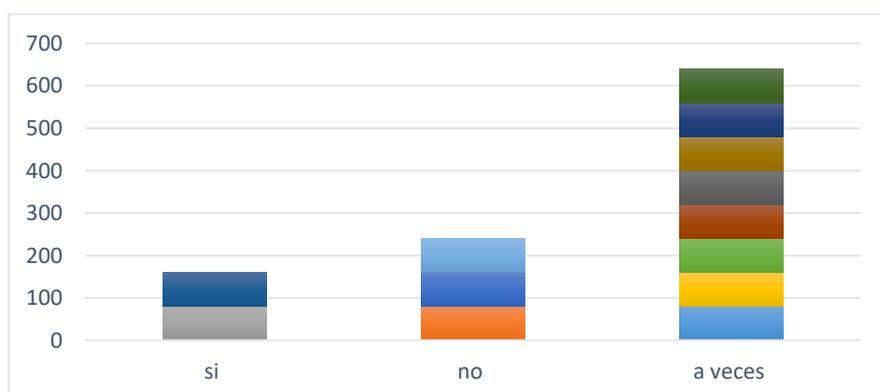


TABLA 18: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Fecha: Jueves 28 de setiembre del 2017

Sexo: Femenino

Cantidad: 80

Horario: 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30

Nº	PREGUNTA	SI	NO	A VECES
1	Llega a tiempo al trabajo			80
2	Cumple con el uniforme requerido		80	
3	Verifica si está conforme su área de trabajo	80		
4	Elabora sus actividades a tiempo.			80
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo			80
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento			80
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.	80		
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.			80
9	Brinda buena atención al público			80
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.			80
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo			80
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido			80
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).			80

Dentro de la fecha establecida y teniendo en cuenta la cantidad de trabajadoras de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad del sexo femenino, se observó lo siguiente:

1. Durante la fecha establecida en ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos hora más tarde del horario establecido.
2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumplen con el requerimiento del uniforme.
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo

5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.
7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso día las colaboradoras solicitan por urgencia.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.
12. En ocasiones las colaboradoras brindan soluciones ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

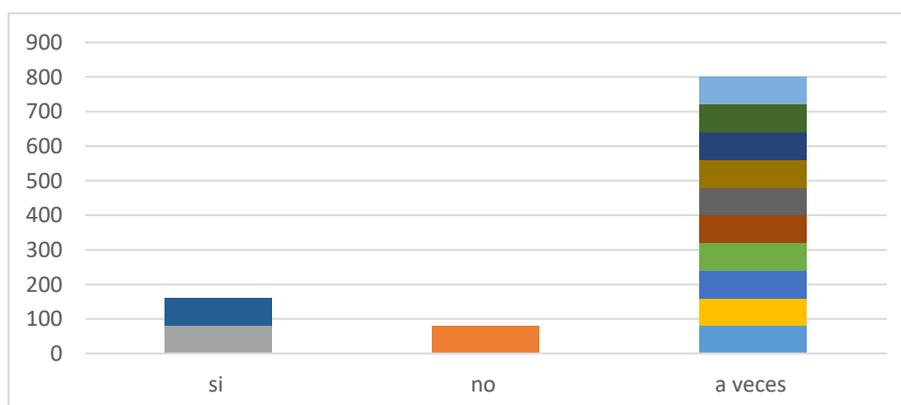


TABLA 19: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Fecha: Viernes 29 de setiembre del 2017

Sexo: Femenino

Cantidad: 80

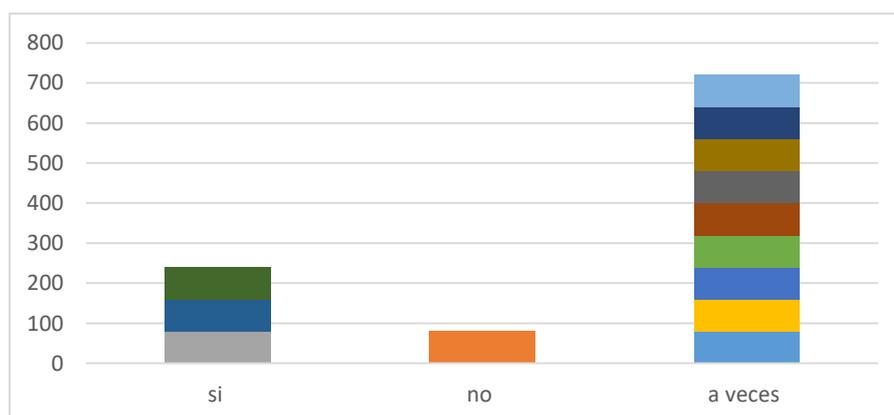
Horario: 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30

Nº	PREGUNTA	SI	NO	A VECES
1	Llega a tiempo al trabajo			80
2	Cumple con el uniforme requerido		80	
3	Verifica si está conforme su área de trabajo	80		
4	Elabora sus actividades a tiempo.			80
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo			80
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento			80
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.	80		
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.			80
9	Brinda buena atención al público			80
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.			80
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo			80
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido	80		
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).			80

Dentro de la fecha establecida y teniendo en cuenta la cantidad de trabajadoras de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad del sexo femenino, se observó lo siguiente:

1. Durante la fecha establecida en ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos hora más tarde del horario establecido.
2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumple con el requerimiento del uniforme.
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo.

5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.
7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso día las colaboradoras solicitan por urgencia.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.
12. Durante la fecha establecida si brindo solución ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad (MOF).



3.3. ENTREVISTA A TRES ESPECIALISTAS EN RELACIONES PÚBLICAS.

- La Doctora en relaciones publica , Juany Pinedo Añorga manifiesta lo siguiente:
 1. ¿Puede un plan de relaciones públicas puede fortalecer la identidad organizacional en una institución pública?
 - Un plan de relaciones públicas si puede fortalecer la identidad organizacional, ya que es importante para cualquier organización tanto públicas o privada. Sin ellas no puede a ver una coordinación exacta con los diversos públicos y colaboradores.
 2. ¿Considera que mediante un plan de relaciones públicas se puede fortalecer diversas comunicaciones internas en una institución públicas?
 - Es esencial ya que mediante un plan de relaciones públicas o de comunicación se pueden fortalecer diversas situaciones. Es por ello que mediante este, se puede avanzar en la gestión y tener una coordinación con diversas áreas.
 3. ¿Qué sugerencias puede brindar para fortalecer una identidad organizacional dentro de las instituciones públicas.
 - Para fortalecer la identidad organizacional, se debe capacitar al personal interno e incluso hasta los vigilantes, ya que ellos también son parte del centro laboral. Por otro lado, todas las instituciones públicas deben mantener una misma línea, es decir hablar el mismo idioma y estar de acuerdo ante algunas situaciones y sobre todo tratando bien al cliente
 4. ¿Qué recomendaciones brindaría para la realización de un plan de relaciones públicas?
 - Para realizar el plan de relaciones públicas o de comunicación, se debe hacer un diagnóstico al entorno que se quiere evaluar, es decir ir a una institución y ver la realidad en la que se encuentra. por ello es necesario ver sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, para así poder mejorar las diversas problemáticas.

- El Magister en relaciones públicas, Francisco Barquero Cornelio manifiesta lo siguiente:

1. ¿Puede un plan de relaciones públicas puede fortalecer la identidad organizacional en una institución pública?
 - Si, ya que ayuda al afianzamiento de la comunión y comunicación interna y externa, para así mejorar la imagen institucional o empresarial.
2. ¿Consideras que mediante un plan de relaciones públicas se puede fortalecer diversas comunicaciones internas en una institución públicas?
 - Claro, ya que se debe tener en cuenta lo importante, que es la misión visión y valores. Por otro lado, muchas de las intuiciones públicas no las conocen y debería ser esencial para cualquier colaborador ya sea de empresas privadas o públicas.
3. ¿Qué sugerencias puede brindar para fortalecer una identidad organizacional dentro de las instituciones públicas?
 - Para fortalecer la identidad organizacional dentro de una institución pública, es necesario afianzar la comunión, es decir que haya más comunicación interna y externa para mejorar la imagen del centro.
4. ¿Qué recomendaciones brindaría para la realización de un plan de relaciones públicas?
 - Lograr que las autoridades sepan o se informen para que sirve un plan de relaciones públicas, es decir concientizar a las cabezas principales para así lograr una investigación adecuada.

- La Magister en relaciones públicas, Karin Chávez Días manifiesta lo siguiente:
 1. ¿Puede un plan de relaciones públicas puede fortalecer la identidad organizacional en una institución pública?
 - Si, efectivamente un plan de relaciones públicas, tiene el objetivo de trabajar todo lo que es comunicación interna, para así se refleje la dentro de la imagen.
 2. ¿Consideras que mediante un plan de relaciones públicas se puede fortalecer diversas comunicaciones internas en una institución públicas?
 - Si, por ello el área de relaciones públicas es vital, para poder fortalecer diversas comunicaciones internas; es decir que es como si fuera el corazón y el cerebro de una institución u organización. Sin embargo, mediante este la información será más directa para cualquier evento o reuniones, etc y así fortalecer la identidad de los colaboradores.
 3. ¿Qué sugerencias puede brindar para fortalecer una identidad organizacional dentro de las instituciones públicas?
 - Para fortalecer la identidad organizacional dentro de una institución pública es complicada, sin embargo se debe ser transparente y sin ningún ámbito político. Por ello tener una comunicación sincera ante las personas y hacer que consideren un buen lugar a donde acudir ante una atención u otros. Además, mediante esto la mejora de la imagen podría incrementar.
 4. ¿Qué recomendaciones brindaría para la realización de un plan de relaciones públicas?
 - Es depende de las diversas situaciones en que se encuentren la institución o empresa. Por ello, siempre es importante transmitir la verdad para así el relacionista público pueda realizar las estrategias.

IV. DISCUSIÓN

Esta investigación tiene como objetivo general, proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad, en mejora de la calidad del servicio público. Por lo tanto el propósito es presentar resultados confiables en base a los dos principales objetivos específicos, reforzando con los contenidos del marco teórico según autores. A continuación, se discutirá los principales hallazgos de este estudio.

Dentro del primero objetivo específico descrito como: Determinar cuáles son las características del comportamiento que refleja la identidad organizacional de los trabajadores dentro de las áreas administrativas de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público, se obtuvo el siguiente resultado:

1. El 14.63% de los trabajadores indicaron que si conocen la historia de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que haga mención de tres hechos históricos, por lo que respondieron: Inicio en 1980, Ministerio de vivienda, Gerencia, Aniversario 1º de abril, construcción de carreteras, perteneció a vivienda. Sin embargo el 85.37% respondió que no conocen y no sabe la historia.
2. El 14.63% de los trabajadores indicaron que si conocen la misión de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que haga mención de las dos primeras palabras. Por lo que respondieron: Entidad pública, particularidades culturales y del medio ambiente, Conducir y orientar con eficiencia y eficacia, actividades de transporte y comunicaciones; Sin embargo 85.37% de los trabajadores respondió que no conocen y no sabe.
3. El 16.26% de los trabajadores indicaron que si conocen la visión de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que haga mención de tres palabras, por lo que respondieron: Distintos órganos de gobierno, normas de calidad, ética profesional, Ser una región integrada, región nacional e internacional,

moderna infraestructura vial. Sin embargo 83.74 % de los trabajadores respondió que no conocen y sabe la visión.

Coincido con lo mencionado por el autor, Costa (2001) en donde se refiere a los tres primeros resultados e indica que el desarrollo interno de la identidad organizacional a futuro, va logrando definir una historia visión misión y valores de la prospectiva y creativa propia hacia una institución pública, en donde los trabajadores puedan saber identificarse con ellas.

4. El 14.63 % de los trabajadores indicaron que si contribuyen con la misión y visión de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que explique de qué forma contribuyen, por lo que respondieron: Atención al servicio público, Educando y brindando conocimiento de las normas, Trabajo diario de capacitación al personal. Sin embargo 85.87% de los trabajadores respondió que no contribuye a la misión y visión de la institución.

5. El 16.26% de los trabajadores indicaron que si conocen los valores de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen tres de ellos, el resultado es el siguiente: Liderazgo, Responsabilidad, Transparencia, Responsabilidad, Tolerancia, Honestidad, Responsabilidad, Respeto, Solidaridad. Sin embargo 83.74% de los trabajadores respondió que no conoce los valores de la institución.

A todo esto dentro de los resultados 4 y 5, Coincido con lo mencionado por el autor Cano y Bauzá (2010), en donde indica que la contribución de la identidad organizacional se visualiza como la personalidad de la entidad interna, en donde se sientes identificados y motivados a seguir mejorando los puntos débiles; además de que esto podrá ayudar a la identidad externa hacia el público.

6. El 34.15% de los trabajadores indicaron que los valores se difunden mediante un periódico mural, el 21.95%, de ellos dijo boletines, el 11.38% manifestaron Brochure, el 20.33% optaron por Revistas. Por otro lado los trabajadores variaron sus opciones de respuesta, en donde el

2.44% de ello marcaron Periódico Mural y Boletines, al igual que tres colaboradores más, en donde indicaron Periódico mural y Revista, el 0.81% dijo Revista y Brochure y el 6.50% indicaron todas las opciones.

7. El 14.63% de los trabajadores indicaron que si practican los valores difundidos en la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que hagan mención de qué forma lo practican, en lo que respondieron: Respetando el código de ética de la función pública / Respetando a los compañeros y siendo responsable ante la sociedad pública. Sin embargo 85.37% de los trabajadores respondió que no practica los valores de la institución.

Dentro de los resultados 6 y 7, Coincido con lo mencionado por el autor Cano y Bauzá (2010), que manifiesta que la difusión y la práctica de valores es un conjunto de avances y actitudes en donde se comienza la identidad organizacional.

8. El 15.45 % de los trabajadores indicaron que si están orgullosos de trabajar en la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó el que manifiesten el porqué, en donde respondieron: Transporte es la identificación con la ciudad de Trujillo, Líder en el otorgamiento de licencias de conducir. Sin embargo el 85.37% respondió que no se sientes orgulloso de pertenecer a la institución, por lo tanto no se sienten identificados, por otro lado también se solicitó el porqué de su respuesta, el resultado es el siguiente: Falta de integración y compañerismo, Falta de trabajo en equipo, Falta de coordinación.

Coincido con el autor Duarte y Mena (2014), ellos indican que el sentirse orgullosos de su centro de trabajo es por si, ya tener una identidad organizacional, por ello lo describen en tres criterios: carácter central, respeto a otras entidades, tiempo de permanencia.

9. El 14.63% de los trabajadores indicaron que si tienen buena comunicación y comportamiento con los trabajadores de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que manifiesten el porqué. El resultado es el siguiente: Respeto al ser humano, Compañerismos entre colaboradores. Sin embargo el 79.67% de los trabajadores respondió que no tienen buena comunicación y comportamiento, del mismo modo se solicitó que mencionen el por qué, el resultado es el siguiente: Malos entendidos, Preferencias inadecuadas. Por último el 5.63% de los trabajadores indicaron que a veces cuentan con buen comportamiento y comunicación, por lo cual están inseguros en su respuesta.

10. El 14.63% de los trabajadores indicaron que si tienen buena comunicación y comportamiento con su jefe a cargo dentro de la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen el porqué. El resultado es el siguiente: Sabe trabajar en equipo, Comprensivo, paciente y comunicativo. Sin embargo 78.05% de los trabajadores respondió que no tienen buena comunicación y comportamiento; del mismo modo se solicitó que argumenten el por qué, el resultado es el siguiente: Tiene mal trato, mal genio, Mezcla lo personal con lo laboral. Por último 7.32% de los trabajadores indicaron que a veces cuentan con un buen comportamiento y comunicación, por el cual no están seguro en su respuesta.

Dentro de los resultados 9 y 6, el autor Capriotti (2009), considera importante la gestión y la interacción con el medio, es decir no solo el trato con el cliente o público, si no el trato inter personal con los trabajadores o jefes. Por otro lado también indica que mediante esto se puede lograr la identificación interna o externa.

11. El 13.01% de los trabajadores indicaron que la condición de trabajo que ofrece la Gerencia Regional de Transporte y comunicaciones de la Libertad, es la adecuada y ayuda al desempeño laboral. Al mismo tiempo se solicitó que mencionen el porqué, en donde respondieron: Desarrollo

profesional, Experiencia en el campo interpersonal e humanístico. Sin embargo 81.30% de los trabajadores respondió que no es el trabajo adecuado, en donde del mismo modo se solicitó que mencionen por qué, el resultado es el siguiente: Mal clima laboral, Falta de profesionalismo. Por ultimo 5.69% de indico que a veces ayuda el desempeño laboral.

A todo esto coincide con lo que manifiesta el autor Curubeto (2007), en donde menciona que las formas que tienen las organizaciones e instituciones para su desempeño laboral ante la audiencia; es mediante una coordinación adecuada, actividades de comunicación etc, esto con el fin de sentir la experiencia.

