



Universidad Internacional del Ecuador

Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación

Escuela de Relaciones Públicas

Tesis de Grado a la obtención del Título de

Licenciado en Comunicación Social con

Mención en Relaciones Públicas Bilingües.

Tema

**Plan de Comunicación e Imagen Corporativa en Sedes
Diplomáticas. Caso: Consulado General del Perú,
Embajada en Quito - Ecuador.**

Autor: Karlix Alberto Chávez Gemín

Directora: Cecilia Apunte Salazar, MSc.

Quito, marzo de 2012.

CERTIFICACIÓN

Yo, **Karlix Alberto Chávez Gemín**, portador de la cédula de ciudadanía N° 1718226739 egresado de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, Escuela de Relaciones Públicas, declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 23 de marzo de 2012.

.....
Karlix Alberto Chávez Gemín

CERTIFICACIÓN

Yo, **Cecilia Apunte Salazar**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1707482236, docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, declaro que el alumno Karlix Alberto Chávez Gemín, es el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal suya. Todos los efectos académicos y legales que se desprenden de la presente investigación, serán de su sola y exclusiva responsabilidad.

Quito, 23 de marzo de 2012.

.....
Cecilia Apunte Salazar

RESUMEN

Plan de Comunicación e Imagen Corporativa en Sedes Diplomáticas. Caso: Consulado General del Perú, Embajada en Quito - Ecuador.

Debido al incremento de la gran demanda de ciudadanos peruanos, turistas y familias binacionales, que acuden al Consulado del Perú en Quito – Ecuador, a realizar gestiones y trámites consulares; así como también considerando que los consulados deben ofrecer apoyo y protección a sus conciudadanos, es necesario y prioritario desarrollar un plan de comunicación integral, para el manejo y trato adecuado en las misiones diplomáticas, con sus públicos internos y externos.

El presente trabajo sugiere mecanismos que faciliten el desenvolvimiento de las misiones diplomáticas en contextos comerciales, culturales y sociales, a través de sus funciones y trámites consulares. Brindar alcances prácticos para resolver situaciones apremiantes a los usuarios, sugiriendo logros óptimos de superación, aplicables a otras realidades similares.

AGRADECIMIENTOS

Yo, **Karlix Alberto Chávez Gemín**, autor del Plan de Comunicación e Imagen Corporativa en Sede Diplomática: Embajada del Perú en Quito - Ecuador, expreso mi agradecimiento y reconocimiento, a funcionarios y personas de las instituciones y organizaciones indicadas, por la colaboración, asesoramiento y facilidades que me ofrecieron, para efectivizar en forma satisfactoria, las acciones y tareas que exigieron el cumplimiento organizado y responsable del presente plan de investigación; el cual me permitirá alcanzar y consolidar mis metas como profesional eficiente, en el ámbito de la Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

Agradecimiento a Funcionarios de las siguientes Instituciones:

1. Embajada del Perú en Quito – Ecuador:

- *Sr. Javier León Olavarría, Embajador del Perú en Quito – Ecuador.*
- *Srta. María Antonia Masana García, Cónsul Gral. del Perú.*
- *Sr. Manuel Soárez Document, Ministro Consejero.*
- *Sr. Edilbrando Vásquez Delgado, Administrador General.*
- *Sr. Jorge Cáceres García, Asistente Administrativo.*
- *Sr. Alberto Gonzáles Mejía, Ex. Consejero Comercial.*
- *Sr. Francisco Tenya Hassahawa, Ex. Ministro Consejero.*
- *Sr. Ricardo Sagástegui Fudino, Mayor PNP. Ex. Agregado Policial.*

2. Universidad Internacional del Ecuador:

- *Sr. Diego Gómez Orejuela, MSc. Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la UIDE.*
- *Sra. Cecilia Apunte Salazar, MSc. Directora de la Escuela de Comunicación Social de la UIDE.*
- *Sr. Renato Rodríguez. Docente UIDE. Licenciado en Comunicación Social.*
- *Sr. Héctor Calderón, Docente UIDE. Licenciado en Comunicación Organizacional.*
- *Sr. Nelson Herrera, Magister en Comunicación Corporativa. Docente de la UIDE.*
- *Sr. José Lema, Licenciado en Lingüística. Docente del Instituto de Idiomas UIDE.*

DEDICATORIA

Dios y el Universo me nutren de inmensa *Luz de Amor*,
para dedicar este trabajo de tesis, a mis queridos padres y hermano:

Pablo, Teresa y Xavier,

por su constante dedicación, esfuerzo y apoyo permanente,
en cristalizar el anhelado deseo de obtener el título profesional:

Licenciado en Comunicación Social

con Mención en Relaciones Públicas Bilingües,

en la Universidad Internacional del Ecuador.

Quito, marzo de 2012.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS.....	2
METODOLOGÍA.....	3
RELACIONES DIPLOMÁTICAS.....	4
Antecedentes.....	4
Definición de Conceptos:.....	4
COMUNICACIÓN CORPORATIVA.....	23
DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN.....	51
Técnicas de Investigación.....	51
Muestras de la Investigación.....	51
Informe de la Investigación.....	56
PLAN DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL CORPORATIVO.....	76
Objetivos.....	78
Estructura del Plan.....	78
Estrategias, acciones y actividades.....	80
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES.....	88
Anexos.....	89
Glosario.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	100

INTRODUCCIÓN

En el continuo transcurrir de los años de vida, he experimentado acontecimientos, sucesos y hechos, marcados en la historia de las naciones y pueblos, como huellas indelebles, se nos incorporan en las mentes y espíritu de los seres-habitantes de este planeta, como registros o códigos perpetuos que alteran el ritmo de vida y convivencia, entre las comunidades de un territorio civilizado.

Todo lo anterior deviene por la pugna y fuerza interior de los sentimientos nacionalistas o ancestrales que mantienen, con ciertas diferencias, todos los habitantes de un territorio delimitado por hitos y fronteras, quizás también por el poder de avasallamiento o dominación de uno hacia otro u otros. Lo cual conlleva a una lucha por defenderse o liberarse de esos escollos de diferencias y que generalmente han suscitado los conocidos enfrentamientos bélicos para establecer su primacía.

Los antecedentes, de problemas limítrofes y conflictos de convivencia, entre ciudadanos de uno u otro país; han requerido de un proceso diplomático para establecer protocolos, acuerdos y convenios; que permitan vivir en total armonía y paz entre ambos. Motivo por el cual, experimento la necesidad de formular un plan estratégico de comunicación en la Misión Diplomática de la Embajada y Consulado del Perú en Quito-Ecuador, por la gran afluencia de conciudadanos peruanos al Ecuador y viceversa; que permitan mantener constantemente informado al residente, sobre las responsabilidades que le competen por vivir en un país vecino, de manera legal y con conocimiento de causa, respecto a sus obligaciones para realizar gestiones o trámites personales en las dependencias consulares, con el debido asesoramiento.

En las conclusiones, se indican las estrategias y acciones que estas sedes diplomáticas, caso específico de la Embajada y Consulado del Perú en Quito – Ecuador; superen para ofrecer un óptimo servicio de atención al conciudadano y extranjeros, propósito ineludible del presente trabajo de investigación, realizado con las mejores intenciones de lograr una excelente orientación y convivencia en armonía.

OBJETIVOS:

Objetivo General:

Desarrollar un Plan Comunicacional Corporativo y sus avances de las herramientas de comunicación interna y externa utilizados en el Consulado General del Perú y su Embajada en Quito – Ecuador.

Objetivos Específicos:

- Realizar una descripción de la situación actual de la sede diplomática.
- Elaborar un análisis de las funciones que ejerce la Embajada y el Consulado General del Perú en Ecuador.
- Analizar la evolución del proceso en sus públicos internos y externos, durante la última década de la Misión Diplomática del Perú en Ecuador.
- Elaborar un Manual de inducción, definir estrategias de comunicación interna y externa; así como realizar estrategias de Relaciones Públicas.
- Apoyar las relaciones bilaterales entre la República del Perú y de Ecuador, partiendo desde el ámbito socio cultural e historia común.

METODOLOGÍA

Tipos de Investigación:

Método Cualitativo:

- Puesto que se hace más adecuado el hacer **entrevistas** a Funcionarios de la Embajada del Perú y Funcionarios del Consulado.
Se utilizó grupos focales para medir las inquietudes de los asistentes que acuden al Consulado.

Método Cuantitativo:

- Con el fin de medir y tabular opiniones mediante las **encuestas y sondeos** a connacionales, ciudadanos ecuatorianos, residentes, turistas y familias binacionales.

Método Deductivo:

- Se utilizó el método deductivo para comprender la situación actual de la sede diplomática.
Con el método deductivo se elaboró un análisis de su historia tanto en públicos internos como externos, y el clima laboral, para conocer cómo ha evolucionado.

Método Analítico:

- El método analítico ayudó a elaborar un análisis de las funciones que ejerce una Embajada y un Consulado.

Delimitación:

La investigación, disertación, tabulación e información previo a la tesis y durante el desarrollo de la misma, se la realizó en el Consulado General del Perú y su Embajada en Quito – Ecuador.

CAPÍTULO I

RELACIONES DIPLOMÁTICAS

1.1. Antecedentes.

Existe el siguiente tema de tesis que menciono como antecedente:

Organización del Ceremonial y Protocolo para las visitas de diplomáticos basados en Uruguay (embajadores de Chile, España, China, EEUU); así como también destacados visitantes extranjeros. Cabe destacar que se ha realizado solamente en el ámbito Ceremonial y Protocolo, mas no en el ámbito corporativo, para lo cual utilizaré herramientas de comunicación del sector empresarial privado, en sectores públicos como sedes diplomáticas.

1.2. Definición de Conceptos:

1.2.1. La Diplomacia.

Para profundizar el ámbito de la comunicación relacionada a la Diplomacia, es preciso comprender algunos conceptos importantes:

Definición: Como menciona Javier Pérez de Cuellar, en su libro: "Diplomacia es la ciencia que estudia las relaciones, el intercambio cultural, comercial, político, de todas las naciones vinculadas con otras".

La palabra diplomacia en la práctica, se evoca a Grecia antigua; posteriormente se desarrolló en forma gradual, y en su equilibrio evolutivo aumentó hasta las Relaciones Internacionales, y aún hoy, se engrandece hasta nuestros días.

El valor en su concepto de la palabra diplomacia, se establece en su variabilidad de algunas funciones que son desempeñadas por la figura de los Embajadores o Jefes de Misión, cuyos desenvolvimientos giran en el amplio entorno a la reproducción de dicha información y se establece como fehaciente; es decir, garantizada, con el fin de minimizar futuras

fricciones para fomentar las grandes relaciones de buena voluntad y amistad entre todos los países.

1.2.2. Etimología de Diplomacia.

El término está compuesto del vocablo: *diplo*, que se representa como hacer el *doblés* de un objeto en dos partes iguales.

Etimológicamente proviene del francés *diplomatie* y a su vez del inglés *diplomats*, que derivan del vocablo en latín *diploma*, como también del griego *διπλωμα* (diploma).

En Francia antigua, el diploma era un manuscrito oficial, que autorizaba una licencia o un gran privilegio, remitida en la época por la Suprema Autoridad de una entidad política soberana, a las autoridades de otra; para informarles que el poseedor de dicho diploma o manuscrito, desempeñará funciones de representación oficial, con el fin de solicitarles ciertas prerrogativas para el Funcionario en la jurisdicción del destinatario. Dicho manuscrito, por lo general, se encontraba doblado, y en algunas ocasiones por la seguridad del texto, estaba cosido; en razón al contenido secreto que era una comunicación netamente privada entre el remitente y el destinatario.

1.3. Acontecimientos relevantes de la Diplomacia en el mundo.

Para comprender adecuadamente el rol de la diplomacia en la actualidad, haré un resumen de los principales hitos de la misma, en la historia de la humanidad.

Siglo XVIII

A mediados de siglo XVIII, por el tránsito de la Francia antigua a Inglaterra, la expresión “diplomacia” amplió su trayectoria a otras actividades que guardaban relación con el manejo de manuscritos oficiales entre soberanos. En el gobierno de la Francia antigua, el

significado: “*diplomatie*”, hacía referencia a todos los manuscritos solemnes, emitidos por las primeras cancillerías de su época y en especial aquellas que contenían acuerdos entre sus excelencias diplomáticas (soberanos).

La terminología “*diplomatics*” en Inglaterra se aplicó netamente relativo a la ciencia de garantizar manuscritos antiguos y a la preservación de mencionados manuscritos. La actividad de intimar con archivos y diplomas, en esta época fue conocida entre los gobiernos de Europa como las grandiosas redes diplomáticas o asuntos diplomáticos.

Siglo XX (1961) Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas.

En este siglo se da a conocer por diplomático, aquel agente o persona con privilegio acreditado que envía un Estado o Gobierno; ante otro Estado o Gobierno receptor, con el único objetivo prioritario; que es el desplegar las relaciones entre ambos Estados. Las principales pautas de medidas de la actividad fueron, en su generalidad, de origen cotidiano, precisando todo este esfuerzo finalmente, el 18 de abril del año 1961, realizada en la Convención en Viena. De acuerdo a este elemento del derecho Internacional Público, como las funciones de un agente diplomático.

Primera Guerra Mundial (1914 - 1918).

A inicios de 1914 y finales de 1918 nace en el mundo el más grande y debatido conflicto militar importante de la historia; que en sus inicios comenzó como un enfrentamiento entre dos grandes imperios el Austro-Húngaro y el Imperio de Serbia, y todo esto, debido a las causantes de las combinadas coaliciones creadas en Europa durante la etapa o transición denominada como “La paz armada”, que más tarde derivó en la Primera Guerra Mundial.

1.4. Tratados:

El tratado de Versalles.

Fue un Tratado con mucha importancia de la época, pues fue firmado por parte de los grandes vencedores en conjunto con Alemania, por medio del cual al gran Imperio Alemán se le cortaba todo el derecho de poseer un ejército, y se veía precisada a dismantelar todas las fortalezas, como también los puertos militares y finalmente se le prohibía la fabricación de armas.

Alemania en esa época perdió casi 76.000 kilómetros cuadrados, es decir, 13% de su territorio, en el cual vivían aproximadamente 6.5 millones de habitantes, es decir, 10% de su población. Alemania perdió casi todas sus colonias, las cuales fueron repartidas como mandatos de la Sociedad de Naciones entre los imperios de Gran Bretaña, Francia, Bélgica y Japón; en donde también se anexaron territorios pequeños.

1.5. Sanciones:

Las sanciones eran muy drásticas, entre ellas se menciona que cualquier violación de alguna de las cláusulas del tratado, era de mucha importancia para el país Alemán, con duras sanciones adicionales. Por otra parte, se conformó la Comisión de Reparaciones, que tenía poder para realizar los allanamientos, registros e investigaciones en cualquier lugar y momento. Los vencedores hicieron como único responsable de la guerra a Alemania; y por tanto, se le exigió pagar por todos los daños realizados en la guerra.

El Tratado de Saint-Germain.

Este tratado se firmó con el Reino de Austria, y como resultado de este tratado surge la separación de Austria y Hungría, la disolución del imperio Habsburgo.

El país de Eslovaquia y Eslovenia más tarde, se unifican para dar como resultado la República de Checoslovaquia y de los territorios balcánicos nace Yugoslavia.

Para esto Alemania y Austria se ven forzadas a pagar todas las reparaciones de la Primera Guerra Mundial como también las limitaron en la faceta armamentista.

El Tratado de Trianon.

Este tratado firmado con Hungría pone fin al Imperio Austro-Húngaro, del cual nacen nuevos estados como Austria, Hungría y Checoslovaquia, da como consecuencia la separación y quedan fuera del imperio, importantes minorías, que se dispersan por Eslovaquia.

Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945).

Tratado:

La carta de la Organización de la Naciones Unidas (O.N.U)¹ fue redactada en San Francisco, por representantes de 50 naciones, entre abril y junio de 1945. La constitución oficial se produjo al firmarse la Carta, el 24 de octubre del mismo año.

Participación de la Organización de Naciones Unidas – (O.N.U)

Con la participación de la Organización de Naciones Unidas, se implementaron los siguientes objetivos para la paz mundial.

1 . La **Organización de las Naciones Unidas (ONU)** también conocida como Naciones Unidas (**NN. UU.**) fundada el 24 de octubre de 1945 en San Francisco (California), por 51 países, al finalizar la Segunda Guerra Mundial, es la asociación de gobierno global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho internacional, la paz y seguridad internacional, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

- Mantener la paz y la seguridad internacional.
- Fomentar relaciones amistosas entre las naciones así como la solidaridad internacional.
- Promover la cooperación internacional para la resolución de problemas de orden económico, social y cultural.

1.6. Breve reseña Histórica: Archivos relevantes de la Cancillería del Perú.

Los Archivos del Ministerio de Relaciones Exteriores.

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú tiene uno de los fondos documentales más importantes del país. En sus diferentes repertorios se pueden encontrar documentos cuya importancia e interés trasciende el ámbito de la historia diplomática del Perú.

1.6.1. Datos históricos de los Archivos del Ministerio de Relaciones Exteriores.

- **1820**

Al realizarse la firma del documento sobre el reconocimiento de la Independencia de Guayaquil, realizado por el libertador don José de San Martín, dicho documento constituye el más importante manuscrito de Tratados que almacena aproximadamente 3,665 instrumentos internacionales de las historia.



Fuente: Archivo Biblioteca Embajada del Perú – Quito.

- **1821**

Seis días después de haberse proclamado la Independencia del Perú, se da el decreto para la creación del Ministerio de Estado y Relaciones Exteriores. El cúmulo documental del archivo central se remonta a la formación de la República del Perú y dicho contenido, en la actualidad representa la memoria institucional de la República del Perú hasta nuestros días.



