



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

TEMA

“La ética profesional y la imagen corporativa de las secretarias del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta año, 2019”

Autora

Dayanna Lisbeth Barveran Silva

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

Carrera de Secretariado Ejecutivo

Manta

TEMA

“La ética profesional y la imagen corporativa de las secretarias del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta año, 2019”

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios por haberme guiado y brindado fuerza y voluntad para lograr alcanzar unas de mis tantas metas propuestas, por sostenerme y no dejarme tambalear en mi largo y arduo camino hacia mi desarrollo profesional.

A mi familia que ha sido el motor y direccionamiento en mi vida especialmente a mi madre Alida Silva, quien me enseñó a soñar y a luchar por lo que quiero la persona que siempre estuvo acompañándome en mis largas noches de desvelos y cansancio quien siempre tenía para mí las palabras perfectas de motivación cuando sentía rendirme y no poder más.

A mi padre Klever Barveran quien día a día ha trabajado muy duro y ha sacrificado su vida fuera de casa en alta mar para poder otorgarme como la mejor herencia una buena educación, la persona quien nunca dudo por ningún segundo que no podía lograrlo a quien le agradezco por todo el apoyo brindado a lo largo de mi carrera profesional.

A mi hermana Samira Barveran y a mi sobrina por estar conmigo siempre quienes con su confianza no me dejaban decaer para que siguiera adelante y pudiera cumplir con este objetivo.

Dayanna Lisbeth Barveran Silva

RECONOCIMIENTO

Le agradezco a mi segundo hogar a la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por haberme dado la oportunidad de convertirme en una profesional, de la misma manera a la Facultad de Gestión Desarrollo y Secretariado Ejecutivo por haber permitido que forme parte de esta carrera para culminar mis estudios.

A mis amigas que siempre estuvieron a mi lado y que formaron parte de esta etapa universitaria las personas que sin duda alguna dejarán marcado mi corazón y mi mente de buenos recuerdos en las que pude apoyarme mutuamente en los momentos buenos y malos.

A mi tutora de Tesis, la Lcda. Verónica Chávez Zambrano por compartir sus conocimientos y experiencias conmigo, por su confianza, paciencia y apoyo incondicional quien bajo sus direccionamientos me ha permitido concluir la elaboración de este trabajo con éxito.

Dayanna Lisbeth Barveran Silva

ÍNDICE

	Contenido	
TEMA		1
DEDICATORIA		2
RECONOCIMIENTO		3
ÍNDICE		4
RESUMEN		5
ABSTRACT		6
INTRODUCCIÓN		7
MARCO TEÓRICO		12
1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....		12
1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL		13
1.3 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....		14
1.4 FUNDAMENTACION SOCIAL.....		15
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA		15
1.5.1 La Ética.....		15
1.5.1.1 Definición		15
1.5.1.2 LA ÉTICA PROFESIONAL		16
1.5.1.3 IMPORTANCIA DE LA ÉTICA PROFESIONAL.....		17
1.5.1.4 FUNCIONES DE LA ÉTICA EN EL CAMPO SECRETARIAL		18
1.5.1.5 VALORES Y COMPORTAMIENTOS ÉTICOS PROFESIONALES EN LAS SECRETARIAS.....		19
1.5.1.6 APLICACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO.....		20
1.5.2 LA IMAGEN CORPORATIVA		20
1.5.2.1 DEFINICIÓN		20
1.5.2.2 FORMACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....		22
1.5.2.3 IMPORTANCIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....		22
1.5.2.4 OBJETIVOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....		23
1.5.2.5 FILOSOFÍA DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....		24
1.5.2.5.1 PLANIFICACION ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....		25
1.5.2.5.2 REPUTACION CORPORATIVA		25
DIAGNÓSTICO DE CAMPO		27
Encuesta dirigida a las secretarias del patronato municipal de la ciudad de manta		27
DIAGNÓSTICO DE CAMPO		37
Encuesta dirigida a los usuarios externos y personal administrativo del patronato municipal de la ciudad de manta		37
DISCUSIÓN		45
CONCLUSIONES		46
RECOMENDACIONES		47
BIBLIOGRAFÍA		48
WEBGRAFÍAS		49
ANEXOS		50