Por otro lado dentro del segundo objetivo específico descrito como: Identificar el nivel de identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La gerencia regional de trasportes y comunicación de la libertad, para la mejora de la calidad del servicio público, se consideró pertinente realizar la investigación de acuerdo a la cantidad de trabajadores identificándolos por sexo masculino y femenino. Por ello se obtuvo el siguiente resultado:

- Durante la fecha establecida Lunes 25 de setiembre del 2017 y teniendo en cuenta los 43 de trabajadores del sexo masculino dentro de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se observó durante los horarios de 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30 lo siguiente:
 1. No llegan puntual a su centro de trabajo y solo en ciertas ocasiones están a la hora.
 2. Ninguno de los trabajadores nombrados cumple con el requerimiento del uniforme.
 3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida.
 4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elaboran al momento o con tiempo.
 5. En los ocasiones los trabajadores se sienten conformes con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área.

6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente o por orden del gerente.
7. No cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, por ello solo cumplen cuando hay un control.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadores no se siente motivado dentro de su área establecida.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, ya que la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio.
10. Si se establece buena comunicación con el jefe de área, por ello la mayoría de los colaboradores dialoga con total normalidad.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con los compañeros de trabajo, ya que no todos se llevan bien ni mantienen buena relación laboral.
12. En ocasiones se brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública, ya sea con colaboradores o tramitadores.
13. No se cumple con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad (MOF). Ya que la mayoría de colaboradores no sabe que esos contenidos importantes están en ellas.

Dentro de los resultados arrojados durante la fecha establecida, coincide con lo mencionado por el autor Pizzolante (2004), que indica que la identidad organizacional permite distinguir como las diferentes actividades dan una reputación favorable logrando así establecer el clima laboral.

Del mismo modo Capriotti (2009), manifiesta que la gestión más adecuada con el centro de trabajo es mediante la interacción con el medio; esto se debe a la participación con los colaboradores en donde se esfuerzan para desarrollar una identidad fuerte.

- Durante la fecha establecida, Martes 26 de setiembre del 2017 y teniendo en cuenta los 43 de trabajadores del sexo masculino dentro de La

Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se observó durante los horarios de 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30 lo siguiente:

1. No llegan puntual a su centro de trabajo y solo en ciertas ocasiones están a la hora.
2. Ninguno de los trabajadores nombrados cumplen con el requerimiento del uniforme
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo.
5. En los ocasiones los trabajadores se sienten conformes con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente o por orden del gerente.
7. Durante la fecha que se establece en ocasiones cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el trascurso 4 personas lo solicitaron y cumplieron con lo establecido.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadores no se siente motivado dentro de su área establecida y piden rotaciones laborales.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, ya que la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. Si se estable buena comunicación con el jefe de área, por ello la mayoría de los colaboradores dialoga con total normalidad.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con los compañeros de trabajo, ya que no todos se llevan bien ni mantienen buena relación laboral.
12. Durante la fecha establecida si se brindó solución ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública, con tramitadores de licencia o problema documental legal.

13. Durante la fecha establecida en ocasiones se vio a los trabajadores recurriendo a lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

En la misma línea coincido con lo mencionado por el autor Capriotti (2009), en donde indica que los comportamientos que se dan dentro de una institución pública deben ser construidos de acuerdo a los valores establecidos por los mismos colaboradores, para así generar una mayor identidad.

Así mismo también coincide Carter (1993), en donde indica que mediante actividades de integración a través de un plan de comunicación, se puede lograr la identificación con un tiempo predeterminado.

- Durante la fecha establecida, Miércoles 27 de setiembre del 2017 y teniendo en cuenta las 80 de trabajadoras del Sexo Femenino dentro de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se observó durante los horarios de 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30 lo siguiente:
 1. En ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo o anunciando un día antes al jefe de área. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos hora más tarde del horario establecido.
 2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumplen con el requerimiento del uniforme.
 3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
 4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo.
 5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
 6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.

7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso día las colaboradoras solicitan por urgencia.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.
12. En ocasiones las colaboradoras brindan soluciones ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

Dentro de la información arrojada por los resultados de la guía de observación, y coincidiendo con lo que menciona el autor Henrion (1991), en donde indica que para obtener una buena identidad es necesario cuatro alternativas: Aumento de comunicación laboral, Desempeño laboral, Aumento de confianza con colaboradores y jefes a cargo y mejora con el trato del servicio al ciudadano.

- Durante la fecha establecida, Miércoles 27 de setiembre del 2017 y teniendo en cuenta las 80 de trabajadoras del Sexo Femenino dentro de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se observó durante los horarios de 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30 lo siguiente:

1. Durante la fecha establecida en ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos hora más tarde del horario establecido.
2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumplen con el requerimiento del uniforme.
3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo.
5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.
7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso día las colaboradoras solicitan por urgencia.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.

12. En ocasiones las colaboradoras brindan soluciones ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

A todo este resultado, coincide con lo que manifiesta el autor Hatch & Schultz (1997), en donde indica que para lograr una exitosa identidad los miembros deben percibir y sentir la identificación con su centro laboral, para así se visualicen los diversos comportamientos ante la sociedad.

- Durante la fecha establecida, Jueves 28 de setiembre del 2017 y teniendo en cuenta las 80 de trabajadoras del Sexo Femenino dentro de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se observó durante los horarios de 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30 lo siguiente:
 1. Durante la fecha establecida en ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos horas más tarde del horario establecido.
 2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumplen con el requerimiento del uniforme.
 3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
 4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo.
 5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
 6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.
 7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso del día las colaboradoras solicitan por urgencia.

8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.
12. En ocasiones las colaboradoras brindan soluciones ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

Coincidiendo con el autor Benefeld, Libenson et al (2012), indican que la identidad en una institución se ve reflejada mediante la acción de diversas actividades interpersonales. Por ello si está bien gestionada puede se puede manejar diferentes conductas.

- Durante la fecha establecida, Viernes 29 de setiembre del 2017y teniendo en cuenta las 80 de trabajadoras del Sexo Femenino dentro de La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se observó durante los horarios de 8:00 am – 1:00 pm / 1:45 pm – 4:30 lo siguiente:
 1. Durante la fecha establecida en ocasiones llegan puntual a su centro de trabajo. En el caso de madres lactantes, su ingreso es exclusivamente dos hora más tarde del horario establecido.
 2. Ninguna de las trabajadoras nombradas cumplen con el requerimiento del uniforme.

3. Si verifican si está conforme su área de trabajo, dentro de su hora de ingreso y salida, al mismo tiempo verifican lo de su jefe de área.
4. En ocasiones dejan sus actividades pendientes, por el cual los trabajos que sean importantes se elabora al momento o con tiempo, esto suele suceder cuando tienen exceso de trabajo.
5. No se sienten conforme con su lugar de trabajo, ya que no todos laboran conforme lo establece el jefe de área, les toca compañeras que no trabajan o que no se llevan bien.
6. En ocasiones cumplen con las disposiciones en la modificación de documentos, esto suele suceder cuando es urgente para el gobierno regional o por orden del gerente general.
7. Si cumplen con lo establecido en la justificación y tiempo de orden de salida, ya que durante el transcurso día las colaboradoras solicitan por urgencia.
8. En ocasiones elaboran su trabajo con esmero y dedicación, ya que la mayoría de trabajadoras no se siente motivada dentro de su área establecida es por ellos que piden constante rotación.
9. Si brindan la atención correspondiente hacia público, con mucha amabilidad y educación, por ello la mayoría de tramitantes no tiene ninguna queja por el servicio. Al mismo tiempo se está mejorando día a día la atención.
10. En ocasiones tienen buena comunicación con el jefe de área, ya que no siempre están en oficina trabajando ni en alguna comisión, por ello la colaboradoras también indican que tienes privilegios con otro tipo de situaciones o personas.
11. En ocasiones se desarrolla buena comunicación con las compañeras de trabajo, sin embargo existe rivalidades entre algunas y esto perjudica al clima laboral.
12. Durante la fecha establecida si brindo solución ante cualquier imprevisto o mal entendido dentro de la institución pública.
13. No cumplen con lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad (MOF).

Coincidiendo con el autor Borges (2010), que indica que lo principal que se debe desarrollar en una institución es la identidad. También menciona que los colaboradores deben lograr tener una comunicación constante con los contenidos internos.

Por ultimo con esta información recopilada dentro de la base de datos del cuestionario y de la guía de observación, se logró interpretar y determinar muchas dudas en diferentes puntos de vista según la respuesta de los trabajadores de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad; a todo esto es importante resaltar el sustentos de los autores que mencionan y coinciden con sus teorías.

V. CONCLUSIONES

Las siguientes conclusiones dan respuesta a los objetivos planteados, basados en la investigación de “Plan de relaciones públicas y fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, 2017”. Cuya población fue de 123 colaboradores. Por el cual se concluye que:

- En la investigación se determinó que las características del comportamiento que reflejan los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, no son los apropiados, ya que las personas que vienen trabajando más de 1 año en la institución pública no cuentan con una adecuada imagen personal; por ello, tienen mal trato hacia el cliente y compañeros que no son de su agrado. Además de que piensan que la condición laboral que les ofrece la GRTC-LL no ayuda en su desempeño ni comportamiento. A todo esto si se logra incrementar la identidad organizacional, se podrá mejorar la calidad del servicio al público.
- Se logró identificar la falta de identidad organizacional que tienen los colaboradores dentro de sus áreas administrativas en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad. Por ello tanto los 43 hombres como las 88 mujeres que fueron observados en las fechas 25,26,27,28 y 29 de setiembre, reflejaron un nivel de informalidad y falta de compromiso ante algunas de las políticas instituciones y cultura organizacional. Por lo tanto es esencial que el colaborador se sienta motivado e identificados con su institución para así mejorar la calidad del servicio al público.
- Por medio del plan de relaciones públicas, se podrá fortalecer los diferentes problemas que se encontraron en la investigación. Además, las estrategias elaboradas están hechas para mejorar la comunicación, la identidad y la cultura de los trabajadores de la gerencia regional de transporte y comunicaciones de la libertad.

- Por medio de la validación del plan de relaciones públicas, se pudo tener mayor confiabilidad en su elaboración y ante diversas autoridades de la Gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad. Además de que las estrategias elaboradas ayudarán a fortalecer su identidad organizacional.

VI. RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones son en base al “Plan de relaciones públicas y fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de la Libertad, 2017”.

- Se recomienda al gerente general y a los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, coordinar y establecer un mejor control y orden documental al momento que el ciudadano desee adquirir su licencia de conducir.
- Se sugiere a los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, trabajar en equipo y no dejar pendientes documentales. Además guiar bien al cliente y brindarle una buena atención.
- Se recomienda a los colaboradores y al gerente general, leer lo dispuesto en el manual de ordenamiento y Funciones (MOF) y cumplir con lo dispuesto.
- Se sugiere a los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, ser más responsables a la hora de su ingreso y manteniendo las políticas institucionales con lo que respecta el uso del uniforme.

VII. REFERENCIAS

- Abarca & Vergara (2014). *“Identidad organizacional en cooperativas”*. Universidad de Chile economía y negocio, Santiago de Chile, Chile.
- Arranz (1997). *“Gestión de la identidad empresarial y su impacto sobre los resultados”*. Ciudad de México, México.
- Binenfeld, Libenson Et Al (2012). *“Selecciones de Relaciones Públicas”*. Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República – ADUGREP, Buenos Aires, Argentina.
- Borges (2010). *“Marketing Rentable”*. Madrid, España.
- BRIONES. (1982). *“Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales”*. México, Trillas.
- Cáceres & Portillo (2013). *“La propuesta de un plan de relaciones públicas para mejorar la imagen institucional del centro de apoyo de la lactancia materna (calma), ubicada en el municipio de San Salvador”*. Universidad Francisco Gavidia, San Salvador.
- Cano & Bauzá (2010). *“De la identidad organizacional a la comunicación corporativa”*. Universidad de Las Tunas, Cuba.
- Castillo (2009). *“Relaciones Pública, Teoría e Historia”*. Barcelona, España.
- Capriotti (2003). *“Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa”*. Santiago de Chile, Chile.
- Capriotti (2009). *“Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa”*. Tarapacá, Chile.
- Cassel, Claes, Magnus, et al. (1993) *“Fundaciones de Inferencia en Muestreo de Encuestas”*. Publishing Company Malabar, Florida.
- Curubeto (2007). *“La marca universitaria (1ª edición)”*. Buenos Aires, Argentina.
- Coronado (2007). *“Escala de Medición”*. Corporación universitaria UNITEC, EE.UU, California.
- Costa (2001). *“Imagen corporativa en el siglo XXI”*. La Crujía, Buenos Aires, Argentina.
- Duarte & Mena (2014). *“Análisis de la identidad corporativa”*. Madrid, España.

- Duran (2014). *“Fundamentos de las RR.PP”*. Madrid, España.
- Freeman (2010). *“Stakeholder”*. Cambridge, Nueva York.
- Giler (2015). *“Investigación Diagnóstica O Propositiva”*. Universidad Portoviejo, Ecuador.
- Gregory (1991). *“Libro de identidad corporativa”*. EE.UU. California.
- Gutiérrez (2011). *“Identidad e identidad profesional”*. Santiago de Chile, Chile.
- Hatch & Schultz (1997). *“Relaciones entre cultura organizacional, identidad e imagen”*. EE.UU. Nueva York.
- Henrion (1991). *“Imagen e identidad corporativa”*. Madrid, España.
- Hernández, Fernández & Baptista (2010). *“Metodología de la investigación”*. Santa fe, México.
- Martini (1998). *“Wizard of Marketing”*. Business Week, EE.UU, Nueva York.
- Muños (2003). *“El Cuestionario Como Instrumento De Investigación/Evaluación”*. Centro Universitario Santa Ana, España.
- Peláez et al (2010). *“Entrevista”* Universidad Autónoma de Madrid. España.
- Pizzolante (2004). *“El poder de la comunicación estratégica”*. Bogotá, Colombia.
- Praolini & Sánchez (2012). *“Estrategias empresarial para las relaciones públicas”*. Ciudad de México, México.
- Ríos (2013). *“Relaciones Públicas, su administración organizacional”*. Ciudad de México, México.
- Ruiz (2013). *“Responsabilidad Social y Relaciones Públicas: Teorías para una relación”*. Málaga, España.
- Sanz & Gonzáles (2005). *“Identidad Corporativa, Clases de la comunicación Empresarial”*. Madrid, España.
- Saavedra (2016). *“Propuesta de implementación de un plan de relaciones públicas para la facultad de ciencias sociales y comunicación de la universidad internacional del ecuador”*. Universidad Internacional UIDE, de Ecuador.

- Salirrosas (2016). *“Propuesta de un programa de relaciones públicas para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores de cosecha en la empresa agroindustrial camposol s.a. en el distrito de chao- 2015”*. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Segura (2003). *“Diseño Cuasi Experimental”*. Medellín, Antioquia, Colombia.
- Schmelkes (2014). *“Diferencias entre la investigación cualitativa y cuantitativa”*. Miami, EE.UU.
- Scott Y Center (1999). *“Effective Public Relations”*. EE.UU, Nueva York.
- Schein (2004). *“La cultura organizacional y el liderazgo”*. Massachusetts Estados Unidos.
- Salazar (2014). *“Estudios Propositivos”*. Universidad de San Miguel, Lima Perú.
- Supo (2014). *“Cómo elegir una muestra”*. Paucarpata, Arequipa, Perú.
- Villarreal et al (2010). *“Guía de observación”*. Consejo Nacional De Fomento Educativo, México.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD

Edad:

Tiempo en la empresa:

Sexo: a. Masculino b. Femenino

Instrucciones: La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de identidad organizacional para proponer un plan de relaciones públicas que permita fortalecerla.

Para contestar lea cuidadosamente la pregunta y escoja solo una respuesta, marcando con una "X" sobre la opción con la cual esté de acuerdo.

La presente prueba es confidencial y anónima, sólo se realiza con fines investigativos. Conteste absolutamente todas las preguntas con la verdad.

1. ¿Conoce la historia de la GRTC – LL?

SI NO

Mencione 3 datos históricos _____

2. ¿Conoce la misión de la GRTC – LL?

SI NO

Mencione las dos primeras palabras _____

3. ¿Conoce la visión de la GRTC – LL?

SI NO

Mencione tres palabras _____

4. ¿Usted contribuye al cumplimiento de la misión y visión de la GRTC – LL?

SI NO

De qué forma contribuye _____

5. ¿Conoce los valores de la GRTC – LL?

SI NO

Mencione tres de ellos _____

6. ¿Mediante qué medio se difunden los valores en la GRTC – LL?

Periódico Mural Revistas

Boletines Brochure

Otros (especifique) _____

7. ¿Practica los valores difundidos en la GRTC – LL?

SI NO

Mencione de qué forma _____

8. ¿Se siente orgulloso de trabajar en la GRTC – LL?

SI NO

Porque _____

9. ¿Tiene una buena comunicación y comportamiento con sus compañeros de trabajo de la GRTC – LL?

SI NO A VECES

Porque _____

10. ¿Obtiene buena comunicación y comportamiento con su jefe a cargo dentro de la GRTC-LL?

SI NO A VECES

Porque _____

11. ¿Considera que la condición de trabajo que le ofrece la GRTC- LL, ayuda a su desempeño y comportamiento laboral adecuado?

SI NO A VECES

Porque _____

Gracias...