Fuente: Archivo Biblioteca Embajada del Perú – Quito.

- En 1896, exactamente el 11 de diciembre, se inicia la creación del Archivo Especial de Límites, conocido como el Histórico Archivo de Límites, por el Decreto Supremo N° 327, con el fin de crear un repositorio de manuscritos ventajosos para apoyar los trabajos relacionado con las cuestiones de límites territoriales que se encuentran pendientes con los países vecinos.
- Todo con el fin de formar un manuscrito que reunía documentos, libros y mapas que se encontraban tanto en las oficinas como bibliotecas públicas de todo el Perú; así como también mediante la adquisición de copias certificadas de manuscritos y mapas existentes en bibliotecas privadas o en archivos y bibliotecas extranjeras.



Fuente: Archivo Biblioteca Embajada del Perú – Quito.

1.7. Acuerdo de Brasilia.

El año 1998, exactamente el 26 de octubre se obtuvo la firma del Acuerdo de Brasilia, por parte del presidente peruano Alberto Fujimori, y su colega Jamil Mahuad, con la contribución de los Cancilleres Fernando de Trazegnies Granda por parte de Perú y José Ayala Lasso de Ecuador.

Posteriormente, en los meses siguientes, se procedió a instalar físicamente los hitos que faltaban en la línea fronteriza norte con el país de Ecuador y, de esta forma, se solucionó el tema del conflicto fronterizo - que tenía casi 150 años de duración.

En 1998 a partir de la gran esperada firma de la paz, ambos pueblos de Perú y Ecuador, se muestran de acuerdo en todo lo que tienen, en común en cuanto a su historia y cultura; posteriormente a considerarse como países hermanos.

Por otro lado, desde esa fecha el comercio relacionado entre Ecuador y Perú, ha incrementado proporcionalmente a seis veces el valor que tenía antes de la firma de la paz, realizada en la ciudad de Brasilia (Brasil).

Es importante destacar que, los constantes conflictos entre ambos países mermaron económicamente e imposibilitaron gran parte su desarrollo y hermandad así demostrado puesto que luego de firmado el Acuerdo de

Paz y solucionado el tema de delimitación, esta zona fronteriza ha venido desarrollándose de manera ascendente, durante todos estos últimos años, incrementándose el número de importaciones y exportaciones. De igual manera, aumentó la cantidad de turistas por parte de ambos países; actualmente a simple vista, se nota como ambos países se han favorecido considerablemente.

1.8. La Diplomacia y su aplicación.

Existen muchas formas y maneras cómo demostrar la aplicación de la diplomacia entre dos o más países, quienes por Acuerdos Protocolares, Convenios, Tratados, Conciliaciones, Citas Cumbres, Congresos, Transferencias y Sesiones Consulares; proponen acciones diplomáticas y soluciones, a problemas generados por discrepancias en sus relaciones, negociaciones, conflictos limítrofes o fronterizos; así como también, en atención a movimientos migratorios de sus conciudadanos, para una convivencia en armonía, evitando gestar acciones bélicas que devengan en la alteración del orden y la Paz.

Casos específicos: Protocolo de Río de Janeiro y el Acuerdo de Paz de Brasilia, en los superados conflictos fronterizos, entre los países de Ecuador y Perú, en las últimas décadas del siglo pasado.

1.8.1. Definición de Misión Diplomática:

Misión Diplomática, es una forma física u oficina permanente, de un Estado ante otro Estado, ante una organización internacional u otro sujeto de Derecho Internacional.

Pérez de Cuéllar, señala que: "Misión Diplomática es la agencia o el establecimiento que un Estado instala en otro Estado, con su consentimiento, para relaciones diplomáticas". (Cuellar, 1980). Como se menciona en la Convención de Viena, se considera a Jefe de Misión en algún Estado receptor, después que haya presentado en forma protocolar

copia de estilo² de sus cartas credenciales al Ministerio de Relaciones Exteriores, o al Ministerio que corresponda, según la práctica en rigor en el Estado receptor, que deberá aplicarse de manera uniforme, ante funcionarios de la cancillería del país anfitrión y otros homólogos de distintos países.

Según el artículo 14 del Acuerdo de Viena, sobre las Relaciones Diplomáticas se especifica lo siguiente:

1. Jefes de Misión se dividen en tres clases:

a. Embajadores o Nuncios acreditados ante los Jefes de Estado, y otros jefes de misión de rango equivalente.

b. Enviados, ministros o internuncios acreditados ante los Jefes de Estado.

c. Encargados de negocios acreditados ante los Ministros de Relaciones Exteriores.

2. Salvo por lo que respecta a la precedencia y rango de prestigio, no se hará ninguna distinción entre los jefes de misión, por razón de su clase. (Viena, Convención, 1972)

1.8.2. Funciones de un Agente Diplomático:

Agente diplomático³, se refiere a ser cualquier persona que tenga una acreditación diplomática como jefe de la misión o miembro a su vez de la misma, acreditado con carácter diplomático ante el Estado receptor, que figura en la lista diplomática y se complace con un Estatus e Inmunidad

² Copia de estilo de credenciales se refiere a un certificado refencial del cargo como nuevo jefe de misión de algún país.

³ El artículo 1, apartado e) del Convenio de Viena de 18 de abril de 1961, sobre relaciones diplomáticas dispone que por agente diplomático toda persona o jefe de la misión o miembro a su vez de la misma, acreditado con carácter diplomático ante el estado receptor, que figura en la lista diplomática y goza del estatuto diplomático e inmunidad diplomática.

Diplomática. Las funciones de un Agente Diplomático se dividen: Normales y Excepcionales.

A. Normales

- Salvaguardar los intereses del estado acreditante en el estado receptor.
- Promover relaciones de amistad recíproca, casos en los cuales se generen proyectos conjuntos de confraternidad, ámbito socio - cultural, y desarrollo fronterizo con países vecinos.
- Practicar funciones consulares como: Trámites consulares de carácter registral, notarial, y documentario de los peruanos (y de los extranjeros que deban realizar trámites relacionados con su país de origen), en el área de su jurisdicción consular.

B. Excepcionales

Es importante mencionar que las funciones descritas a continuación no corresponden a una misión diplomática, sino específicamente a un agente diplomático, únicamente en ciertos casos especiales en que se lo solicite y el tiene la venia del gobierno anfitrión y del país al que representa.

- Representar los intereses de un tercer Estado en el Estado receptor.
- Representar a un tercer Estado, el cual no posea representación en el Estado que lo recibe.
- Para la consecución de estos objetivos, los medios de los cuales se sirve son:
 - Representar al Estado del cual es originario.
 - Negociar con el Estado receptor.
 - Informar a su Estado, por todos los medios lícitos.

1.8.3. Tipología de las misiones diplomáticas:

Diplomacia Bilateral

A) Ante Estados:

Como menciona Eisemberg, se define a las misiones diplomáticas permanentes como el conjunto de la representación del Estado acreditante en el Estado receptor. (EISENBERG, Alfredo, 1966). La misión permanente es un órgano en el cual se deposita potencialmente toda la representación del Estado acreditante, comprendiendo todas las funciones, actividades y poderes, por tiempo ilimitado.

Las funciones de las misiones diplomáticas permanentes ante los Estados se enuncian no tácitamente⁴ en el artículo 3 de la Convención de Viena de 1961 y son: La representación del Estado acreditante, la protección de los intereses de estado acreditante y de sus nacionales, la negociación, la observación por todos los medios lícitos, de las condiciones y acontecimientos del Estado receptor, para luego informar de ella a su Estado sobre el fomento y desarrollo de las relaciones amistosas, diplomáticas, económicas, culturales y científicas, etc.

B) Ante Organizaciones Internacionales:

Las funciones de las misiones ante las Organizaciones Internacionales se enuncian en el artículo 6 de la Convención de Viena de 1975.⁵

⁴ Tácitamente significa algo que no se expresa o no se dice pero se supone o se sobreentiende.

⁵ Convención de Viena de 1975, art. 6, a representación del Estado que envía, la negociación, la observación e información, la protección de sus intereses, así como el enlace con la organización.

Se precisa a misiones permanentes ante las Organizaciones Internacionales como: El órgano encargado de la representación y de la conducción de la actividad diplomática entre un Estado miembro de la organización, ante ella y en relación con los demás Estados miembros. Una misión permanente de observación se define de forma similar, aunque sus cometidos son limitados, cuando la acredita un Estado que no es miembro de la organización.

C) Diplomacia *Ad hoc*.

Es aquella establecida entre varios países con el mismo objetivo y puedan coexistir con ellas otras misiones, como las especiales, cuya representatividad es otorgada por un tiempo determinado y para un cometido fijado, los que podrán ser más o menos amplios, y de limitación pactada en el acuerdo que se dispone su envío y recepción.

El artículo 1 de la Convención de Nueva York de 1969 ⁶ define a las misiones especiales como: Las funciones de las misiones diplomáticas especiales acreditadas ante Estados, “serán determinadas por el consentimiento mutuo del Estado que envía y del Estado receptor”. Las actividades de las misiones especiales se clasifican en:

Funciones protocolares (rendir homenajes, participar en un cambio de gobierno, asistir a una boda real), funciones técnicas (coordinar actividades de diferentes ámbitos, como por ejemplo, actividades militares, y comerciales, etc).

⁶ Convención de Nueva York de 1969, art.1, Se entenderá por una misión temporal, que tenga carácter representativo del Estado, enviada por un Estado ante otro Estado con el consentimiento de este último, para tratar con el asuntos, determinados o realizar ante él un cometido determinado.

D) Diplomacia directa o de Cumbre.

En serie

Son las oficinas temporales o permanentes que los Estados instauran para fines específicos, se realiza el envío de funcionarios técnicos para la discusión de asuntos concretos y precisos las también llamadas “misiones especiales”.

Directa - Ad hoc

Esta forma de diplomacia es aquella que se instituye entre varios países con el único y mismo objetivo. También utilizada para instaurar convenios comerciales con varios estados, todos al mismo tiempo. Esta forma de diplomacia es más eficaz y versátil cuando ambos países concuerdan con una misma cultura y costumbres similares.

E) Diplomacia Multilateral.

La diplomacia multilateral está marcada por dos importantes elementos: Las posiciones políticas, que un país toma en cuanto a ciertos temas o problemas. El transcurso del tiempo, por el que un acuerdo pasa mientras las situaciones se desarrollen.

La vinculación de dos elementos importantes; es la dinámica de las actividades diplomáticas en las Naciones Unidas. Así por ejemplo, en una relación de negocios, las transacciones diplomáticas tienen mucha dependencia en la confianza entre gobiernos y aún más, entre embajadores (agentes autorizados) de estos gobiernos.

Las relaciones diplomáticas multilaterales entre dos gobiernos se enfatizan de forma global en todos los aspectos de la actividad humana, la política, su economía, las leyes, su seguridad social, los valores, el idioma, su cultura, el arte, la religión, entre algunos aspectos.

Al tratar de construir un consenso en un ambiente de diplomacia multilateral, los diplomáticos en su mayoría deben precisar el proceso de negociaciones mientras éste se encuentre en marcha. Y debido a la divergencia de posiciones nacionales, muchas veces son la razón principal por la que el consenso tarda años en lograrse.

1.8.4. Funciones de una Misión Diplomática.

- A. Representar al Estado acreditante ante el Estado receptor.
- B. Proteger en el Estado receptor los intereses del Estado acreditante y los de sus nacionales, dentro de los límites permitidos por el derecho internacional.
- C. Negociar con el gobierno del Estado receptor.
- D. Enterarse por todos los medios lícitos de las condiciones y de la evolución de los acontecimientos en el Estado receptor e informar al gobierno del Estado acreditante.
- E. Fomentar las relaciones amistosas y desarrollar las relaciones económicas, culturales y científicas entre el Estado acreditante y el Estado receptor.
- F. Ninguna disposición de la presente Convención se interpretará de modo que impida el ejercicio de funciones consulares por la misión diplomática.

1.8.5. Diferencias entre Embajadas y Consulados Generales.

Las Embajadas y los Consulados cumplen funciones diferentes:

Es preciso diferenciar la estructura física de las funciones en el ámbito diplomático. Una misión diplomática necesita de un lugar donde ejerza sus funciones. Estos lugares pueden ser embajadas y consulados.

La Embajada, es un lugar físico exclusivamente en la capital de un país anfitrión, donde efectúan sus funciones, las personas de una misión

diplomática. Estas funciones abarcan temas políticos, comerciales, licitaciones, tratados bilaterales, etc.

Si bien el **Consulado** es también un lugar físico, pueden ubicarse en ciudades que no necesariamente sean la capital de un país.

La Embajada del Perú en Ecuador: Se encarga de los temas políticos, comerciales, culturales y otros que conforman la relación bilateral entre el Perú y el Ecuador.

1.8.6. Misión Consular del Perú en Ecuador.

El Consulado General del Perú en Ecuador, se encarga de la atención a la comunidad peruana en Ecuador y de los trámites consulares de carácter registral, notarial, y documentario de los peruanos (y de los extranjeros que deban realizar trámites relacionados con el Perú), en el área de su jurisdicción consular.

1.8.7. Objetivos de Misión Consular del Perú en Ecuador:

- Resolver referentes a trámites consulares de apoyo y protección a los conciudadanos radicados en el exterior y resolver trámites referentes a extranjeros que desean visitar por motivos turísticos o por interés personal.

1.8.8. Funciones Misión Diplomática (Embajada y Consulado del Perú en Quito Ecuador).

De acuerdo con la convención de Viena, la Embajada y Consulado del Perú en Quito – Ecuador, realiza las siguientes funciones:

- Nacimientos
- Matrimonios
- Defunciones
- Naturalización

- Autorizaciones de viaje a menores de edad, legalizaciones, Regulación Migratoria, Visa de Amparo (9-VI), Visa 12- VI y Visa 9-VII.

Los Consulados Generales del Perú: En Ecuador se encargan de la atención de la comunidad peruana en Ecuador y de los trámites consulares de carácter registral, notarial, y documentario de los peruanos (y de los extranjeros que deban realizar trámites relacionados con el Perú) en el área de su jurisdicción consular.

1.8.9. Trámites que realiza la Misión Consular del Perú en Quito – Ecuador.

- Regulación Migratoria.
- Visa de Amparo (9-VI), Visa 12 - VI, Visa 9 - VII.
- Registros de Estado Civil (nacimientos, matrimonios, defunciones, nacionalidad peruana).
- Autorizaciones de viaje de menor de edad.
- Certificados de Supervivencia y legalizaciones.
- Funciones administrativas (Documento Nacional de Identidad, Libretas Militar, expedición y renovación de pasaportes, salvoconductos, certificaciones).

1.8.10. Jurisdicción de la Misión Consular en Quito - Ecuador:

Provincias: Bolívar, Carchi, Cotopaxi, Esmeraldas, Imbabura, Napo, Pastaza, Pichincha, Orellana, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos y Tungurahua.

1.8.11. La Relación Bilateral entre Perú y Ecuador

Desde la vigencia de los Acuerdos de Paz, suscritos entre Perú y Ecuador, en Brasilia en 1998, y el progresivo cumplimiento de sus compromisos, la Relación Bilateral entre los dos países, adquirió una dinámica positiva reflejada en el actual esquema de una profunda cooperación política, económica y social, que está contribuyendo a una elevada vinculación productiva entre ambos países.

En ese marco, los valores de la paz y la confianza mutua entre Perú y Ecuador, han sido pilares fundamentales para fortalecer esta relación, orientada de manera irreversible, en el camino de la amistad, cooperación, entendimiento e integración en beneficio de los pueblos vecinos.

Estas acciones han permitido que la relación con Ecuador alcance un nivel sin precedentes en términos de confianza mutua, diálogo político e integración, sobre todo en los espacios y poblaciones que requieren una misión consular binacional, en lugares donde no exista la acreditación consular correspondiente.

Aspecto destacable en la Relación Bilateral.

En el transcurso de los últimos años, el Plan Binacional ha realizado obras en beneficio de ambos pueblos. Consulados y Embajadas Binacionales; las repúblicas de Perú y Ecuador han decidido profundizar su cooperación con la instalación de Embajadas y Consulados binacionales en lugares donde uno de ellos no cuente con representación diplomática o consular. En ese sentido, se han firmado acuerdos que permitirán la protección de los ciudadanos peruanos y ecuatorianos en terceros países, así como la recíproca defensa de los intereses nacionales del Perú y Ecuador.

Es eminente destacar que este acuerdo se basa, en primera instancia, en un Plan Piloto a cinco años plazo, realizado en algún estado o ciudad de un país europeo lejano, en el mejor de los escenarios, es posible que se

llegue a la concreción de ese Plan Piloto, caso contrario se retornaría la tradición que cada misión diplomática cumple en su jurisdicción.

1.8.12. Estatuto Migratorio Permanente.

A fines de febrero del año 2011 entró en vigencia el Estatuto Migratorio Permanente Ecuatoriano - Peruano, valioso instrumento jurídico binacional, el cual tiene como objetivo fundamental regularizar la situación migratoria de los ciudadanos de ambos países. Asimismo, mediante este acuerdo los migrantes regularizarán y normalizarán su permanencia en el territorio del otro país y accederán a una visa que le permitirá desarrollar sus actividades económico-laborales en forma regular.