RESUMEN

Esta investigación fue elaborada con el tema la ética profesional y la imagen corporativa de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta. Es necesario mencionar que la apropiada aplicación de la ética profesional favorece el desarrollo laboral, su deterioro es uno de los impedimentos del crecimiento profesional y por ende del desarrollo laboral, las secretarías en la actualidad no tienen clara la importancia de manejar un buen trato, una comunicación asertiva con actitudes éticas entre otros factores que influyen en el desarrollo laboral. A partir de esta realidad surge como problema de investigación ¿Cómo favorece la aplicación de la ética profesional a la imagen corporativa del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta?; el objetivo que direccionó este trabajo fue determinar la ética profesional de las secretarías y la imagen corporativa del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta. En este estudio se tomó como campo la ética profesional de las secretarías del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta y como objeto la imagen corporativa de esta organización. La población estuvo conformada por los miembros en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta y la muestra seleccionada fueron 40 usuarios entre ellos usuarios internos y externos y 7 secretarías de esta entidad. En la elaboración de aplicó se el análisis documental bibliográfico en donde se comparó y amplió diferentes perspectivas sobre la temática que este trabajo ocupa; las técnicas para la recolección de los datos que fueron las encuestas realizadas a las secretarías, usuarios y al personal administrativo.

Palabras claves: ética profesional, desarrollo laboral, conducta, valores, imagen corporativa.

ABSTRACT

This research was developed on the basis of professional ethics and the corporate image of the Secretaries of the Council Board of Manta. It is convenient to mention that the proper application of the professional ethics favors the working development, its decline in the quality is one of the obstacles of the professional growth so as the working development, these days the secretaries are not clear enough about the importance of providing a good treat, an affirmative communication with good attitudes that influence everyday in the working area. From this point of the research the following problem comes up ¿How does the application of the professional Ethics favor the corporate image of the Council Board of Manta?; the objective that aimed this work was to determine the professional Ethics of the secretaries and the corporate image of the Council Board of Manta. This study took as field the profesional Ethics of the secretaries and as object the corporate image of this organization. The population selected to begin this study was the Council Board of the city of Manta and the sample was composed by 40 people among them internal and external users and 7 secretaries of this organization. In the same way for the elaboration of the research, the bibliographic documentary analysis was applied in order to compare and deepen different perspectives about this topic; the techniques applied to collect the information were the surveys carried out to the secretaries, users and the administrative staff.

Key words: professional ethics, work development, conduct, values, corporate image.

INTRODUCCIÓN

La ética es definida como el conjunto de normas morales que rigen la conducta humana, esta conducta debe estar basada en valores y de acuerdo a estos se podrán tomar decisiones y establecer la distinción entre lo bueno y lo malo. Sin embargo, la limitada aplicación de los valores éticos ha afectado la comunicación en el sentido que las habilidades, capacidades, destrezas y procedimientos para mejorar la calidad de su desempeño se deteriora cada día.

La parte de la ética general, de forma particular, los deberes y los derechos de las profesiones, donde los códigos de ética sirven de guía para la acción moral, incorporándose a los distintos ámbitos de trabajo, con intención de respetar su profesión, de trabajar con lealtad y de cumplir con la sociedad. (Fuentes, 2006)

De acuerdo al criterio del autor la ética profesional y la importancia de un código ético en las instituciones debe ser una herramienta fundamental para todas las entidades, como objeto de crear conciencia y responsabilidad, en todos y cada uno de los que ejercen una profesión u oficio, reiterando que todo valor o código ético está íntimamente relacionado con la idea de un bien.

La imagen corporativa se la considera como un auténtico valor añadido a los servicios que se convierte en un factor clave de decisión en el público, que permite visualizar el estado actual de las actividades secretariales, de qué manera influye y cómo se puede mejorar, también, muestra constantemente el problema de cómo realizar el trabajo lo mejor posible, en un tiempo mínimo con el mínimo esfuerzo y al menor costo en otras palabras indica la forma de ser eficientes para llegar a alcanzar las metas y los objetivos propuestos de la institución.

Se manifiesta con continuidad que las empresas en la actualidad son conscientes de los temas relacionados con los controles internos, contando con medidas apropiadas a sus actividades, en bastantes ocasiones se evidencian importantes irregularidades, en carencias de los controles implantados en las empresas que imposibilitan proyectar una imagen corporativa adecuada.

Es evidente que cualquier entidad necesita de supervisión adecuada para la consecución de los fines propuestos.

En gran parte, no se tiene en cuenta que muchas veces los usuarios son las piezas fundamentales en cualquier organización y que, en consecuencia, los aspectos humanos son los que tienen mayor incidencia en las mismas afectando de manera directa a la imagen corporativa de la empresa.