ANEXO 2

GUIA DE OBSERVACIÓN

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	
SEXO DEL OBSERVADOR	

INSTRUCCIONES: Observar si la ejecución de las actividades se realizan Marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo con la escala (SI), (NO), (TALVEZ).

OBJETIVO: Observar y evaluar el desempeño realizado por los trabajadores dentro de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

N°	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	A VECES	OBSERVACIONES
1	Llega a tiempo al trabajo				
2	Cumple con el uniforme requerido				
3	Verifica si está conforme su área de trabajo				
4	Elabora sus actividades a tiempo.				
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo				
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento				
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.				
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.				
9	Brinda buena atención al publico				
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.				
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo				
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido				
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).				

ESTRUCTURA DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. LUGAR DE INVESTIGACIÓN
- 1.2. CUIDAD
- 1.3. DEPARTAMENTO
- 1.4. HORARIO DE OFICINA
- 1.5. HORARIO DE ATENCIÓN
- 1.6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN
- 1.7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA
- 1.8. ORGANIGRAMA
- 1.9. HISTORIA, MISIÓN , VISIÓN, VALORES

II. INTRODUCCIÓN

III. DIAGNOSTICO

IV. OBJETIVOS

- 4.1. OBJETIVO GENERAL
- 4.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

V. ESTRATEGIAS

1. Brindar reuniones informando sobre los contenidos del manual de ordenamiento y funciones (MOF)
- 2.

ACTIVIDADES

1. Realizar reuniones una vez al año para informar y enseñar sobre los contenidos y cambios en el manual de ordenamiento y funciones (MOF)
- 2.

VI. CRONOGRAMA

VII. RECURSOS

VIII. PRESUPUESTO

Estructura de Validación para el Plan de Relaciones Públicas

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017.

Nº	CONTENIDO	PUNTAJE		
	MARCO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	Alto	Medio	Bajo
1	¿Desarrolló su Plan de Relaciones públicas basado en los resultados que le arrojó sus técnicas y herramientas?			
2	Al desarrollar su Plan de Relaciones Públicas, ¿siguió un proceso estructurado del cuadro de Oparacionalización?			
3	¿Se definió claramente las estrategias del plan de relaciones Públicas?			
	CONTENIDO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS			
4	¿Especificó la ficha de identidad de la organización. (Historia, misión, visión, valores, ubicación geográfica, organigrama, horario de ingreso del personal)?			
5	¿Definió la introducción del plan de relaciones públicas adecuadamente?			
6	¿Los objetivos son los adecuados para el plan de relaciones públicas?			
7	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo a los objetivos específicos?			
8	¿Se Creó el cronograma de ejecución de acuerdo a las actividades relacionadas?			
9	El presupuesto es preciso y sobrentendido			
10	El financiamiento está bien elaborado por el autor.			

EXPERTO.....

DNI.....

OBSERVACIONES.....

.....

FIRMA

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO

CARGO.....

ESPECIALIDAD.....

DNI.....

Por medio de la presente hago contar que la alumna de X ciclo María Magdalena Lavado Siccha, diseñó su Plan de relaciones públicas de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, para mejorar la calidad del servicio al público, 2017. En el marco del desarrollo de la tesis “PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, 2017.”

Al mismo tiempo se considera válido para su aplicación y que contribuirá al fortalecimiento de la identidad organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes de La Libertad.

Trujillo.... De..... Del 2017

FIRMA

Anexo 5

ENTREVISTA DIRIGIDA A ESPECIALISTAS PARA REALIZAR UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y PODER FORTALECER LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD

Nombre del especialista:

Sexo: a. Masculino b. Femenino

Instrucciones: La siguiente entrevista tiene como finalidad conocer las diversas opiniones de especialistas en relaciones públicas para así proponer un plan de relaciones públicas que permita fortalecer la identidad organizacional dentro de instituciones públicas.

Maca con un (x) la respuesta que te parezca y responde con sinceridad.

1. ¿Puede un plan de relaciones públicas fortalecer la identidad organizacional en una institución pública?

2. ¿Considera que mediante un plan de relaciones públicas se puede fortalecer diversas comunicaciones internas en una institución pública?

3. ¿Qué sugerencias puede brindar para fortalecer una identidad organizacional dentro de las instituciones públicas?

4. ¿Qué recomendaciones brindaría para la realización un plan de relaciones públicas?

ANEXO 6

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

TÍTULO: Plan de relaciones públicas y fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, 2017.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA: ¿De qué manera un plan de relaciones públicas influirá en el fortalecimiento de la identidad organizacional en la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad en mejora del servicio al público?

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE ANÁLISIS (UN)	ASPECTOS TEMÁTICOS	ÍTEMS
Proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la GRTC- LL, en mejora de la calidad del servicio público	Determinar cuáles son las características del comportamiento que refleja la identidad organizacional de los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la	Observación del campo no experimental	Guía de observación	Trabajadores	Comportamientos	1. verifica si está conforme su área de trabajo. Si___ No___ A veces___ Observación_____
						2. elabora sus actividades a tiempo. Si___ No___ A veces___ Observación_____
						3. se siente conforme con su lugar de trabajo. Si___ No___ A veces___ Observación_____
						4. cumple con las disposiciones en la modificación de documento. Si___ No___ A veces___ Observación_____

	mejora de la calidad del servicio público.					<p>5. cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida. Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>6. Llega a tiempo al trabajo Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>7. Cumple con el uniforme requerido Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>8. Brinda buena atención al público Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>9. Elabora su trabajo con esmero y dedicación. Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>10. Establece buena comunicación con su jefe de área. Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>11. Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo. Si___ No___ A veces___ Observación_____</p> <p>12. Cumple con lo dispuesto del manual de ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).</p>
--	--	--	--	--	--	---

						Si___ No___ A veces___ Observación_____
					Soluciones	13. Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido Si___ No___ A veces___ Observación_____
	Identificar el nivel de identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.	Cuestionario	Encuesta	trabajadores	Investigación de la condición de trabajo	1. Se siente orgulloso de trabajar en la GRTC – LL? Si___ No___ Porque_____
2. Tiene una buena comunicación y comportamiento con sus compañeros de trabajo de la GRTC – LL? Si___ No___ A veces___ Porque_____						
3. Obtiene buena comunicación y comportamiento con su jefe a cargo dentro de la GRTC-LL? Si___ No___ A veces___ Porque_____						
4. Considera que la condición de trabajo que le ofrece la GRTC-LL, ayuda a su desempeño y comportamiento laboral adecuado? Si___ No___ A veces___ Porque_____						

					<p>Misión</p> <p>6. Conoce la misión de la GRTC – LL? Si____ No____ Menciona las dos primeras palabras _____</p> <p>7. Conoce la visión de la GRTC – LL? Si____ No____ Menciona 3 palabras _____</p>
					<p>Visión</p> <p>8. Conoce la visión de la GRTC – LL? Si____ No____ Mencione 3 de ellos _____</p> <p>9. Usted contribuye al cumplimiento de la misión y visión de la GRTC – LL? Si____ No____ De qué forma contribuye _____</p>
					<p>Valores</p> <p>10. Conoce los valores de la GRTC – LL? Si____ No____ Mencione 3 de ellos _____</p> <p>11. Mediante qué medio se difunden los valores en la GRTC – LL? Periódico Mural____ Revista____ Boletín____ Brochure____ Otros____</p> <p>12. Practicas los valores difundidos en la GRTC – LL? Sí____ No____ Mencione de qué forma _____</p>

	<p>Formular un plan de relaciones públicas y fortalecer la identidad organizacional de los trabajadores dentro en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.</p>	<p>Entrevista</p>	<p>Guía de entrevista</p>	<p>Especialistas en relaciones publicas</p>	<p>Investigación mediante recopilación de datos para realizar un plan</p>	<p>1. ¿Puede un plan de relaciones públicas fortalecer la identidad organizacional en una institución pública?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>2. ¿Considera que mantener un plan de relaciones públicas se puede fortalecer diversas comunicaciones internas en una institución pública?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>3. ¿Qué sugerencias puede brindar para fortalecer una identidad organizacional dentro de las instituciones públicas?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>4. ¿Qué recomendaciones brindaría para realizar un plan de relaciones públicas y así ayudar a la mejora de la identidad organizacional dentro de las instituciones públicas?</p> <p>_____</p>
--	--	-------------------	---------------------------	---	---	--

						5. ¿Qué recomendaciones brindaría para realizar un plan de relaciones públicas y así ayudar a la mejora de la identidad organizacional dentro de las instituciones públicas?
	Validar el plan de relaciones públicas y el fortalecimiento de la identidad organizacional en La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora de la calidad del servicio público.	Análisis documental	Guía de análisis del documento	Especialista	Planificación del plan	<p>1. ¿Desarrolló su Plan de Relaciones públicas basado en los resultados que le arrojó sus técnicas u herramientas? Alto___ Medio___ Bajo___</p> <p>2. Al desarrollar su Plan de Relaciones Públicas, ¿siguió un proceso estructurado del cuadro de Operacionalización? Alto___ Medio___ Bajo___</p> <p>3. ¿Se definió claramente las estrategias del plan de relaciones Públicas? Alto___ Medio___ Bajo___</p> <p>4. ¿Especificó La ficha de identidad de la organización. (Historia, misión, visión, valores público, ubicación geográfica, organigrama, horario de ingreso del personal y de trámites)? Alto___ Medio___ Bajo___</p> <p>5. ¿Definió la justificación del plan de relaciones públicas adecuadamente? Alto___ Medio___ Bajo___</p> <p>6. ¿Los objetivos son los adecuados para el plan de relaciones públicas? Alto___ Medio___ Bajo___</p>

						7. ¿Las estrategias están realizadas de acuerdo a lo establecido? Alto___ Medio___ Bajo___
						8. ¿Se Creó el cronograma de acuerdo a las estrategias? Alto___ Medio___ Bajo___
						9. El presupuesto es preciso y sobrentendido- Alto___ Medio___ Bajo___
						10. El financiamiento va acorde con el presupuesto establecido. Alto___ Medio___ Bajo___
						11. La evaluación del plan cuenta con lo establecido. Alto___ Medio___ Bajo___

Aspectos temáticos (AT): Deben formularse de acuerdo a sus dimensiones (subdimensiones), indicadores e ítems establecidos en su Tabla de Operacionalización de las Variables.

Fuente: Rivero Ayllón, Raúl (2017). Manual para la elaboración del proyecto de investigación. Trujillo-Perú.

Anexo 7

- Nombre: Juany Pinedo Añorga
- Especialidad: Doctora en Relaciones Públicas
- Cargo: Jefa del área de imagen EsSalud.



- Nombre: Francisco Barquero Cornelio
- Especialidad: Mg. en Relaciones Públicas
- Cargo: Docente de la Universidad César Vallejo



- Nombre: Karin Chaves Días
- Especialidad: Mg. en Relaciones Públicas
- Cargo: Docente de la Universidad César Vallejo



Anexo 8

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA Iniciar sesión

Calibri 11 A A Ajustar texto General

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

D10 : X ✓ fx 2 años

	DATOS DEL ENCUESTADO:			¿Conoce la historia de la GRTC-LL?	¿Conoce la misión de la GRTC-LL?	¿Conoce la visión de la GRTC-LL?	¿Usted contribuye al cumplimiento de la misión y visión de la GRTC-LL?	¿Conoce los valores de la GRTC-LL?	¿Mediante que medio se difunden los valores en la GRTC-LL?	¿Practica los valores difundidos en la GRTC-LL?							
	EDAD	SEXO	TIEMPO EN LA EMPRESA	Respuesta	Menciones 3 datos históricos	Respuesta	Menciones las 2 primeras palabras	Respuesta	Mencione tres palabras	Respuesta	De que forma contribuye	Respuesta	Mencione tres de ellos	Respuesta	Otros(Especifique)	Respuesta	Mencione de que forma
2																	
3	39	Masculino	5 años	SI		SI		SI		SI		SI		PERIODICO MURAL		SI	
4	28	Masculino	3 años	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS		NO	
5	45	Masculino	4 años	NO		NO		NO		NO		NO		BROCHURE		NO	
6	38	Masculino	6 años	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS Y BROCHURE		NO	
7	39	Femenino	7 años	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS		NO	
8	53	Masculino	10 años	SI		SI		SI		SI		SI		PERIODICO MURAL, REVISTAS, BOLETINES		SI	
9	23	Femenino	1 año	NO		NO		NO		NO		NO		BROCHURE		NO	
10	30	Femenino	2 años	NO		NO		NO		NO		NO		PERIODICO MURAL		NO	
11	52	Femenino	8 años	NO		NO		NO		NO		NO		BOLETINES		NO	
12	30	Masculino	1 año	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS		NO	
13	38	Femenino	1 año	NO		NO		NO		NO		NO		BOLETINES		NO	
14	29	Femenino	3 años	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS		NO	
15	48	Masculino	10 años	NO		NO		NO		NO		NO		BROCHURE		NO	
16	25	Masculino	1 año	SI		NO		NO		NO		SI		PERIODICO MURAL, REVISTAS, BOLETINES		NO	
17	38	Masculino	8 años	NO		NO		NO		NO		SI		PERIODICO MURAL		NO	
18	30	Femenino	4 años	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS		NO	
19	25	Masculino	1 año y medio	NO		NO		NO		NO		NO		PERIODICO MURAL		NO	
20	55	Femenino	5 años	SI		SI		SI		SI		SI		PERIODICO MURAL		SI	
21	23	Femenino	6 años	NO		NO		NO		NO		NO		PERIODICO MURAL		NO	
22	32	Masculino	1 año y medio	SI		SI		SI		SI		SI		PERIODICO MURAL, REVISTAS		SI	
23	45	Masculino	10 años	NO		NO		NO		NO		NO		PERIODICO MURAL		NO	
24	70	Masculino	4 años	SI		SI		SI		SI		SI		PERIODICO MURAL		SI	
25	75	Masculino	10 años	NO		NO		NO		NO		NO		REVISTAS		NO	

LISTO 66%

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA Iniciar sesión

Calibri 11 Fuente Alineación General Número Estilos Celdas Modificar

O4

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2	EDAD	SEXO	TIEMPO EN LA EMPRESA	¿Conoce la historia de la GRTC-LL?	¿Conoce la misión de la GRTC-LL?	¿Conoce la visión de la GRTC-LL?	¿Usted contribuye al cumplimiento de la	¿Conoce los valores de la GRTC-LL?	¿Mediante que medio se difunden los valores	¿Practica los valores difundidos en la GRTC?	¿Se siente orgulloso de trabajar en la GRTC-LL?	¿Tiene una buena comunicación y	¿Obtiene buena comunicación y	¿Considera que la condición de trabajo que	
3	39	Masculino	5 años	SI	SI	SI	SI	SI	PERIODICO M	SI	SI	SI	SI	SI	
4	28	Masculino	3 años	NO	NO	NO	NO	NO	REVISTAS	NO	NO	NO	NO	NO	
5	45	Masculino	4 años	NO	NO	NO	NO	NO	BROCHURE	NO	NO	NO	NO	NO	
6	38	Masculino	6 años	NO	NO	NO	NO	NO	REVISTAS Y B	NO	NO	NO	NO	NO	
7	39	Femenino	7 años	NO	NO	NO	NO	NO	REVISTAS	NO	NO	NO	NO	NO	
8	53	Masculino	10 años	SI	SI	SI	SI	SI	PERIODICO MURAL, REVISTAS, BOLETINES, BROCHURE	SI	SI	SI	SI	SI	
9	23	Femenino	1 año	NO	NO	NO	NO	NO	BROCHURE	NO	NO	NO	NO	NO	
10	30	Femenino	2 años	NO	NO	NO	NO	NO	PERIODICO M	NO	NO	NO	NO	NO	
11	52	Femenino	8 años	NO	NO	NO	NO	NO	BOLETINES	NO	NO	NO	NO	NO	
12	30	Masculino	1 año	NO	NO	NO	NO	NO	REVISTAS	NO	NO	A VECES	A VECES	A VECES	
13	38	Femenino	1 año	NO	NO	NO	NO	NO	BOLETINES	NO	NO	NO	NO	NO	
14	29	Femenino	3 años	NO	NO	NO	NO	NO	REVISTAS	NO	NO	NO	NO	NO	
15	48	Masculino	10 años	NO	NO	NO	NO	NO	BROCHURE	NO	NO	NO	NO	NO	

