



# **UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

## **TEMA:**

RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN EL  
INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL DE LOS ESTEROS  
AÑO, 2016

## **AUTORA:**

Johanna Patricia Cedeño Salazar

**FACULTAD DE GESTIÓN DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO**

**Carrera de Secretariado Bilingüe**

**Manta, Septiembre del 2016.**

**TEMA:**

**Relaciones públicas en la organización empresarial en el Instituto  
Ecuatoriano de Seguridad Social de los Esteros, año 2016**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En atención a la Resolución No. 39-CF-GDSE de Consejo de Facultad, mediante la cual me designa Directora del trabajo de titulación, “Relaciones Públicas en la organización empresarial en el instituto ecuatoriano de seguridad social de los esteros, Cantón Manta, año 2016.” Realizado por la Sra. Johanna Patricia Cedeño Salazar, previo al título de Licenciada en Secretariado Bilingüe.

Certifico: Que se ha procedido a la revisión en su totalidad y determino que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Por esta razón me permito acreditarlo y autorizar a su autora para su presentación.

Manta, septiembre del 2016

Ing. Lilliam Lino Soriano  
**Directora de trabajo.**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA.**

La suscrita Johanna Patricia Cedeño Salazar, portadora de la C.I. 131578669-7, hace constar que es autora del Proyecto de Investigación Científica titulado “Relaciones Públicas en la organización empresarial en el instituto ecuatoriano de seguridad social de los esteros, Cantón Manta, año 2016.” trabajo académico que constituye una labor investigativa personal realizada con la dirección de la asesora Ing. Liliam Lino Soriano

En tal sentido, manifiesto la originalidad del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada; además expreso que se han respetado los aportes intelectuales de otros autores y se ha hecho referencia de ellos en el texto.

Manta, septiembre de 2016

Johanna Patricia Cedeño Salazar  
**Autora**

## DEDICATORIA

A DIOS Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento para ti papá y mamá.

En especial se la dedico a mi hijo que es la razón de mi ser, para mi esposo quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante. Su cariño, comprensión y paciente espera para que pudiera terminar el grado son evidencia de su gran amor. ¡Gracias!

Johanna Patricia Cedeño Salazar

## **RECONOCIMIENTO.**

A Dios, por su bondad, y concederme la oportunidad de estudiar y cumplir con mis metas, por su generosidad y bendiciones que me ha brindado y lograr un sin número de sueños, tanto profesionales y personales en mi vida.

A mis padres Juan Cedeño y Patricia Salazar, que con su esfuerzo constante, su compañía permanente, su amistad sincera y más aún por su amor incondicional, soy muy afortunada de tenerlos, no hubiera sido posible lograr culminar esta etapa de mi vida y a mis hermanos, ya que cada uno aportó siempre de alguna manera para poder lograr este objetivo, a mis familiares y amigos por el apoyo y la ayuda brindada a lo largo de mi carrera universitaria y de mi vida.

A la facultad de gestión desarrollo y secretariado ejecutivo y a sus profesores por haberme proporcionado los conocimientos, medios y las herramientas necesarias para un aprendizaje integral como profesional y ser humano, para servir a nuestra patria y a la sociedad.

Dedico un reconocimiento especial a mi Directora de Tesis Ing. Lilliam Lino Soriano por el apoyo constante para el desarrollo de la tesis.

Johanna Patricia Cedeño Salazar

## CONTENIDO.

	<b>PÁGINA</b>
<b>TEMA:</b> .....	II
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	III
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA.</b> ....	IV
<b>DEDICATORIA</b> .....	V
<b>RECONOCIMIENTO</b> .....	VI
<b>CONTENIDO.</b> ....	VII
<b>1. DATOS GENERALES</b> .....	X
<b>1.1 Título del proyecto de investigación.</b> ....	X
<b>1.2 Tipología del proyecto de investigación</b> .....	X
<b>1.3 Área del conocimiento.</b> ....	X
<b>1.4 Duración del proyecto</b> .....	X
<b>2. OBJETIVO GENERAL</b> .....	X
<b>3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</b> ....	X
<b>4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO</b> .....	11
<b>4.1. Introducción</b> .....	11
<b>4.2 Marco Teórico</b> .....	15
<b>4.2.1 Antecedentes investigativos.</b> ....	15
<b>4.2.3 Fundamentación legal</b> .....	16
<b>4.2.2 Fundamentación filosófica.</b> ....	18
<b>4.2.4 Fundamentación teórica</b> .....	19