De acuerdo a la literatura revisada durante la ejecución de esta investigación, se pudo evidenciar que en América Latina la adecuada aplicación de la ética profesional en todo tipo de empresas es un condicionante para su correcto funcionamiento; No obstante, hoy en día algo desalentador es que muchas secretarías presentan dificultades y ausencia de buenas prácticas en sus actividades diarias, lo que hace que estén expuestas a riesgos de ser reemplazadas por no poder desarrollar las metas y objetivos que tiene la organización en la que laboran.

En Ecuador, los problemas éticos profesionales son críticos pues existen secretarías en las instituciones que desvirtúan la importancia de manejar principios y valores para asegurar el desarrollo de una actividad de manera coherente y responsable y de esta manera regular las actividades que se realizan en el ámbito laboral. En este sentido es pertinente considerar que se debe de contar con secretarías preparadas que sean capaces de manejar de la mejor forma el rol asignado, que apliquen la ética profesional y logren una excelente imagen y comentarios favorables de sus usuarios para direccionar a la empresa hacia el éxito.

Como resultado de proporcionar servicios a los usuarios surge la imagen corporativa, de esta se puede resaltar que el área secretarial es un pilar fundamental, tomando en consideración que las secretarías tienen relación de manera directa con la entidad y con los clientes, sin embargo, en muchas ocasiones la imagen corporativa se ve afectada por comportamientos inadecuados y por la falta de ética como profesional.

Cada día esta problemática se convierte en un aspecto crucial para muchas entidades en que la falta de ética profesional de las secretarías imposibilita su

éxito, en la búsqueda de la solución a este problema a lo largo de los años se han implementado una serie de estrategias que, de manera temporal, aunque no completamente definitiva han permitido que las secretarías desarrollen sus valores, destrezas, habilidades y capacidades intelectuales.

El Patronato Municipal de la ciudad de Manta es una entidad que tiene más de 15 años de vida institucional, su objetivo es satisfacer las necesidades de las personas dentro y fuera de la ciudad, mediante servicios que la entidad brinda de manera gratuita como también a bajo costo. No obstante, al ser una entidad que brinda servicios, cualquier factor que no tenga un impacto positivo en sus usuarios puede generar una mala imagen corporativa.

En relación al tema base de este trabajo se ha detectado que el personal que labora en la institución presenta insuficiencias en la adecuada aplicación de la ética profesional. Por un lado, las secretarías y el personal administrativo han adoptado patrones de conducta y comportamiento que conducen a la pérdida de clientes y credibilidad de los ciudadanos en los servicios que proporciona el patronato.

Por otro lado, de manera habitual persiste una comunicación débil que imposibilita el perfeccionamiento de habilidades, capacidades, destrezas que contribuyan a elevar la calidad de servicio; consecuentemente, todas estas dificultades logran un impacto negativo en la imagen corporativa.

La finalidad de esta investigación fue determinar la ética profesional que aplican las secretarías que forman parte del Patronato Municipal de la ciudad de Manta y la imagen corporativa reiterando que el público no solo comunica su imagen si no también, comunica la identidad de la organización para poder formar un criterio positivo o negativo de ella.

Como estudiante de la Facultad de Secretariado Ejecutivo la realización de esta investigación ayudó a involucrarme en el tema con profundidad por otra parte, permitió ampliar mis conocimientos y habilidades que en un futuro podré ver reflejados en el campo laboral, el estudio del trabajo de investigación fue factible gracias al apoyo incondicional de la tutora de guía y de las autoridades del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

Los resultados obtenidos en esta investigación servirán de aporte para mejorar el desempeño laboral de las secretarías, pues a través de ellos se conocerán las dificultades que existen en la aplicación de la ética profesional y si estas influyen en la imagen corporativa del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

El problema que surge en esta investigación es ¿Cómo favorece la aplicación de la ética profesional a la imagen corporativa del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta? En base al problema se determina que el campo es la ética profesional de las secretarías del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta y como objeto la imagen corporativa de esta organización.

El objetivo general que orienta a la presente investigación es determinar la ética profesional y la imagen corporativa en las secretarías del Patronato Municipal de la Ciudad de Manta; y para el cumplimiento de este objetivo general se enuncian los siguientes objetivos específicos:

- Conceptualizar la ética profesional y la imagen corporativa.
- Diagnosticar la ética profesional en las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.
- Identificar el criterio de la ética profesional y la imagen corporativa que tienen los usuarios acerca de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.
- Describir los elementos que intervienen en la imagen corporativa del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

La factibilidad de este proyecto radica en que cuenta con el aval de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí a través de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo y del Patronato Municipal de la ciudad de Manta, el cual ha brindado la apertura para que se lleve a cabo la investigación. De igual manera se cuenta con el respaldo de un tutor guía que ayudará en la elaboración del proyecto; además, de los recursos bibliográficos, libros, ensayos, artículos, revistas, periódicos páginas web, que permitirán caracterizar cada una de los conceptos base de este estudio, también se cuenta con el recurso económico que permite la ejecución de la investigación.

