



“LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO INSTITUCIONAL DE LAS SECRETARIAS EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ”

Autores: Saltos Vera Evelyn Rossybel ¹;
Cobacango Villavicencio Jenny Gisella ²;

Filiación: 1 y 2 Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador

Dirección: Avenida Urbina y Calle Che Guevara. Portoviejo, Manabí

Correo: evelingsaltos18@gmail.com /gcobacango@utm.edu.ec

Teléfono: (593) 961244186; (593) 987362187

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Saltos Vera Evelyn Rossybel y Cobacango Villavicencio Jenny Gisella (2018): “Las relaciones públicas y su impacto en el desarrollo institucional de las secretarias en la Universidad Técnica de Manabí”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (noviembre 2018). En línea

[//www.eumed.net/rev/caribe/2018/11/relaciones-publicas-secretarias.html](http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/11/relaciones-publicas-secretarias.html)

RESUMEN

Hablar de las relaciones públicas, refiere a aquella actividad profesional que nace de una necesidad sociológica y su esencia, está centrada en conocer, gestionar e investigar a los distintos usuarios que poseen las organizaciones, además involucran un conjunto de acciones que permiten saber las demandas y satisfacer las necesidades de sus públicos. por supuesto todas ellas acordes a los objetivos de la institución para lograr un consenso, fidelidad y estrechar vínculos satisfactorios de una manera mutua. El objetivo de este estudio fue determinar el impacto de las Relaciones Publicas en el desarrollo institucional de las Secretarias de la Universidad Técnica de Manabí, a través del ejercicio de sus actividades y funciones proyectan una imagen corporativa, pública y confiable, digna de una evaluación que involucren la opinión pública. La metodología cimentada de este trabajo es de acción participativa la misma que permitió determinar el dominio de éstas relaciones públicas en la labor de las secretarias y a su vez aporten en el desarrollo institucional del alma mater.

PALABRAS CLAVES:

Relaciones Públicas, Comunicación, Secretarias, Universidad, Desarrollo Institucional.

ABSTRACT & KEYWORDS

Speaking of public relations, we refer to that professional activity that arises from a sociological need and its essence is focused on knowing, managing and investigating the different audiences that organizations have, also involving a set of actions that allow us to know the demands and satisfy the needs of their public, of course, must be in accordance with the objectives of the

institution to achieve consensus, fidelity and close satisfactory links in a mutual way. The objective of this study is to determine the impact of Public Relations on the institutional development of the Secretariats of the Technical University of Manabí, which through the exercise of their activities and functions allow to project a corporate, public and reliable image worthy of an evaluation. that involve public opinion. The methodology that underpins this research work is participatory action that will allow to determine the domain of public relations in the work of the secretaries and in turn contribute to the institutional development of the alma mater.

Key words: Public Relations, Communication, Secretaries, University, Institutional Development.

INTRODUCCIÓN

La Universidad Técnica de Manabí, siendo una institución social de referencia y pertenencia con la comunidad, ha insertado en el mucho laboral una serie de procesos que ha dado como resultado incontables acciones guiadas por el espíritu y voluntad de hombres de cultura, que le dieron vida con el pasar de los años hasta la actualidad, contribuyendo con el fortalecimiento y excelencia académica. Una de las dependencias que cimienta el vínculo social de la institución es el Departamento de Relaciones Publicas el encargado de la difusión, reconocimiento e identidad institucional basados en configurar una nueva expresión de relación con la ciudadanía. con la cual puede comunicar al otro o mediar en cualquier campo: político, religioso, cultural, económico o social, realizando el papel de relacionista público.