<b>4.2.4.1 Definición de las Relaciones Públicas:</b> .....	19
4.2.4.1.1 La comunicación. ....	20
4.2.4.1.2 La comunicación corporativa.....	21
4.2.4.1.3 ¿Quiénes pueden utilizar las relaciones públicas? .....	22
4.2.4.1.4 Objetivo de las Relaciones Públicas. ....	22
4.2.4.1.5 Importancia de las Relaciones Públicas Internas.....	23
4.2.4.1.6 Características de las relaciones Públicas. ....	24
4.2.4.1.7 La Función de las relaciones publicas en la empresa. ....	24
4.2.4.1.8 Relaciones con los empleados. ....	25
4.2.4.1.9 Relaciones públicas externas.....	26
4.2.4.1.10 Campo de acción de las Relaciones Públicas. ....	27
4.2.4.1.11 Relaciones Públicas en áreas de intervención en salud. ....	28
<b>4.2.4.2 Que es la Organización Empresarial.</b> .....	29
4.2.4.2.1 ¿Porque es importante la organización empresarial?.....	30
4.2.4.2.3 Características de la organización empresarial. ....	31
4.2.4.2.4 Tipos de Organización. ....	31
4.2.4.2.5 Funciones de la Empresa. ....	32
4.2.4.2.6 La Función Administrativa.....	33
4.2.4.2.7 Ventajas de la Organización Empresarial.....	34
<b>4.3 Preguntas de investigación</b> .....	35
<b>4.4 JUSTIFICACIÓN</b> .....	35
<b>4.5 METODOLOGÍA</b> .....	37



a) Diseño del estudio .....	37
b) Sujetos y tamaño de la muestra .....	38
c) Definición de las variables independiente y dependiente.....	38
4.6 Resultados Esperados .....	39
5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	39
5.1 Web-grafía .....	40
6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA.....	41
7. ANEXOS .....	42

## **1. DATOS GENERALES.**

### **1.1 Título del proyecto de investigación.**

Relaciones Públicas en la organización empresarial en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de los Esteros, año 2016

### **1.2 Tipología del proyecto de investigación.**

Investigación básica

### **1.3 Área del conocimiento.**

Ciencias sociales, educación comercial y derecho

**Sub área:** educación comercial y administración.

### **1.4 Duración del proyecto**

**Fecha de inicio**                      **fecha de culminación.**

## **2. OBJETIVO GENERAL.**

Analizar conceptualmente las variables Relaciones Públicas y la Organización Empresarial en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de los Esteros.

## **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Conceptualizar los términos Relaciones Públicas y Organización Empresarial
- Determinar las principales características de las Relaciones Públicas en las organizaciones empresariales.
- Establecer los campos de acción de las Relaciones Públicas de las organizaciones empresariales dedicadas al área de la salud.
- Determinar ventajas de las relaciones públicas en las organizaciones empresariales.

## 4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO.

### 4.1. Introducción.

A través de los tiempos las relaciones públicas han existido con el fin de crear una imagen positiva en las organizaciones. Debido a que las relaciones públicas evalúa las actitudes de su público tanto internas como externas para la aceptación del mismo.

**Las Relaciones Públicas constituyen el reflejo teórico de la práctica corriente en el llamado “mundo de los negocios” en el campo de la comunicación entre el empresario individual o social y sus públicos, comunicación dirigida a crear un “clima de confianza” entre ambos, que se traduzca en un incremento recíproco de beneficios. Caldevilla, David. (2007).**

En efecto, las Relaciones Públicas buscan enfocarse a construir buenas relaciones con su público tanto interno como externo, dando así una buena imagen de la empresa, generando una buena promoción y a la vez sea favorable para los negocios; al mismo tiempo dependen de una adecuada comunicación ya que sirve de vínculo para comunicarse, creando un espacio de seguridad, confianza y entendimiento mutuo para entablar un negocio; además, al comunicarse con el usuario permite recopilar información, tal como sus necesidades, sus preferencias, sus intereses, sus opiniones, etc.

Las relaciones públicas permiten mantener una buena relación con los trabajadores de la empresa, lo que genera un buen ambiente o clima laboral, trabajadores motivados y eficientes. En fin las relaciones públicas son de suma importancia dentro de toda organización ya que se la puede utilizar como estrategia para mejorar su organización empresarial; Por otro lado.

**La organización es la determinación en continuidad de las estructuras de medios humanos y materiales, orientados a la consecución de una misión estratégica común y en consonancia con la cultura de la entidad, creando y actualizando periódicamente las normas sobre delimitador de funciones, responsabilidades, dependencias, procedimientos y sistemas de relaciones y comunicación. (Manene, L. 1996).**

La empresa es una organización conformada por un grupo de personas y cada uno de ellos cumple una función importante dentro de la misma, es por ello que toda Institución necesita de una organización empresarial con el fin de adaptarse a una estructura para el funcionamiento de la empresa alcanzando las metas u objetivos deseados; en otras palabras la organización empresarial empieza con una correcta planificación, mediante la determinación de jerarquías, distribución, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones de la empresa, rigiéndose siempre a los reglamentos de la institución.

Cabe recalcar, que las instituciones han visto la necesidad de buscar un recurso y un mecanismo para vincularse con sus públicos y trabajadores obteniendo una buena imagen organizacional. Actualmente las empresas emplean una estrategia de relaciones públicas para poder comunicarse con sus públicos y transmitir un mensaje adecuado de entendimiento mutuo generando así excelentes relaciones.