DATOS BASE DE DATOS TABLAS GRAFICOS

tabulacion - Excel

HERRAMIENTAS DE TABLA DINÁMICA

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA ANALIZAR DISEÑO

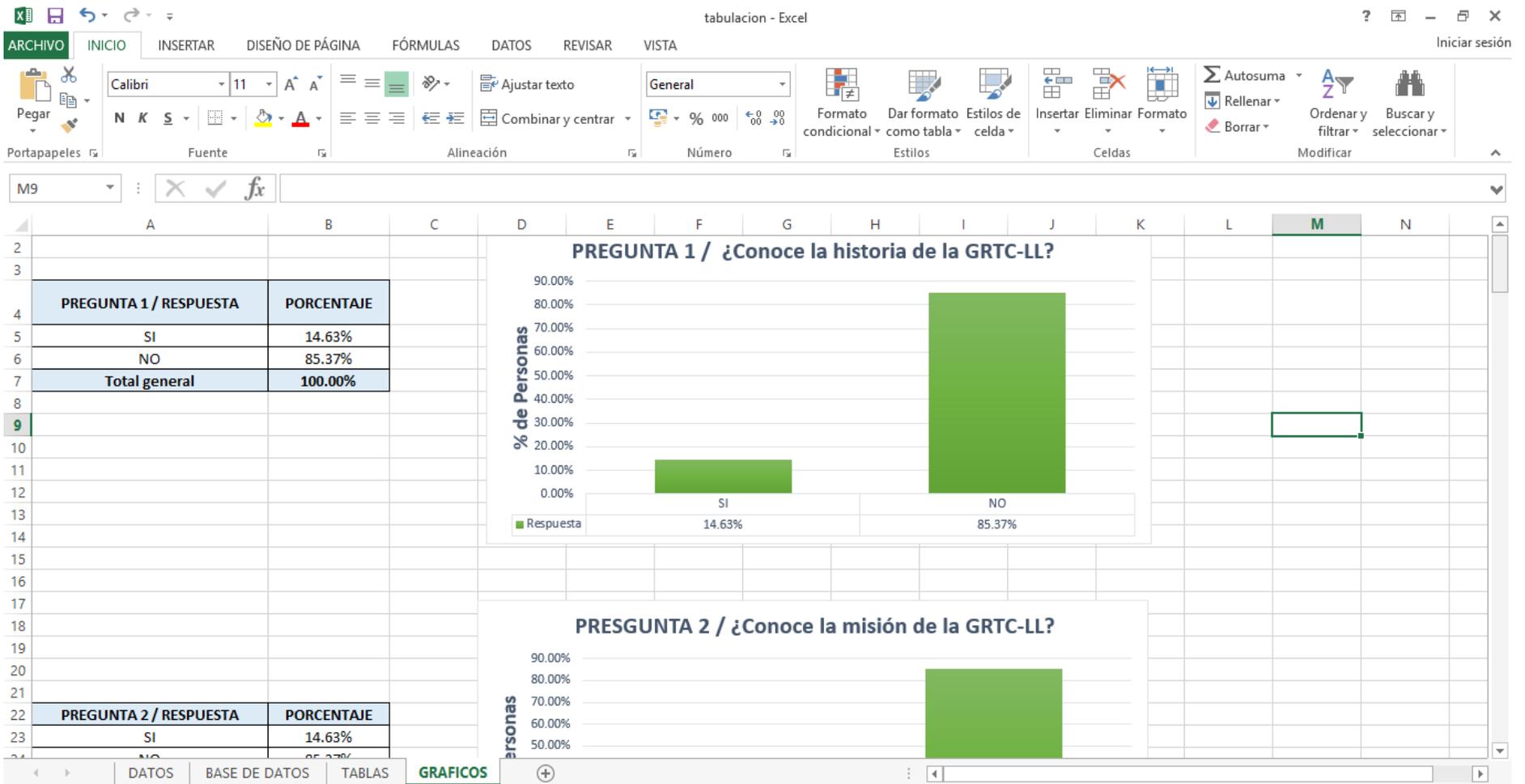
Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

F17 1

PREGUNTA 1			TIEMPO EN LA EMPRESA	
			1 año	
PREGUNTA 1 / RESPUESTA	¿Conoce la historia de la GRTC-LL?	PORCENTAJE	PREGUNTA 1 / RESPUESTA	¿Conoce la historia de la GRTC-LL?.
SI	18	14.63%	SI	1
NO	105	85.37%	NO	12
Total general	123	100.00%	Total general	13
PREGUNTA 2			TIEMPO EN LA EMPRESA	
			1 año y medio	
PREGUNTA 2 / RESPUESTA	¿Conoce la misión de la GRTC-LL?	PORCENTAJE	PREGUNTA 2 / RESPUESTA	¿Conoce la misión de la GRTC-LL?
SI	18	14.63%	SI	2
NO	105	85.37%	NO	1

DATOS BASE DE DATOS TABLAS GRAFICOS

LISTO 100%



TABLUCACION GUIA DE OBSERVACION - Excel

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

E25 : 43

Nº	pregunta	si	no	a veces
1	Llega a tiempo al trabajo		43	
2	Cumple con el uniforme requerido		43	
3	Verifica si está conforme su área de trabajo	43		
4	Elabora sus actividades a tiempo.			43
5	Se siente conforme con su lugar de trabajo		43	
6	Cumple con las disposiciones en la modificación de documento			43
7	Cumple lo establecido en la justificación y tiempo de su orden de salida.			43
8	Elabora su trabajo con esmero y dedicación.			43
9	Brinda buena atención al público			43
10	Establece buena comunicación con su jefe de área.			43
11	Desarrolla buena comunicación con sus compañeros de trabajo			43
12	Brinda alguna solución ante cualquier imprevisto o mal entendido	43		
13	Cumple con lo dispuesto del Manual de Ordenamiento y funciones de la GRTC – LL (MOF).	43		

Día martes 26 de setiembre del 2017
masculino

Título del gráfico

Hoja1

LISTO 100%

Anexo 9

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017.

Nº	CONTENIDO	PUNTAJE		
		Alto	Medio	Bajo
MARCO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS				
1	¿Desarrolló su Plan de Relaciones públicas basado en los resultados que le arrojó sus técnicas y herramientas?	✓		
2	Al desarrollar su Plan de Relaciones Públicas, ¿siguió un proceso estructurado del cuadro de Operacionalización?	✓		
3	¿Se definió claramente las estrategias del plan de relaciones Públicas?	✓		
CONTENIDO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS				
4	¿Especificó la ficha de identidad de la organización. (Historia, misión, visión, valores, ubicación geográfica, organigrama, horario de ingreso del personal)?	✓		
5	¿Definió la introducción del plan de relaciones públicas adecuadamente?	✓		
6	¿Los objetivos son los adecuados para el plan de relaciones públicas?	✓		
7	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo a los objetivos específicos?	✓		
8	¿Se Creó el cronograma de ejecución de acuerdo a las actividades relacionadas?	✓		
9	El presupuesto es preciso y sobrentendido	✓		
10	El financiamiento está bien elaborado por el autor.	✓		

EXPERTO..... *Dr. Juany Pinedo Anorga*

DNI..... *18035620*

OBSERVACIONES.....

[Handwritten Signature]

FIRMA

Mg. Juany Pinedo Anorga
 RESPONSABLE DE RELACIONES INSTITUCIONALES
 RED ASISTENCIAL LA LIBERTAD
[Logo]

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO *Dra Juany Pinedo Anorga*
CARGO *Resp. Relaciones Institucionales*
ESPECIALIDAD *Comunicadora Social - Relaciones Públicas*
DNI *18033620*

Por medio de la presente hago contar que la alumna de X ciclo María Magdalena Lavado Siccha, diseñó su Plan de relaciones públicas de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, para mejorar la calidad del servicio al público, 2017. En el marco del desarrollo de la tesis “PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017.”

Al mismo tiempo se considera válido para su aplicación y que contribuirá al fortalecimiento de la identidad organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes de La Libertad.

Trujillo *29* de *Nov* Del 2017

FIRMA

Dra. Juany Pinedo Anorga
RESPONSABLE DE RELACIONES INSTITUCIONALES
RED ASISTENCIAL LA LIBERTAD
MUNICIPALIDAD DE TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017.

N°	CONTENIDO	PUNTAJE		
		Alto	Medio	Bajo
	MARCO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS			
1	¿Desarrolló su Plan de Relaciones públicas basado en los resultados que le arrojó sus técnicas y herramientas?	✓		
2	Al desarrollar su Plan de Relaciones Públicas, ¿siguió un proceso estructurado del cuadro de Operacionalización?	✓		
3	¿Se definió claramente las estrategias del plan de relaciones Públicas?	✓		
	CONTENIDO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS			
4	¿Especifiqué la ficha de identidad de la organización. (Historia, misión, visión, valores, ubicación geográfica, organigrama, horario de ingreso del personal)?	✓		
5	¿Definí la introducción del plan de relaciones públicas adecuadamente?	✓		
6	¿Los objetivos son los adecuados para el plan de relaciones públicas?	✓		
7	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo a los objetivos específicos?	✓		
8	¿Se Creó el cronograma de ejecución de acuerdo a las actividades relacionadas?	✓		
9	El presupuesto es preciso y sobrentendido	✓		
10	El financiamiento está bien elaborado por el autor.	✓		

EXPERTO..... Francisco Javier Barquero Gamelio

DNI..... 40379695

OBSERVACIONES.....



 FIRMA

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO Francisco Javier Barquero Cornelio
CARGO D.T.C. Universidad César Vallejo
ESPECIALIDAD Relaciones públicas e Ingeniería
DNI 40379695

Por medio de la presente hago contar que la alumna de X ciclo María Magdalena Lavado Siccha, diseñó su Plan de relaciones públicas de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, para mejorar la calidad del servicio al público, 2017. En el marco del desarrollo de la tesis “PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017.”

Al mismo tiempo se considera válido para su aplicación y que contribuirá al fortalecimiento de la identidad organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes de La Libertad.

Trujillo 29 de 11 Del 2017



FIRMA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017.

N°	CONTENIDO	PUNTAJE		
		Alto	Medio	Bajo
MARCO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS				
1	¿Desarrolló su Plan de Relaciones públicas basado en los resultados que le arrojó sus técnicas y herramientas?	✓		
2	Al desarrollar su Plan de Relaciones Públicas, ¿siguió un proceso estructurado del cuadro de Operacionalización?	✓		
3	¿Se definió claramente las estrategias del plan de relaciones Públicas?	✓		
CONTENIDO DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS				
4	¿Especifiqué la ficha de identidad de la organización. (Historia, misión, visión, valores, ubicación geográfica, organigrama, horario de ingreso del personal)?	✓		
5	¿Definió la introducción del plan de relaciones públicas adecuadamente?		✓	
6	¿Los objetivos son los adecuados para el plan de relaciones públicas?	✓		
7	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo a los objetivos específicos?	✓		
8	¿Se Creó el cronograma de ejecución de acuerdo a las actividades relacionadas?	✓		
9	El presupuesto es preciso y sobrentendido	✓		
10	El financiamiento está bien elaborado por el autor.	✓		

EXPERTO..... Maribel Florens Ojeda

DNI..... 03666273

OBSERVACIONES.....



 FIRMA

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO *Maibela Flores Ojeda*
CARGO *GLE de MyMunicaciones / Potora Teatro URLI*
ESPECIALIDAD *RRPP y Comunicacion Corporativa*
DNI *03666273*

Por medio de la presente hago contar que la alumna de X ciclo María Magdalena Lavado Siccha, diseñó su Plan de relaciones públicas de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, para mejorar la calidad del servicio al público, 2017. En el marco del desarrollo de la tesis "PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD, PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL PÚBLICO, 2017."

Al mismo tiempo se considera válido para su aplicación y que contribuirá al fortalecimiento de la identidad, organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes de La Libertad.

Trujillo *29* de *NOV* Del 2017


FIRMA

IX. PROPUESTAS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Escuela de Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**GERENCIA REGIONAL DE
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES**

**PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA FORTALECER
LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA
REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES
DE LA LIBERTAD, 2017.**

Autora:

Lavado Siccha, María Magdalena

Asesores:

Rivero Ayllón, Raúl
Prado Morales, William

**Trujillo - Perú
2017**

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA FORTALECER LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD.

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. LUGAR DE INVESTIGACIÓN

- Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones

1.2. CIUDAD

- Trujillo

1.3. DEPARTAMENTO

- La Libertad

1.4. HORARIO DE OFICINA

- Lunes a viernes de 8:00 a.m. - 4:30 p.m.

1.5. HORARIO DE ATENCIÓN

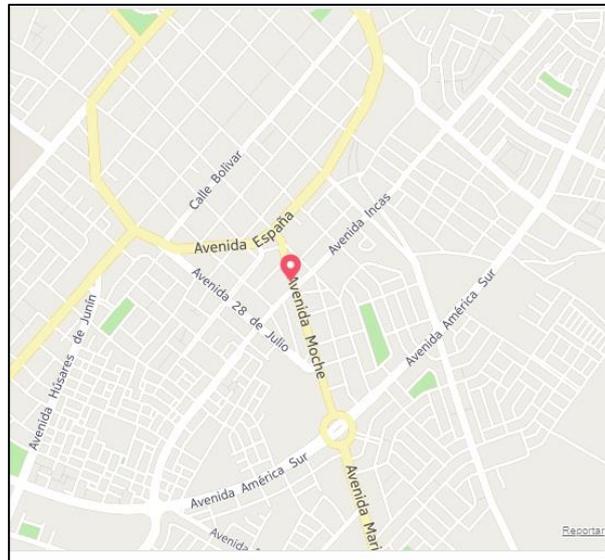
- Lunes a viernes: 8:00 a.m. - 13:00 p.m.
13:45 p.m. - 16:30 p.m.
- Sábado y domingo: cerrado

1.6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad (GRTC-LL) es un organismo público de labor departamental, desempeña la supervisión y orientación de las actividades de transportes y comunicaciones, promueve el desarrollo de medios de comunicación regional, regula el proceso de otorgamiento de licencias de conducir y coordina con el Gobierno Nacional, las autorizaciones de las estaciones de radio y televisión regional; entre otras funciones asignadas por la presidencia del Gobierno Regional. Cumpliendo así estándares de calidad elevados que aseguran la armonía con las políticas y normatividad nacional y los convenios internacionales. Cuenta con 20 áreas que conjuntamente forman la GRTC-LL, y que aportan para desempeñar una labor pública excepcional.

1.7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

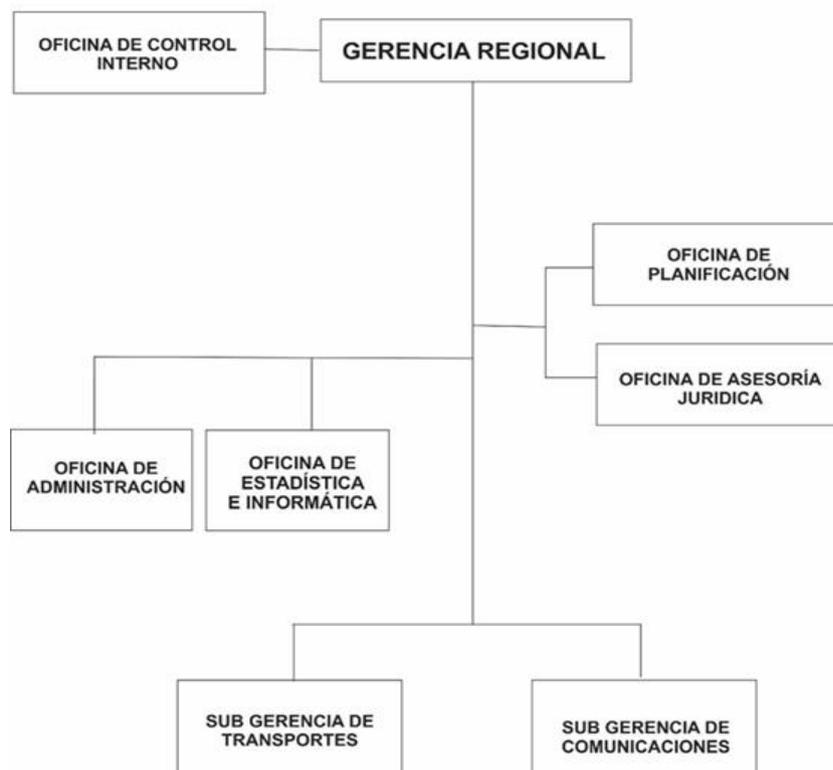
- La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad se encuentra ubicada, específicamente en: Av. Moche n° 452 – Urb. Torres Araujo. Referencia: Al costado de la piscina Gildemeister.



1.8. ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD

O.R. Nº 008 - 2011 - GR- LL / CR



1.9. HISTORIA, MISIÓN , VISIÓN Y VALORES

- **HISTORIA**

A partir del año 1879, la actual Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones, fue parte del Ministerio de Fomento y Obras públicas bajo el nombre de “Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones”. Posteriormente, en 1969 el Ministerio de Fomento y Obras públicas pasó a convertirse en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, con el propósito de apoyar a los demás sectores mediante el transporte y las comunicaciones a nivel regional.

En 1992, el MFOP se fusiona con el sector vivienda y construcción, creando desde entonces el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción. Consecutivamente, en el 2002 se aprueba la ley No 27779 que determina la separación del sector Transportes y Comunicaciones del sector Vivienda Y Construcción.

Ese mismo año, con la aprobación de la ley N° 29158, se formó 15 Ministerios entre los que figuraba el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, cuya función es integrar al país para lograr un racional ordenamiento territorial vinculado a las áreas de recursos, producción, mercados y centros poblados a través de la regulación, promoción, ejecución y supervisión de la infraestructura de transportes y comunicaciones.

- **MISIÓN**

Somos una entidad pública que buscamos conducir y orientar con eficiencia y eficacia las actividades de transportes y comunicaciones, generando valor agregado para las diversas actividades económicas y sociales de la región, de manera equilibrada, sostenida y en armonía con las particularidades culturales y del medio ambiente.