Por ello, prescindir de las relaciones publicas y de las acciones que se realizan dentro de las empresas, organizaciones, instituciones educativas en todos los niveles de instrucción académicas instituciones con diferente razón social, toman cada vez más fuerza, sobre todo por ser más efectivas, directas el solo hecho de la participación activa de la comunicación, es el atributo que dependerá en el logro de sus objetivos comunicaciones y la proyección de su imagen. (Muñoz, 2014)

De ahí se la considera a las relaciones públicas se remontan a la antigüedad, pues en las sociedades tibiales eran utilizadas para promover el respeto a la autoridad. Con el correr de los siglos, se mistificó la escritura; en la Antigua Grecia y Roma surgieron la literatura y la filosofía, las que pueden interpretarse como vínculos de relaciones públicas. (Mantilla, 2016). Tras la caída del Imperio romano surgió una época de oscurantismo durante la edad Media, donde el desarrollo de las relaciones públicas fue casi nulo, al no permitirse el libre debate de ideas, sin embargo, el Renacimiento trajo consigo la libertad de expresión y el libre intercambio de ideas que dieron gran impulso a las profesiones. (Orozco, 2016)

Pero realmente la primera mención técnica registrada sobre las Relaciones Públicas como tales, se adjudicó a Dorman Eaton, abogado y profesor de la Yale University de los EE.UU. El mismo fue quien en 1882 tituló sus conferencias "The Public Relations and the Duties of the Legal Profession", fijando la necesidad de dar la debida atención a las ciencias humanísticas en la expansión de los negocios. (Vargas, 2013)

Muñoz S. (2014) manifiesta "la comunicación es vital en el campo de las relaciones publicas ya que las empresas e instituciones cada vez están más inmersas en el fenómeno comunicativo. Es realmente importante concientizar que las relaciones públicas son un esfuerzo consecuente para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación.

La secretaria, debido su actividad, actitudes y aptitudes comunicativas entre la institución y sus públicos, su operar las convierte en una herramienta comunicacional que ayuda a dar soluciones a problemas y favorece a la institución a verse de manera positiva ante la opinión pública es por ello que para lograr el aporte real al desarrollo y crecimiento institucional, debe poseer, al igual que otro profesional, la personalidad adecuada, la capacidad comunicativa, ya que es el fiel reflejo de la imagen de la institución. El propósito de la práctica de las Relaciones Públicas es establecer una comunicación bilateral buscando la base común de áreas de interés mutuo, instituir la comprensión fundamentada en la verdad, el conocimiento y la información completa. (Vinueza, 2013)

Desde este punto de vista, se plantea indagar como se articulan las Relaciones públicas de las secretarías su aplicación en el desarrollo institucional en la Universidad Técnica de Manabí, procurando determinar cuáles constituyen en los factores importantes en el proceso de fortalecimiento, concentrándose en las acciones comunicativas que se proyectan en la práctica y visibilidad de la institución.

DESARROLLO

1. Las Relaciones Públicas

Antes de indagar sobre el tema sobre las relaciones Públicas es importante precisar que son la voz de las organizaciones, hoy se constituyen en una actividad interdisciplinaria integrándose así en las ciencias sociales en general, así también en la comunicación en particular. Cumplen una función de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía, y sobre todo el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados, para Mantilla (2016) “Las Relaciones publicas se convierten en una herramienta básica para configurar la reputación de las instituciones, construir un entorno de confianza y credibilidad que es imprescindible para la aceptación de sus actividades”

Miguel Ángel L. de Guevara (2018) define: “Las Relaciones Publicas como una disciplina encargada de gestionar la comunicación entre una organización y un mapa de públicos clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Se caracteriza por ser una forma de comunicación bidireccional, puesto que no solo se dirige a sus públicos (interno como externo), sino que también los escucha y atiende sus necesidades favoreciendo a la mutua comprensión, permitiendo que se use como una componente ventaja competitiva” por su parte Quintero (2014) explica “las Relaciones Públicas constituyen una función organizacional de asesoría que respalda las funciones y el desempeño de toda organización [...] para desarrollar y mantener el clima organizacional” Dicho de otra manera, es un esfuerzo consciente para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación, transmisión de información acompañada de estrategias que impulsen favorablemente a la organización.

Spell, Gallego, Molleda, Bayliss, Moreno y Botero (2014) manifiestan que “El objetivo de las relaciones públicas no es fabricar imágenes ideales de las empresas y de los empresarios para venderlos a la opinión pública”. Nicolás Manzur, Oudie (2014) revela “sirven para armonizar las relaciones entre las políticas privadas y oficiales, para lograr los objetivos” a su vez fortaleciendo la comunicación con los diferentes públicos y con la sociedad en general. “Deben ser, como una propugna la terminología más ortodoxa del término, un conjunto de acciones de comunicación estrategia, coordinadas y sostenida a lo largo del tiempo, que tiene como objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos” Mantilla (2016).