En las instituciones públicas del país existen empresas que se dedican a la prestación de servicios y cada una de ellas se rige a los reglamentos que el gobierno les exige, pero no toda empresa cumple con estas normas por lo que genera un desacuerdo dentro de la empresa dando una mala

perspectiva de la institución. Debido a que crea una desorganización institucional provocando una desintegración de vínculos con el público tanto interno como externo, ocasionando una mala información y comunicación a las personas.

En la ciudad de Manta también surgen estos inconvenientes en las instituciones públicas ya que se ven afectadas por su mala planificación, organización y desinformación al comunicar o transmitir una información a su público, generando una mala reputación de la organización. Por ende las instituciones deben mejorar sus relaciones públicas tanto internas como externas y su organización empresarial puesto que ayudará a brindar un mejor servicio a los usuarios mejorando la imagen institucional y a la vez obteniendo un mejor desempeño en las funciones de los empleados logrando así los objetivos deseados.

Ahora bien en el INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL de la parroquia urbana de los esteros que se encuentra ubicado en la Av.103 S/N, es una entidad pública que se dedica a la prestación del Seguro Médico General para los afiliados con relación de dependencia laboral o sin ella, proporcionando la atención médica de sus asegurados. En la misma, existe la necesidad de mejorar los servicios en los departamentos administrativos en razón que no mantienen una buena relación pública tanto interna como externa lo que, perjudica a la organización empresarial, además se observa que no existe un registro

diario en orden secuencial donde consten todas los servicios que reciben los pacientes.

Por otro lado se carece de un organigrama donde estén definidas las funciones de cada funcionario, lo que está causando serios inconvenientes entre los colaboradores porque no están bien determinados sus roles. Se considera necesario mejorar las Relaciones Públicas y direccionarse al objetivo de brindar una atención de calidad a los usuarios obteniendo un beneficio para ambas partes, con el fin de contribuir en la organización empresarial de la institución, a través de la realización de programas de capacitación para el personal administrativo.

El presente trabajo investigativo contiene información bibliográfica relevante que permite esclarecer y orientar la problemática a resolver, el cual posee un marco teórico donde se incluyen los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal y fundamentación teórica, cada una engloba aspectos importantes de las temáticas a estudiar y reseñas de autores que aportan mucho en la investigación, también, constan las preguntas de investigación, justificación, la metodología a emplear, los resultados esperados y la enunciación de la propuesta, los cuales son imprescindible para el desarrollo del estudio

## **4.2 Marco Teórico.**

### **4.2.1 Antecedentes investigativos.**

Las relaciones públicas se originan desde los primeros tiempos de la existencia de la humanidad, porque son necesarias en todos los tiempos y lugares. De acuerdo a lo indicado por Edward Bernays quien afirma que de 1800 a 1865, las relaciones públicas siguieron evolucionando desde las primitivas artes del agente de prensa de la época hasta el ordenamiento claro y consciente ejecutado por Abraham Lincoln referente a la opinión pública.

De acuerdo a las indagaciones referentes al tema del presente trabajo, se encontraron los siguientes resultados:

En la universidad de Cuenca en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, carrera de comunicación social, se presentó la investigación titulada “Las Relaciones Públicas en La Responsabilidad Social Empresarial en Continental Tire Andina S.A.” García (2013). El fin de este trabajo fue analizar cómo el departamento de Relaciones Públicas ayuda a minimizar el impacto que genera el vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados; es decir, que crea, modifica y mantiene la imagen positiva de una empresa.

Otra investigación referente al tema fue en la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de

Organización de Empresas, se presentó la investigación titulada "Organización Empresarial y el Ambiente Laboral en la Empresa Puntonet S.A. de la ciudad de Ambato. Periodo 2013-2014". Romero, Silva, Fernando (2014). Este trabajo versó en la elaboración de un plan de motivación con el fin de optimizar al máximo las destrezas de los colaboradores, un organigrama funcional, posicional y estructural de la empresa considerando los puestos y departamentos con sus respectivos niveles jerárquicos, así mismo se realizó el manual de funciones en el cual se detalla cada uno de los perfiles requeridos por la empresa.

Las investigaciones que se han presentado como referentes investigativos tienen en común las Relaciones Públicas para mejorar las condiciones actuales de la empresa; por lo tanto, tienen similitud con la presente investigación pero no se han registrado estudios con las mismas variables relacionadas a las Relaciones Públicas en la Organización Empresarial, por lo tanto se considera inédito.

#### **4.2.3 Fundamentación legal.**

En la constitución del Ecuador en la Sección tercera, Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por



cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

En la constitución del Ecuador en la Sección octava Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

En la Ley Orgánica del servicio público título III del régimen interno de administración del talento humano capítulo 1 de los deberes, derechos y prohibiciones

Art. 22.- Deberes de las o los servidores públicos.- Son deberes de las y los servidores públicos:

j) Custodiar y cuidar la documentación e información que, por razón de su empleo, cargo o comisión tenga bajo su responsabilidad e impedir o evitar su uso indebido, sustracción, ocultamiento o inutilización.