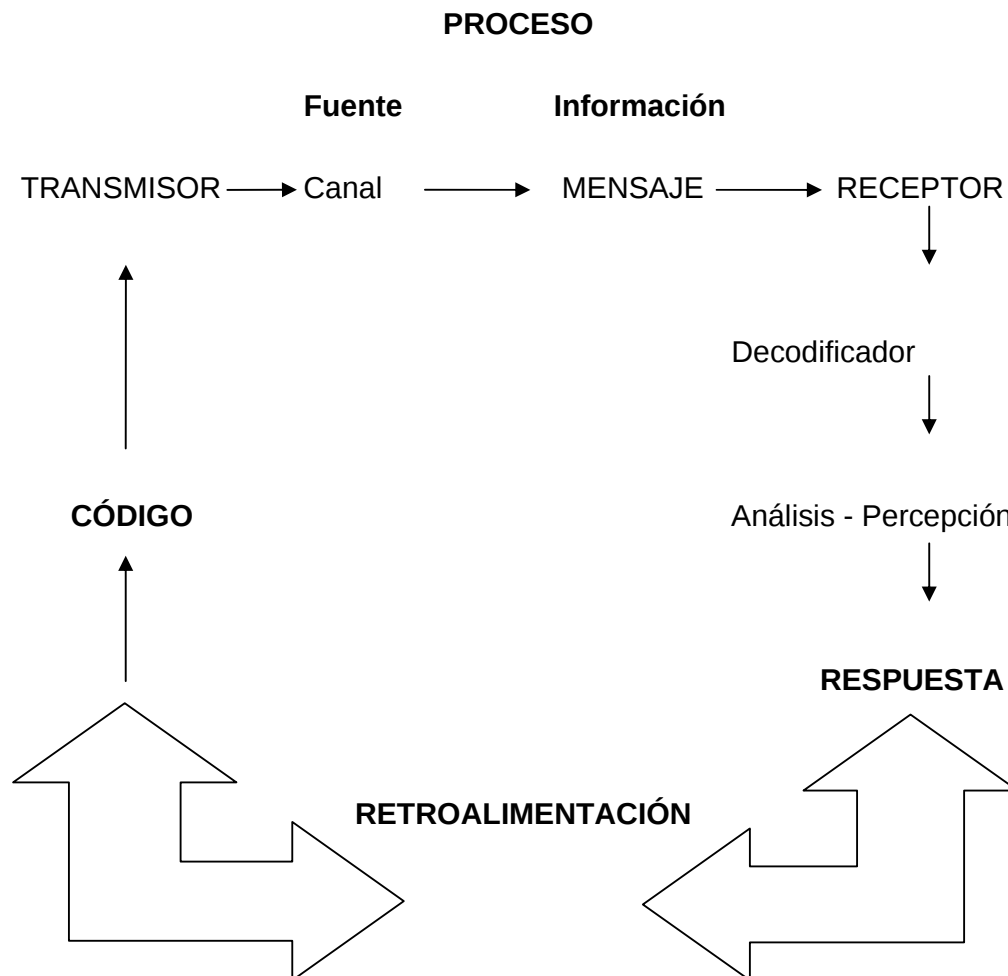
Este instrumento internacional representa un gran avance en la integración política, económica y cultural de ambos países, al reconocer los derechos que tienen los migrantes para desarrollar sus actividades, con trámites sencillos y obtener una visa adecuada con facilidades, para su inserción en la vida social y laboral del otro país.

CAPÍTULO II

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

2.1. Teoría de la Comunicación.

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación implican aporte de transmisión de una determinada información. La comunicación debe contener un proceso de retroalimentación.



Fuente: Diagrama elaborado por el autor.

Contexto: Según el modelo de Shannon y Weaver, los elementos básicos que intervienen en un proceso de comunicación son:

- **Emisor o Fuente:** Es aquella persona que tiene capacidad para emitir un mensaje y lo transmite por medio de un canal a un receptor. Es la persona que por lo general se encuentra al inicio de la emisión.
- **Receptor:** Es aquella persona o grupo de personas que reciben o receptan el mensaje.
- **Código:** Es la forma en la que se transmite la información. La existencia de un código implica descifrar o decodificar el bloque de información que se transmite.
- **Mensaje:** Es el contenido de carácter informativo que se traslada. Es un factor importante en todo el proceso de la comunicación, como objeto y contenido de la interacción comunicativa, el mensaje más allá del conjunto de signos y la estructura que formaliza y organiza informativamente la relación comunicativa.

Mijail Bajtín, señala que en todo texto⁷, una novela por ejemplo, el emisor anticipa y dialoga con lectores ideales, esto es, el texto es resultado de una construcción dialógica de la cultura, en el que se ponen en juego diversos procesos sociales de comunicación.

- **Canal:** Es el medio físico a través del cual se transmite la información. Por ejemplo los mensajeros, internet, sala de reuniones, etc.

2.2. Modelos de Comunicación.

2.2.1. Escuelas de Comunicación Organizacional.

A partir del siglo XX, la evolución de las teorías y las escuelas del comportamiento organizacional han demostrado un desarrollo notable,

⁷ Mijail Bajtín. *La Comunicación en las Organizaciones*, Alianza Editorial. 1era Edición. Madrid, 1992.

sobre todo con las grandes ideas de los siguientes exponentes: Frederick Taylor y Max Weber.

Es preciso estar al tanto de las principales escuelas con sus respectivas teorías si queremos saber cómo organizar el trabajo de manera eficiente; el cómo obtener mayor productividad; y cómo conciliar los objetivos de una organización con los del personal, con el único fin de obtener destacados logros y oportunidades en ambos: cómo motivar al personal de la organización; qué factores internos y externos hay que tener en consideración para alcanzar las metas establecidas y finalmente cómo influye el contexto de las relaciones humanas existente entre el personal dentro de la organización.

2.2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS TEORÍAS.

Según Carlos Fernández Collado⁸, las características y teorías de la comunicación son:

TEORÍA CLÁSICA	TEORÍA HUMANISTA
• Comunicación muy formal. • Preponderantemente escrita. • Vertical descendente. • Muy regulada. • Contenido básico de normas y procedimientos internos. • Centralización en la toma de decisiones. • Supervisión cercana y control. • No toma en cuenta las necesidades de los empleados. • Nivel organizacional.	• Comunicación Formal e Informal. • Oral y escrita. • Horizontal, vertical ascendente y vertical descendente. • Flexible. • Contenido básico grupal e interno. • Alta descentralización en la toma de decisiones. • Flexibilidad interna sin tomar en cuenta elementos externos. • Alta consideración de las necesidades de los empleados.

⁸ Fernández Collado, Carlos. *La Comunicación en las Organizaciones, Características de la Comunicación y sus Teorías*, Editorial Trillas, México, 2003.

TEORÍA DE SISTEMAS	TEORÍA CONTINGENTE
• Comunicación formal e informal entre sistemas y subsistemas. • Oral y escrita • Horizontal y Vertical. • Regulación Variable. • Contenido básico organizacional interno y externo. • Descentralización variable buscando el equilibrio interno y externo. • Importancia de la retroalimentación como elemento central del control. • Se considera la importancia tanto de los individuos; como de los subsistemas y sistemas. • Nivel individual, sistemas y subsistemas con énfasis en la circulación de información tanto de entrada y salida.	• Comunicación básica formal dentro de y entre sistemas y subsistemas. • Oral y escrita. • Horizontal y vertical, interna y externa. • Regulación variable según las demandas del entorno situacional. • Contenido básico organizacional y externo. • Descentralización variable según las demandas. • Comunicación como elemento integrador. • Necesidades totales o parciales, según las demandas. • Nivel organizacional o parcial, según las demandas del contexto.

A. COMUNICACIÓN INTERNA.

Es todo un sumario de algunas actividades realizadas dentro de una Organización, con el fin de mantener las buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de herramientas y/o medios de comunicación, los cuales sirven para mantenernos informados, integrados y motivados a fin de contribuir con el desempeño laboral acorde a los objetivos organizacionales.

B. COMUNICACIÓN EXTERNA.

Es el conjunto de mensajes emitidos por parte de las Organizaciones hacia sus públicos externos, por ejemplo: Proveedores, usuarios, distribuidores, autoridades gubernamentales, etc., orientados a mejorar las relaciones con ellos mismos, para proyectar una imagen favorable en la promoción de sus actividades y servicios.

Es importante manifestar que los programas y actividades que se realizan en la Organización, independientemente del público al que se encuentran enfocados, de los objetivos que persigan o de los canales utilizados, deben responder a una estrategia común, cuyo último objetivo será coadyuvar a la Organización a alcanzar sus metas.

2.2.3. Tipos de Comunicación:

- **Comunicación Interpersonal:** Es la forma de comunicación realizada generalmente cara a cara, entre dos individuos o un grupo reducido de personas. Conversaciones cotidianas entre familiares, o también a través de cartas entre amigos (comunicación escrita).
- **Comunicación Grupal o Masiva:** Está representada generalmente en los medios de difusión: radio, televisión, periódicos, revistas, internet, entre otros. El mensaje es enviado por un emisor y no existe respuesta inmediata, hay miles de receptores: viendo, escuchando, captando los mensajes.
- **Comunicación Organizacional:** Es la que se instaura en las instituciones y forma parte de su cultura o de las normas. En la actualidad forman parte dos tipos de Comunicación Organizacional; la comunicación formal e informal.
- **Comunicación Organizacional Formal:** La establece la propia Organización, Institución Pública o Privada, está estructurada en función del tipo de organización y de sus metas establecidas. Es controlada y sujeta a reglas definidas por la Organización o Institución.

Entre los medios de comunicación conocidos a nivel de las Organizaciones o Instituciones esta el memorándum - correspondencia escrita - entre departamentos; las reuniones con agenda escrita y entregada previamente, el correo electrónico, a través de computadoras en redes. Estas formas de comunicación tienen direccionalidad, lo cual indica la relevancia o intencionalidad y se clasifican en:

- **Comunicación Descendente** (por lo general, se da de la dirección o gerencia hacia el personal).
- **Comunicación Ascendente** (la que realiza el personal hacia la dirección, gerencia presidencia de la empresa).
- **Comunicación Horizontal** (entre el personal de igual jerarquía).
- **Comunicación Diagonal** (se enfoca entre miembros de departamentos diferentes, no necesariamente cubriendo la línea estricta, por ejemplo, contraloría solicita urgente a la gerencia de recursos humanos, la nómina de la institución, el encargado le hace llegar, de forma directa).

2.3. Comunicación Organizacional Informal.

Está basada, en la espontaneidad, no en la jerarquía, surge de la interacción social entre los miembros de la Organización y del desarrollo del afecto o amistad entre las personas. La comunicación informal, puede beneficiar o perjudicar a las organizaciones, según como se aplique constantemente.

- De forma **positiva**, ayuda a la cohesión del grupo y a dar retroinformación sobre diferentes aspectos del trabajo realizado.
- De forma **negativa**, el rumor o chisme, es un distorsionador de la productividad y no ayuda, solo demora y perjudica a las personas y a la organización.

2.3.1. Estilos de comunicación.

El estilo de comunicación es la forma como se transmite el mensaje. Existen distintos tipos de estilo en función del lenguaje verbal, las creencias y otros aspectos usados en la comunicación por los distintos interlocutores. Los estilos de comunicación más conocidos se clasifican en tres:

- **Estilo Agresivo:** Es cuando la comunicación se simboliza por lo general, en una persona que monopoliza la conversación, la persona no escucha, interrumpe constantemente, siempre está con una actitud cerrada, no visualiza el punto de vista de los demás, se expresa con tono sarcástico; el contacto visual es airado o la voz en expresión elevada.
- **Estilo Pasivo:** Persona con un estilo indirecto, siempre de acuerdo y a menudo no expresa su opinión; existe poco contacto visual y permite que otros tomen decisiones.
- **Estilo Asertivo:** Persona efectiva, sabe escuchar, por lo general considera a los demás, clarifica sus ideas, establece observaciones, no hace críticas, es decisivo y proactivo.

2.3.2. Tipos de lenguaje de comunicación en las organizaciones.

La comunicación de una persona, para que sea realmente efectiva, debe ser armónica y equilibrada en cuanto a los recursos o lenguajes que utilice. Se establecen los siguientes tipos:

- El Lenguaje Escrito (a través de la escritura).
- El Lenguaje Oral (conversaciones, discursos, conferencias, charlas).
- El Lenguaje Corporal (movimientos del cuerpo en el espacio, gestos faciales, movimientos de manos, etc.).

2.3.3. Barreras de la comunicación.

Existen diferentes aspectos que provocan errores o dificultan la comunicación, estas barreras o también conocidos como ruidos pueden ser:

- **Psicológicas:** Barreras basadas en emociones (el estado de ánimo del receptor incidirá en la interpretación que haga del mensaje), valores propios o percepciones.
- **Físicas:** Corte en la comunicación, imposibilidad de comunicación, interferencias.
- **Semánticas:** Símbolos, palabras, imágenes que tienen distinto significado para cada persona en función de su edad y cultura.

2.4. Identidad Corporativa.

2.4.1. Conceptos de Identidad:

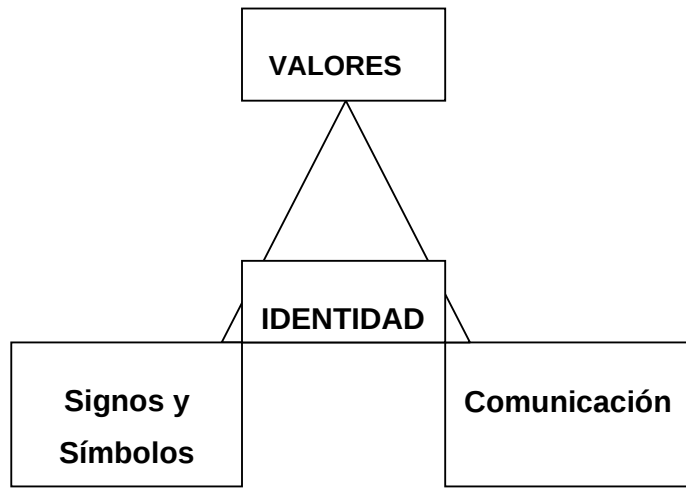
Proviene de la palabra identificación, etimológicamente identidad es el propio ser, es decir; lo que es, existe o puede existir; más su identidad, su esencia, es su forma o valor; la identidad es la suma intrínseca del ser y su forma, en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser humano de todos los demás seres.

Es importante manifestar que la idea del concepto de identidad, supone la idea de verdad, o de autenticidad, puesto que identidad significa, sobre todo, idéntico a sí mismo.

- **La Identidad Corporativa.**

Es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir, facilitar el reconocimiento y la recordación de una empresa u organización de las demás. Es básicamente lo que la organización refleja al exterior. La esencia de la empresa expresada a través de su presencia, actuaciones y manifestaciones.

La identidad de una empresa está compuesta de tres elementos importantes:



Fuente: Diagrama elaborado por el autor.

- a) **La Identidad Conceptual:** Misión, visión, filosofía, ética de la empresa o responsabilidad social son aspectos que definen la identidad conceptual.
- b) **La Identidad Visual:** logo, tipografía, códigos cromáticos. La identidad visual va desde el diseño del papel corporativo al diseño del uniforme o señalética de una oficina.
- c) **Imagen Corporativa:** Es lo que la gente cree que es la empresa. La imagen corporativa está basada en la percepción que un determinado público tiene sobre la empresa u organización.

2.4.2. La aplicación de la Identidad Corporativa:

Es diferenciar, asociar ciertos signos con determinada organización, es decir; transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas para aumentar la notoriedad de la empresa u organización.

El objetivo principal de la comunicación corporativa es velar por la integración del discurso de la compañía, comprendiendo éste tanto, en su identidad visual como en su identidad conceptual, con el fin de lograr la imagen deseada de la empresa u organización.

A continuación, los signos de identidad corporativa de diversa naturaleza:

- a) **Lingüística:** Es el nombre facultativo que tiene una empresa u organización, es un elemento de designación verbal. (Logotipo o Nombre de una empresa u organización).
- b) **Icónica:** Principalmente se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa, el nombre de la organización asume una función más institucional, en el cual se define su doble carácter significativo; el nombre en su función comercial, e institucional (imagen pública).
- c) **Cromática:** Consiste en los colores corporativos que la empresa u organización adopta como distintivo emblemático.
- **Marca o Nombre de la Organización,** además de ser un elemento de diferenciación de empresas y organizaciones, permite a las personas identificar con mayor rapidez los servicios que requiera ser expresada.

Desde el punto de vista de las empresas, les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer un determinado posicionamiento en la mente de sus clientes (actuales y potenciales).

- **El Logotipo:** Es un elemento importante utilizado para ser reconocido a la vista, pero que no puede ser pronunciado o expresado.

El logotipo, comúnmente conocido como logo, es elemento importante porque forma parte de la marca o nombre de la organización. Permite a la empresa sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso; mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.

- **Uso mínimo del logotipo o nombre de la Organización.**

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad. Este tamaño mínimo será diferente, según el soporte, sea visto por página web o impreso.

- **Colores Corporativos.**

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.

- **Tipografía.**

La tipografía en su normalización es importante, es un elemento que aporta homogeneidad y armonía, a todos los soportes visibles en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse de manera constante, no obstante se definirá una tipografía similar para soportes informáticos y así mismo, reflejar continuidad de campaña en la identidad corporativa.

2.5. La Comunicación en las Organizaciones.

La comunicación es una de las actividades más dominantes que ocurre en todo trabajo, empresa, institución u organización.

La necesidad de estudiar, comprender y utilizar eficazmente la comunicación organizacional, ha sido, muy importante para muchas personas. Como tal, las personas de diversas ocupaciones se refieren a la incapacidad de otros para poderse comunicar legiblemente, la falta de habilidades para escuchar o la falta de voluntad de los subordinados de seguir las instrucciones. Con los años, los expertos en la teoría de la administración han predicado la necesidad de mejorar la comunicación en la actualidad.