- **VISIÓN**

Ser una región integrada regional, nacional e internacionalmente con una moderna y adecuada infraestructura vial y eficientes servicios de transportes y comunicaciones, coadyuvando al mejoramiento de la calidad de vida y a la construcción de una sociedad más igualitaria y justa, siempre trabajando con las más elevadas normas de calidad y ética profesional, estableciendo sinergias entre los distintos órganos de gobierno y con la sociedad en general.

- **VALORES**

Compromiso

Servicio

Respeto

Honestidad

Puntualidad

Responsabilidad

II. INTRODUCCIÓN

Para realizar un cambio dentro de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, se tuvo en cuenta los resultados que arrojaron los instrumentos de investigación. Además, de analizar las diversas situaciones y actitudes de la institución.

Por otro lado, la idea de crear estrategias internas para una institución pública, es cambiar la forma de pensar de los trabajadores y motivar su comportamiento. Por eso, es necesario elaborar un plan que conlleve a dar un mejor resultado a cada una de las debilidades y aumentar la cultura interna.

Así mismo, es esencial tener en cuenta que la formación de la imagen de una institución pública, requiere del trabajo en conjunto y del buen trato hacia el cliente. Por ello, las estrategias y actividades elaboradas están dirigidas a cada una de las problemáticas que se llegó a identificar, para así desarrollar las propuestas completa.

Es válido resaltar que si aún futuro se desea aplicar la propuesta, esta cuenta con la autorización de tres especialistas en relaciones públicas que constatan y confían que contribuirá al fortalecimiento de la identidad organizacional.

Por último, se tiene que tener en cuenta la siguiente pregunta ¿Puede un plan de relaciones públicas fortalecer la identidad organizacional en una institución pública?, la doctora en relaciones publicas Juany Pinedo explica; que un plan de relaciones públicas es importante para cualquier organización tanto pública como privada, por el cual si no existe ningún plan no hay mayores acciones; por ello, mediante este puede haber una comunicación estratégica entre nuestro públicos interno como externo.

III. DIAGNÓSTICO

En la investigación plan de relaciones públicas para fortalecer la identidad organizacional se determinaron, cuáles son las características del comportamiento que refleja la identidad organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de la libertad. Se aplicaron encuestas en donde se observó que la gran mayoría de trabajadores no sabe la historia, misión, visión, valores de la institución a la que pertenecen, además de que no contribuyen al cumplimiento y no lo practican. Por otro lado, teniendo en cuenta que nuestro objetivo general es proponer un plan de relaciones públicas para el fortalecimiento de la identidad organizacional en la GRTC- LL, en mejora de la calidad del servicio público; se debe ser preciso a donde se quiere llegar con la información, si bien es cierto existe falta de identidad organizacional por ello se tiene que regenerar y hacer que los trabajadores se identifiquen y se sientan orgullosos de pertenecer a su centro laboral.

Una de las problemáticas que también se logró visualizar fue la estricta falta de comunicación entre colaboradores, esto se relaciona con el segundo objetivo que es identificar el nivel de identidad organizacional en los trabajadores dentro de las áreas administrativas de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad. Así mismo, lo que llamó la atención fue cómo trabajadores de tantos años de haberse conocido y laborando juntos, solo se dicen palabras mínimas. Dentro de la observación, también se reflejó problemas personales entre ellos mismos, escuchan y se dejan llevar por chismes y sobre todo descuidan el trabajo por distracciones dejando pendientes.

Al mismo tiempo, para mejorar la falta de la identidad y hacer que avance la cultura organizacional en los trabajadores, se tiene que estar dispuestos al cambio, ya que no solo se quiere recuperar el aspecto de la imagen personal si no lograr que sientan su identidad institucional organizacional, para así brindar un buen servicio al ciudadano.

Por ello, la situación de la falta de identidad, la falta de comunicación y de la cultura organizacional, confirma la necesidad de formular un plan de relaciones públicas y fortalecer la identidad organizacional de los trabajadores dentro de La Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad, para la mejora la de la calidad del servicio público. Además, para poder tratar de cambiar la situación de la GRTC-LL es necesario validar el la propuesta del plan por un especialista en RR.PP para que sea más confiable ante la institución.

Por último, se tiene que recalcar que la institución pública, ya cuenta con un plan den relaciones públicas. Sin embargo, se considera necesario formular otras estrategias que ayuden a fortalecer la identidad organizacional dentro de la institución pública.

IV. OBJETIVOS

4.1. GENERAL

- Fortalecer la identidad organizacional dentro de la Gerencia Regional de Trasporte y comunicaciones de La Libertad.

4.2. ESPECÍFICOS

- Mejorar la cultura organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad.
- Aumentar la identidad organizacional de los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad
- Mejorar la comunicación en los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad.

V. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES

PROBLEMA:
BAJA CULTURA ORGANIZACIONAL

OBJETIVO:

Mejorar la cultura organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad.

ESTRATEGIA N° 1:

- Brindar evaluaciones de conocimiento, sobre los contenidos de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad. Mediante este se podrá mejorar la enseñanza y aprendizaje de los trabajadores.

ACTIVIDADES N° 1:

- Enseñar a los trabajadores mediante un informe a buscar los contenidos de la misión, visión, historia, valores y manual de ordenamiento y funciones (MOF).
- Verificar mediante una guía de observación, si los trabajadores cumplen con el aprendizaje de la misión, visión, historia, valores y manual de ordenamiento y funciones (MOF).
- Realizar evaluaciones mensuales sobre los contenidos de misión, visión, historia, valores y manual de ordenamiento y funciones (MOF).

INFORME N° 0001

BÚSQUEDA SOBRE LA CULTURA DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD

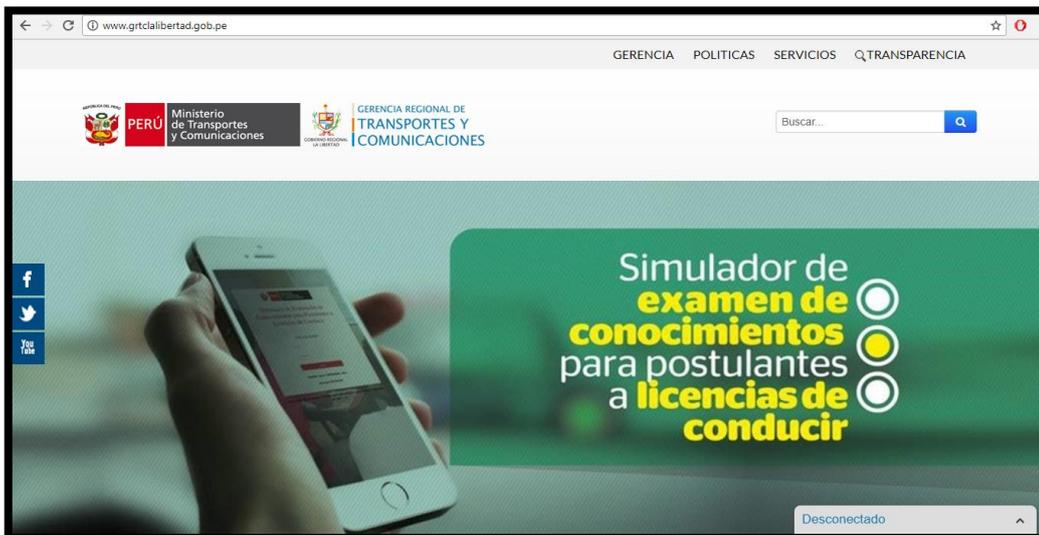
1. HISTORIA

A partir del año 1879, la actual Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones, fue parte del Ministerio de Fomento y Obras públicas bajo el nombre de “Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones”. Posteriormente, en 1969 el Ministerio de Fomento y Obras públicas pasó a convertirse en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, con el propósito de apoyar a los demás sectores mediante el transporte y las comunicaciones a nivel regional.

En 1992, el MFOP se fusiona con el sector vivienda y construcción, creando desde entonces el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción. Consecutivamente, en el 2002 se aprueba la ley No 27779 que determina la separación del sector Transportes y Comunicaciones del sector Vivienda Y Construcción.

Ese mismo año, con la aprobación de la ley N° 29158, se formó 15 Ministerios entre los que figuraba el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, cuya función es integrar al país para lograr un racional ordenamiento territorial vinculado a las áreas de recursos, producción, mercados y centros poblados a través de la regulación, promoción, ejecución y supervisión de la infraestructura de transportes y comunicaciones.

Link de encuentro:  <http://www.grtclalibertad.gob.pe/>



2. MISIÓN Y VISIÓN

✓ MISIÓN

Somos una entidad pública que buscamos conducir y orientar con eficiencia y eficacia las actividades de transportes y comunicaciones, generando valor agregado para las diversas actividades económicas y sociales de la región, de manera equilibrada, sostenida y en armonía con las particularidades culturales y del medio ambiente.

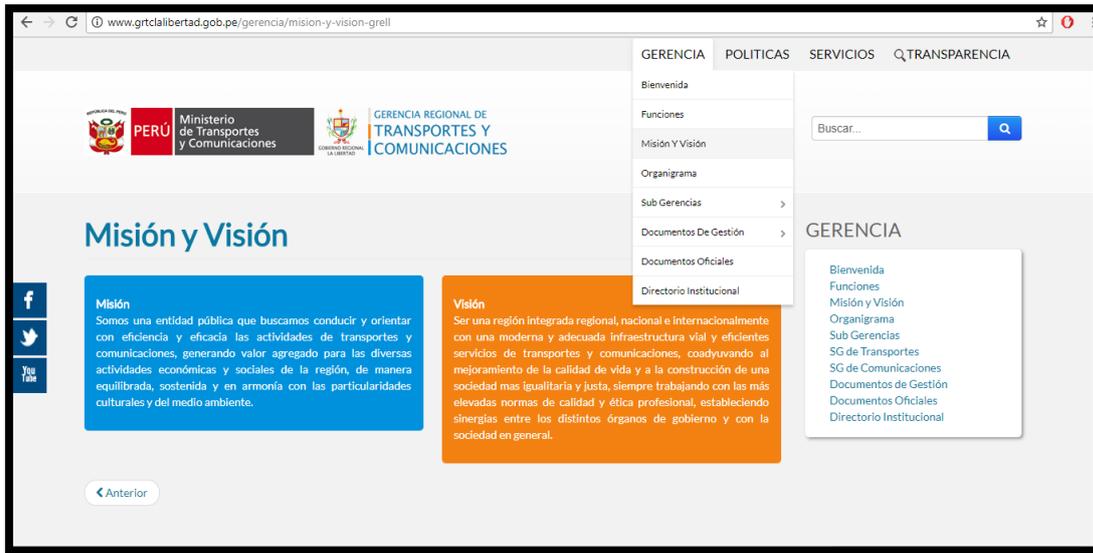
✓ VISIÓN

Ser una región integrada regional, nacional e internacionalmente con una moderna y adecuada infraestructura vial y eficientes servicios de transportes y comunicaciones, coadyuvando al mejoramiento de la calidad de vida y a la construcción de una sociedad más igualitaria y justa, siempre trabajando con las más elevadas normas de calidad y ética profesional, estableciendo sinergias entre los distintos órganos de gobierno y con la sociedad en general.

Link de encuentro:



<http://www.grtclalibertad.gov.pe/gerencia/mision-y-vision-grell>



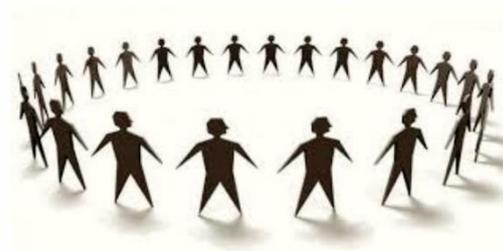
3. VALORES



**Eres comprometido por que,
te identificas con tu institución**



**Eres un gran colaborador
por que brindas un excelente
servicio al cliente**



RESPECTO

Prácticas este valor porque respetas a cada integrante de tu institución



HONESTIDAD

Eres honesto porque ayudas al cuidado no



PUNTUALIDAD

Eres puntual por que ordenas tus tiempos



RESPONSABILIDAD

Eres responsable por que cumples correctamente tu trabajo



4. MANUAL DE ORDENAMIENTO Y FUNCIONES (MOF)

- CAPTURAS



RESOLUCIÓN EJECUTIVA REGIONAL N° 2686-2014-GRLL/PRE
Trujillo, 31 de diciembre de 2014

VISTO:

El Oficio N° 296-2014-GRLL-GGR/GRTC de fecha 04 de agosto de 2014, mediante el cual la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones solicita la aprobación de su Manual de Organización y Funciones, y;

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Estado en su artículo 191° y la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, en su artículo 2°, establecen que los Gobiernos Regionales son personas jurídica de derecho público, con autonomía política, económica y administrativa en asuntos de su competencia;

Que, la autonomía en su dimensión política y administrativa, según el artículo 9° de la Ley N° 27783, Ley de Bases de la Descentralización, es la facultad de autoregulación en materia organizacional interna, que ejercen los gobiernos regionales, en concordancia con el artículo 9°, letra a) de la Ley N° 27867, el cual prescribe que dichos organismos tienen competencia constitucional de aprobar su organización interna.

Que, mediante Ordenanza Regional N° 08-2011-GR-LL/CR se aprobó la Estructura Orgánica y Reglamento de Organización y Funciones del Gobierno Regional de La Libertad, el mismo que ha sido modificado mediante Ordenanzas Regionales N° 012-2013-GR-LL/CR y N° 02-2014-GR-LL/CR;

Que, mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 807-2014-GRLL-PRE de fecha 06 de junio de 2014, se aprobó el Cuadro para Asignación de Personal, Versión 9, del Gobierno Regional de Libertad;

Que, mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 2082-2012-GRLL-PRE, se aprobó la Norma General Regional que regula los lineamientos para la Formulación




Con las visaciones de la Sub Gerencia de Desarrollo y Modernización Institucional, de la Gerencia Regional de Planeamiento y Acondicionamiento Territorial, de Gerencia Regional de Asesoría Jurídica y de la Gerencia General Regional; y,

En ejercicio de las facultades conferidas por Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el Manual de Organización de Funciones – MOF de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones del Gobierno Regional de La Libertad, el mismo que consta de 139 folios, estructurado en Ocho (08) Capítulos, que debidamente visado, forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DEJAR SIN EFECTO las normas y actos administrativos que se opongan a la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO.- NOTIFICAR la presente resolución al Consejo Regional, a la Gerencia General Regional, a la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones, a la Gerencia Regional de Planeamiento y Acondicionamiento Territorial y a los demás órganos y unidades orgánicas que corresponda del Gobierno Regional de la Libertad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE y CUMPLASE



Ing° JOSE H. MURGA ZANNIER
Presidente Regional






**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA GERENCIA
REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES
MOF INSTITUCIONAL**

**MAN: GGR-GRTC-MAN N°01
Versión 01**

OFICINA DE PLANIFICACIÓN

Elaborado por: Nery Alfredo Meléndez Aschieri	Firma:
Cargo: Director de la Oficina de Planificación	
Fecha: 22/12/2014	
Revisado por: Vicente Ronald Reyes Carranza	Firma:

	Tipo de Documento: MANUAL	Código: GGR-GRTC-MAN N° 01 Versión: 01
	Título: MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES – LA LIBERTAD	Fecha de Vigencia:
		Página: 3 de 139

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

I. CAPÍTULO I: DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1.1 Finalidad	6
1.2 Alcance	6
1.3 Base Legal	6

II. CAPÍTULO II: DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

2.1 Organigrama Estructural	7
2.2 Visión	8
2.3 Misión	8
2.4 Objetivos Generales	8
2.5 Funciones	8
2.6 Unidades Orgánicas Componentes	10
2.7 Cuadro Orgánico de Asignación de Cargos	10

III. CAPÍTULO III: DEL ÓRGANO DE DIRECCIÓN

3.1 GERENCIA REGIONAL

3.1.1. Organigrama Estructural	13
3.1.2. Objetivos Específicos	13
3.1.3. Funciones	13
3.1.4. Cuadro Orgánico de Asignación de Cargos	14
3.1.5. Descripción de los Cargos	14

IV. CAPÍTULO IV: DEL ÓRGANO DE CONTROL

	Tipo de Documento: MANUAL	Código: GGR-GRTC-MAN N° 01 Versión: 01
	Título: MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES – LA LIBERTAD	Fecha de Vigencia:
		Página: 6 de 139

CAPÍTULO I DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1.1 Finalidad:

El Manual de Organización y Funciones de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones – La Libertad, tiene por finalidad establecer y regular su organización interna, determinando las funciones generales de su estructura y las funciones específicas de cada cargo que comprenden las unidades orgánicas, así como establecer las líneas de dependencia, supervisión y coordinación entre ellas, finalmente señala los requisitos mínimos exigidos para cada uno de los cargos establecidos en el Cuadro para Asignación de Personal - CAP.

1.2 Alcance:

El presente documento alcanza de manera formal al personal que desempeña las funciones específicas o tareas de cada uno de los cargos contenidos en el Manual de Organización y Funciones – MOF de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones – La Libertad.