Estos artículos muestran mucha relevancia en lo que concierne a las Relaciones Públicas y la organización empresarial debido que el IESS se dedica a la prestación de servicios, se ve la necesidad de buscar un mecanismo, estrategia que mejora las relaciones con los usuarios y en su organización.

#### **4.2.2 Fundamentación filosófica.**

Las Relaciones Públicas desde la antigüedad han jugado un papel de gran importancia en las actividades políticas, sociales y culturales de las diferentes sociedades que han existido a lo largo de la historia del hombre, estas surgieron ante la necesidad de las personas de crear una imagen u opinión positiva dentro del contexto en el que se desenvolvían, la influencia de esta actividad se reconoció de forma amplia para el desarrollo de las sociedades griegas y romanas.

Para Taylor (1911) en los albores del siglo XX la filosofía de la escuela scientific management presenta normas de organización de trabajo y la necesidad de lograr entrenamiento y cooperación entre los empleados y la dirección; por tanto lo primordial para Taylor era asegurar la prosperidad tanto de empleados como de administradores, manifestando que la meta más importante sería el entrenamiento y el desarrollo de cada empleado en el negocio para que el mismo pudiera realizar un trabajo de alta calidad y por el cual sus habilidades sean mejores, algunos pioneros de las Relaciones Públicas como Jhon Hill, Paul Garret y Edward Bernays, quien

invento el término asesor en RRPP que equivale a una persona encargada de la prensa.

Otro filósofo Ivy Lee destacó “Hacerlo bien y hacerlo saber”. Frase que es considerada uno de los fundamentos de las relaciones públicas en donde las empresas deben hacer bien aquello a lo que se dedican, pero también hacerlo saber, es decir, dar a conocer a la opinión pública, otra aportación importante es la teoría de la pirámide de Maslow que puede tener relación o inferir en la filosofía organizacional, debido a sus componentes que afectan e interfieren en el desempeño y disposición del trabajador viendo las necesidades sociales, seguridad y la fisiológica básica.

#### **4.2.4 Fundamentación teórica.**

Las relaciones públicas permiten comunicarnos entre organizaciones y la sociedad, con el objetivo de construir, dirigir y mantener una imagen positiva.

##### **4.2.4.1 Definición de las Relaciones Públicas:**

Las relaciones públicas se han venido manifestando como una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuo según Cutlip y Center (2001) define las Relaciones Públicas como “El esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la

ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias”.

Por tanto, Las relaciones públicas se han venido manifestado como una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuo además constituyen una función administrativa porque evalúa las actitudes del público, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos logrando un acuerdo, fidelidad y apoyo de los mismos en trabajos presentes o futuros también influyen favorablemente en las actitudes hacia las organizaciones y sus políticas. Con el fin de dar una buena visión de la institución.

#### 4.2.4.1.1 La comunicación.

La comunicación permite intercambiar sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información. Según el filósofo Aristóteles manifiesta que la comunicación es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender. La comunicación establece un vínculo comunicativo entre dos o más personas en el que se trasmite y se recibe información, expresan ideas sentimientos y se recibe órdenes, ésta necesita ser clara y concisa. La comunicación creció en forma acelerada en los últimos tiempos, con la televisión, el cine, la publicidad e internet. Saber comunicarse conduce a una vida de triunfos.

#### 4.2.4.1.2 La comunicación corporativa.

La comunicación corporativa se ha convertido en uno de los elementos fundamentales en las instituciones para lograr los objetivos previstos.

**La comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende. (Van, Riel. 1997).**

La comunicación corporativa abarca las comunicaciones interna y externa, la comunicación interna se basa en el funcionamiento interno de la organización siguiendo las instrucciones, órdenes, indicaciones para el cumplimiento de las metas y objetivo institucional también las relaciones entre todos los miembros que la constituyen.

La comunicación externa consiste en ofrecer información estratégica con el objetivo de posesionar a la institución de alto privilegio. Mediante la comunicación se puede crear un espacio de confianza para iniciar una conversación con el usuario, transmitiendo un mensaje adecuado con la información requerida. Muchas veces las empresas utilizan la comunicación como estrategia para llegar al público externo.

Así mismo Van Riel (1997) distingue tres Formas de Comunicación Corporativa:

- a) La Comunicación de Dirección, es decir, la existente entre la Dirección y los públicos internos y Externos, para obtener entendimiento y Apoyo a las decisiones de la organización.
- b) La comunicación de marketing, es decir, aquella que se utiliza con fines comerciales: publicidad, marketing directo, venta personal, patrocinio, etc.
- c) La comunicación organizativa, que incluye las diferentes formas de relaciones públicas.

#### 4.2.4.1.3 ¿Quiénes pueden utilizar las relaciones públicas?

Las relaciones públicas se dan en todo momento, forman parte de la vida diaria de cada persona manifestándose a través de la comunicación esta puede ser de forma profesional o personal, se da entre dos o más personas.