El paso de información y conocimiento depende de la tecnología actual que dio lugar a la era digital, está a la vez resalta la importancia de efectividad de la comunicación organizacional.

2.5.1. Elementos de Identidad Corporativa.

La Identidad Visual es un componente de la Identidad Corporativa, pero este no es el único; la identidad de una empresa u organización abarca más que su dimensión visual. Requiere de muchas características, que necesitan ser clarificadas como también estructuradas, incluyendo la orientación, la filosofía y la comunicación.

2.5.2. Filosofía de la Identidad Corporativa.

- **Misión:** Está compuesta por las características que necesitan ser clarificadas y estructuradas, incluyendo la orientación, la filosofía y la comunicación. La misión en su terminología global, expresa el porqué y para qué existe la organización.
- **Visión:** Reúne todas las manifestaciones y aspiraciones dónde quiere llegar en el futuro la empresa u organización. Cómo se ve proyectada una empresa u organización. La visión se alcanzará mientras se tenga una clara comprensión del lugar que ocupa hoy la organización; sirve de motivación, preciso momento para plantear las metas que la organización alcanzará en futuro.
- **Objetivos:** Son los que por lo general afectan la dirección y a su vez la viabilidad de la identidad corporativa. Conocidos como objetivos estratégicos. Para formular los objetivos considerar las siguientes características:
 - Factibilidad de logro.
 - Que estimulen.
 - Conocidos, entendidos y aceptados por todos.
 - Que sean flexibles.
 - Generados a través de procesos participativos (actividades).
 - Obligatorios.
 - Estén relacionados con la Misión y Visión establecidas.
 - Redactados con verbos en infinitivo, expresando sensaciones de logros alcanzados.

2.6. Cultura Organizacional.

2.6.1. Valores Corporativos.

Básicamente son elementos de la cultura organizacional, propias de cada organización, con sus características que siempre son competitivas, vinculadas con las condiciones de su entorno, competencia y también de las expectativas del personal, propietarios y usuarios de una entidad u organización. En los Valores Corporativos siempre se habla de costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos, pensamientos que la organización generalmente asume como normativas - principios de conducta, los cuales se pretenden lograr como característica primordial y distintiva en su posicionamiento y sus variables.

2.6.2. Público Interno.

Habitualmente se denomina público interno al grupo de personas que conforman una institución y están directamente vinculadas a ella. Por lo general, existe una estrecha relación de dependencia laboral. Está conformado por accionistas, gerentes, colaboradores, contratistas, y distribuidores.

A. Sistemas de comunicación aplicados al Público Interno:

Las herramientas más utilizadas en la gestión de comunicación interna son:

- **El manual del empleado:**

Facilita que el empleado logre excelente desempeño en sus funciones. Permite conocer las condiciones y reglamentos de la empresa, los derechos y deberes de cada empleado, así como el trato cordial con sus compañeros y la buena utilización del uniforme.

- **Manual de Procedimientos y Políticas de Inducción**

Manual de bienvenida, el cual consiste en hacer e instaurar un modelo acorde a una ambientación positiva en los nuevos miembros de la empresa u organización.

- **Intranet.**

Conocido también como Canal de Comunicación Corporativa. Permite acceder de manera rápida mediante un computador a la información interna que es enviada y recibida en la empresa u organización.

- **Comunicaciones escritas:**

Cartas, circulares, memos, actas y otros documentos. Por lo general, los memorándum y solicitudes son medios válidos para transmitir los cambios que se produzcan en las políticas de una empresa. Sirven como comprobantes para el empleado en el cumplimiento de las funciones asignadas.

- **Boletín informativo:**

Boletín interno, o revista electrónica para destacar, las labores y gestiones que realiza la organización. Pueden ser difundidos por la página web de la organización.

Se caracteriza por ser una pequeña publicación mensual; con información de acontecimientos importantes: reuniones, cambios de puestos de trabajo, reconocimientos a empleados destacados y sobresalientes, capacitaciones y otras novedades de la organización.

- **Calificaciones.**

Encuestas de actitud para medir la evolución de estrategias planificadas.

- **Carteleras o tabloneros.**

Medio en el cual se muestran folletos, posters de eventos importantes y en ocasiones el merchandising de la empresa u organización.

- **Publicaciones en Prensa.**

Publicar noticias en revistas calificadas de alta importancia para la empresa.

- **Reuniones frecuentes.**

Foros con Directores: Realizar reuniones de desayunos con el dirigente y los profesionales de las distintas áreas de la organización.

Otorgan la facilidad al diálogo entre los miembros de una empresa u organización con el fin de fomentar las relaciones interpersonales; sobre todo entre los empleados que no suelen interactuar frecuentemente, por estar en espacios, secciones, departamentos o sucursales diferentes.

- **Actividades en espacios abiertos.**

Programas internos: Enfatizar en convenciones, aniversarios, onomásticos, festividades de navidad, fiesta de júbilo y de fin de año.

Consiste en organizar y llevar a un grupo de empleados a un lugar tranquilo de esparcimientos para anunciar cambios dentro de la organización o simplemente compartir una actividad recreativa, aplicando algunas dinámicas motivacionales.

- **El sistema de sugerencias:**

Buzón de quejas: Conocido como buzón de sugerencias, donde se aportan comentarios, quejas o peticiones de información importantes para mejorar el trato con los usuarios de la empresa.

Está diseñado para conocer las ideas de mucho valor de los empleados, para diseñar un sistema de sugerencias y crear un comité de evaluación de éstas. Permiten aplicar o modificar las más adecuadas y beneficiosas.

- **Reconocimiento o estímulos:**

Reconocimientos a los empleados de una empresa u organización por sus contribuciones notables. La empresa u organización puede dar a conocer qué comportamientos y logros son valorados dentro de su organización.

- **Gestión de paseos:**

Sirve para que el gerente, supervisor o director pasee por toda la empresa, motivando a los empleados de todos los niveles, tengan oportunidad de hacer sugerencias o reclamos en ese mismo instante.

2.6.3. Público Externo.

Son las personas que interactúan con la empresa u organización; pero no pertenecen a la misma, es decir, de otra procedencia empresarial. Por ejemplo: clientes, proveedores, prensa, comunidad, medios educativos y gobierno.

- **Clientes:** Son aquellas personas que consumen, utilizan o son beneficiadas con productos o servicios de la empresa u organización.
- **Proveedores:** Son personas o empresas que suministran o proveen de materia prima a la institución para producir y ejecutar acciones.
- **Prensa:** Se consideran a las entidades de medios masivos. Con éstas, la imagen corporativa se debe manejar con mucha cautela; puesto que por lo general, levantan puntos a favor de la empresa o pueden llevarla a la destrucción total de imagen de la empresa u organización.
- **Comunidad:** Es el público proveniente de un grupo o una comunidad determinada. Cuando el número de personas de la comunidad es reducido, más importante es como público.

- **Gobierno:** Es un público indirecto. Importante y necesario tenerlo presente porque es el ente que dispone leyes y normas en un país, a las cuales se debe regir la institución.

2.7. Comunicación como un proceso.

El identificar a la comunicación como un proceso, es fundamental sobre todo para el desarrollo de nuestra comprensión, de las actividades dentro de una organización, enmarcadas en un ámbito de comunicación corporativa.

En sus inicios uno de los primeros modelos de comunicación era de naturaleza lineal y la búsqueda de un flujo unidireccional.

Los mensajes utilizando el altavoz o el remitente en este caso, es el desarrollo o codificación de un mensaje, enviado a través de un canal o canales y ser recibida, o captada por un oyente o receptor.

2.7.1. Organización como un Sistema.

Las organizaciones son sistemas y subsistemas de comportamiento que están interrelacionados e interdependientes, y la interacción en lugar de estructuras de mesa, lineal o estático. Está familiarizado con el enfoque de sistemas para la comprensión, aunque nunca han considerado el razonamiento.

- **Definición de Sistemas:**

Horacio Andrade Rodríguez, menciona: Sistema⁹ es prioritariamente un módulo en forma ordenada de elementos mutuamente relacionados y existe una interacción entre los mismos. El concepto se utiliza también para definir a un conjunto de conceptos. Ejemplo: objetos reales dotados, que pertenecen a las organizaciones.

⁹ Andrade Rodríguez Horacio. Coautor del Libro: *Comunicación en las Organizaciones*, Editorial Trillas. México, 2003.

2.7.2. Características de los Sistemas:

- **Propósito u Objetivo:** En su mayoría todo sistema tiene uno o varios objetivos. Las unidades y elementos, definen una distribución que trata de alcanzar un objetivo. El logro de los objetivos indica la medición de la actuación del sistema real.
- **Totalidad o Globalismo:** Todo sistema se caracteriza por su naturaleza orgánica; es decir, por una acción global que produzca cambios en una sola de las unidades del sistema y que producirá cambios en todas las partes del sistema.
- **Entropía:** Es una propiedad asignada en todo sistema. Ejemplo: Sistemas abiertos y cerrados; la entropía termina por imponerse y desintegrar al sistema en sus elementos constitutivos. A medida que la entropía aumenta, los sistemas se descomponen en estados más simples. Si por falta de comunicación los estándares de autoridad, las funciones, la jerarquía, etc. de una organización formal pasan a ser gradualmente mínimos, la entropía aumenta y la organización se va reduciendo a formas gradualmente más simples. La comunicación influye como medio o instrumento de ordenación del sistema.
- *Davis, Keith, menciona:* **Homeóstasis¹⁰**, es la propiedad que define el nivel de respuesta y de adaptación propia al contexto. Es el mantenimiento del equilibrio en el organismo vivo, equilibrio dinámico entre las partes del sistema. Los sistemas tienden a adaptarse con el fin de alcanzar un equilibrio interno frente a los cambios externos del medio
- **Sinergia:** Es una propiedad para establecer que la forma de los procesos se detenga en la parte interior de cada uno de los componentes del sistema, orientados hacia un resultado total. Las organizaciones son entidades dinámicas vivas, que se han reunido

¹⁰ Davis, Keith, *El Comportamiento Humano en el Trabajo*, México, D.F: Editorial Mc Graw Hill, 1983.

para llevar a cabo un mismo tipo de propósito, con objetivos y metas establecidas.

- **Organización:** La organización de un sistema hace manifiesto al patrón de relaciones que definen los estados posibles, en un sistema determinado.
- **Complejidad:** El referirnos a sistemas vivientes entendemos que es un sistema de complejidad organizada, en tanto que los sistemas no vivientes manifiestan propiedades ya sea de simplicidad organizada o complejidad no organizada.
- **Jerarquía:** Establece la referencia, que todo sistema cuenta con un determinado número de subsistemas, los cuales se encuentran organizados por niveles desde el más simple hasta el complejo. La organización debe ser entendida como un sistema o subsistema, o más aun un supersistema, dependiendo del análisis y grado de autonomía que se desee establecer.
- **Límites y Entorno:** Se considera que el entorno del sistema es todo lo que influye sobre éste, de forma directa e indirecta; a corto y largo plazo, a la vez de mayor y menor intensidad, sin que se pueda impedir que se den esas influencias.

2.7.3. Tipos de Sistemas:

- **Sistema Cerrado:** Generalmente se define como un sistema físico que no tiene interacción con otros agentes físicos, ubicados fuera de él, también no está conectado y mucho menos están relacionados con el mismo.
- **Sistema Abierto:** Influenciado por lo general por el ambiente que también le influye; con el fin de alcanzar un equilibrio dispuesto en ese mismo sentido.

Por jerarquía los más importantes de los sistemas abiertos son los sistemas vivos. Existen diferencias entre los sistemas abiertos (como los sistemas biológicos y sociales, por ejemplo las organizaciones y la sociedad).

2.7.4. Organización como una Red.

La organización en forma de red está enfocada de una manera ascendente es decir, por jerarquías, existe un líder, y se emiten actividades a los subalternos.

- **Definición de Red y su característica.**

García Jiménez, Jesús menciona: El término "red" ¹¹manifiesta el hacer referencia al conjunto de formas o entidades ya sean: Objetos y personas que se encuentren conectadas. Es decir; una "red" permite que circulen elementos materiales o inmateriales entre estas entidades, todo esto si las reglas están bien definidas.

2.8. Estrategias de Comunicación Corporativa.

2.8.1. Estrategia Global de Diferenciación.

Las empresas pueden seguir estrategias de diferenciación por caracteres tangibles e intangibles, es importante mencionar que cada empresa u organización, se posiciona por sus distintos valores adicionales que ofrece a sus públicos, ya sean internos o externos.

- **Asociación como una estrategia.**

En general son estrategias de asociación que siguen las empresas u organizaciones, las cuales son utilizadas para identificarse con otras de los mismos o similares valores agregados.

¹¹ García Jiménez, Jesús, *La Comunicación Interna*, Editorial Díaz de Santos, Madrid 1998.

- **Estrategia mixta.**

Es una estrategia en la cual se fusionan las cualidades y objetivos favorables de las estrategias anteriores, con el fin de aprovechar su mejor rendimiento y tiempo cuando sea aplicada.

- **Estrategias de Lobby.**

Lobby, vocablo inglés que significa "entrada", "salón de espera". En términos generales, se describe como aquella forma de ejercer presión en las decisiones y a favor de determinados intereses sobre ciertos grupos de personas. Existen dos estrategias en el proceso de la actividad del lobbying: Lobby directo y Lobby indirecto.

- **Estrategia de Lobby Directo**

Lobby directo, efectuado sin la participación de terceros. La empresa o el grupo de presión actúa directamente sobre la persona responsable, quien tiene el poder de tomar decisiones.

- **Estrategia de Lobby Indirecto**

Lobby indirecto se fundamenta en recurrir a la ciudadanía, el electorado u otros intermediarios, para hacer valer una postura o un interés, ante los poderes públicos.

2.9. Los Planes de Comunicación Corporativa.

El Plan Estratégico de Comunicación Corporativa, recoge de forma global cada uno por su parte para desarrollar un plan más concreto y desglosado, con los objetivos específicos, el público objetivo, estrategias y acciones, además de la medición de los resultados.

El Plan Comunicacional Corporativo, sirve de guía para establecer parámetros en las estrategias comunicacionales que se analizan a fin de obtener de una manera crítica, las posibles debilidades que presente la organización en forma cronológica hasta la actualidad.

2.9.1. Desarrollo Teórico del Plan Estratégico Comunicacional Corporativo.

1. Análisis: Es el estudio de toda la información del contexto interno y externo para estudiar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del entorno de la comunicación.

2. Antecedentes: Es el análisis de la información. Ejemplo: la historia, trascendencia, funciones y obligaciones de la empresa u organización.

3. Objetivos: Es importante señalar cuáles son los objetivos, que se desean conseguir con las actividades propuestas y en marcha. Los objetivos deben ser cuantificados, medibles, también ser alcanzables, y sobre todo realistas.

4. Público objetivo o target de la comunicación. Es imprescindible determinar a quién se va a dirigir la comunicación. Definir cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos. Conocer al público al que se dirige la empresa u organización, los medios que utiliza para informarse, el estilo comunicativo que maneja; son aspectos claves y críticos que influirán en el éxito de la comunicación.

5. El mensaje: Elemento que debe ser comunicado, eligiendo las características, el tono y estilo, tanto en la forma interna y externa de la comunicación verbal o escrita.

6. Planes de Comunicación.

- **Acciones:** Es concretar las actividades a desarrollar y los medios que se utilizarán para ejecutar el Plan Estratégico Comunicacional Corporativo.
- **Estrategias:** La elección del modo a desarrollar cada una de las plazas de comunicación, con el fin de alcanzar los objetivos planificados.
Ejemplos: Desarrollar estrategias de comunicación interna y externa.

7. Cronograma o calendario: Es la planificación del período para cada una de las acciones establecidas, según sus objetivos.

9. Presupuesto: Monto de capital que se destinará para poner en marcha el Plan de Comunicación Organizacional Corporativo.

10. Control y seguimiento: Es la revisión o supervisión permanente y temporal de acciones para el cumplimiento del plan, con el fin de realizar acciones efectivas de corrección que faciliten alcanzar los objetivos específicos.

11. Indicadores:

- a. **De realización física:** Revisa el grado real de cumplimiento de las acciones programadas.
- b. **De realización financiera:** Evalúa el presupuesto real ejecutado, sobre el presupuesto en principio destinado a esta acción y conviene promoción y divulgación.
- c. **De impacto:** Evalúa la cifra real de personas impactadas a través de las acciones puestas en marcha, por ejemplo número de experiencias con los medios y el número de materiales enviados.
- d. **De resultado:** Revisa la cantidad real de resultados alcanzados, como por ejemplo, el número de visitas en la página web de la empresa.

2.9.2. Plan de Comunicación Externa.

Este plan incluye:

a) Estudio de la notoriedad de la organización: Medir el grado de conocimiento que tiene el público objetivo de la organización. El estudio de notoriedad consiste en un análisis comparativo de la organización con relación a otras.

- Plan de marketing: Recoge el marketing mix de la empresa u organización.

- Plan de publicidad: Indica los aspectos particulares de una empresa u organización a desarrollar. Entre ellos:

- Internet
- Comunicación web
- Micro páginas de internet y comunidades virtuales.
- Websites desarrolladas específicamente para promocionar una acción en concreto de la Organización.

Con carácter general, suelen tener una validez determinada en el tiempo, pues son creadas para una actividad en concreto. Una comunidad virtual es definitivamente un sitio de encuentro en internet, para usuarios/as que tienen intereses en común, en el cual puedan realizar charlas, debates y compartir información de texto e imágenes estáticas o videos.