El tipo de investigación aplicado es descriptiva porque se va a detallar y caracterizar cada uno de los factores que intervienen en la variable de estudio; se aplicó el análisis documental y bibliográfica porque se va a conocer, comparar, ampliar, diferentes enfoques. El estudio fue de carácter cualitativo porque se analizó el problema y determinó la causa que estaba afectando a la población en estudio, a través de las técnicas utilizadas como las encuestas dirigidas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta, a los usuarios y personal administrativo.

La elaboración de este trabajo consta de tres capítulos que están señalados a continuación: el primer capítulo se basa en el marco teórico que describe los antecedentes investigativos de las variables estudiadas, además se evidencia la fundamentación legal, filosófica y social. De la misma manera, se presentan los conceptos relacionados a las variables la ética profesional y la imagen corporativa de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

En el segundo capítulo se presentan los resultados del estudio de campo y su respectivo análisis y en el tercer capítulo, se determina la discusión luego las conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

De acuerdo a la revisión bibliográfica realizada por la autora de la investigación se encontró los resultados que a continuación se señalan:

La tesis de grado previo a la obtención del título de licenciado(a) en Ciencias de la Educación Mención Secretariado en Español, de la Universidad Técnica de Ambato, la autora Norma Vivero realizó su investigación en el tema: “La ética profesional incide en el desempeño laboral de la secretaria en la administración Zona la Delicia del distrito metropolitano de Quito”(2013), al final de su trabajo concluye que la ética profesional incide en el desempeño laboral de las secretarías limitando el mejoramiento del servicio por competencias y valores.

La autora Dolores Ramón en su libro titulado “Ética Profesional en Ciencias Empresariales” (2015) hace referencia que la ética profesional no es un proceso de manera externa que se puede obligar o imponer mediante capacitaciones, a su vez concluye con la teoría de que el hombre mediante su formación de vida adquiere la ética para su profesión y sus convicciones.

En la universidad Politécnica Salesiana de Quito de la Facultad de Administración de Empresas se encuentra el trabajo de tesis previo a la obtención del título de ingenieras comerciales de grado con el tema “Rediseño de la Imagen Corporativa del Instituto Nacional de Contratación Pública-INCOP” (2013), siendo sus autoras Sandy Hurtado y Andrea Sotomayor; este trabajo condujo a la conclusión relevante que : la imagen que tienen los funcionarios respecto a INCOP no es muy buena y falta mucho para llegar a ser una corporación respetada.

Con los antecedentes expuestos, se puede deduce que la ética profesional se ha convertido en un pilar fundamental dentro de la sociedad y empresas con el fin de proyectar a sus consumidores una buena imagen corporativa cumpliendo con sus objetivos y satisfaciendo las necesidades de la sociedad

1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

De acuerdo a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor de la Republica de Ecuador en su Título Responsabilidades y obligaciones del proveedor Capítulo V indica:

Art. 27.- sobre los servicios profesionales

Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas.

La Constitución de la República del Ecuador en su capítulo noveno Titulo responsabilidades Art. **83 numeral 12 indica:**

Que es responsabilidad de las ecuatorianas y ecuatorianos el “Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética”.

De acuerdo a lo que señalan los artículos mencionados el deber del profesional es atender a todas las necesidades de los clientes de manera óptima y con calidad de servicios aplicando la ética como profesional. Según Griffin (2011, pág. 106) “Las empresas tienen un código de ética formal: declaraciones escritas de los valores y estándares éticos que guían las acciones de la empresa”. Los códigos de ética definen la conducta esperada en el cumplimiento de las leyes

En cuanto a la Imagen Corporativa que se encuentra en la Normativa Constitucional Política del Ecuador Capítulo I Trabajo y Seguridad Social de la Sección novena Personas usuarias y consumidores manifiesta:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

De acuerdo a los artículos mencionados la ley establecerá sanciones por vulneración de estos derechos, por otra parte, el estado se hará responsable por los daños y perjuicios ocasionados por la negligencia y mala atención hacia los usuarios por parte de las empresas.