#### 4.2.4.1.4 Objetivo de las Relaciones Públicas.

El objetivo principal de las relaciones públicas permite consolidar la relación entre la organización y sus diferentes públicos a través de la comunicación creando un espacio de confianza y seguridad en su entorno. Para lograr éste objetivo el trabajo se centra con mucha frecuencia en la imagen pública de la entidad, como reflejo de su percepción.

#### 4.2.4.1.5 Importancia de las Relaciones Públicas Internas.

Unas buenas relaciones públicas internas son vitales para las instituciones debido a que éstas no tienen una mercadería tangible que vender. Su éxito depende en su mayoría del empleado. Las relaciones públicas internas en una institución deben construirse alrededor de las relaciones humanas, buscan mantener buenas relaciones entre los directivos y los empleados, con una comunicación recíproca entre ambos.

**Cada persona empleada en la empresa es un vehículo de adentro hacia afuera de la empresa, es decir, “vende y comunica” imagen empresarial por esta razón los empleados se convierten en fracción básica para la empresa pues transmite al exterior a través de sus familiares y amistades todo lo bueno de la institución generando credibilidad y buena imagen. (Barquero y Fernández 2007)**

La importancia de las relaciones públicas radica en generar un vínculo entre la empresa y los usuarios, generando una imagen positiva y a la vez buena promoción de ésta, reflejando un clima de seguridad y confianza llenando las expectativas del público.

Las relaciones públicas internas establecen conexiones entre los directivos y empleados, buscan una comunicación entre ambos, logrando que el personal de la organización colabore en las actividades de la empresa y sean positivas mediante la aportación de su apoyo.

Estas actitudes favorables del personal hacia la empresa son de indispensables para lograr los propósitos. Otro factor importante, es que los trabajadores son el reflejo de la imagen de la

organización hacia otros públicos. La imagen de una empresa es de vital importancia para su desarrollo y evolución, de ninguna manera podrá desarrollar su potencial sin una imagen llamativa y de interés para su público.

#### 4.2.4.1.6 Características de las relaciones Públicas.

- Es una actividad habitual y planificada llevada a cabo por las entidades y los particulares.
- Se busca obtener la confianza de los públicos.
- Se dirige a un público heterogéneo clientes, empleados.
- El mensaje es más sutil, menos evidente o directo que el de la publicidad o el de la venta personal.
- El público debe ser tratado adecuadamente, ya que determina el rendimiento que estamos buscando. De sus opiniones y actitudes dependerá el éxito comunicativo.

#### 4.2.4.1.7 La Función de las relaciones publicas en la empresa.

Las relaciones públicas constituyen una función emergente del proceso de cambios en el mundo actual, para tener éxito hay que establecer un contacto entre los diferentes públicos, crear un espacio en el cual se sientan a gusto. En las instituciones son primordiales para un buen funcionamiento y para conservar buenas relaciones entre sus públicos.

**La práctica de las Relaciones Públicas empresariales tiene por objeto analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a la Dirección de la organización, así como el establecimiento de**



**programas de acción que sirvan tanto al interés de la misma, es decir: empresa, institución, como al de sus públicos(Cutlip, Center, Broom, 2001).**

Las Relaciones Públicas están basadas no sólo en una imagen mejor o peor de la organización, sino en la propia realidad empresarial del momento, ya que debe ir acorde siempre la calidad y resultados con la imagen. Una buena imagen es muy difícil de conseguir, pero muy fácil de perder si no se cuida constantemente. Las funciones de relaciones públicas permiten beneficiar a una organización mediante la construcción de confianza y credibilidad a sus públicos. Además, Las funciones de relaciones públicas también pueden promover una organización o defenderla de un ataque a su reputación.

#### 4.2.4.1.8 Relaciones con los empleados.

Las relaciones laborales no se dan por casualidad se alcanzan por un esfuerzo constante y son resultado de un deseo concreto de crearlas y trabajar por ellas, sin duda requieren de un positivo y continuado plan de acción, las relaciones con los empleados son una fuerza viva que se crea o destruye en la diaria relación personal establecida en la entidad.

A si también le corresponde asegurar un equilibrio entre la relación exigida de trabajo y los incentivos impartidos. Para tener un mayor acercamiento al empleado, los que están al frente de la institución serán los que siempre tendrán que dar el ejemplo,

además se comprometerán a cuidar la relación entre la exigencia del empleado y sus beneficios.

En las organizaciones las buenas relaciones laborales se reflejan en los niveles de producción y calidad de trabajo, para el personal que la labora significa buenos salarios un buen trato, satisfacción y seguridad en el trabajo, todo esto garantiza a la organización, que el empleado transmita de forma natural la filosofía de la misma.