“Las relaciones publicas no son un proceso estático, sino que requieren de continuidad y dinamismo” así lo manifiestan. Spell, Gallego, Molleda, Bayliss, Moreno y Botero (2014). Las relaciones públicas siendo una ciencia, no dejan de crecer en conocimientos, mediante la experimentación e innovación, como tal, cuenta con una serie de atributos: Amplitud, Apertura, Empirismo, Método, Utilidad, Descripción y predicción de la realidad Institucional.

Comprender y analizar los distintos públicos, pues estos se les consideran como receptores de mensajes, conocerlos es fundamental en el ámbito de las relaciones públicas

- Público Interno: Es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización. Ejemplo: Los empleados, directivos, los accionistas mayoritarios.
- Público Externo: Es aquel que no tiene relación directa con la organización. Ejemplo: Las autoridades gubernamentales, entidades económicas, financieras, los competidores.
- Público Mixto No están dentro de la organización ni fuera, están en un punto intermedio. Este se divide en dos: Mixto Semi-interno. Al igual que la interna el ambiente y la percepción que tienen los involucrados sobre la empresa pueden causar gran impacto.

Mixto Semi-externo Incluye clientes ocasionales o bancos donde operan los accionistas y al igual que en las relaciones públicas externas, el protocolo de comportamiento y la imagen de la compañía deben representarse adecuadamente.

Miguel Ángel L.de Guevara (2018) explica que toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- Gestión de las comunicaciones internas. Es importante conocer a los recursos Humanos de la institución y estos, a su vez, conozcan las políticas institucionales. Ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- Gestión de las comunicaciones externas. Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionario. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones.
- Funciones Humanísticas. Resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Análisis y comprensión de la opinión Pública. Edward Bernays afirma que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión Pública para luego poder actuar sobre ella.
- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas. El trabajo de todo relacionista público debe tener una solidad base humanista con formación psicológica, sociológica y de relaciones humanas. (pág. 144).

Alexandre H. Mondelo e Inmaculada Iglesias (2015) exponen “las relaciones publicas abarcan todas las comunicaciones que se producen entre la empresa y el público con el que el interactúa”. De esta manera se establece que unas buenas interacciones en las actividades comunicativas permiten gestionar asertivamente beneficios en para el bien común en la organización. Una de las maneras para efectuarse es a través del protocolo “es una herramienta para el éxito en cualquier tipo de relación” Orozco (2016).Su importancia radica en que nos permite llevar de manera adecuada e idónea las conductas, reglas y normas sociales que deben conocerse, respetarse y cumplirse, no solo en el medio oficial ya establecido, sino también en el medio social, laboral, académico, político, cultural, deportivo, policial y militar. A través del ceremonial y protocolo se promueven diferentes actos de eventos tanto en el sector público y privado (Botton, 2015).

Gordillo, (2015) explica: “gestionar la comunicación en las organizaciones, es implícita, desde el primer momento, pues la necesidad de asumir el compromiso de conocer y reconocer las marcas de identidad, la esencia, la razón de ser y estar, de ese actor social en particular”. En este sentido, se puede indicar que, para logro de una buena proyección con los públicos internos y externos, no solo alcanza con proporcionar información a través de canales informativos, ahora es necesario establecer estándares y políticas comunicacionales sólidas y medibles a través de un departamento responsable y especializado en la administración de las actividades comunicacionales.

Para Fanny Paladines G. (2014) “llamamos estratégica a la comunicación integral, a la fusión de todas las formas de comunicación que existen y de las que nos valemos los comunicadores para dar a conocer al público sobre la existencia de una empresa, de un producto o de un servicio. Todas estas fusiones de formas de comunicación nos permiten lograr una estrategia en forma conjunta: comunicación digital, mercadeo, relaciones públicas, publicidad... todas las que nos permitan ir por una sola estrategia para dar conocer lo que hacemos”. De esta manera la comunicación cumple con proyectar la identidad de las organizaciones a través de una imagen que genera confianza en sus públicos: desde esta perspectiva toda acción comunicativa empleada por la empresa tiene una carga direccionada a la gestión que nace en el seno de la institución.