E-mail marketing

Es la utilización del correo electrónico o e-mail, como herramienta de comunicación directa e individual con el usuario. Este medio de comunicación está reemplazando al fax y al correo postal, como también a otras similares formas de comunicación.

La gran ventaja de utilizar el e-mail marketing se debe al bajo costo de la comunicación, que no depende de la distancia ni la cantidad de destinatarios/as, sino la rapidez y posibilidad de adjuntar archivos, así como las distintas técnicas que ofrece.

b) Determinación de la estrategia creativa: Concreta el eje de la comunicación, el concepto y la codificación o forma del mensaje. Es decir, lo que se quiere decir y la forma de decirlo o representarlo, mediante imágenes u otros efectos.

c) Determinación de la estrategia de medios: Es saber seleccionar en qué medios y soportes se van a difundir los mensajes, para alcanzar los objetivos de la campaña:

- Estrategias de comunicación corporativa.
- Estrategia global de diferenciación.

Las empresas pueden seguir estrategias de diferenciación por atributos tangibles e intangibles.

2.9.3. Plan de Comunicación Interna.

Joan Costa ¹² menciona, que el problema central en las relaciones dentro de una empresa es la comunicación; por consiguiente es importante mencionar las siguientes estrategias para el buen desarrollo de la comunicación interna dentro de las organizaciones:

a) Estrategia de contacto personal.

Consiste en instaurar y transferir directa y personalmente la comunicación a través de cualquier persona de la organización. Es prioritario que los niveles jerárquicos tengan alto grado de capacitación, con el acierto a que el mensaje no se distorsione y permita optimizar las relaciones interpersonales.

b) Estrategia de transferencia de responsabilidades:

Responsabilizar a otros es el principal modo de aplicación de esta estrategia, permite ganar tiempo a corto plazo. Cuando la empresa es totalmente inocente de cualquier acusación es recomendable utilizar esta estrategia.

c) Estrategia de confesión o responsable:

Refuerza en reconocer la culpabilidad y responsabilidades de la empresa, derivadas de una crisis. Estrategia de valor positivo que reafirma el sentido responsable de la empresa. Lo más importante ante una crisis es tener argumentos y cerrar la crisis lo antes posible, ya que la sociedad reclama sinceridad y castiga los errores. Por eso es recomendable

¹² Costa Joan, *Identidad Corporativa*, Editorial Trillas - Sigma, México, 2003.

solucionar, cuanto antes posible la crisis y de inmediato gestionar la recuperación de imagen positiva que la empresa proyectaba.

2.9.4. Relaciones Públicas y Gestión de Medios:

a) Estrategia activa.

Es una estrategia donde la empresa u organización genera noticias, acontecimientos importantes y a la vez promueve una política activa, para dar a conocer sus actividades y crear una imagen positiva, a través de apariciones en los medios de comunicación más importantes del país.

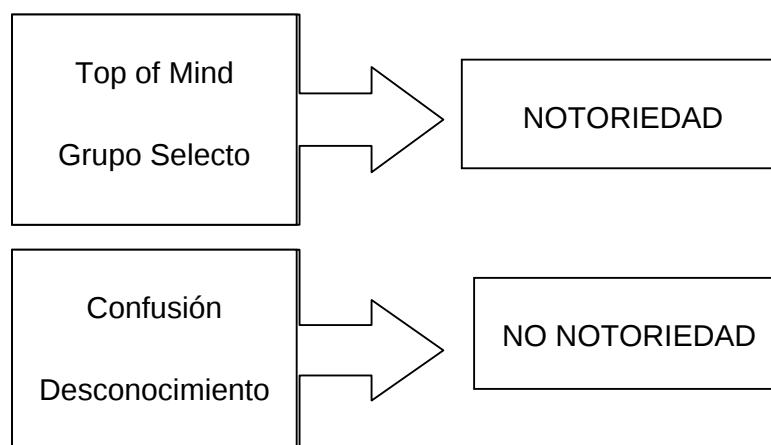
b) Estrategia pasiva.

En esta estrategia son los medios de comunicación los más interesados en ponerse en contacto o buscan información sobre actividades que realiza la empresa en conjunto con la sociedad.

c) Estudio del perfil corporativo.

Consiste en analizar la identidad corporativa. Se divide en identidad conceptual (sistema de valores) e identidad visual (sistema de signos).

- **Análisis de la imagen corporativa.** Es el estudio de lo que entendemos por imagen corporativa, lo que la gente cree que la organización es.



Fuente: Diagrama elaborado por el autor.

2.9.5. Definición de Estructuras de Comunicación.

Esta estructura es importante en instituciones que precisan ser jerárquicamente estrictas tales como: Instituciones militares, eclesiásticas y organismos internacionales (UNICEF, OEA, OTAN, Corte de la HAYA, etc).

2.9.6. Herramientas de gestión para la comunicación interna.

Las herramientas más utilizadas en la gestión de comunicación interna son:

- Manual de bienvenida, el cual consiste en hacer e instaurar un modelo acorde a una ambientación positiva en los nuevos miembros de la empresa u organización.
- Boletín interno, o revista electrónica para destacar, las labores y gestiones que realiza la organización. Pueden ser difundidos por la página web de la organización.
- Publicaciones en Prensa: Publicar noticias de alta importancia para la empresa.
- Intranet o también conocido como Canal de Comunicación Corporativa.
- Cartas, circulares, memos, actas y otros documentos.
- Buzón de quejas: Conocido como buzón de sugerencias, donde se aportan comentarios, quejas o peticiones de información importantes para mejorar el trato con los usuarios de la empresa.
- Carteleras o tablones, medio en el cual se muestran folletos, posters de eventos importantes y en ocasiones el merchandising de la empresa u organización.
- Foros con directores: Realizar reuniones de desayunos con el dirigente y los profesionales de las distintas áreas de la organización.

- Calificaciones: Encuestas de actitud para medir la evolución de estrategias planificadas.
- Programas internos: Enfatizar en convenciones, aniversarios, onomásticos, festividades de Navidad, fiesta de júbilo y de fin de año.

2.9.7. Cronograma o calendario:

Es planificar el tiempo y el desarrollo cronológico de cada una de las acciones.

2.9.8. Presupuesto: Es la cantidad económica que se destinará al Plan Estratégico Comunicacional Corporativo puesto en marcha.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

3.1. Forma de Investigación.

1. **Opinión de expertos:** Relacionados al tema como por ejemplo Funcionarios de Cancillería, Funcionarios de Embajadas, Consulados y Agregados Civiles.
2. **Lugar:** La investigación, disertación, tabulación e información previo a la tesis y durante el desarrollo de la misma, se hará en el Consulado General del Perú y su Embajada en Quito - Ecuador.

3.2. Técnicas o herramientas:

Utilicé la metodología cualitativa, puesto que es la más adecuada para las **entrevistas** a Funcionarios de la Embajada del Perú y del Consulado.

También utilicé la metodología cuantitativa, con el fin de medir y tabular opiniones mediante las **encuestas** a connacionales, ciudadanos ecuatorianos, residentes, turistas y familias binacionales.

3.2.1. Justificación de la Técnica

Encuesta en el punto o establecimiento:

Es la que, frecuentemente se realiza en los pasillos de un establecimiento y consiste en interceptar a los usuarios de ese momento, para solicitarles completen un cuestionario, preparado anteriormente.

3.2.2. Muestra.

La Encuesta elaborada fue la “muestra”, considerada importante para posteriormente enfocarla a un universo general, con otros elementos: entrevistas y sondeos. Realizada en los pasillos de la sede, interceptando a usuarios en ese preciso momento.

La Encuesta se aplicó con un cuestionario de 06 ítems, a una muestra aproximada de 70 personas. Cuestionario con alternativas de respuesta para facilitar y ahorrar tiempo al encuestado (usuarios que asisten diariamente a realizar sus trámites personales al Consulado General del Perú en Quito).

La aplicación y justificación de la muestra se basa en el 8.4% del total de la suma de encuestados, en total 70 encuestados, de los 1.200 peruanos que asistieron diariamente al Consulado General del Perú en Quito, durante el mes de Julio del año 2011; a realizar trámites de Visas de Amparo y regulación migratoria.

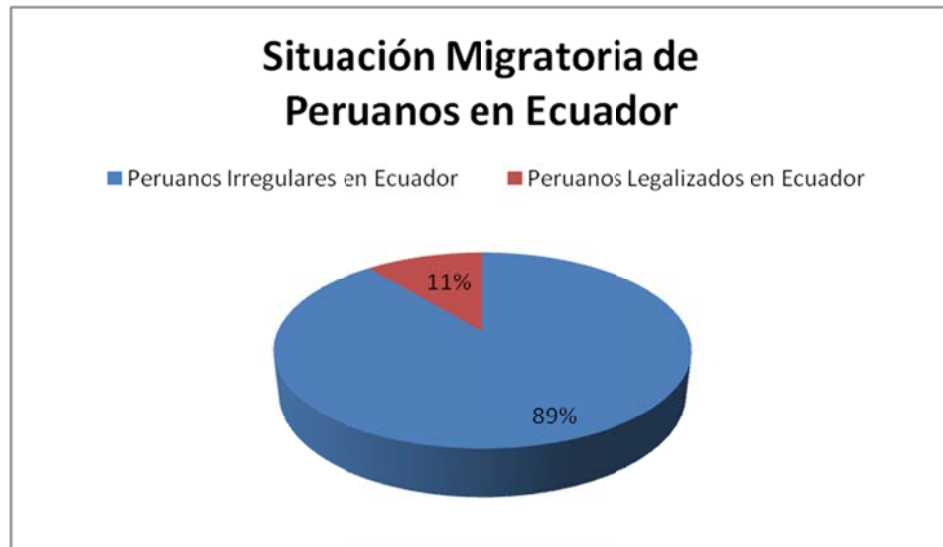
3.2.3. Universo.

Los 1,200 peruanos que durante el Periodo de Amnistía con el Gobierno Ecuatoriano, asistieron a realizar trámites de Regulación Migratoria y Visas de Amparo.

1. **Adulto independiente:** Hombres y mujeres mayores de edad, independientes, con inquietudes a resolver trámites de índole consular.
2. **Adulto familiar:** Hombres y mujeres mayores de edad, con hijos/as pequeños preocupados/as por su visa de residencia, así como también por regularizar la educación de sus hijos/as dependientes.

3.2.4. Segmentación.

- Personas de nacionalidad peruana en situación migratoria irregular en el Ecuador total: 89%
- Personas de nacionalidad peruana en situación migratoria legalizada en el Ecuador total 11%



Fuente: Base de datos oficina de Migraciones en Ecuador.

Situación Migratoria:

- Peruanos Irregulares en Ecuador.
- Peruanos Legalizados en Ecuador.

3.2.5. Encuesta: Formato

Lean minuciosamente y marcar con (X) una sola alternativa:

1. ¿Cómo contactó con el Consulado General del Perú?

☐ En persona

☐ Por teléfono

☐ Por e mail

☐ Por fax

☐ Otro (por favor, especifique)

2. Seleccione qué trámites, viene a realizar en el Consulado General del Perú en Quito.

Registros de Estado Civil:

Servicios Notariales:

☐ Nacimientos

☐ Poderes

☐ Regulación Migratoria

☐ Matrimonios

☐ Escrituras Públicas

☐ Visa de Amparo (9 –VI)

☐ Defunciones

☐ Autorizaciones de viaje de menor

☐ Visa (12 – VI)

☐ Nacionalidad Peruana

☐ Certificados de Supervivencia

☐ Visa (9 – VII)

☐ Legalizaciones

3. Si fue por teléfono. ¿Cuánto tuvo que esperar aproximadamente para ser atendido?

☐ Me atendieron inmediatamente

☐ Unos tres minutos aproximadamente

☐ Entre tres y cinco minutos

☐ Entre cinco y diez minutos

☐ Diez minutos o más

☐ Por problemas en la página Web

4. Basándose en su experiencia, por favor, valore del 1 al 10 (donde 1 es "Pésimo" y 10 es "Excelente") los siguientes aspectos del servicio de atención en el Consulado General del Perú en Quito:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	N/A
Fue amable.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fue profesional.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Se expresaba de forma clara y fácil de entender.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Entendió mi problema.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fue capaz de solucionar mi problema.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fue eficiente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con el servicio del Consulado General del Perú en Quito. En una escala de 1 a 10, donde 10 es "Completamente satisfecho" y 1 es "Completamente insatisfecho".

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	N/A
Satisfacción general con el servicio de atención:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6. ¿Hay alguna cosa que le gustaría manifestar al Consulado General del Perú en Quito, sobre el servicio que le proporciona?:

3.2.6. Informe de la Investigación: Resultados de Encuesta

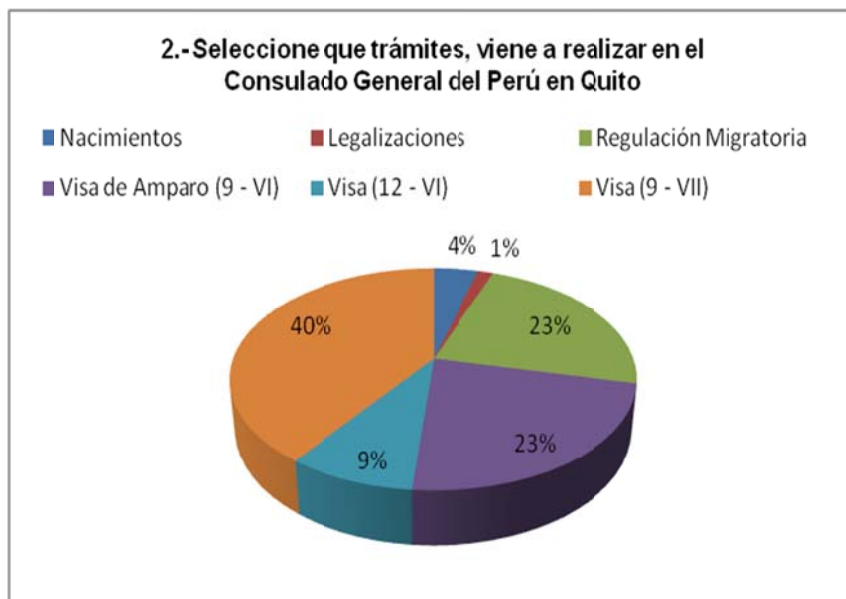
ÍTEMS

1. ¿Cómo contactó con el Consulado General del Perú?



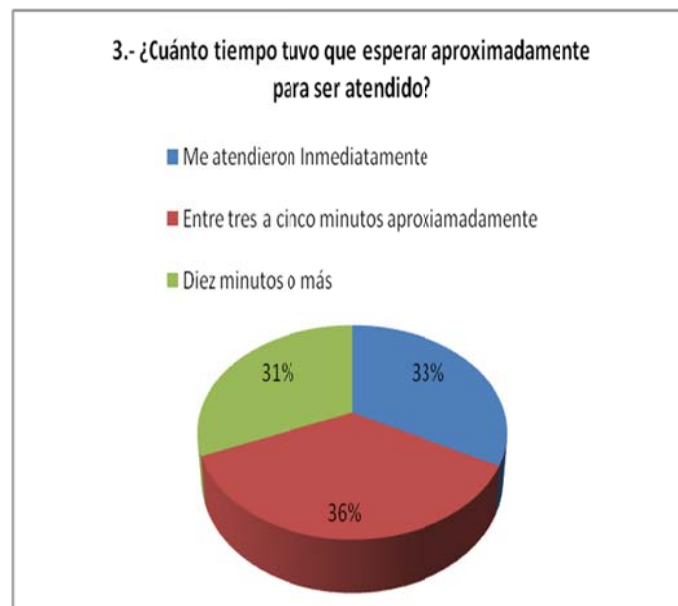
Respuestas:	Personas
En Persona	45
Vía - Teléfono	09
E- Mail	08
Otros	08
Total	70

2.- Seleccione que trámites, viene a realizar en el Consulado General del Perú en Quito:



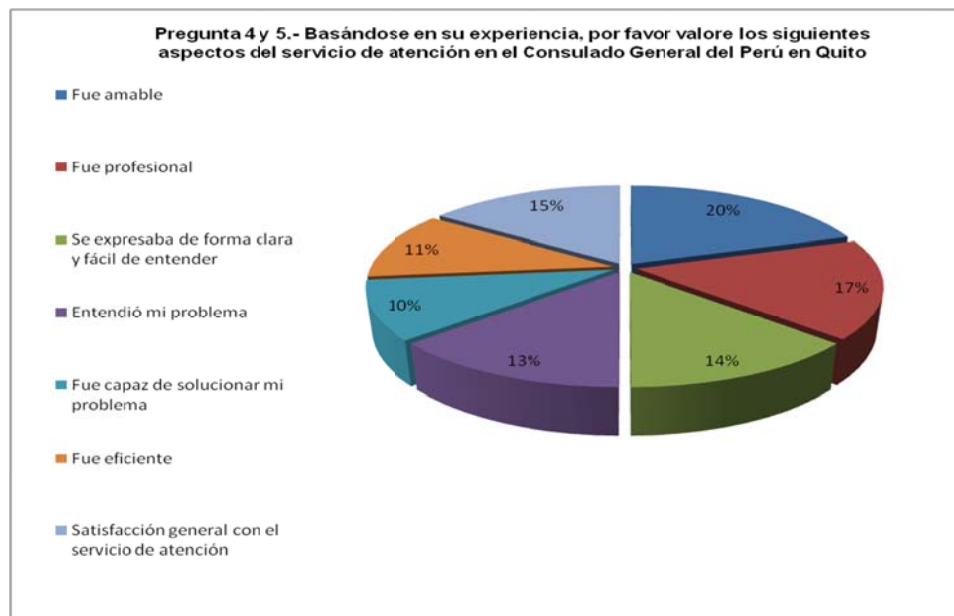
<u>Respuestas:</u>	<u>Personas</u>
Nacimientos	03
Legalizaciones	01
Regulación Migratoria	16
Visa de Amparo (9 - VI)	16
Visa (12 - VI)	06
Visa (9 - VII)	28
Total	70

3.- ¿Cuánto tiempo tuvo que esperar aproximadamente para ser atendido?