1.3 Base Legal

- Ley N° 27783; Ley de Bases de Descentralización.
- Ley N° 27867; Ley Orgánica de Gobiernos Regional y sus modificatorias Ley N° 27902, N° 28926, N° 28961, N° 28968 y N° 29053.
- Ordenanza Regional N° 002-2014-GR-LL/CR, de fecha 04 de abril de 2014, que aprueba la modificación del Organigrama Estructural y Reglamento de Organización y Funciones (ROF) – Institucional.

	Tipo de Documento: MANUAL	Código: GGR-GRTC-MAN N° 01 Versión: 01
	Título: MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES – LA LIBERTAD	Fecha de Vigencia:
		Página: 21 de 139

CARGO: Trabajador de Servicios I

CÓDIGO: 200-8-10-0-6 **RECIBE SUPERVISIÓN DE:** Gerente Regional de Transportes y Comunicaciones

1. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO:

- a) Distribuir documentos a las diferentes Oficinas;
- b) Apoyar en la recepción y clasificación de documentos varios;
- c) Apoyar en las labores de limpieza en los ambientes de la Gerencia Regional
- d) Realizar actividades manuales sencillas tales como folear, engrapar y llevar al archivo los documentos;
- e) Revisar y mantener conservado los muebles, artefactos, equipos y otros enseres asignados a la Oficinas; y
- f) Cumplir otras funciones que se le asigne.

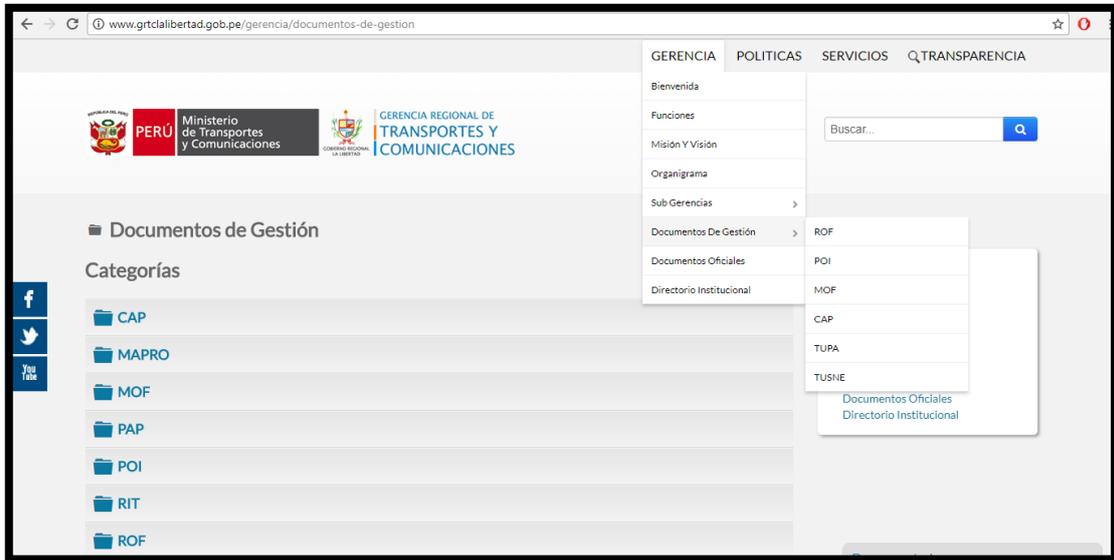
2. REQUISITOS MÍNIMOS DEL CARGO

- a) **Nivel educativo:** Estudios Técnicos o Educación Secundaria Completa.
- b) **Experiencia en el cargo:** Un (1) año en el ejercicio del cargos o similares.
- c) **Capacitación especializada:** Seis (6) meses en eventos relacionados con las labores del cargo.

Link de encuentro:



<http://www.grtclalibertad.gob.pe/gerencia/documentos-de-gestion/mof>



Oficinas de Relaciones Públicas

**GUÍA DE OBSERVACIÓN SOBRE EL APRENDIZAJE DE LA MISIÓN,
VISIÓN, VALORES Y MOF DE LA GERENCIA REGIONAL DE
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD.**

FECHA DE OBSERVACIÓN	
ÁREA DE OBSERVACIÓN	

INSTRUCCIONES: Observar si la ejecución de las actividades se realizan Marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo con la escala (SI), (NO), (A VECES).

OBJETIVO: Mejorar la cultura organizacional dentro de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad.

N°	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	A VECES	OBSERVACION
1	El colaborador cumplió con la búsqueda de información de la misión, visión, valores y Manual de Ordenamiento y funciones (MOF).				
2	El colaborador utilizo el informe de búsqueda para poder guiarse.				
3	El colaborador muestra ánimos e iniciativa al aprendizaje de la misión, visión, valores y Manual de Ordenamiento y funciones (MOF).				
4	El colaborador está conforme con el contenido de la cultura institucional.				
5	El colaborador comparte lo aprendido con el resto de sus compañeros de trabajo.				

4. Mencione los 6 valores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

5. Describa que significa cada valor para la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

6. ¿Cuál es la finalidad del manual de ordenamiento y funciones MOF de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad?

- _____
- _____
- _____
- _____

7. Mencione Cual es el Objetivo general de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

- _____
- _____
- _____
- _____

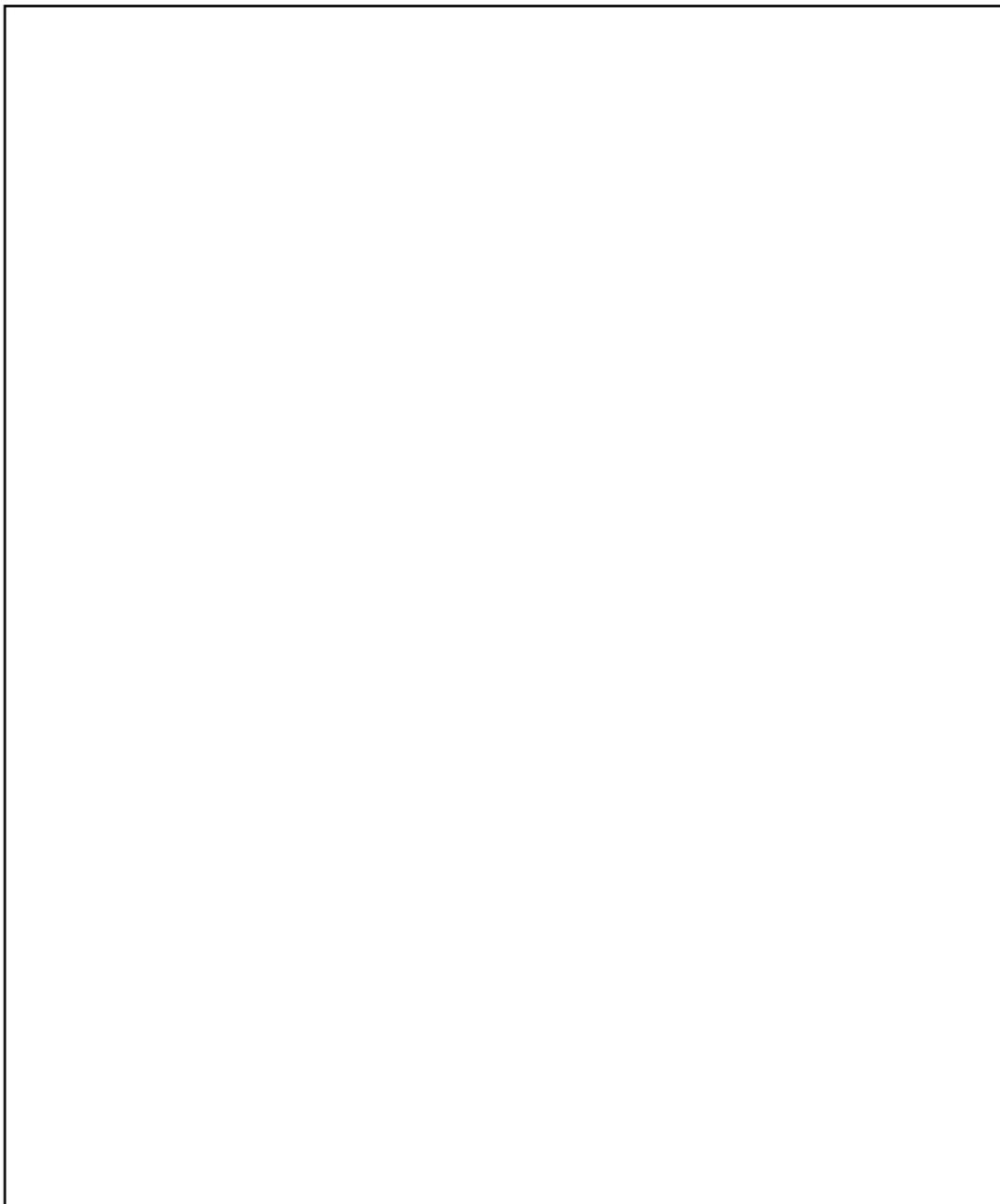
8. Mencione 5 funciones de cualquier materia de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

9. Mencione cuales son las área de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

10. Dibuje el organigrama de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad.



ESTRATEGIA N° 2:

- Establecer charlas motivacionales y de conciencia sobre la contribución y práctica de la cultura organizacional en la Gerencia Regional de Transporte y Comunicaciones de La Libertad.

ACTIVIDADES N°2:

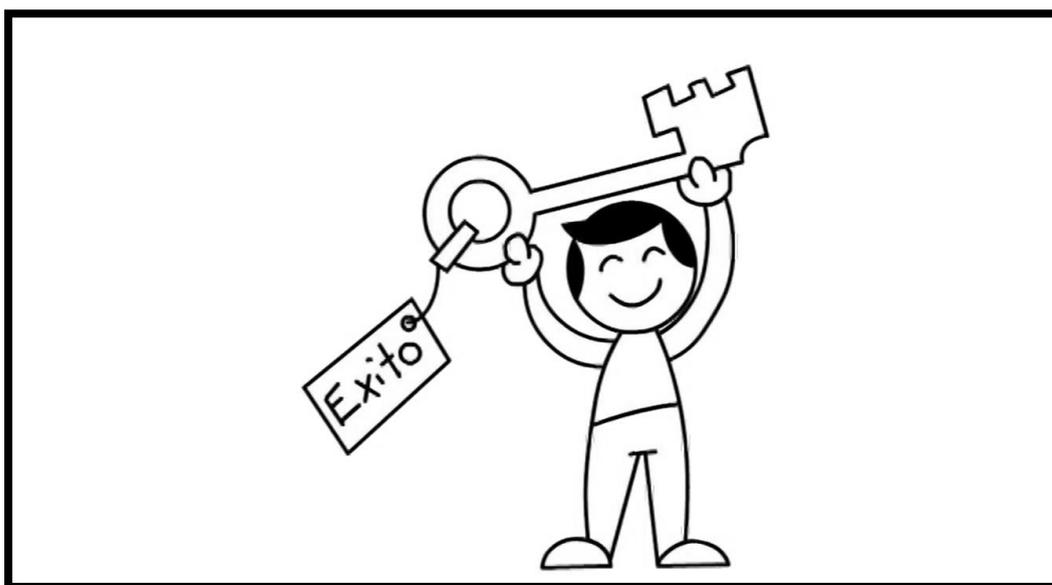
- Realizar charlas motivacionales mostrando videos con diferentes ejemplos en base a la motivación laboral, esto se dará una día a la semana en el transcurso de un mes, durante una hora y media.

VIDEOS MOTIVACIONES PARA LOS COLABORADORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRASPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD

Link de Encuentro:

https://www.youtube.com/watch?v=If6dkS3v_4&ab_channel=NegociosyEmprendimiento

VIDEO N° 01



Link de Encuentro:



https://www.youtube.com/watch?v=AGDjdFmWBo&ab_channel=yurneysherrera

Video N^a 02



Link de Encuentro:



https://www.youtube.com/watch?v=pwY7MqZyqOc&ab_channel=DavidFischman

VIDEO N^a 03



ESTRATEGIA N° 3:

- Brindar reuniones informando sobre los contenidos del Manual de Ordenamiento y Funciones (MOF), para cualquier evaluación que realice la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la liberta.
- Brindar la entrega del manual de ordenamiento y funciones (MOF) a cada colaborador de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la liberta.
- Control de la aplicación de contenidos del manual de ordenamiento y funciones (MOF), en los documentos internos y externos de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad.

ACTIVIDADES N°3:

- Realizar reuniones una vez al año para informar y enseñar sobre los contenidos o cambios del manual de ordenamiento y funciones (MOF), este se controlara mediante una ficha de asistencia a todo los colaboradores de la GRTC-LL.
- Difundir el manual de ordenamiento y funciones (MOF) a cada colaborador de la GRTC-LL, una vez al año para así lleguen a prender sus contenidos y disponer en los documentos.
- Realizar un seguimiento mediante una ficha de observación a todos los documentos enviados por los colaboradores de cada área, para así saber si cumple o no con lo dispuesto en el (MOF). Esto se dará mensualmente.

**FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EL CUMPLIMIENTO EN LO DISPUESTO
DEL MANUAL DE ORDENAMIENTO Y FUNCIONES (MOF), A LOS
COLABORADORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y
COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

Fecha: ___/___/___ **Área:** _____

ASPECTOS A OBSERVAR:

1. DOCUMENTOS

	SI	NO
a) El colaborador se informó o leyó el manual de ordenamiento y funciones MOF.		
b) El colaborador utilizó las leyes del manual de ordenamiento y funciones MOF, ante un problema.		
c) El colaborador dispone de los contenidos del MOF para realizar sus funciones documentales		
d) El colaborador se siente conforme con el manual de ordenamiento y funciones MOF.		

Descripción de aspectos relevantes del uso correcto del MOF, por parte de los colaboradores:

2. SATISFACCIÓN

	SI	NO
a) El manual de ordenamiento y funciones MOF facilita a la información de documentos.		
b) El colaborador está satisfecho por lo dispuesto en el manual de ordenamiento y funciones MOF.		
c) Debería implementarse mucho más contenidos dentro del manual de ordenamiento y funciones MOF.		

Descripción de los aspectos relevantes sobre la satisfacción de los trabajadores al uso del Manual de Ordenamiento y Funciones MOF:

ESTRATEGIA N° 4:

- Brindar reuniones para informar sobre las modificaciones de documentos y al mismo tiempo entregar las copias respectivas.
- Establecer un control donde se visualicen, las modificaciones documentales que brinda el gerente o/u encargado de cada área de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad. Este se da con la visión de poder mejorar la cultura y promover un orden.

ACTIVIDADES N°4:

- Realizar reuniones una vez al año sobre las modificaciones de documentos y al mismo tiempo se hará la entrega de los modelos establecidos. Esto se controlara mediante una ficha de asistencia.
- Realizar una estructura que se utilice en los documentos de la Gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad, para mantener la cultura institucional, el orden documental y de información; además de brindar a los colaboradores un modelo en donde ellos puedan disponer y aplicar a cada uno de sus documentos.

CARTA COMERCIAL

Gobierno Regional

Los Brillantes 650 – Teléfono:(044) 604000

Trujillo, ___ de ___ del ____

Señor:

Ever Cadenillas

Gerente General

Trujillo - La Libertad

Me dirijo a usted

Para anunciarle sobre la charla que se realizará el día ___ de ___ del ____, a las ___ hs. En nuestro _____, que brinda el gobierno regional Trujillo la Liberta.

La charla consistirá en los siguientes:

_____.

Esta invitación está dirigida a los trabajadores de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad, es por ello, que esperamos contar con su presencia.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

Saludos

(FIRMA)

OFICIO

**GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y
COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

Dirección General de Av. Moche 452

Telf. : (044) 241461

Trujillo, ___ de _____ del _____

OFICIO N° - ____/____/____

SEÑOR:

GERENTE GENERAL

ASUNTO: _____

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y comunicarlo que la Dirección General de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad, ha programado para el día ____ de _____ del presente año una visita

ubicado en _____, por lo que solicitamos contar con su presencia o delegue a quien corresponda a participar en dicho evento.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para reiterarle los sentimientos de mi consideración.

Atentamente,

D.N.I. _____

MEMORANDUM

**GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y
COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

Dirección General de Av. Moche 452

Telf. : (044) 241461

MEMORANDUM Nº

A: Personal del Área de _____

ASUNTO: _____

FECHA: Trujillo, ____ de ____ del ____

Se informa por este medio de la _____ quien se desempeñó como jefe de _____ hasta el día de hoy.

Cualquier asunto pendiente, favor de dirigirse con la

**GERENCIA REGIONAL DE
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES**

Atentamente,

(Nombre)

(Área)



INFORME N° _____

PARA : _____

ASUNTO: _____

DE: _____

FECHA: _____

Ante usted me presento respetuosamente e informo lo siguiente:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Por lo tanto se le informa lo siguiente:

GERENCIA REGIONAL DE
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

Es todo cuanto tengo que informarle.

Saludos

Atentamente

CARTA DE BIENVENIDA

La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, es un organismo público de estructura departamental dedicado al servicio estatal, que orienta y fiscaliza los procesos de transportes y comunicaciones.

Nuestro propósito es cuidar que los servicios de transportes se desarrollen eficaz y sosteniblemente, aportando así en el equilibrio cultural y del medio ambiente.