Sin la comunicación, se perdería bienestar, desarrollo, crecimiento, oportunidad ante los diferentes públicos de concebir ideas, iniciativas y proyectos, para ofrecer rentabilidad y ampliar su participación en el mercado; Enmarcadas dentro de las diferentes orientaciones como la comunicación interna, externa, de crisis, desarrollo, talento humano, imagen e identidad y relaciones públicas, desde el ámbito convencional y tecnológico del mundo de hoy.

Investigaciones señalan que Las relaciones públicas son un esfuerzo consciente para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación, en este mismo concepto Strauk y Guillén (2014: 153) afirma que “la concepción estratégica de la comunicación es un planteamiento en constante evolución, que de acuerdo al tipo de organización adquiere matices particulares”. Es decir que se efectúa como una herramienta para el logro de metas de una organización; la proyección de una buena imagen corporativa con el propósito de crear en los públicos actitudes positivas a su favor, el establecimiento de una comunicación dialogada con cada uno de ellos y de establecer una coordinación de intereses para beneficio de ambas partes.

La influencia de los medios de comunicación y la correlación dentro las oficinas en la institución, ganan gradualmente el éxito de las actividades, la proyección de su misión dentro de la comunidad. Hay que tener en cuenta que en las organizaciones, el comportamiento y actitudes empleadas en el ámbito laboral son fundamentales, esto comprende las características de quiénes son, qué hacen, cómo y con quiénes se comunican, en conocer las necesidades del individuo y satisfacerlas, al mismo tiempo esto contribuye a la organización.

1.1 Labor profesional de Secretariado como relacionista público y su aporte en el desarrollo institucional.

Para desempeñar un trabajo con profesionalidad las secretarias, a más de sus conocimientos, y la adquisición de cualidades como construir lazos de confianza y credibilidad en sus relaciones con sus diferentes tipos de públicos, se le asocia una serie de valores fundamentales en esta profesión, como son compromiso, discreción, lealtad con la institución, honestidad disciplina, compromiso, pro actividad, y espíritu emprendedor, la capacidad de manejar habilidades tan simples pero vitales, como el sentido común, el criterio y el buen trato.

Existen factores institucionales vinculados al desarrollo de las mismas, María de los Ángeles Picado (2018) sostiene que “el rol de las secretarias ejecutivas hace que cada vez sea más importante la capacidad de manejar habilidades tan simples pero vitales, como el sentido común, el criterio y el buen trato. Siempre trae muchos beneficios, en forma general, tanto a nivel institucional o personal.” Los mismos se pueden sintetizar como sigue:

- Actualización de reglamentación interna de la institución
- Eficiencia en cumplir con las tareas y actividades.
- Alta productividad.
- Promueve la creatividad, innovación y disposición para el trabajo.
- Mejora el desempeño en la oficina.
- Desarrollo de una mejor comunicación entre los miembros de la institución.
- Mayor armonía, el trabajo en equipo y por ende, la cooperación y coordinación.
- La organización del trabajo de la secretaria.
- Comunicación eficaz como base para manejar adecuadamente las relaciones.
- Las relaciones secretaria-directivo.
- Las relaciones con los compañeros de trabajo.
- Actualizaciones de programas computacionales.
- El impacto y la influencia de la imagen.
- Códigos profesionales del vestir.
- La actitud frente al teléfono: la sonrisa, disposición, todo a tiempo, todo en su lugar.
- La manera efectiva de escuchar.
- Las redes sociales son las más adecuadas para las organizaciones.
- Uso de la tecnología. Conocimiento actualizado sobre la normativa legal y sobre la Convención Colectiva en particular del TEC.

En el marco laboral es indispensable prescindir de las relaciones humanas como parte fundamental que compone a las relaciones públicas, para diferenciarlas conceptualmente, es preciso aclarar que las públicas se refieren a las relaciones establecidas con un grupo de personas: mientras que las humanas se describen al trato interpersonal que en otras palabras se refiere al trato directo con otra persona (uno a uno). Por lo tanto, las relaciones públicas y humanas

son el conjunto de normas que permiten formar el mejor ambiente de trabajo para la interacción entre seres humanos, en resumen, a nivel empresarial las relaciones públicas y humanas son el elemento que hace sobrevivir a la institución.