#### 4.2.4.1.9 Relaciones públicas externas.

Las relaciones públicas constituyen una actividad esencial, por medio de las cuales las empresas, se comunican con los diversos públicos para transmitir una imagen fiel y exacta de la empresa estableciendo un entendimiento mutuo según manifiesta (Grunig y Hunt 2000) define que “El público es como un sistema libremente estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema o tema, interactúan, ya sea cara a cara o por medio de canales interpuestos, y se comportan como si fuera una sola unidad”.

Es así que los miembros de un público discuten los problemas y se organizan para hacer algo al respecto. Las Relaciones Públicas, son vinculaciones con los públicos. Esta disciplina

busca insertar a la empresa o institución dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos externos como internos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

Las relaciones públicas externas mejoran las actividades frente a los públicos externos con los que se relaciona buscando transmitir una buena imagen al público externo. Los públicos pueden ser una persona o casi siempre un conjunto de personas capaces de tomar decisiones que se interesan a la vida de la institución.

#### 4.2.4.1.10 Campo de acción de las Relaciones Públicas.

El campo de acción de las relaciones públicas busca mejorar primordialmente tanto en lo que ingresa y lo que produce una organización porque al conocer profundamente esos aspectos, permitirá dar una buena imagen interna y externa de alta calidad. También corregir los aspectos negativos.

Las Relaciones Públicas desde el aspecto social pertenecen al campo de las Ciencias Sociales, pues su campo de acción abarca el estudio del comportamiento del hombre en la sociedad, además ofrece instrumentos para comprender las estructuras sociales y aumentar la tendencia del bien común.

Las Relaciones Públicas ejercen en campos diferentes de trabajo por ejemplo en la Publicidad, como creativo publicitario, director de arte, diseñando campañas, logotipos o la imagen corporativa de una empresa. Finalmente el campo de las Relaciones Públicas permite llevar a cabo trabajos de relaciones con los medios de comunicación, organizador del protocolo en actos, gestor de comunicación en empresas e instituciones o como investigador en campañas de comunicación.

#### 4.2.4.1.11 Relaciones Públicas en áreas de intervención en salud.

La salud está sujeta a las políticas y procedimientos que el gobierno les exige como es el caso del Instituto de seguridad social en el que las relaciones públicas juegan un papel importante dentro de ella porque evalúa las actitudes del público interno que son los trabajadores administrativos y del externo los pacientes.

La labor de las Relaciones Públicas en Instituciones de salud, pretenden la satisfacción integral de los usuarios finales mediante una cultura amigable, honesta y servicial con el paciente y con la institución; es evidente que hasta hace algunos años el sector de la salud centraba sus esfuerzos en la operatividad de sus instalaciones, dejando en segundo plano el bienestar de sus pacientes, sin embargo hoy en día la atención se concentra en

orientar los servicios hacia las necesidades específicas de los públicos.

Por otra parte es importante tomar en cuenta que en los centros de salud manejan un ambiente de constante sensibilidad en medio de la angustia, el dolor y lo incierto de la enfermedad, tanto pacientes como familiares requieren de una especial información, comunicación y trato por parte del personal, para ello las relaciones públicas encuentran un amplio campo de acción.

#### **4.2.4.2 Que es la Organización Empresarial.**

Una buena organización empresarial depende de procesos y procedimientos que unidos logran los objetivos que se desean alcanzar dentro de una empresa. Según manifiesta (G, Carvajal, Ormeño, Valverde 2014). Define “la organización como la combinación de los medios técnicos, humanos y financieros que componen la empresa y las actividades necesarias para lograr sus objetivos planteados y distribuirlos en el tiempo”.

Por tanto, la organización empresarial es organizarse mediante una estructura adecuada del personal con las funciones y actividades que le toque a cada uno para que a un futuro no exista ninguna complicación, en el cual debe existir un acoplamiento de trabajo en equipo; la organización es lo principal que toda institución debe hacer para que no haya serios

inconveniente entre los trabajadores y que pueda funcionar sin ningún problemas basándose en los objetivos propuestos en la misión y visión de la empresa.

Organizar no es más que identificar, clasificar las actividades requeridas de manera que se agrupen para dar respuesta a los objetivos, así como coordinar la estructura de la organización asignando a cada grupo un directivo con autoridad necesaria para supervisarlos.

#### 4.2.4.2.1 ¿Porque es importante la organización empresarial?

La organización empresarial es importante en toda empresa porque permite ayudar a lograr los objetivos propuestos, a utilizar mejor los medios disponibles de la institución, a tener una mejor comprensión y comunicación entre los miembros de la empresa, también busca un método eficaz para desempeñar las actividades y funciones, evita la lentitud e ineficiencia de los trabajadores.

La organización empresarial ayuda a un buen rendimiento del personal, logrando una jerarquía de las funciones que cada uno debe desempeñar en el mismo, con el fin de lograr el éxito empresarial.

#### 4.2.4.2.3 Características de la organización empresarial.

- Tienen una división del trabajo establecida, que permite a cada empleado a realizar una labor específica.
- Existe un organigrama que muestra distintos niveles de jerarquía, posicionando a los empleados según su cargo.
- Trabajar en equipo.
- Liderazgo.
- Compartir objetivos propuestos de la empresa con los trabajadores.
- Manejar el bajo rendimiento que existe en la institución.
- Ejercer las Políticas de la empresa.