Promover e incentivar a la seguridad vial, respetar las normas de transporte y tránsito terrestre a nivel regional, a la vez que supervisa la prestación de servicios de transportes interprovincial de personas, carga y mercancía en coordinación con los Gobiernos Locales.

Nos sentimos orgullosos de tenerlo como colaborador de esta Organización Pública que vela por el bienestar social, pues ha demostrado ser una persona capacitada, con determinación para cumplir esta labor.

Bienvenido a la Gerencia Regional de Transportes
Y Comunicaciones de la Libertad. (GRTC LL)
GG. Ever Cadenillas Coronel

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

(Firme y Sello)

PROBLEMA
DEBIL DE IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

OBJETIVO:

Aumentar la identidad organizacional de los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad.

ESTRATEGIA N° 1:

- Motivar a los colaboradores de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad, mediante las celebraciones de los días cívico u/o cumpleaños a través de pequeños detalles que logren hacer sentirme apreciados y así poder incrementar la identidad.
- Elegir al colaborador del mes dentro de cada área y brindarle un certificado por dedicación. Esto se realizara con el fin de que el trabajador destaque y entregue su labor institucional, además de aumentar su identidad.

ACTIVIDADES N° 1:

- Realizar un presupuesto en donde se identifiquen las celebraciones de cumpleaños y días cívicos, para aumentar la identidad interna de los colaboradores de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad.
- Realizar una guía de observación para la selección del colaborador mes por áreas duramente todo el año. Al mismo tiempo, se diseñara un certificado en donde se informe de su esfuerzo.

PRESUPUESTO N° 0001

**CELEBRACIÓN DE FECHAS CÍVICAS DENTRO DE LA GERENCIA
REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

N°	MES	FECHA	CALEN	PRESUPUESTO			
				Materia de consumo u obsequio	Cantidad	costo	Total
1	Mar	08 /03	Día internación de la mujer	Caja de chocolates	80	10.00	800
2	Abri	15/04 2do domingo	Día del niño peruano	Juguetes (pelotas), para los hijos de los colaboradores	100	5.00 C/U	500
3	May	01/05	Día mundial del trabajo	Compartir			
				- Panes con pollo.	200	100.00	100.00
				- Bocaditos.	200	100.00	100.00
				- Gaseosas de 3L.	5	10.00	30.00
				- Gaseosas de 2L.	2	25.00	50.00
				- Vino de 2L.	180	4.00	8.00
				- Vasos chicos.	180	5.00	10.00
				- Vasos grandes.	4 bolsas	1.00	4.00
				- Servilletas			

		02/05	Aniversario del combate del dos de mayo	Obsequio de cajitas llenas de caramelos	180	5.00 C/U	900.00
		13/05 2do domingo	Día de la Madre	Compartir			
				- Prendedores en forma de rosa.	80	2.00 C/U	160.00
				- Rosas	80		400.00
				- Panes con pollo.	200	5.00 C/U	100.00
				- Bocaditos.	200	100.00	100.00
				- Vasos chicos.	2		50.00
				- Vasos grandes	3	100.00	30.00
				- Servilletas	180	25.00	8.00
				- Vino 2L	180	10.00	10.00
				- Gaseosa a 3L.	4 bolsas	4.00	
				- Vasos		5.00	4.00
						1.00	
		05/06	Día mundial del medio ambiente	Obsequio de origami de papel	180	1.50	270.00
		17/06 3er domingo	Día del padre	Compartir			
				- Pan con pollo.	200	100.00	100.00
				- Vino 2L.	2	25.00	50.00
				- Bocaditos.	200	100.00	100.00
				- Vasos	3	10.00	30
			180	6.00	1,080.00		
				4.00	0		
				180	4.00		
4	Jun						

				- Gaseos a 3L. - Ron 250ml (obsequio) - Vasos chicos. - Vasos grandes - Servilletas	180 4 bolsas	5.00 1.00	8.00 10.00 4.00
5	Jul	06/07	Día del Maestro	Obsequio de agendas	50	10.00	500.00
		28/07	Día de la proclamación de la independencia del Perú	Almuerzo ente colaboradores (Doña peta)	180	24.00 (Cubier to)	4,320.00
6	Agost	26/08	Día del adulto mayor	- Corbatas.	Hombres 25	20.00	500.00
				- Vasos con diseños.	Mujeres 30	10.00	300.00
7	Setie	01/09	Semana de la educación vial	- Polos.	180	15.00	2,700.00
				- Gorros.	180	18.00	0
				- Globos con estampados.	10 (Bolsas)	5.00	340.00
						C/U	50.00

		24/09	Semana nacional de los derechos humanos	- Lasos de color rojo. - Polo blanco	180 180	0.20 10.00	36.00 1,800.00
8	Octub	31/10	Día de la canción criolla	- Pan con pollo. - Bocaditos - Servilletas - vasos grandes - vasos chicos - Vino 2L - Gaseosas 3L - Pañoletas de color rojo.	200 200 4 bolsa 2 bolsas 2 bolsas 2 3 180	100.00 100.00 1.00 5.00 4.00 25 10.00 1.00	100.00 100.00 4.00 10.00 8.00 50.00 30.00 180.00
9	Novi						

				Chocolatada (compartir)			
10	Dici	25/12	Navidad	- Panteón don cesar.	10 cajas	15.00	150.00
						C/U	
				- Chocate	1 caja	15.00	15.00
				- Chocolate	200	100.00	100.00
				- Pan con pavo.	200	100.00	100.00
					5	12.00	60.00
				- Bocaditos	180	1.00	180.00
				- Champagne	180	10.00	1800.00
							0
				- Gorros navideños	3 cajas	18.00	
					2 bolsas	4.00	54.00
							8.00
				- Vasos con caramelos	2 bolsas	5.00	
							10.00
					3 kg	3.50	
					4 bolsas	1.00	10.50
							4.00
- Leche							
- Vasos chicos.							
- Vasos grandes.							
- Azúcar							
- Servilletas							

PRESUPUESTO N° 0002

**CELEBRACIÓN MENSUAL DE CUMPLEAÑOS PARA LOS
COLABORADORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTE
Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

PRESUPUESTO			
ARTICULO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Pastel / Torta	180	35	6,300.00
Regalo / obsequio	180	50	9,000.00
Compartir			
Pan con pollo	200	100.00	100.00
Servilletas	3	1.00	3.00
Vasos grandes	2	5.00	10.00

N°	MES	CUMPLEAÑEROS
1	Enero	
2	Febrero	
3	Marzo	
4	Abril	
5	Mayo	
6	Junio	
7	Julio	
8	Agosto	
9	Setiembre	
10	Octubre	
11	Noviembre	
12	Diciembre	

**GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA LA SELECCIÓN DEL COLABORADOR DEL
MES EN LA GERENCIA REGIONAL DE TRASPORTE Y COMUNICACIONES
DE LA LIBERTAD**

ÁREA A LA QUE PERTENECE	
SEXO DEL OBSERVADOR	
NOMBRE DEL COLABORADOR SELECCIONADO	

INSTRUCCIONES: Observar si la ejecución de las actividades se realizan Marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo con la escala (SI), (NO), (TALVEZ).

N°	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	A VECES	OBSERVACIÓN
1	El colaborador desempeña bien su puesto de trabajo.				
2	El colaborador mantiene comunicación con sus compañeros y jefe de área.				
3	El colaborador verifica si las condiciones en la que trabaja es la correcta.				
4	El colaborador ayuda a brindar información al que no sabe.				
5	El colaborador brinda soluciones ante cualquier problema.				
6	El colaborador brinda buena atención al cliente.				
7	El colaborador llega puntual y con el uniforme.				
8	El colaborador respeta la justificación de orden de salida.				
9	El colaborador acude siempre al manual de ordenamiento y funciones (MOF)				
10	El colaborador sigue las modificaciones documentales.				

Colaborador del mes

Dirigido A:



del área

En reconocimiento por la dedicación y cumplimiento de sus actividades laborales.

Trujillo, ___ de _____ del ____

GERENTE GENERAL
Mg. Ever Cadenillas Coronel

JEFE DE ÁREA

ESTRATEGIA N°2:

- Premiar al colaborador puntual y con el uniforme completo, mediante una recompensa sorpresas en donde se logre motivar e incentivar a la identidad. Esto se dará mediante un calendario de méritos.
- Establecer piezas graficas relacionadas a la puntualidad y utilización del uniforme para así motivara a cada uno de los colaboradores de la de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad.

ACTIVIDADES N° 2:

- Realizar un calendario de méritos donde se identifiquen cada una de las recompensas que el colaborador pueda elegir. Este se dará mediante un sorteo, en donde solo los trabajadores puntuales y con el uniforme completo puedan participar.
- Realizar banners para los colaboradores de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad, mostrando contenidos que incentiven la puntualidad y el uso del uniforme. Este se colocara en tres puntos de la institución.

CALENDARIO DE MÉRITOS 2018

GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD
GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

ENERO

SM	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
01	1	2	3	4	5	6	7
02	8	9	10	11	12	13	14
03	15	16	17	18	19	20	21
04	22	23	24	25	26	27	28
05	29	30	31				

GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

FEBRERO

SM	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
05				1	2	3	4
06	5	6	7	8	9	10	11
07	12	13	14	15	16	17	18
08	19	20	21	22	23	24	25
09	26	27	28				

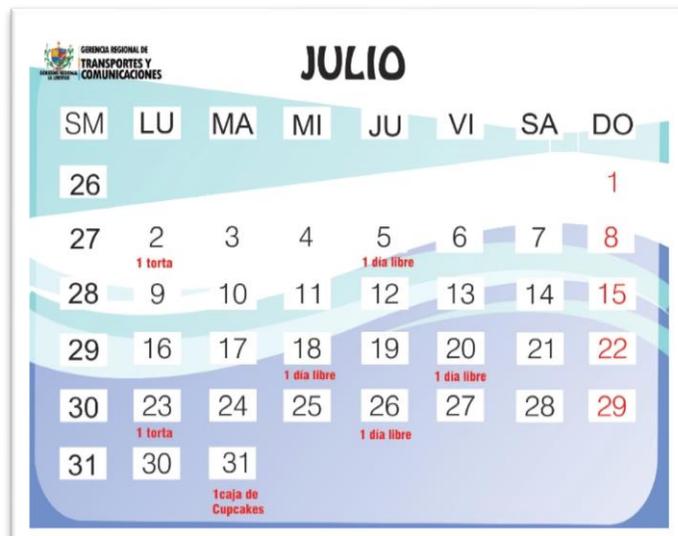
1 día libre (Feb 1)
2 día libre (Feb 13-14)
1 día libre (Feb 20)
1 día libre (Feb 27)
1 torta (Feb 8)
1 torta (Feb 16)

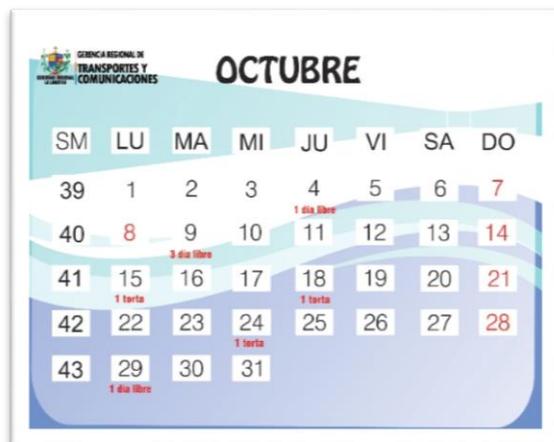
GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

MARZO

SM	LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
09				1	2	3	4
10	5	6	7	8	9	10	11
11	12	13	14	15	16	17	18
12	19	20	21	22	23	24	25
13	26	27	28	29	30	31	

1 día libre (Mar 1)
3 día libre (Mar 13-15)
1 día libre (Mar 20)
1 torta (Mar 8)
1 torta (Mar 15)
1 torta (Mar 22)
1 torta (Mar 29)
1 caja de Cupcakes (Mar 28)





NOMBRE: Banner 1

TIPO DE MEDIDAS: 60 x 90

IMPRESIÓN: Full color



NOMBRE: Banner 2

TIPO DE MEDIDAS: 60 x 90

IMPRESIÓN: Full color

GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones

JUSTICIA SOCIAL CON INVERSIÓN

Procura siempre llegar puntual y con el uniforme.

Se ordenado y responsable, llegando puntual y con el uniforme correcto.

La puntualidad y el llegar correctamente uniformado es el reflejo de tu interés.

Respeta a tus compañeros llegando puntual y con el uniforme.

GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

NOMBRE: Banner 3

TIPO DE MEDIDAS: 60 x 90

IMPRESIÓN: Full color

GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones

JUSTICIA SOCIAL CON INVERSIÓN

Procura siempre llegar puntual y con el uniforme.

Se ordenado y responsable, llegando puntual y con el uniforme correcto.

La puntualidad y el llegar correctamente uniformado es el reflejo de tu interés.

Respeta a tus compañeros llegando puntual y con el uniforme.

GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD
GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

ESTRATEGIA N° 3:

- Incrementar reuniones en donde los colaboradores puedan ser escuchados y así brindar soluciones a los problemas internos y externos de la gerencia regional de transportes y comunicaciones de la libertad.

ACTIVIDADES N°3:

- Realizar las reuniones semanales mediante un horario, con todo el personal de trabajo. Esto se controlará mediante una ficha de asistencia en donde cada uno de los colaboradores firmará su presencia.

HORARIOS SEMANALES DE REUNIÓN DE PERSONAL DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTA

N°	MES	FECHA	
1	ENERO	Semana 1: 05/01/18 Semana 3: 19/01/18	Semana 2: 12/01/18 Semana 4: 26/01/18
2	FEBRERO	Semana 1: 01/02/18 Semana 3: 15/02/18	Semana 2: 08/02/18 Semana 4: 22/02/18
3	MARZO	Semana 1: 01/02/18 Semana 3: 13/02/18 Semana 5: 28/02/18	Semana 2: 08/02/18 Semana 4: 22/02/18
4	ABRIL	Semana 1: 04/03/18 Semana 3: 18/03/18	Semana 2: 11/03/18 Semana 4: 25/03/18
5	MAYO	Semana 1: 02/04/18 Semana 3: 16/04/18 Semana 5: 30/04/18	Semana 2: 09/04/18 Semana 4: 23/04/18
6	JUNIO	Semana 1: 05/06/18 Semana 3: 19/06/18	Semana 2: 12/06/18 Semana 4: 26/06/18
7	JULIO	Semana 1: 02/07/18 Semana 3: 16/07/18 Semana 5: 30/07/18	Semana 2: 09/07/18 Semana 4: 23/07/18
8	AGOSTO	Semana 1: 01/08/18 Semana 3: 15/08/18 Semana 5: 29/08/18	Semana 2: 08/08/18 Semana 4: 22/08/18
9	SETIEMBRE	Semana 1: 06/09/18 Semana 3: 20/09/18	Semana 2: 13/09/18 Semana 4: 27/09/18
10	OCTUBRE	Semana 1: 02/10/18 Semana 3: 16/10/18 Semana 5: 30/10/18	Semana 2: 09/10/18 Semana 4: 23/10/18
11	NOVIEMBRE	Semana 1: 06/11/18 Semana 3: 20/11/18	Semana 2: 13/11/18 Semana 4: 27/11/18
12	DICIEMBRE	Semana 1: 04/12/18 Semana 3: 18/12/18	Semana 2: 11/12/18 Semana 4: 24/12/18

**PROBLEMA:
BAJA COMUNICACIÓN**

OBJETIVO:

Mejorar la comunicación en los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad.

ESTRATEGIA N° 1:

- Incorporar charlas integradoras para los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, en donde se logre mesclar la unión laboral y la identidad la cultura etc.
- Establecer rotación del personal dentro de cada área para incentivar la comunicación interna de los colaboradores y así logren mejorar sus dificultades.

ACTIVIDADES N° 1:

- Realizar un programa de charlas integradoras, para los colaboradores nuevos y antiguos de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad. Esto se dará mensualmente durante todo el año; al mismo tiempo se controlará mediante una ficha de asistencia.
- Realizar un cronograma de rotación, identificando los trabajadores que cambiaran de área. Esto se dará cada cuatro meses al año, para mejorar y aumentar la interacción y la comunicación entre ellos mismo.

**PROGRAMA DE CHARLAS INTEGRADORAS PARA LOS COLABORADORES
DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRASPORTES Y COMUNICACIONES DE
LA LIBERTAD**

Hora: 5:00 p.m. 7:00 p.m.