Rodríguez (2015), expresa "Las relaciones humanas juegan un papel de esencial importancia en el desarrollo integral de la persona" (pág. 68), pues los individuos mediante la aplicación de ellas favorecen a su adaptación en el ambiente laboral. Desde la perspectiva de Vinuesa, (2013) señala "Las relaciones humanas vienen a constituirse como parte fundamental en las actividades diarias y laborales de las personas" (pág. 66), por ello, es significativo especialmente en las secretarías fortalecer las relaciones, desde sus jefes, compañeros de trabajo. "Las relaciones humanas son la plataforma para la buena convivencia y lo que todo ser humano debiera practicar, siendo importante en el diario vivir, logrando así un ambiente de agradable excelencia y cordialidad". (Mejía & Mendoza, 2017). Es decir, desde el accionar la interacción interpersonal de los vínculos establecidos, se basan esencialmente en el trato, atención y respeto en el entorno debe ser compartido.

Investigaciones señalan que las relaciones humanas están encaminadas a crear y mantener entre los individuos vínculos cordiales, amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos. Es así que las relaciones humanas aparecen para sensibilizar, compartir, expresar sentimientos, dar a conocer los pensamientos y participar conjuntamente en la sociedad.

Afirma Armendáriz (2014, p. 68) que "existen valores que aplicados en las relaciones humanas como parte de una buena convivencia", lo que permite lograr unas relaciones dinámicas, armoniosas y agradables con las personas que se trata a diario, enfatizando las siguientes:

"Sencillez: Valor que permite celebrar los logros sin egoísmo y sin olvidar jamás cuánto costó cada triunfo.

Sensibilidad: Es aquel valor que deja mirar con mucho amor al mundo; al hombre le permite compartir las dichas y las tristezas con las demás personas, permite al ser humano estremecerse ante el amor y ante el dolor ajeno, la sensibilidad es ser noble de corazón y regocijarse con el triunfo de otro como si fuera el propio.

Solidaridad: Es todo aquel sentimiento que motiva a los seres humanos a prestarse ayuda mutua. Una persona solidaria sabe que el bienestar de los demás puede construir su propia satisfacción.

Responsabilidad: La persona responsable es digna de todo crédito, siempre se esfuerza por hacerlo todo bien, sin necesidad de que alguien esté pendiente de él, ni que tengan que ofrecerles algo para hacerlo. Una persona responsable procura siempre cuidar cualquier detalle para que todo salga bien, su meta es la perfección, la responsabilidad es parte fundamental para triunfar en la vida.

Amor: Sentimiento como ningún otro denota fraternidad. El amor permite compartirlo todo a cambio de nada y además comprender las debilidades y virtudes de los demás y esto conquista todo con un poco. El amor motiva y es el combustible que mueve al mundo, por amor el hombre es capaz de las más grandes cosas, con amor se logran los imposibles.

Entusiasmo: Es un sentimiento que eleva el espíritu, hace sentir la energía para hacer algo y transmitirlo a otras personas; activa el pensamiento, la imaginación, las debilidades, las actitudes y las destrezas para favorecer una causa o ideal. La vida se alimenta de toda esa energía positiva que genera el entusiasmo." (2014, p. 68)

Sierra, (2013) afirma "El desarrollo institucional se logra a través del buen desempeño y de la práctica de las relaciones humanas e interpersonales que aplican los profesionales en cualquier área que se desenvuelva laboralmente, éstas, garantizan el éxito y el crecimiento de la misma" gestionar y administrar el cambio organizacional, en base de políticas y estrategias, métodos y herramientas analíticas que dan orientación a las actividades de los donadores (los

proveedores de los recursos), quienes mantienen acercamientos teórico-metodológicos para el desarrollo de las instituciones.