<u>Respuestas:</u>	<u>Personas</u>
Me atendieron Inmediatamente	23
Entre tres a cinco minutos aproximadamente	25
Diez minutos o más	22
Total	70

Pregunta 4 y 5 basándose en su experiencia, por favor valore los siguientes aspectos del servicio de atención en el Consulado General del Perú en Quito:



<u>Respuestas:</u>	<u>Personas</u>
Fue amable	30
Fue profesional	25
Se expresaba de forma clara y fácil de entender	20
Entendió mi problema	20
Fue capaz de solucionar mi problema	15
Fue eficiente	17
Satisfacción general con el servicio de atención	23
Total	150

3.2.7. CONCLUSIONES:

Mediante la investigación exhaustiva y utilizando las técnicas de encuesta en el punto o in situ, y la técnica de observación científica; aplicadas en el Consulado General del Perú en Quito, durante el mes de Julio del año 2011, constaté que los usuarios dieron respuestas no confiables en algunas preguntas, porque implicaba supuesta resistencia u objeciones de criterio personalista e intimidatorias, que podría perjudicar al ser rechazado por los funcionarios durante la gestión o trámite a realizar en la dependencia. Situación valedera para determinar y ratificar la necesidad inmediata de elaborar un Plan Estratégico Comunicacional Corporativo; para apoyar el logro de trámites y funciones que se realizan en el Consulado, ofreciéndole planteamientos formales y concretos para optimizar su servicio a los usuarios:

- Elaborar nuevas estrategias para solucionar y mejorar algunos problemas de apremios, que los connacionales encuentran frecuentemente.
- Superar en los usuarios connacionales, los criterios de dependencia e intimidación por desconocimiento de información y formas de acceder a sus gestiones legales sin intermediarios.
- Incentivar la utilización de nuevos enlaces, que se encuentran en la página oficial del Consulado General del Perú en Quito – Ecuador.
<http://www.consuladodelperuenquito.org/servicios-consulares.html>
- Elaborar un ambiente lúdico para personas que asisten con hijos o niños pequeños; con el fin de establecer un mejor ambiente de calma y espera entre la demás concurrencia.

3.3. Técnica Entrevista.

3.3.1. Definición de Entrevista:

Entrevista es la acción y efecto de entrevistar o entrevistarse. Trata de una conversación entre una u otras personas para un fin determinado. Tiene en su mayoría una finalidad periodística, para informar al público de las respuestas de la persona entrevistada, o tratarse de una concurrencia y conferencia de dos o más personas para tratar o resolver un tema.

Entrevista Semidirigida:

Es cuando el entrevistador se asegura de que el entrevistado le comunique su punto de vista acerca de determinados aspectos precisos del tema en discusión.

Esquema de la Entrevista:

Se utiliza en la entrevista semidirigida.

Este documento recopila todos los aspectos del tema que se abordarán en el curso de las reuniones con los entrevistados. (Especifica el tipo de información que el entrevistador desea obtener). Permite obtener tres tipos de información: Comportamientos, condiciones objetivas, las opiniones o manifestaciones y finalmente sentimientos.

En su comienzo la entrevista debe contener por lo menos una pregunta abierta que servirá para romper la tención y proceder a iniciar la entrevista.

3.3.2. Justificación de la técnica:

- **Entrevista de Investigación.**

Se realiza con el único propósito de aprender más de los determinantes de un fenómeno; el cual permite comprender el marco referencial del entrevistado.

3.3.3. Entrevista a Funcionarios del Consulado General del Perú en Quito – Ecuador.

Se realizó entrevistas a funcionarios del Consulado General del Perú, conformados por: Srta. Cónsul General, María Antonia Massana García, Sra. Annelise Avalos Temmerman (Vice Cónsul), Mario Guzmán Caballero (Funcionario de Cancillería), Kattya Peña (Secretaria). Mediante la formulación de preguntas, se recopiló información valiosa para ciertas interrogantes, fenómenos que se manifestaban durante el transcurso del Plan Comunicacional Corporativo.

3.3.4. Entrevista a Funcionarios de la Embajada del Perú en Quito – Ecuador.

Se realizó entrevistas personalizadas a seis Funcionarios seleccionados por el cargo y responsabilidad la Embajada del Perú, en Quito, los que a continuación indico:

- Sr. Edilbrando Vásquez Delgado, Administrador de la Embajada del Perú.
- Sr. Elmo Vargas, 3er Secretario - Jefe Área de Convenios Binacionales - Seguridad y Cooperación.
- Sr. Gino Arciniega, Ministro Consejero – Jefe Área Política Binacional Perú - Ecuador.
- Sr. Alfonso Paz-Soldán, Consejero Jefe Área de Prensa y Cultura en la Embajada del Perú - Quito.
- Sr. Ítalo Amézquita, Técnico Área Comunicaciones en la Embajada del Perú.
- Sra. Roxana Castro Bollig, Ministra Consejera en Embajada del Perú - Quito.

Mediante la formulación de preguntas recopilé información valiosa para ciertas interrogantes y fenómenos que se manifestaban durante el transcurso del Plan Comunicacional Corporativo.

- **Segmentación de las Entrevistas:**

La segmentación de las entrevistas elaboradas se realizó en dos segmentos los cuales se dividen en:

1. Entrevistas a Funcionarios de la Embajada del Perú en Quito - Ecuador.
2. Entrevistas a Funcionarios del Consulado General del Perú en Quito - Ecuador.

3.3.5. Universo de entrevista: Consulado del Perú en Quito.

El universo de la entrevista, son los tres funcionarios principales y su 1era. Secretaria del Consulado General del Perú en Quito – Ecuador:

Srta. Cónsul General, María Antonia Massana García, Sra. Annelise Avalos Temmerman (Vice -Consul), Sr. Mario Guzmán Caballero (Funcionario de Cancillería), Sra. Katty Peña (Secretaria principal de la Srta. Consul).

3.3.6. Universo de entrevista: Embajada del Perú en Quito.

Son seis funcionarios: Ministros, jefes de área y técnicos de la Embajada: Sr. Edilbrando Vásquez Delgado, Administrador de la Embajada del Perú, Sr. Elmo Vargas, 3er Secretario - Jefe Área de Convenios Binacionales - Seguridad y Cooperación, Sr. Gino Arciniega, Ministro Consejero – Jefe Área Política Binacional Perú – Ecuador, Sr. Alfonso Paz-Soldán, Consejero Jefe, Área de Prensa y Cultura, Sr. Ítalo Amézquita, Técnico Área Comunicaciones, Sra. Roxana Castro Bollig, Ministra Consejera en Embajada del Perú - Quito.

3.3.7. Entrevista a Funcionarios de la Misión Consular del Perú en Quito.

Ítems:

- 1.- Considerando que su función en la Misión Consular del Perú, en Quito, requiere mantener una estrecha relación con los conciudadanos residentes, cuál sería su apreciación al respecto:
- 2.- ¿Cómo se asigna a un diplomático en una Misión Consular?
- 3.- Misión Consular, ofrece información explícita y detallada a los usuarios sobre las gestiones y trámites que se les ofrece:
4. - ¿Qué medios y formas se utilizan con mayor frecuencia para informar a los usuarios sobre las gestiones y trámites consulares?
- 5.- ¿Cómo considera Ud. el grado de conocimiento de los usuarios sobre los convenios, acuerdos, normas de la Misión Diplomática entre los países de Perú y Ecuador?
- 6.- Cree Ud. que la información que se emite o envía a los usuarios es captada o receptada en forma:
- 7.- A su criterio, cómo valora la actitud o resultado de la gestión de un usuario en la Misión Diplomática del Perú:
8. - Cuál es su criterio respecto al perfil académico y capacitación del personal administrativo en la oficina del Consulado:
- 9.- Cree usted que debería reforzarse el perfil académico del personal administrativo en la oficina del consulado:
- 10.- ¿Qué aspectos le motivan o desmotivan en su labor que cumple para el Consulado?
- 11.- La gestión en la Misión Consular del Perú en Quito, cómo Ud. la podría valorar y apreciar:

12.- ¿Cuál es su opinión personal acerca de las metas que debería cumplir la Misión Consular en Quito – Ecuador?

3.3.8. Informe de Resultados:

Entrevista de Investigación

1.- Considerando que su función en la Misión Consular del Perú, en Quito, requiere mantener una estrecha relación con los conciudadanos residentes, cuál sería su apreciación al respecto:

- En la primera pregunta anteriormente detallada y realizada a Funcionarios de la Misión Consular, coincide en responder por la siguiente opción:

Se mantiene una relación de comunicación **permanente**.

2.- ¿Cómo se asigna a un diplomático en una Misión Consular?

- El resultado general en la pregunta anteriormente detallada y realizada a funcionarios de la Misión Consular coinciden en responder:

Los funcionarios consulares son de dos clases:

Funcionarios Consulares de Carrera Diplomática: Son aquellos que ingresaron a la Academia Diplomática del País de origen. Mediante logros adquiridos y trascendencia en su currículum vitae. La Cancillería estudia y elige el mejor personal de la Academia Diplomática, para acreditarlo como Jefe de Misión Consular en algún País del mundo, donde se necesite establecer una Misión Consular de alta importancia, debido al índice elevado de conciudadanos y sus enlaces de negociación con el País acreditado.

Funcionarios Consulares Honorarios: Por cargos políticos según el Gobierno de turno.

3.- Misión Consular, ofrece información explícita y detallada a los usuarios sobre las gestiones y trámites que se les ofrece:

- El resultado general en la pregunta anteriormente detallada y realizada a funcionarios de la Misión Consular, todos los entrevistados coinciden en responder: **EVENTUALMENTE.**

4. - ¿Qué medios y formas se utilizan con mayor frecuencia para informar a los usuarios sobre las gestiones y trámites Consulares?

- El resultado general en la pregunta anteriormente, todos los entrevistados respondieron: **VERBALES PERSONALIZADAS.**

5.- ¿Cómo considera Ud. el grado de conocimiento de los usuarios sobre los convenios, acuerdos, normas de la Misión Diplomática entre los países de Perú y Ecuador?

- El resultado general en ésta pregunta, casi todos los entrevistados respondieron la siguiente opción: **ESCASO GRADO DE CONOCIMIENTO.**

6.- Cree Ud. que la información que se emite o envía a los usuarios es captada o receptada en forma:

- En ésta pregunta realizada a Funcionarios de la Misión Diplomática, prácticamente todos coinciden responder por la siguiente opción: **CLARA Y PRECISA.**

Debido al escaso grado de educación, ciertas terminologías no las comprenden algunos usuarios que asisten a realizar trámites consulares.

7.- A su criterio, cómo valora la actitud o resultado de la gestión de un usuario en la Misión Diplomática del Perú:

- En ésta pregunta el resultado general de los Funcionarios de la Misión Diplomática, en su mayor parte coinciden en responder por la siguiente opción: **ACEPTABLE.**

8.- ¿Cuál es su criterio, respecto al perfil académico y capacitación del personal administrativo en la oficina del Consulado?

- El resultado de la pregunta anteriormente detallada y realizada a Funcionarios de la Misión Diplomática, la mayoría coinciden en responder por las siguientes opciones: **NO ESTÁ CAPACITADO - REQUIERE CAPACITACIÓN PERMANENTE.**

9.- Cree usted que se debería reforzarse el perfil académico del personal administrativo en la oficina del consulado:

- Todos los Funcionarios de la Misión Diplomática coinciden en responder: **SI**, debido a las nuevas tendencias y factor competitivo que cada año surgen, hay que estar en constante actualización académica.

10.- ¿Qué aspectos le motivan o desmotivan en su labor que cumple para el Consulado?

- En su mayoría los Funcionarios de la Misión Diplomática coinciden en responder por la siguiente opción: **La satisfacción de ayudar y tratar de resolver en lo posible las inconveniencias migratorias de los connacionales.**

11.- La gestión en la Misión Consular del Perú, cómo Ud. la podría valorar y apreciar:

- Todos los Funcionarios de la Misión Diplomática en su mayoría coinciden en responder: **EXIGENTE, SOLIDARIA Y DE VOCACIÓN.**

12.- ¿Cuál es su opinión personal acerca de las metas que debería cumplir la Misión Consular en Quito – Ecuador!?

- Prácticamente todos los entrevistados de la Misión Diplomática, coinciden en responder:

EXIGENTE, SACRIFICADA Y DE COMPROMISO.

3.3.9. Entrevista a Funcionarios de la Sede Diplomática Embajada del Perú en Quito, Ecuador

ÍTEMS:

1. - Considerando que su función en la Misión Diplomática del Perú, en Quito, requiere mantener una estrecha relación con los conciudadanos residentes, cuál sería su apreciación al respecto:
2. - La Misión Diplomática del Perú, ofrece información explícita y detallada a los usuarios sobre las gestiones:
3. - ¿Qué medios y formas se utilizan con mayor frecuencia para informar a los usuarios sobre las gestiones y actividades de la Misión Diplomática del Perú?
4. - ¿Cómo considera Ud. el grado de conocimiento de los usuarios sobre los convenios, acuerdos, normas de la Misión Diplomática entre los países de Perú y Ecuador?
5. - Cree Ud. que la información que se emite o envía a los usuarios es captada o receptada en forma:
6. - Las normas y decretos de trámites o gestiones que los usuarios realizan en la Misión Diplomática del Perú, están acordes a la realidad económica y laboral del usuario:
7. - A su criterio, cómo valora la actitud o resultado de la gestión de un usuario en la Misión Diplomática del Perú:
8. - ¿Cuál es su criterio respecto al grado de capacitación del personal administrativo en las oficinas de la Misión Diplomática del Perú?
9. - La Misión Diplomática del Perú en Quito cuenta con recursos económicos presupuestados, para un Programa de Información, Comunicación y Publicidad, en beneficio de los conciudadanos residentes en Quito:

10. - La gestión en la Misión Diplomática del Perú, cómo Ud. la podría valorar y apreciar:

3.3.10. Informe y Resultados: Entrevista de Investigación a Funcionarios de la Embajada del Perú.

1. - Considerando que su función en la Misión Diplomática del Perú, en Quito, requiere mantener una estrecha relación con los conciudadanos residentes, cuál sería su apreciación al respecto:

- El resultado general en la pregunta anterior realizada a los Funcionarios de la Misión Diplomática, coinciden en responder la siguiente opción.

Se mantiene una relación de comunicación: **Permanente.**

2. - Misión Diplomática del Perú, ofrece información explícita y detallada a los usuarios sobre las gestiones y trámites que se les ofrece:

- El resultado general en la 2da. pregunta, los Funcionarios responden con las siguientes opciones: **SIEMPRE y EVENTUALMENTE.**

3. - ¿Qué medios y formas se utilizan con mayor frecuencia para informar a los usuarios sobre las gestiones y trámites de la Misión Diplomática del Perú?

- Respuesta general: **VERBALES PERSONALIZADAS.**

4. - ¿Cómo considera Ud. el grado de conocimiento de los usuarios sobre los convenios, acuerdos, normas de la Misión Diplomática entre los países de Perú y Ecuador?

- El resultado general en la 4ta. Pregunta, los Funcionarios coinciden en responder con la siguiente opción: **ESCASO GRADO DE CONOCIMIENTO.**

5. - Cree Ud. que la información que se emite o envía a los usuarios es captada o receptada en forma:

- El resultado general en la pregunta realizada a Funcionarios de la Misión Diplomática, comprende a la siguiente opción: **CLARA Y PRECISA.**

6. - Las normas y decretos de trámites o gestiones que los usuarios realizan en la Misión Diplomática del Perú, están acordes a la realidad económica y laboral del usuario:

- En esta pregunta realizada a Funcionarios de la Misión Diplomática, responden con las siguientes opciones:

Un Funcionario respondió **NO** y los demás **SI.**

7. - A su criterio, cómo valora la actitud o resultado de la gestión de un usuario en la Misión Diplomática del Perú:

- En la séptima pregunta, los resultados fueron por las siguientes opciones: Cuatro Funcionarios señalaron **ACEPTABLE** y dos Funcionarios respondieron **SATISFACTORIA.**

8. - ¿Cuál es su criterio respecto al grado de capacitación del personal administrativo en las oficinas de la Misión Diplomática del Perú?

- En esta pregunta indican las siguientes opciones: Dos Funcionarios respondieron **CAPACITACIÓN EFICIENTE** y cuatro Funcionarios indicaron: **REQUIERE CAPACITACIÓN PERMANENTE.**

9. - La Misión Diplomática del Perú en Quito cuenta con recursos económicos presupuestados, para un Programa de Información, Comunicación y Publicidad, en beneficio de los conciudadanos residentes en Quito:

- La mayoría de los entrevistados en la 9na. pregunta realizada a Funcionarios de la Misión Diplomática, fue contestada con la siguiente opción: **SOLO CUANDO SE REQUIERE.**

10. - La gestión en la Misión Diplomática del Perú, cómo Ud. la podría valorar y apreciar:

- Casi todos los entrevistados en la 10ma. pregunta, realizada a los Funcionarios las opciones fueron: Dos respondieron: **EXIGENTE, SACRIFICADA Y DE COMPROMISO** y cuatro con la opción **EXIGENTE, SOLIDARIA Y DE VOCACIÓN.**

3.3.11. Análisis de los resultados obtenidos en entrevista a funcionarios del Consulado y Embajada del Perú:

El principal objetivo de la entrevista fue medir la comunicación interna, recursos, la proximidad con personas o usuarios, que asisten por algún convenio binacional; medir el clima laboral, también el grado de conocimiento del entorno laboral, entre los integrantes y funcionarios que conforman el Equipo de Trabajo de la Embajada del Perú en Quito.