#### 4.2.4.2.4 Tipos de Organización.

Existen dos tipos de organización las cuales son:

- Organización formal
- Organización informal

##### a) Organización formal.

la organización formal es toda aquella que tiene un eje de dirección correcto, es decir que están coordinadas todas las tareas, actividades y las responsabilidades de cada personal de la empresa para obtener una eficiencia, eficacia, efectividad en la producción, y mantener así una relación explícita entre el trabajador y el empleador en la área de su trabajo.

#### b) Organización informal.

La organización informal se refiere a las relaciones sociales, personales que se producen instantáneamente cuando existe una confianza mutua. Este tipo de organización no tiene un orden dentro de la empresa en la que indique todas las actividades que se realizan dentro de la misma.

En muchas empresas existen los dos tipos de organización la formal y la informal pero muchas veces se rigen por lo informal, es decir se basan por la amistad que tienen entre ellos luego a ello comienzan los rumores, las discusiones unos quieren mandar más que los otros y a todo esto empiezan los conflictos entre el personal.

En toda empresa debe prevalecer la organización formal ya que a ello se rige una coordinación adecuada y no regirse por lo informal, por las amistades personales para que la empresa vaya en un camino correcto.

#### 4.2.4.2.5 Funciones de la Empresa.

Para poder cumplir con las funciones de la empresa deben realizar un conjunto de tareas. En algunas empresas es muy frecuentes que realicen muchas funciones una sola persona. Toda empresa no ejerce las mismas funciones, las empresas



grandes tiene un departamento para cada función y la pequeñas pueden cumplir varias funciones una persona y esto variar el número de personal que elabora en una entidad.

#### 4.2.4.2.6 La Función Administrativa.

La función administrativa es importante porque permite una mejor organización empresarial de manera coordinada y sincronizada las funciones y actividades en la institución, existen varias funciones pero las que más se destacan e importante para toda empresa son:

- Planeación
- Organización
- Control
- dirección

##### a) Planeación.

La planeación nos permite elaborar una estrategia o plan para lograr un objetivo específico y coordinar todas las actividades presentadas dentro de una empresa.

##### b) Organización.

La organización consiste en determinar a cada personal que elabora dentro de la empresa a cada actividad u tarea que exista dentro de la institución y en donde se toman las decisiones.

b) Dirección.

Esta fase permite orientar al personal administrativo en la empresa indicándole y explicándole en si lo que le toca hacer dentro de la misma.

c) Control.

El control permite verificar como marcha el trabajo dentro de la empresa, si la tarea encomendada va de acuerdo con lo planeado y verificar en que están fallando.

#### 4.2.4.2.7 Ventajas de la Organización Empresarial.

Las ventajas de la organización son:

- Existe una mejor toma de decisiones.
- Existe una jerarquía en todas las actividades
- El personal puede compartir sus habilidades y experiencia para que la iniciativa empresarial funcione.
- Incrementa el compromiso del personal con la empresa.
- Facilita la integración social del trabajador.
- Permite al trabajador prepararse para la asunción de responsabilidades, la toma de decisiones eficientes y la resolución de problemas.

### **4.3 Preguntas de investigación**

- ✓ ¿Por qué es importante conceptualizar los términos Relaciones Públicas y Organización Empresarial?
- ✓ ¿Cuáles son las principales características de las relaciones públicas en las organizaciones empresariales?
- ✓ ¿Cuáles son las ventajas de Las Relaciones Públicas en la organización empresarial al IESS de los Esteros?
- ✓ ¿cuáles son los campos de acción de las relaciones públicas en las organizaciones empresariales dedicada al área de salud?

### **4.4 Justificación**

El presente trabajo es de gran importancia, ya que permitirá conocer las relaciones públicas en la organización empresarial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de los Esteros y la relevancia que tiene en la atención de los públicos internos y externos.

Tiene como interés primordial mejorar las relaciones públicas en la organización empresarial del IESS de los Esteros, institución dedicada a la prestación de servicios médicos a los afiliados con relación de dependencia o no, institución donde existe la necesidad de implementar un mecanismo que mejore sus relaciones con el público interno y externo.

Por tanto es necesario ubicar el verdadero rol que cumplen las relaciones públicas respecto a la construcción o cambio de la imagen pública

institucional; entonces es importante analizar las Relaciones Públicas en la organización empresarial del IESS de los Esteros en Manta, con la finalidad de encontrar medidas correctivas que permitan el fortalecimiento de comunicación entre los empleados, directivos y usuarios, todo esto para obtener la aceptación del público y generar una opinión pública favorable.

La importancia de mejorar la Relación Pública y la Organización Empresarial en la institución es de gran relevancia, ya que estableciendo medidas correctivas dentro de la empresa, se permite el fortalecimiento de la imagen institucional y se obtiene la aceptación deseada por parte del público.