La gestión administrativa de las secretarías en la Universidad Técnica de Manabí, se basa en las múltiples obligaciones y responsabilidades, el cumplimiento de sus funciones laborales, cuyo trabajo eficiente, lo cumplen con creatividad, agilidad, discreción, mismo que es ejecutado con efectividad, siendo un aporte importante para el desarrollo institucional del alma mater, por ello se puede afirmar que la contribución de la secretaria la aplicación de un sistema de relaciones públicas donde convergen principalmente su predisposición a las actividades que ejecuta, la honestidad, experiencia, eficiencia, el manejo de buenas relaciones humanas, la aplicación de las relaciones públicas, con los públicos internos y externos sumándose a éstas la preparación académica adquirida y a la constante renovación de conocimientos mediante la capacitación, de esa manera afianza el crecimiento de la institución logrado mediante el trabajo colaborativo.

MATERIALES Y MÉTODOS

La construcción de la metodología fue la de acción participativa, su desarrollo se basó en la recopilación documental, misma que permitió determinar el dominio en la labor de las secretarías respecto a las relaciones públicas y el efecto en el desarrollo institucional de la Universidad Técnica de Manabí.

El diseño de la investigación tuvo dos fases; la primera compuesta por el sustento teórico y la segunda por la parte investigativa a través de la aplicación del instrumento de validación, la encuesta, la misma que servirá para obtener datos reales del tema; el procesamiento de información dirigida resultados y conclusiones del trabajo investigativo.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El objetivo de investigación fue determinar el impacto de las Relaciones Públicas en el desarrollo institucional de las Secretarías de la Universidad Técnica de Manabí para lo cual se aplicó como técnica investigativa, la encuesta, a 49 secretarías de las diferentes facultades, departamentos y otras dependencias de la institución. Se obtuvieron los siguientes resultados expresados a continuación:

Primer Criterio. *Considera que las relaciones públicas se improvisan y se construyen.*

En cuanto a la concepción de las relaciones públicas según lo muestra el gráfico 1. El 96% de las personas encuestada consideran que las relaciones públicas si se improvisan y construyen, probablemente no se apliquen en todos los casos las dos variables de manera simultánea; Un 4% expresa que en la aplicación de las relaciones publicas es necesario estar constantemente actualizando conocimientos y habilidades como relacionistas públicas.

Tabla 1.

Criterio: Considera que las relaciones públicas se improvisan y se construyen.

ALTERNATIVAS	F	%
SI	47	96%
NO	2	4%
TODAS LAS ANTERIORES	0	0%

TOTAL 49 100%

Fuente: Encuestas s secretarias de la UTM

Responsable: Las autoras

En cuanto a la aplicación de técnicas y competencias comunicacionales según el grafico 3. Del personal administrativo secretarial afirmó que 92% siempre, así también un 8%. Indicó que muchas veces aplican las políticas comunicacionales evidenciando que juegan un papel de fundamental importancia favoreciendo una atención de calidad a los receptores de información.

Tabla 2.

En el desarrollo de sus actividades o funciones laborales, aplica usted las técnicas y competencias comunicaciones propias en la interrelación de sus públicos (internos y externos)

ALTERNATIVAS	F	%
SIEMPRE	45	92%
MUCHAS VECES	4	8%
POCAS VECES	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuestas s secretarias de la UTM

Responsable: Las autoras

Con relación a las actividades en el proceso de fortalecimiento del desarrollo institucional como se el 31% del personal encuestado respondió que la comunicación asertiva es primordial en toda actividad ya sea laboral y social; Un 31% expresa que la imagen Pública es el eje para el reconocimiento dentro del contexto en el que se desarrolla, Así también el 31% sostiene que las buenas relaciones laborales, son esenciales para el crecimiento y estabilidad institucional. El 5% expresa que Crear y fortalecer vínculos con los públicos hace que mantenga un trato influenciado por valores éticos como respeto y cordialidad; La Capacidad empática, dirigidas a un trabajo eficaz se describe en un 0%; por otro lado, un 2% representado con la Actitud alegre y de compromiso con la institución y sus públicos permitiendo que la institución tenga un progreso, desarrollo y crecimiento efectivo.

Tabla 4.