El análisis detallado, utilizando los resultados de la entrevista, como una herramienta valiosa; proyectó los siguientes datos:

1. En el aspecto de Interrelación Informativa entre funcionarios y personas, que asisten por algún convenio binacional; los funcionarios de la Embajada del Perú, con buena voluntad pero siempre verbal, ofrecen información de algunas inquietudes o gestiones que la persona necesite realizar.
2. La Misión Diplomática del Perú en Quito, solo cuando lo requiere; cuenta con recursos económicos presupuestados, para programas, de información y comunicación, en beneficio de los conciudadanos residentes en Quito – Ecuador. Por ejemplo: La Fundación de Residentes Peruanos en Pichincha, Almirante Miguel Grau Seminario, que requiere de asesoramiento

Es importante destacar que la principal misión de la Fundación de Residentes Peruanos en Pichincha, Almirante Miguel Grau Seminario, es realizar gestiones altruistas para la gran mayoría de peruanos que residen en Quito, con el único fin de fortalecer los lazos de confraternidad y buena vecindad entre las familias binacionales de Perú y Ecuador.

1. Como resultados del análisis de las preguntas: Cuatro, siete y ocho, sobre la capacitación y gestión administrativa, dentro de la Embajada del Perú en Quito, indica un grado de capacitación es Eficiente, también cabe indicar que eso no significa que se requiere siempre de capacitación permanente. Es importante mencionar que, esta área, por las nuevas nociones y convergencias administrativas que surgen cada año, debe recibir capacitación y actualización constante. De igual manera, en su mayoría indica que los usuarios tienen un escaso grado de conocimiento sobre convenios, acuerdos y normas de la misión diplomática entre los países de Perú y Ecuador; lo cual exige una amplia difusión sobre estos asuntos.

3.4. Definición Técnica de la Observación:

La observación es un procedimiento que dirige la atención hacia un hecho de la realidad o fenómeno, encontrando el sentido de lo observado, realizando enlaces funcionales entre situaciones y acciones.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en la observación se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos o resultados valiosos.

Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia, ha sido lograda mediante la observación. Existen dos clases de observación:

- La observación no científica
- La observación científica.

La diferencia básica es la intencionalidad: Observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: El investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente el proceso de observación.

Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa.

- **Tipos de Observación:**

Observación Directa: Cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que desea investigar.

Observación Indirecta: Cuando el investigador entra en conocimiento del hecho o fenómeno, a través de las observaciones realizadas anteriormente por otra persona; también pueden ser libros, revistas, informes, grabaciones, fotografías, etc; que mencionan el hecho de observar o investigar.

La Observación Participante: Cuando el investigador, para obtener la información se incluye en el grupo, hecho o fenómeno observado, para así conseguir información "desde adentro".

3.4.1. Observación de Campo:

Se realiza en el lugar o sitio donde ocurren los hechos o fenómenos investigados. Es el recurso principal de la observación de campo o descriptiva.

3.4.2. Justificación.

La aplicación de la Técnica de Observación, fue con el propósito de aprender más de los determinantes de un fenómeno, en lugares concurridos que permiten comprender; el marco referencial de la situación actual, las complejas situaciones que los connacionales se encuentran involucrados, al momento de facilitar o efectuar una

entrevista personal, con miembros de autoridad de la Misión Consular en Quito - Ecuador.

3.4.3. Muestra

Realizada a personas tanto a usuarios que se apersonan a realizar algún trámite, como al desenvolvimiento laboral del personal en los ambientes y oficinas de la dependencia de la Embajada del Perú y Consulado General del Perú en Quito - Ecuador. Aplicada durante el período Junio a Julio del 2011.

3.4.4. Análisis de los resultados de la Observación.

- **Observación Científica:**

Método utilizado para medir la Comunicación Interna que gestiona el Consulado General del Perú en Quito - Ecuador.

Al utilizar la técnica de observación científica, el objetivo básico como una constante, consiste en medir la comunicación interna, recursos, logística, la proximidad con usuarios, que asisten por algún trámite migratorio o personal; medir el clima laboral, también el grado de conocimiento del entorno laboral, que existe entre los funcionarios que conforman el Equipo de Trabajo del Consulado General del Perú en Quito.

El análisis exhaustivo, utilizando la técnica de observación científica como un instrumento proyecta los siguientes puntos:

El aspecto de gestión entre funcionarios del Consulado General del Perú y público o usuarios, que asisten a realizar algún trámite de regulación migratoria; siempre tienen que esperar demasiado tiempo para ser atendidos y en el peor de los casos, por mucha demanda de personas y por cuestiones de horarios, no alcanza a concluir su trámite el mismo día, sino que deben regresar al siguiente día, por que deben pagos de ciertos apostillados, exigidos por cancillería para dichos trámites.

Es por tal motivo, que la mayoría de personas, se sienten incómodas y molestas al realizar trámites migratorios. Ellos mismos justifican esta acción y tardanza obligada para continuar con su permanencia y residencia legal en Ecuador.

En el aspecto de información, el asistente del Consulado General del Perú, se encarga de orientar, con buena voluntad al público o usuarios, ofreciendo información explícita de algunas inquietudes o gestiones que el usuario requiera.

Por lo general, el público o usuarios que se apersonan al Consulado General del Perú, residen en provincias lejanas de Quito; es importante destacar que gran porcentaje son familias y en su mayoría madres que se acercan al Consulado General del Perú, en compañía de sus hijos menores; para empezar, esto ya es un factor de incomodidad, tanto para el público o usuarios que están a su alrededor; como también para la tranquilidad del ambiente laboral en los funcionarios de la Misión Consular.

Es importante mencionar que no existe un área adecuada para los hijos menores del público, quienes acuden en compañía de sus padres, a realizar trámites referentes a partidas de nacimiento y regulación migratoria.

La Misión Consular en Quito, no cuenta con recursos económicos presupuestados, para un programa de comunicación integral y publicidad.

Se enfoca más en convocar a las asociaciones y fundaciones de peruanos residentes en Quito, para que estas realicen gestiones benéficas, solidarias y fraternales entre la comunidad peruana.

CAPÍTULO IV

PLAN DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DEL CONSULADO GENERAL DEL PERU CON SU EMBAJADA EN QUITO.

4.1. Introducción:

El plan Estratégico de Comunicación Corporativa es un documento que recopila objetivos, políticas, estrategias, recursos, beneficiarios y acciones de comunicación y gestión de la Misión Diplomática de la Embajada y Consulado del Perú en Quito – Ecuador.

En el manual se define como principal objetivo, el plasmar los mecanismos y canales de comunicación interna y externa de la Misión Diplomática, enfatizándose ésta en el Consulado y considerándose una globalidad por ser parte de la Embajada del Perú. Las mismas acciones exigen mutua coordinación, integración y gestión corporativa.

Asimismo, el Plan Estratégico Comunicacional Corporativo será un documento normativo que recopile la estrategia general a nivel de mensaje y estilo, con la única finalidad de transmitir y lograr una política del proceso comunicacional, de manera coherente y eficaz en la Misión Diplomática.

4.2. Antecedentes:

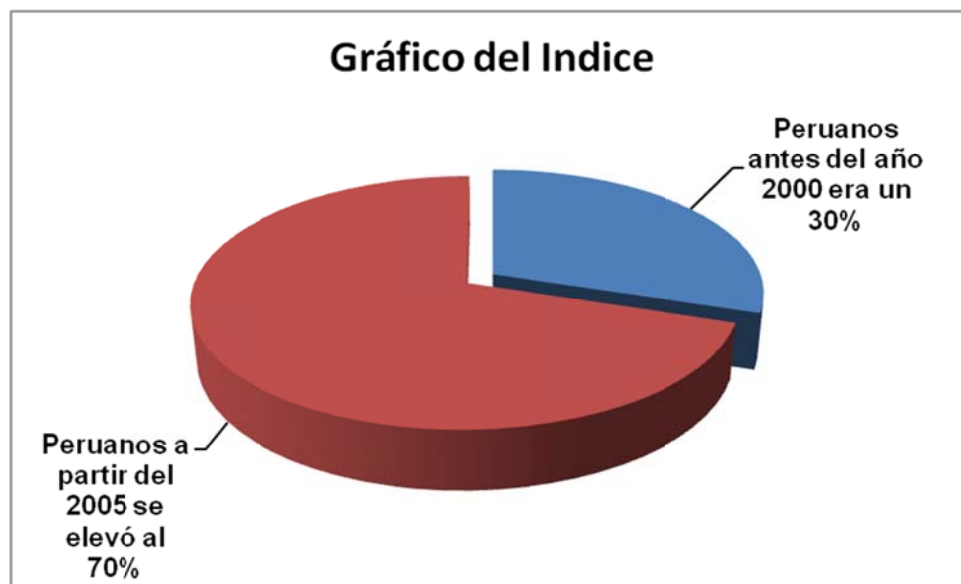
El Consulado General del Perú, cuenta con el siguiente Personal: Srta. Cónsul General, María Antonia Massana García, Sra. Annelise Avalos Temmerman - Vicecónsul; Mario Guzmán Caballero, Funcionario de Cancillería, Katty Peña Secretaria; Juan Figueroa Primer asistente del Consulado; Sr. Luis Dioses Segundo asistente del Consulado.

Al transcurrir 40 años aproximadamente de actividad, brindando atención y velando por los derechos de la comunidad peruana en Ecuador, como también de los trámites consulares de carácter registral, notarial y

documentario de los peruanos y de los extranjeros que realizan trámites, dentro de su jurisdicción consular del Perú en Quito.

Debido a la frecuente y elevada asistencia de connacionales, en los últimos años, se han incrementado nuevos procesos para las gestiones de trámites y visados en esta Misión Consular.

Teniendo como referente que antes del año 2000, el índice era un 30%, a partir del 2005 se elevó al 70%.



Fuente: Base de datos oficina de Migraciones en Ecuador.

En los actuales momentos se han implementado políticas estrictamente directas del Ministerio de Relaciones Exteriores o en su efecto de la Cancillería General del Perú.

Actualmente, cuenta con una página web, que ofrece información necesaria y útil a los usuarios.

Dirección de Internet: <http://www.consuladodelperuenquito.org/servicios-consulares.html>

Es imprescindible analizar en profundidad cada uno de estos aspectos claves del entorno, así como investigar las necesidades de los usuarios que llegan a la Misión Consular, a realizar trámites o gestión personal.

4.3. Objetivos:

De Misión Consular:

Mejorar y potenciar la Imagen Integral del Consulado General del Perú en Quito, para fortalecer los lazos de confraternidad con los ciudadanos ecuatorianos, también extranjeros y connacionales que asisten al Consulado.

De Comunicación:

Dentro de los objetivos de comunicación destacan los siguientes:

- Generar conocimiento, información y notoriedad del Consulado Peruano en Quito.
- Posicionar la imagen positiva de la Misión Consular ante los connacionales que asisten a la sede diplomática.
- Conectar un mensaje de sentimiento de paz, reafirmar su identidad y de confraternidad nacional.
- Crear e inducir una experiencia positiva y única de apoyo solidario a los connacionales.

4.4. Estructura del Plan Estratégico Comunicacional Corporativo.

Análisis:

Estudio de la información del entorno externo e interno en la Misión Diplomática y Consular en Quito - Ecuador.

4.4.1. Público objetivo o Target de la Comunicación.

Adulto independiente: Hombres y mujeres mayores de edad, independientes, con inquietudes a resolver trámites de índole consular.

Adulto familiar: Hombres y mujeres mayores de edad, con hijos/as pequeños preocupados/as por su residencia, como también por la educación de sus hijos/as dependientes.

Infantil: Niños/as de 1 a 11 años en edad (Registros de estado civil - partidas de nacimientos).

Medios de comunicación: Los medios de comunicación más importantes del país, también los creadores de opinión escrita y página web oficial del Consulado General del Perú.

4.4.2. El mensaje.

Resolver referentes a trámites consulares de apoyo y protección a los conciudadanos peruanos radicados en Ecuador.

Estrategia del mensaje a difundir:

- Ofrecer una atención socio - cultural de valor para el desarrollo del público externo que asiste a la sede Consular y un complemento para sus trámites.
- Apoyar las relaciones bilaterales entre la Republica del Perú y de Ecuador, partiendo desde el ámbito socio - cultural e historia común como países vecinos.

4.5. Plan de Comunicación.

Objetivo:

Ejecutar estrategias de comunicación organizacional, a mediano plazo, para mejorar y optimizar las funciones, relaciones e imagen corporativa de la Misión Diplomática del Perú, en Consulado y Embajada de Quito - Ecuador.

Estrategias.

Diferenciación del resto de Misiones Consulares, a través de la potenciación de la identidad corporativa y el posicionamiento de la Misión Consular del Perú.

Acciones.

- Exhibir cartelera o panel informativo y señalética corporativa en las instalaciones del Consulado General del Perú.
- Crear más secciones o vínculos de contenidos (enlaces / aplicaciones multimedia), y funcionalidades en la página web del Consulado General del Perú.

Actividades.

- Como primera instancia, mediante un monitoreo permanente, se medirán las principales necesidades y los trámites de mayor incidencia que realizan los usuarios en las instalaciones de la sede consular; con la finalidad de efectivizar la inmediata y oportuna entrega de documentos. (pro-activo).
- Organizar e incrementar actividades de carácter socio-cultural para profundizar los lazos de confraternidad e integración con el Ecuador. Ejemplos:
 - Cofradía del Pisco Capítulo Ecuador.
 - Ruta Spondylus Binacional Perú - Ecuador.
- Diseñar e instalar una Sala de Espera interactiva con juegos educativos lúdico, para los más pequeños, como complemento al proceso de aprendizaje, cuando sus padres realicen trámites en el Consulado, y dicha gestión demande mayor tiempo de espera.
- Fomentar la utilización de herramientas mediáticas, entregando a las personas un formato de Flyer; explicativo, donde puedan verificar a través del vínculo situado en el sitio web oficial del Consulado; si su documento o trámite realizado puede ser retirado, esta herramienta agiliza y facilita al usuario, tener una pronta

respuesta con el fin de saber cuándo retirar el documento y todo desde la comodidad de un computador o smart phone.

- Elaborar una estrategia de registro en buscadores, web, y mailing, con el fin de facilitar información a los usuarios que necesiten saber cómo realizar algún trámite en el Consulado.
 - Implementar una estrategia para dar a conocer y captar la atención de usuarios, la existencia de un Consulado del Perú en Quito – Ecuador, que vela por los derechos y deberes, de connacionales radicados en Quito.
 - Continuar utilizando la misma política de atención personalizada; a la vez se incrementará como un canal de distribución, herramientas e internet; como por ejemplo: Twiter, Facebook, y página oficial del Consulado General: www.consuladodelperuenquito.org/servicios-consulares.html
1. Crear un folleto impreso, mensual remitible vía correo electrónico, que recopile las últimas noticias sobre los más recientes acuerdos binacionales y donde se combine información sobre comentarios, reportajes, tanto del entorno del Consulado como otras referencias y/o personas de interés e importancia política socio – cultural.

Estas acciones serán para captar y atraer la atención del usuario, logrando gran notoriedad en toda la comunidad de peruanos radicados en las demás jurisdicciones: Bolívar, Carchi, Cotopaxi, Esmeraldas, Imbabura, Napo, Pastaza, Pichincha, Orellana, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos y Tungurahua.

4.6. Comunicación Interna.

Estrategia.

- Elaborar un formato de entrevista a Expertos de Opinión, como por ejemplo a Funcionarios de la Misión Consular.

Actividades:

- **Desayuno de trabajo.** Todos los viernes para comentar la evolución del Consulado, referente a la atención personalizada que se ofrece a los conciudadanos y cuyo proceso está en operatividad.
- **Crear un Manual de Inducción,** para el nuevo personal (asistentes), que ingresa a laborar al Consulado.
- **Replanteamiento de Buzón de Sugerencias,** ubicado en sitio estratégico de la sede consular.
- **Reunión bimensual,** con cada trabajador/a para analizar sus inquietudes, necesidades de formación y su motivación laboral.
- **Creación de una Cartelera Interna,** para indicar los días festivos del país, eventos a realizarse y / o fechas cívicas a conmemorar, así como también motivación del personal.
- **Organizar la Cena de Navidad y Comida de Verano,** con alguna actividad interactiva al aire libre, para las familias de los Funcionarios y Trabajadores del Consulado General del Perú en Quito - Ecuador.

4.7. Comunicación ante una Crisis.

La Misión Consular ante una crisis, no ha considerado hasta el momento; ningún aspecto de comunicación para posible situación.

Estrategia.

Según el caso concreto; se llevará a cabo la mejor de las estrategias posibles, siempre tomando como referencia criterios de responsabilidad, ética y transparencia en la información.

Acciones.

Ante una posible crisis; se designará un Comité de Crisis (dos personas) y se redactará un breve manual ante posibles situaciones: Cómo actuar y quién será el portavoz.

4.8. RR.PP. y gestión de medios.

Estrategia.

Se optará por la propuesta de una estrategia activa, donde la Misión Consular encontrará acciones con el fin de promover su actividad y atraer la atención; para lograr una gran notoriedad en toda la comunidad de peruanos radicados en las siguientes jurisdicciones: Bolívar, Carchi, Cotopaxi, Esmeraldas, Imbabura, Napo, Pastaza, Pichincha, Orellana, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos y Tungurahua; en los medios de comunicación y la sociedad.