La trascendencia de este estudio tendrá un gran significado para el público interno y externo de la empresa, ya que este análisis procura proponer soluciones que contribuyan a un correcto desempeño organizacional.

La factibilidad de realizar este proyecto en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de los Esteros, de la ciudad de Manta, es favorable ya que está respaldado por el gerente administrativo y demás directivos que lo conforman y avalado por la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí.

Para triunfar de verdad hay que vencer los obstáculos que se presentan ya que se vive en un mundo lleno de maldad para ello hay que actuar, arriesgar y tener determinación en lo que se quiere lograr.

#### **4.5 Metodología.**

##### **a) Diseño del estudio**

Para el estudio de las variables, se lo hará de forma conjunta con la finalidad de esclarecer la temática investigada.

Esta investigación se basa en el estudio bibliográfico, esclareciendo las actividades y funciones del personal administrativo, con el fin de contribuir en la organización empresarial, brindando así una oportuna calidad de atención a los usuarios.

Por otro lado, la investigación que se utilizará será de tipo descriptivo; puesto que, se detallará las diferentes características de cada una de las variables, con el fin de plantear una propuesta.

Los métodos que se emplearán durante el proceso de la investigación serán de tipo analítico, porque se procederá a revisar de una manera ordenada cada teoría correspondiente a las variables en estudio; y, cualitativos; esto debido a que, la población a investigar será minoritaria; se aplicará la técnica de observación, para conocer más

de cerca el lugar de los hechos; y además recoger información sobre el objeto que se toma en consideración, luego sintetizarlo para desarrollar la investigación.

## **b) Sujetos y tamaño de la muestra**

### **Universo**

Clientes internos y externos que están expuestos a la atención por parte del personal que labora en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la Parroquia Los Esteros de la Ciudad de Manta.

### **Población**

El conjunto poblacional del presente estudio está conformado por el personal administrativo que labora en el IESS de los Esteros, los cuales por su importancia pasarán a formar parte de la muestra y por clientes internos y externos del IESS de los Esteros. (Se considerará a los clientes más habituales).

### **Muestra**

El total de la muestra fue de 281 personas distribuidas de la siguiente manera: 20 funcionarios del área administrativa, 11 directivos, 200 médicos y 50 pacientes en su totalidad

## **c) Definición de las variables independiente y dependiente**

### **Variable Independiente**

Relaciones Públicas.

Las relaciones públicas se han venido manifestando como una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de comprensión y el beneficio mutuo. Según manifiesta (Castillo 2009).

### **Variable Dependiente**

Organización Empresarial.

Organización es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados. Según manifiesta (Reyes P. 2002).

## **4.6 Resultados Esperados**

Con el análisis de las variables relaciones públicas y organización empresarial en el instituto de seguridad social de la parroquia Los Esteros de la ciudad de Manta, se podrá mejorar y ofrecer una atención de calidad a los públicos internos y externos a través de la organización eficiente de la institución. Este estudio además permitirá plantear nuevas investigaciones y la publicación de un artículo en revistas indexadas.

## **5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Caldevilla (2007) Manual Relaciones Públicas, España edit. Visión net.
- Gruning Y Hunt (2000) Dirección de las Relaciones Públicas, España, ediciones gestión 2000 S.A.

- Kiyosaki, Lo mejor de PADRE RICO secretos para el éxito, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, V&R 2007.
- Van riel (1997) la comunicación corporativa, edición Pearson Educación.
- Barquero y Fernández 2007, Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad, edit. LEX NOVA S.A.
- Cutlip, Center, Broom, (2001) Manual de relaciones públicas eficaces, España ediciones gestión 2000.
- Reyes (2002) Administración de Empresas, Mexico, edit LIMUSA S.A.
- Castillo (2009) Relaciones Públicas, edit. UOC.
- Carvajal, Ormeño, Valverde (2014) PB - Técnicas administrativas básicas, editorial editex.

### 5.1 Web-grafía

- Recuperado en: blog de Luis miguel Manene  
<https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/05/06/la-organizacion-empresarial-definiciones-evolucion-y-escuelas-organizativas/>
- Recuperado en: la constitución del Ecuador (2008)  
[http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Recuperado en: carrera de comunicación social, “Las Relaciones Públicas en La Responsabilidad Social Empresarial en Continental Tire Andina S.A.” García (2013).  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4247>
- Recuperado en: Ciencias Administrativas “Organización Empresarial y el Ambiente Laboral en la Empresa Puntonet S.A. de la ciudad de



Ambato.

Periodo2013-2014”.

<http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8059>

- Recuperado en: la ley orgánica de servicio público LOSEP, 2010  
<http://www.mineria.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2015/10/LOSEP.pdf>

## **6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA**

Estrategia de capacitación en Relaciones Públicas que permita mejorar la Organización Empresarial en el instituto de seguridad social de los Esteros de la ciudad de Manta.

## 7. ANEXOS