Actividades en el proceso de fortalecimiento del desarrollo institucional

ALTERNATIVAS	F	%
Comunicación Asertiva	49	31%
Imagen Pública	49	31%
Buenas Relaciones laborales	49	31%
Crear y fortalecer vínculos con los públicos	8	5%
Capacidad empática, dirigidas a un trabajo eficaz	0	0%
Actitud alegre y de compromiso con la institución y sus públicos	3	2%

TOTAL

158 100%

Fuente: Encuestas a secretarías de la UTM

Responsable: Las autoras

CONCLUSIÓN

El contenido y la experiencia que abordan las relaciones públicas del personal administrativo secretarial comprueban que esta es una herramienta muy útil a la hora de crear y mantener una imagen corporativa que define el servicio, por tanto construye una comunicación innovadora. Por lo tanto los resultados de la investigación evidenciaron significativamente la influencia de las relaciones públicas en el ejercicio profesional de las secretarías de la Universidad Técnica de Manabí demostrando que son una de las funciones esenciales destinadas a optimizar el funcionamiento contribuir en el desarrollo de la institución dentro del espacio laboral con una acción participativa y proactiva en la aplicación de las técnicas, competencias comunicacionales las misma que inciden directamente en la interrelación con sus públicos (internos y externos).

BIBLIOGRAFIA

- Armendáriz, R (2014). Aprendiendo a acompañar: guía práctica de las relaciones humanas, p. 68. Paidós: Segunda edición. <https://rrppuft.wordpress.com/2014/07/29/publico-interno-y-externo/>
- Botton Giron Rosario (2015) protocolo y ceremonial. 1ra edición. Editorial Fundación Académica Diplomática del Perú
- Gordillo, A (2015). El valor agregado de la comunicación al interior de las organizaciones. Razón y Palabra (90),
- Ladrón de Guevara, Miguel A. (2018). Técnicas de Recepción y Comunicación: Editorial Tutor Formación.
- Mantilla, Kathy (2016) Casos de Estudio de las Relaciones Públicas. Editorial UOC.
- Manzur Oudie Nicolás. (2014). Las Relaciones Públicas Modernas. Lo que usted debe saber de las Relaciones Públicas.
- Merchán L, Juan (2018). Relaciones Publicas Fundación Amigos del Instituto Universitario de Relaciones Públicas, 3a ed. <https://relacionistablog.wordpress.com/2018/02/22/relaciones-publicas/>
- Mondelo Alexandre Herminia e Fernández Inmaculada I. (2015) Políticas de Marketing Internacional Estrategias de producto, precio, comunicación y distribución. Ideas propias Editorial. España.
- Muñoz B. Soledad (2014). Protocolo y Relaciones Públicas. Ediciones Paraninfo, S.A
- Orozco Juan de Dios (2016) Protocolo para la organización de actos oficiales y empresariales. Editorial IC
- Paladines G Fanny. (2014). La ley ecuatoriana y sus impacto en la Gestión de la Comunicación Estratégica, http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas.html
- Picado María de los Ángeles (2018) <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2018/04/12/importante-capacitar-secretarias-asistentes-administrativas> Quintero, y. R (2014). Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y Logística en la Dinámica Organizacional/Corporate Communication, Publics Relations and Logistics in Dynamics Organizational. Encuentros, 12(1), 47-58.

- Rodríguez, Estrada Mauro (2015).Relaciones Humanas. México: Segunda edición. Manual Moderno
- Spell D.,Gallego M. Molleda J, Bayliss L., Álvarez M, Botero M.(2014). A propósito de un análisis desde las relaciones públicas: la revisión yuxtaposicional de la comunicación y la persuasión, una encrucijada para confrontar la industria farmacéutica.
- Strauck, M. y Guillén, C. (2014). "La gestión de la comunicación en los gobiernos locales, una mirada desde la perspectiva estratégica: análisis del caso peruano". Revista Internacional de Relaciones Públicas. Vol. IV, núm. 7, pp. 153-176. <https://perspectivas.utpl.edu.ec/sites/default/files/mayo16/la-comunicacion-debe-ser-integral.pdf>
- Vargas Hernández- José G. (2013) Desarrollo Institucional Como Instrumento para el Crecimiento Económico y el Desarrollo Social y Ambiental: <https://www.unisc.br/site/sidr/2013/Textos/196.pdf>
- Vinueza, Acosta Rómulo, (2013). Relaciones Humanas. España: Tomo 1, Editorial Ediciones, Quinta edición