Cantidad: 180 trabajadores

N°	MES	AUDITORIO GOBIERNO REGIONAL	GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD	AUDITORIO UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUDITORIO DEL MINISTERIO DE TRABAJO	AUDITORIO CIDUNT UNT
1	Enero	Miércoles 31				
2	Febrero		Miércoles 28			
3	Marzo		Lunes 26			
4	Abril	Lunes 30				
5	Mayo	Jueves 31				
6	Junio				Jueves 28	
7	Julio			Jueves 26		
8	Agosto		Viernes 31			
9	Setiembre					Viernes 28
10	Octubre			Miércoles 31		
11	Noviembre				Viernes 30	
12	Diciembre					Viernes 28

**CRONOGRAMA DE ROTACIÓN DE PERSONAL DE LA GERENCIA
REGIONAL DE TRASPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

- **Tiempo de Rotación:** Cada 4 meses
- **Cantidad de Personal:** 180 trabajadores

Nº	MES	FECHA	ÁREAS	TRABAJADORES
1	Enero	02 /01 al 30/04	AAC: Área de atención al ciudadano.	-
2	Febrero		ANOT: Área de notificaciones.	-
3	Marzo		APRSNL: Área del personal.	-
4	Abril		SGC: Subgerencia de comunicación.	-
5	Mayo	02/05 al 31/08	ACONTAB: Área de abastecimiento.	-
6	Junio		ACPTRM: Área de control patrimonial.	-
7	Julio		ATESOR: Área de tesorería.	-
8	Agosto		ATESOR: Área de tesorería.	-
9	Setiembre	03/09 al 31/12	ATFLC: Área técnica funcional de licencias de conducir.	-
10	Octubre		ATFESV: Área técnica funcional de educación y seguridad vial.	-
11	Noviembre		ATFSFS: Área técnica funcional de supervisión y fiscalización y sanciones.	-
12	Diciembre		ARP: Área de relaciones públicas.	-

ESTRATEGIAS N°2:

- Incorporar charlas psicológicas para los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, en donde se pueda intensificar la comunicación y se logré mejorar los comportamientos.

ACTIVIDAD N° 2:

- Realizar un temario de charlas psicológicas una vez al mes con diferentes fechas durante todo el año, este con el fin de poder lograr que el colaborador mejore su comportamiento e incentive a la recuperación de su comunicación.

**TEMARIO DE CHARLAS PSICOLOGÍAS PARA LOS TRABAJADORES DE
LA GERENCIA REGIONAL DE TRASPORTES Y COMUNICACIÓN DE LA
LIBERTAD**

✓ Charlas psicologías para 180 Colaboradores

Nº	TEMARIO (TEMAS)	FECHAS	LUGAR	A CARGO DE
1	- ¿Cómo mantener un trato adecuado con los compañeros de trabajo?	22/01/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:
2	- ¿Qué comportamiento se debe tener con un cliente?	15/03/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:
3	- ¿Cómo trabajar en equipo?	12/04/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:
4	- ¿Es esencial mantener una comunicación con el jefe inmediato?	15/05/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:
5	- ¿Lo personal con lo laboral se mezcla?	09/06/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:
6	- ¿Cómo desempeñarse en el trabajo?	15/07/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:
7	- ¿Cómo respetar las opiniones de mis compañeros de trabajo?	06/12/18	Sala de reuniones GRTC-LL	Nombre : Cargo: Especialidad:

ESTRATEGIAS N° 3:

- Establecer encargados que ayuden al cliente ante cualquier trámite documental o mala atención que le brinde cualquier colaborador; además de no dejarse engañar por falsos tramitadores.
- Incorporar personal encargado que brinde control fuera y dentro de la de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad, para así no haya confusiones y puedan seguir los trámites con total normalidad.
- Brindar reuniones de coordinación para solucionar los problemas documentales tramitados por los usuarios, además de poder comunicar sobre la mejora de la atención.

ACTIVIDADES N° 3:

- Realizar un horario de atención para los colaboradores encargadas en ayudar al cliente ante cualquier confusión o mala atención del trámite documental.
- Realizar un horario de rotación para los colaboradores que se encarguen de atención al cliente (módulos), para así guiar al cliente y no dejar que los falsos tramitadores engañen a la ciudadanía.
- Realizar reuniones mensuales con la duración de dos horas, para coordinar y solucionar los problemas documentales de los tramitadores. Esto se controlara mediante una ficha de asistencia a todos los colaboradores.

HORARIO DE ATENCIÓN

DÍAS	TURNO	ÁREA	ATENCIÓN
Lunes a viernes	9:00 a.m. a 1:00 p.m.	AAC: Área de atención al ciudadano. (Modulo 11)	(Nombre de los colaboradores)
Lunes a viernes	1:00 a.m. a 4:30 p.m.	AAC: Área de atención al ciudadano. (Modulo 11)	(Nombre de los colaboradores)
NO SE LABORA FERIADO			

HORARIO DE ROTACIÓN

- El colaborador rotara una vez al mes durante el año.

N°	MES	FECHAS	ÁREA DIRIGÍA	NOMBRE DEL COLABORADOR
1	Enero	Martes 2	AAC: Área de atención al ciudadano. (Modulo 11)	
2	Febrero	Jueves 1		
3	Marzo	Jueves 1		
4	Abril	Lunes 2		
5	Mayo	Miércoles 2		
6	Junio	Viernes 1		
7	Julio	Lunes 2		
8	Agosto	Miércoles 1		
9	Setiembre	Lunes 3		
10	Octubre	Lunes 1		
11	Noviembre	Viernes 2		
12	Diciembre	Lunes 3		

**CRONOGRAMA DE REUNIONES MENSUALES PARA LA SOLUCIÓN
DOCUMENTAL DE TRAMITADORES DE LA GERENCIA REGIONAL
DE TRASPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

CANTIDAD: 180 colaboradores

LUGAR: sala de reuniones GRTC-LL

N°	Mes	Fecha	Hora
1	Enero	Sábado 27	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
2	Febrero	Sábado 24	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
3	Marzo	Sábado 31	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
4	Abril	Sábado 28	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
5	Mayo	Sábado 26	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
6	Junio	Sábado 30	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
7	Julio	Sábado 21	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
8	Agosto	Sábado 25	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
9	Setiembre	Sábado 29	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
10	Octubre	Sábado 27	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
11	Noviembre	Sábado 24	10:30 a.m. – 12:30 a.m.
12	Diciembre	Sábado 29	10:30 a.m. – 12:30 a.m.

ESTRATEGIAS N° 4:

- Brindar reuniones mensuales sobre el control de justificación de orden de salida a los colaboradores de la Gerencia Regional de Transportes y comunicaciones de La Libertad. Esto con el fin de verificar si se cumple o no con lo mencionado en su documento.

ACTIVIDADES N° 4:

- Realizar reuniones mensuales con la duración de dos horas, para resolver las faltas del control de justificación de orden de salida. Esto se controlará mediante una ficha de asistencia hacia los colaboradores y una ficha de observación en donde se verificará los documentos de orden de salida de cada trabajador.

**FECHAS DE REUNIONES MENSUALES PARA LOS COLABORADORES DE
LA GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA
LIBERTAD**

TEMA: Control de justificación de orden de salida

LUGAR: Sala de reuniones de la GRTC-LL

N°	MES	FECHA	HORA
1	Enero	Martes 16	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
2	Febrero	Viernes 16	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
3	Marzo	Martes 27	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
4	Abril	Jueves 19	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
5	Mayo	Jueves 24	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
6	Junio	Lunes 25	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
7	Julio	Viernes 20	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
8	Agosto	Jueves 23	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
9	Setiembre	Viernes 21	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
10	Octubre	Lunes 22	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
11	Noviembre	Lunes 26	5:00 p.m. – 7:00 p.m.
12	Diciembre	Viernes 21	5:00 p.m. – 7:00 p.m.

**PROGRAMA DE REUNIONES PARA LOS COLABORADORES DE LA
GERENCIA REGIONAL DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE
LA LIBERTAD**

Fecha	Hora	Actividad	Directiva	tiempo
Martes 16 de Enero.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.	- Palabras del gerente general. - Observaciones de la ficha de orden de salida.	- Ever cadenillas coronel - Área Relaciones publicas - Área del personal.	30'' 1':30''
Viernes 16 de Febrero.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Martes 27 de Marzo	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Jueves 19 de Abril.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Jueves 24 de Mayo.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Lunes 25 de Junio.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Viernes 20 de Julio.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Jueves 23 de Agosto.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Viernes 21 de Setiembre.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Lunes 22 de Octubre.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Lunes 26 de Noviembre.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			
Viernes 21 de Diciembre.	5:00 p.m. a 7:00 p.m.			

**FICHA DE OBSERVACIÓN PARA EL CONTROL DE ORDEN DE SALIDA
HACIA LOS COLABORADORES DE LA GERENCIA REGIONAL DE
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE LA LIBERTAD**

Fecha: ___/___/___ Área: _____

ASPECTOS A OBSERVAR:

1. DOCUMENTOS

	SI	NO
a) El colaborador informo mediante un documento su orden de salida.		
b) El colaborador informo con anticipación su justificación de orden de salida.		
c) El colaborador utilizo las palabras correctas para informar sobre su orden de salida.		
d) El colaborador se retiró puntual y regreso según lo manifestado en su ficha de salida		

Descripción de aspectos relevantes durante la observación:

2. SATISFACCIÓN

	SI	NO
a) El colaborador se siente conforme con la evolución.		
b) El colaborador está satisfecho con el personal quien evaluó.		

Descripción del comportamiento de los colaboradores, durante la observación:

VI. RECURSOS

- Gerencia Regional De Trasportes y Comunicaciones de La Libertad.

VII. PRESUPUESTO

DENOMINACIONES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TOTAL DE SOLES
BIENES Y SERVICIOS				
BIENES DE CONSUMO (MATERIAL DE ESCRITORIO)				S/. 1,375.50
Papel bond A4	3 Millares	12.00	36.00	
Papel para certificado	10 cajas	100.00	1,000.00	
Impresión de banners	3 unidades	100.00	300.00	
Lapiceros	10 unidades	1.00	10.00	
Sobre manila	20 unidades	0.50	10.00	
Folder manila	20 unidades	0.80	16.00	
Clips	1caja	1.50	1.50	
BIENES DE CONSUMO (MATERIAL PARA PROCESAMIENTO)				S/. 840.00
CDS	5 unidades	1.00	10.00	
USB	1 unidad	30.00	30.00	
Cargas de tinta	4 unidad	200.00	800.00	
BIENES DE CONSUMO (FESTIVIDAD)				S/. 12,464.00
Caja de chocolates	80	10.00	800.00	
Juguetes (pelotas), para los hijos de los colaboradores	100	5.00 C/U	500.00	
Panes con pollo.	200	100.00	100.00	
Bocaditos.	200	100.00	100.00	

Gaseosas de 3L.	5	10.00	30.00	
Vino de 2L.	2	25.00	50.00	
Vasos chicos.	180	4.00	8.00	
Vasos grandes.	180	1.00	10.00	
Servilletas	4 bolsas	1.00	10.00	
Obsequio de cajitas llenas de caramelos	180	5.00 C/U	900.00	
Prendedores en forma de rosa.	80	2.00 C/U	160.00	
Rosas	80	5.00 C/U	400.00	
Almuerzo ente colaboradores (Doña peta)	180	24.00 (Cubierto)	4,320.00	
Polos.	180	15.00	2,700.00	
Gorros.	180	18.00	340.00	
Globos con estampados	10 (Bolsas)	5.00 C/U	50.00	
Lasos de color Rojo	180	0.20	36.00	
Polo blanco	180	10.00	1,800.00	
Panteón don cesar.	10 cajas	10 cajas	150.00	
TOTAL				S/. 14,679.50

VIII. CRONOGRAMA

Nº	DESCRIPCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Enseñar a los trabajadores mediante un informe a buscar los contenidos de la misión, visión, historia, valores y MOF.	Lunes 15											
2	Verificar mediante una guía de observación, si los trabajadores cumplen con el aprendizaje de la misión, visión, historia, valores y MOF.		Viernes 16										
3	Realizar evaluaciones mensuales sobre los contenidos de misión, visión,						Jueves 14	Miércoles 11	Viernes 17	Martes 04	Viernes 06	Lunes 12	Jueves 20

	historia, valores y MOF.												
4	Realizar charlas motivacionales mostrando videos con diferentes ejemplos en base a la motivación laboral, esto se dará un día al mes, durante una hora y media			Lunes 05	Jueves 05	Viernes 04	Miércoles 06	Jueves 05	Lunes 06	Miércoles 05	Viernes 05	Lunes 05	Miércoles 05
5	Realizar reuniones una vez al año para informar y enseñar sobre los contenidos o cambios del manual de ordenamiento y funciones (MOF), este se controlara mediante una ficha de asistencia a todo los colaboradores de la GRITC-LL.	Lunes 08											

6	Establecer una copia del manual de ordenamiento y funciones (MOF) a cada colaborador de la GRTC-LL, una vez al año para así lleguen a prender sus contenidos y disponer en los documentos.	Lunes 08											
7	Realizar un seguimiento mediante una ficha de observación a todos los documentos enviados por los colaboradores de cada área, para así saber si cumple o no con lo dispuesto en		Miércoles 14	Miércoles 14	Viernes 13	Lunes 14	Jueves 14	Viernes 13	Martes 14	Viernes 14	Viernes 12	Miércoles 14	Viernes 14

el (MOF). Esto se dará mensualmente.													
Realizar reuniones una vez al año sobre las modificaciones de documentos y al mismo tiempo se hará la entrega de los modelos establecidos. Esto se controlara mediante una ficha de asistencia.		Jueves 18											
Realizar las reuniones semanales mediante un horario, con todo el personal de trabajo. Esto se controlara mediante una ficha de asistencia en donde	Semana 1 viernes 05	Semana 1 jueves 01	Semana 1 Jueves 01	Semana 1 Miércoles 04	Semana 1 Miércoles 02	Semana 1 viernes 05	Semana 1 Lunes 02	Semana 1 Miércoles 01	Semana 1 Jueves 06	Semana 1 Martes 02	Semana 1 Martes 06	Semana 1 Martes 04	Semana 1
	Semana 2 viernes 12	Semana 2 Jueves 08	Semana 2 jueves 08	Semana 2 Miércoles 11	Semana 2 Miércoles 09	Semana 2 viernes 12	Semana 2 Lunes 09	Semana 2 Miércoles 08	Semana 2 Jueves 13	Semana 2 Martes 09	Semana 2 Martes 13	Semana 2 Martes 11	Semana 2
	Semana 3 viernes 19	Semana 3 Jueves 15	Semana 3 jueves 15	Semana 3 Miércoles 18	Semana 3 Miércoles 16	Semana 3 viernes 19	Semana 3 Lunes 16	Semana 3 Miércoles 15	Semana 3 Jueves 20	Semana 3 Martes 16	Semana 3 Martes 20	Semana 3 Martes 18	Semana 3

cada uno de los colaboradores firmara su presencia.	Semana 4 viernes 16	Semana 4 Jueves 22	Semana 4 jueves 22 Semana 4 Miércoles 28	Semana 4 Miércoles 25	Semana 4 Miércoles 23 Semana 4 Miércoles 30	Semana 4 Martes 26	Semana 4 Lunes 23 Semana 4 Lunes 30	Semana 4 Miércoles 22 Semana 4 Miércoles 29	Semana 4 Jueves 27	Semana 4 Martes 23 Semana 4 Martes 30	Semana 4 Martes 27	Semana 4 Lunes 24
Realizar un programa de charlas integradoras, para los colaboradores nuevos y antiguos de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad. Esto se dará mensualmente durante todo el año; al mismo tiempo se controlará mediante una ficha de asistencia.	Miércoles 31	Miércoles 28	Lunes 26	Lunes 30	Jueves 31	Jueves 28	Jueves 26	Viernes 31	Viernes 28	Miércoles 31	Viernes 30	Viernes 28

<p>Realizar un cronograma de rotación, identificando los trabajadores que cambiarán de área. Esto se dará cada cuatro meses al año, para mejorar y aumentar la interacción y la comunicación entre ellos mismo.</p>	Martes 02			Lunes 30	Miércoles 02			Viernes 31	Lunes 3			Lunes 31
<p>Realizar un temario de charlas psicológicas una vez al mes con diferentes fechas durante todo el año, este con el fin de poder lograr que el colaborador mejore su comportamiento</p>	Lunes 22		Lunes 12	Martes 15	Viernes 15	Martes 9	Miércoles 25					Jueves 6

e incentive a la recuperación de su comunicación													
Realizar un horario de rotación para los colaboradores que se encarguen de atención al cliente (módulos), para así guiar al cliente y no dejar que los falsos tramitadores engañen a la ciudadanía.	Martes 02	Jueves 01	Jueves 01	Lunes 02	Miércoles 02	Viernes 01	Lunes 02	Miércoles 01	Lunes 03	Lunes 01	Viernes 02	Lunes 03	
Realizar reuniones mensuales con la duración de dos horas, para coordinar y solucionar los problemas documentales de los tramitadores. Esto se controlara mediante	Sábado 27	Sábado 24	Sábado 24	Sábado 28	Sábado 26	Sábado 30	Sábado 21	Sábado 25	Sábado 29	Sábado 27	Sábado 24	Sábado 29	

una ficha de asistencia a todos los colaboradores.													
Realizar reuniones mensuales con la duración de una hora y media, para resolver las faltas del control de justificación de orden de salida. Esto se controlara mediante una ficha de asistencia hacia los colaboradores y una ficha de observación en donde se verificara los documentos de orden de salida.	Martes 16	Viernes 16	Martes 27	Jueves 19	Jueves 24	Lunes 25	Viernes 20	Jueves 23	Viernes 21	Lunes 22	Lunes 26	Viernes 21	