Acciones.

- Elaborar publicaciones impresas (boletines de prensa) y vía **On - Line**, en la página web oficial del Consulado, la cual mencionará las próximas actividades a realizarse en un ámbito de integración, fraternidad y júbilo con los demás connacionales que radican en Ecuador.

- Brindar la facilidad de gestión, al realizar algún trámite en las oficinas del Consulado General del Perú en Quito - Ecuador.
- Convocar a medios de comunicación en la participación de eventos socio – culturales y fechas cívicas.

4.9. Cronograma o calendario.

Para lograr un mejor seguimiento de todas las actividades ejecutadas se diseñará un calendario donde se recopile a nivel temporal cada una de las acciones planificadas y cumplidas.

4.10. Presupuesto.

El plan no cuenta actualmente con presupuesto debido a que muchas de las actividades pudieran ser realizadas con beneficios consulares, por lo que una estimación del mismo se realizará una vez sea aprobado el plan.

4.11. Control y seguimiento:

Es preciso controlar y seguir cómo se desarrollan las acciones; posteriormente medir el impacto generado, con el fin de poder tomar decisiones y acciones de perfeccionamiento para el logro de los objetivos propuestos.

Indicadores.

- **De realización Física:** Se procederá a medir el grado real de cumplimiento de las acciones programadas.
- **De realización Financiera:** Medirá el presupuesto real, si ha sido **ejecutado sobre el presupuesto en principio destinado, a esta** acción de promoción y divulgación.
- **De Impacto:** Para medir el número real de personas impactadas a través de las acciones puestas en ejecución. Por ejemplo: Número de apariciones del mensaje establecido “Existe un Consulado del Perú en Quito – Ecuador, que velará por los derechos y deberes de connacionales radicados en Quito y se publicitará en la página web

oficial del consulado; por parte de la Misión Consular ante los conciudadanos.

- **De Resultado:** Medir el número real de resultados alcanzados tanto por la Misión Consular y quienes visitan la página web, para informarse de asuntos que el Consulado está tratando en la actualidad.

CONCLUSIONES

1. Mediante la investigación y técnica de encuesta en el punto o in situ, realizada en el Consulado General del Perú en Quito; durante el mes de julio del año 2011, ratifico la urgente necesidad de plasmar un Plan Estratégico Comunicacional Corporativo; con el fin de apoyar el logro óptimo de funciones y trámites que realiza en conjunto, a beneficio de sus connacionales y extranjeros. De esta manera ofrecerle mejorar sus servicios e imagen corporativa.

2. El principal objetivo de la entrevista fue medir la comunicación interna, recursos, la proximidad con personas o usuarios, de igual modo medir el clima laboral, grado de conocimiento del entorno laboral; entre integrantes y funcionarios. Los resultados proyectaron lo siguiente:

2.1. La Interrelación Informativa, entre funcionarios y personas que asisten por algún convenio binacional; los funcionarios de la Embajada del Perú, siempre actúan con buena voluntad, ofrecen información explícita y detallada a inquietudes o gestiones de usuarios.

2.2. La Misión Diplomática del Perú en Quito, únicamente cuando lo requiere; cuenta con recursos económicos presupuestados, para programas de información y comunicación; en beneficio de los conciudadanos residentes. Generalmente cuenta solo para eventos y ceremonias solemnes y cívicas.

2.3. La Misión Diplomática del Perú en Quito, ofrece apoyo y asesoramiento a instituciones que congregan a conciudadanos residentes en Ecuador. Por ejemplo: la Fundación de Residentes Peruanos en Pichincha “Almirante Miguel Grau Seminario”, enfocada en realizar gestiones altruistas, con el único fin de fortalecer los lazos de confraternidad y buena vecindad entre las familias binacionales de Perú y Ecuador.

2.4. Los resultados de la Observación, como técnica aplicada en la investigación, la infraestructura física o edificio de la Embajada del Perú en Quito, carece de vías de accesibilidad o rampas adecuadas para usuarios discapacitados.

2.5. Respecto a la Gestión Administrativa, dentro de la Embajada del Perú en Quito, el grado de capacitación es eficiente; sin descuidar la actualización y capacitación permanentes, por las nuevas nociones y convergencias administrativas que surgen con las innovaciones tecnológicas del sistema.

RECOMENDACIONES

Los resultados de la investigación inducen recomendar a ejecutar las siguientes acciones específicas en forma inmediata:

1. Elaborar nuevas estrategias de medios, para solucionar y mejorar problemas de asuntos legales y consulares a los connacionales, extranjeros y turistas que acuden a la dependencia diplomática.
2. Crear y utilizar nuevos enlaces comunicacionales, a través de la página web oficial, del Consulado General del Perú en Quito, Ecuador:
<http://www.consuladodelperuenquito.org/servicios-consulares.html>
3. Establecer un ambiente lúdico, para hijos menores y niños, de los connacionales peruanos y extranjeros que asisten a las oficinas del consulado; con el fin de compartir un ambiente adecuado de espera, mientras los padres sean atendidos.
4. Recomendar a las autoridades del consulado y embajada del Perú en Quito, colocar señalética visual en ambientes y puntos estratégicos, para facilitar el acceso de atención a usuarios y en zonas de riesgos.

ANEXOS

ANEXO:

OFICIO DEL CONSULADO GENERAL DEL PERÚ, AUTORIZANDO APLICACIÓN ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.



CONSULADO GENERAL DEL PERU

Quito, 18 de julio de 2011

OFICIO Nº 212-2011

Resolución a encuestas para ciudadanos
peruanos.

Señor
Karlix Alberto Chávez Gemin
Ciudad.-

Con relación a la solicitud que ha formulado a este Consulado General referido a realizar encuestas a 25 ciudadanos peruanos, me permito indicarle que está autorizado, pero sólo para que las encuestas sean colocadas en la sala de atención al público y que las personas que deseen ayudarlo de manera voluntaria, puedan responder a las encuestas.

En cuanto a la entrevista que desea efectuar a la suscrita y a los funcionarios de este Consulado General, también está autorizado. Cabe señalar, que toda la información tanto de las encuestas como las entrevistas, son de carácter reservado y que deberá ser utilizada sólo para fines académicos y no podrán ser publicados.

Atentamente,




María Antonia Masana García
Ministra
Cónsul General

República de El Salvador N34-351 e Irlanda
Teléfono N° 225 2582 Facsimil N° 243 9811
Correo electrónico: info@consuladodelperuquito.org
Página web: www.consuladodelperuquito.org

ANEXO

ENCUESTA A USUARIOS

Lean minuciosamente y marcar con (X) una sola alternativa:

1. ¿Cómo contactó con el Consulado General del Perú?

☐ En persona

☐ Por teléfono

☐ Por e mail

☐ Por fax

☐ Otro (por favor, especifique)

2. Seleccione qué trámites, viene a realizar en el Consulado General del Perú en Quito.

Registros de Estado Civil:

Servicios Notariales:

☐ Nacimientos

☐ Poderes

☐ Regulación Migratoria

☐ Matrimonios

☐ Escrituras Públicas

☐ Visa de Amparo (9 –VI)

☐ Defunciones

☐ Autorizaciones de viaje de menor

☐ Visa (12 – VI)

☐ Nacionalidad Peruana

☐ Certificados de Supervivencia

☐ Visa (9 – VII)

☐ Legalizaciones

3. Si fue por teléfono. ¿Cuánto tuvo que esperar aproximadamente para ser atendido?

- ☐ Me atendieron inmediatamente
- ☐ Unos tres minutos aproximadamente
- ☐ Entre tres y cinco minutos
- ☐ Entre cinco y diez minutos
- ☐ Diez minutos o más
- ☐ Por problemas en la página Web

4. Basándose en su experiencia, por favor, valore del 1 al 10 (donde 1 es "Pésimo" y 10 es "Excelente") los siguientes aspectos del servicio de atención en el Consulado General del Perú en Quito:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	N/A
Fue amable.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fue profesional.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Se expresaba de forma clara y fácil de entender.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Entendió mi problema.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fue capaz de solucionar mi problema.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Fue eficiente. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con el servicio del Consulado General del Perú en Quito. En una escala de 1 a 10, donde 10 es "Completamente satisfecho" y 1 es "Completamente insatisfecho".

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 N/A

Satisfacción
general con el
servicio de ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
atención:

6. ¿Hay alguna cosa que le gustaría manifestar al Consulado General del Perú en Quito, sobre el servicio que le proporciona?:

ANEXO

ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DE LA MISIÓN CONSULAR DEL PERÚ EN QUITO.

- 1.- Considerando que su función en la Misión Consular del Perú, en Quito, requiere mantener una estrecha relación con los conciudadanos residentes, cuál sería su apreciación al respecto:
- 2.- ¿Cómo se asigna a un diplomático en una Misión Consular?
- 3.- Misión Consular, ofrece información explícita y detallada a los usuarios sobre las gestiones y trámites que se les ofrece:
4. - ¿Qué medios y formas se utilizan con mayor frecuencia para informar a los usuarios sobre las gestiones y trámites consulares?
- 5.- ¿Cómo considera Ud. el grado de conocimiento de los usuarios sobre los convenios, acuerdos, normas de la Misión Diplomática entre los países de Perú y Ecuador?
- 6.- Cree Ud. que la información que se emite o envía a los usuarios es captada o recepcionada en forma:
- 7.- A su criterio, cómo valora la actitud o resultado de la gestión de un usuario en la Misión Diplomática del Perú:
8. - Cuál es su criterio respecto al perfil académico y capacitación del personal administrativo en la oficina del Consulado:
- 9.- Cree usted que se debería reforzarse el perfil académico del personal administrativo en la oficina del consulado:
- 10.- ¿Qué aspectos le motivan o desmotivan en su labor que cumple para el Consulado?
- 11.- La gestión en la Misión Consular del Perú en Quito, cómo Ud. la podría valorar y apreciar:
- 12.- ¿Cuál es su opinión personal acerca de las metas que debería cumplir la Misión Consular en Quito – Ecuador?

ANEXO

ENTREVISTA A FUNCIONARIOS SEDE DIPLOMÁTICA.

1. - Considerando que su función en la Misión Diplomática del Perú, en Quito, requiere mantener una estrecha relación con los conciudadanos residentes, cuál sería su apreciación al respecto:
2. - La Misión Diplomática del Perú, ofrece información explícita y detallada a los usuarios sobre las gestiones:
3. - ¿Qué medios y formas se utilizan con mayor frecuencia para informar a los usuarios sobre las gestiones y actividades de la Misión Diplomática del Perú?
4. - ¿Cómo considera Ud. el grado de conocimiento de los usuarios sobre los convenios, acuerdos, normas de la Misión Diplomática entre los países de Perú y Ecuador?
5. - Cree Ud. que la información que se emite o envía a los usuarios es captada o recepcionada en forma:
6. - Las normas y decretos de trámites o gestiones que los usuarios realizan en la Misión Diplomática del Perú, están acordes a la realidad económica y laboral del usuario:
7. - A su criterio, cómo valora la actitud o resultado de la gestión de un usuario en la Misión Diplomática del Perú:
8. - ¿Cuál es su criterio respecto al grado de capacitación del personal administrativo en las oficinas de la Misión Diplomática del Perú?
9. - La Misión Diplomática del Perú en Quito cuenta con recursos económicos presupuestados, para un Programa de Información, Comunicación y Publicidad, en beneficio de los conciudadanos residentes en Quito:
10. - La gestión en la Misión Diplomática del Perú, cómo Ud. la podría valorar y apreciar:

ANEXO: ÁMBITO

VISTA EXTERIOR EDIFICIO DE LA EMBAJADA DEL PERÚ EN QUITO.



Fuente: Administración Embajada del Perú.

Foto Exterior:

Edificio Embajada y Consulado
General del Perú en Quito.

Ubicación:

Av. República del Salvador N34-361 e Irlanda.
Quito - Ecuador.

ANEXOS:

CUADROS DE TABULACIÓN

GLOSARIO

- **Acreditación:** Acto por el cual un Estado (acreditante), comunica su voluntad de considerar a una persona como agente diplomático a su servicio, para actuar en calidad diplomática ante otro estado u organización internacional.
- **Agregado Civil:** Se denomina a un funcionario sub-alterno ante otro de mayor jerarquía, con especialización profesional en áreas culturales, comerciales, laborales, etc., también se le denomina "agregado cultural", "agregado comercial", "agregado laboral".
- **Agente Diplomático:** Jefe de una misión o miembro a su vez de la misma, acreditado con carácter diplomático ante el estado receptor. Goza del estatuto diplomático e inmunidad diplomática.
- **Binacional:** Tratado, convenio, o gestión diplomática entre dos naciones por una misma causa o negociación mutua.
- **Cancillería:** Dignidad o cargo de canciller. Oficina o dependencia de las embajadas y otras representaciones diplomáticas. Alto centro diplomático, desde el cual se dirige la política exterior. Antiguamente, tribunal superior de justicia.
- **Credenciales Diplomáticas o Copia de Estilo:** Se refiere a un certificado referencial del cargo, como nuevo jefe de una misión ante las autoridades o presidente de otro país.
- **Cumbres de Presidentes:** Reunión de máximos dignatarios nacionales o internacionales para tratar asuntos de especial importancia o de determinados marcos conjuntos de acción.
- **Ceremonial:** Conjunto de reglas, estilos y formalidades establecidas para los actos públicos o solemnes, con asistencia de dignatarios y autoridades diplomáticas.
- **Cónsul General:** Oficial consular de más alto rango, radicado en un lugar de considerable importancia comercial. Jefe del servicio consular de su nación, que supervisa a otros cónsules en el país que reside.
- **Diplomacia:** Ciencia dedicada al estudio y práctica de las relaciones internacionales entre estados y países. Conjunto de personas e instituciones que intervienen como expertos para negociar un tratado de relaciones entre diferentes países.
- **Diplomacia Ad hoc – Misiones Especiales:** Es la establecida entre varios países con un mismo objetivo y puedan coexistir con ellas otras misiones, cuya representatividad es otorgada por un tiempo determinado para un cometido fijado, los que podrán ser amplios y de limitación pactada en un acuerdo dispuesto.

- **Embajada:** Representación de un estado ante otros gobiernos en el exterior u otros países.
- **Jefe de Misión Diplomática:** Embajadores acreditados ante los Jefes de Estado y ante otros jefes de misión de rango equivalente.
- **Protocolo:** Conjunto de reglas y costumbres que rigen las ceremonias y actos oficiales de un Estado.
- **Tratado Diplomático:** Convenio para la conclusión de un negocio pactado entre dos o más gobiernos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Academia Diplomática del Perú. *Enciclopedia Académica Diplomática Universal*, Lima, 2010.
2. Bañares, Leticia. *La Cultura del Trabajo en las Organizaciones*. Madrid: Ediciones Rialp, 1994.
3. Bonilla Gutiérrez, Carlos. *La Comunicación: Función básica en las Relaciones Públicas*, México, D.F: Editorial Trillas, 1988.
4. Cancillería del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. *Libro Anual Comercio e Integración*, Lima, 2009 – 2011.
5. Consulado General del Perú en Quito. *Libro Derecho Internacional Asuntos Consulares*, Quito - Ecuador, 2010.
6. Costa, Joan. *Identidad Corporativa*, Editorial Trillas - Sigma, México, 2003.
7. Cuellar Pérez, Javier. *Manual del Derecho Diplomático*, Editorial: FCE, México, 1980.
8. Davis, Keith. *El Comportamiento Humano en el Trabajo*, México, D.F: Editorial Mc Graw Hill, 1983.
9. Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra. *Relaciones Públicas, estrategias y tácticas*, Octava edición. Editorial Pearson Educación. S.A., Madrid, 2006.
10. Dirección de Migraciones del Ecuador en Quito. *Libro Anual de Estadísticas Migratorias*, procedentes del Perú, Ecuador, 2010.
11. Eisenberg, Alfredo. *Curso de Derecho Diplomático*, Montevideo, 1966.
12. Embajada del Perú. *Archivo: Boletín Informativo*, Dpto. Comercial, 2009 - 2011.
13. Fernández Collado, Carlos, *La Comunicación en las Organizaciones*, Editorial Trillas, México, 2003.
14. García Jiménez, Jesús. *La Comunicación Interna*, Madrid: Editorial Díaz de Santos, 1998.
15. Gibson, James. *Organizaciones, conducta, estructura y proceso*, México, D.F: Nueva Editorial Interamericana S.A de C.V, 1985.

16. Hodgetts M., Richard, Altman, Steven. *Comportamiento en las Organizaciones*, México, D.F: Ed. Sitesa, 1986.
17. Martínez Velasco, Alberto; Nosnik, Abraham. *Comunicación Organizacional – Práctica. Manual Gerencial*, México, D.F: Editorial Trillas, 2002.
18. Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. *Archivo Histórico de las Relaciones Diplomáticas del Perú*, Lima, 1998.
19. Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. *Acuerdos Suscritos entre Perú y Ecuador en Brasilia el 26 de Octubre de 1998*, primera edición. Editora Perú S. A, Lima 1998.
20. Ministerio de Relaciones Exteriores. *Enciclopedia de Etiqueta, Protocolo y Eventos*, Cancillería del Perú, Lima, 1986.
21. Robbins, Stephen P. *Comportamiento Organizacional*, Octava edición. Editorial Prentice Hall, México 1999.
22. Sampieri, Roberto H.; Fernández Collado, Carlos; Batista Lucio, Pilar. *Metodología de la Investigación*, México, D.F: Editorial Mc Graw Hill, 1999.