1.3 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Esta investigación se fundamenta en el origen de la ética profesional y la imagen corporativa. De acuerdo a lo que expresa (Cabaleiro, 2013)

La etimología de la palabra Ética proviene del vocablo griego “ethikós”, que significa relativo al carácter, derivado de “éthos” que significa “manera de ser” “carácter”, por consiguiente, la ética atañe al modo de ser de la persona, su comportamiento o costumbre, son principios, valores o pautas que rigen la conducta humana.

Es decir, una persona al momento de su desarrollo y preparación como profesional va forjando valores, costumbres y comportamientos éticos que de una u otra manera facilitan llegar a un mejor desenvolvimiento profesional en un ambiente laboral teniendo claro que de su conducta no solo dependerá la proyección de la imagen del establecimiento si no el futuro con la sociedad.

La imagen es una representación mental del público asociada a la información que tengan de la empresa o entidad por parte de los clientes, es todo aquello que ha estado en contacto directo o indirecto con el público como lo es la atención al cliente o logotipos de la empresa.

Hefting (1991) menciona que la imagen corporativa es “la personalidad de la empresa, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa para darle cuerpo, para repetir su imagen y posicionarla en el mercado”

La expresión “imagen corporativa” proviene del inglés y es una traducción libre de “corporate image”. En el contexto anglosajón “corporation” significa compañía o empresa, pero en el contexto latino remite a formas organizativas más complejas y nunca significa sólo empresa.

1.4 FUNDAMENTACION SOCIAL

Según la revista de investigación *Ética y Valores* de la Universidad Salle Pachuca publicada en el año (2007) menciona que la ética en la sociedad son conceptos relacionados entre sí, porque la ética estudia e intenta comprender la razón de ser y hacer que las personas reflejen el porqué de ciertas acciones y situaciones.

La sociedad como comunidad ética, nos habla de una sociedad que logra comprenderse desde una base comunitaria y que desde ahí logra establecer sus valores y principios de los cuales llevará a cabo sus políticas, tanto económicas, como culturales y sociales. Por ejemplo, las empresas tienen responsabilidades con la sociedad de la cual deben asumir compromisos para solucionar problemas y satisfacer sus necesidades en el entorno social lo que repercutirá en su imagen corporativa.

En efecto favorecerá de una u otra forma a las empresas esta responsabilidad social corporativa, especialmente en la reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital socios y clientes.

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.5.1 La Ética

1.5.1.1 Definición

Maidana (2005, pag.59), define:

La ética comprende el conjunto sistemático de los principios sobre el comportamiento moral; por su parte, la moral contribuye al entremado de normas y reglas de acción que regulan las relaciones de los individuos en una sociedad, aceptadas libremente, sujetas a variación y transformación históricas. La ética ni debe de ser un instrumento de control, censuras, prohibiciones o sanciones, sino que pertenece al reino de la libertad, de la autonomía, y de la intensidad. Es un acto libre porque compromete las lecciones y decisiones.

En referencia a lo que define el autor, la ética es esencial para los seres humanos en lo personal y profesional porque tienen la libertad y responsabilidad de actuar y tomar sus propias decisiones según sus criterios o voluntad. Guevara (2009) la ética, “trata del bien y del mal, de los derechos de las obligaciones morales, y de los principios que rigen el comportamiento moral de una persona o grupo”, y

además, implica el comportamiento en la vida cotidiana a fin de lograr la sana convivencia

Chiavenato (2004) expone,

Desde un punto de vista global la ética es una preocupación por el buen comportamiento, no solo para el propio bienestar sino el de otras personas traducido en la regla de oro no hagas a otros aquello que no quieres que otros te hagan a ti.

En contraste Parker, citado en Geen (2001) opina “la ética es el uso de herramientas de la razón para generar reglas que guíen el juicio en circunstancias tanto generales como particulares.” Con ello se obtendrá una mayor visión y una amplia gama de alternativas a escoger para poder encontrar el mejor camino hacia el bien personal.

Orme y Ashton (2002) concluyen que la ética debe estar basada en estructuras, políticas, códigos o un entendimiento general de reglas. Aunque igualmente es necesario contar con individuos que puedan diferenciar entre lo que está bien y mal, que sean capaces de tomar decisiones difíciles y que sean lo suficientemente firmes para apegarse a ellas.

La ética es un patrón de vida importante para el proceder de cada persona lo que permite distinguir y decidir entre lo que es bueno y lo que es malo, la ética es el motor de direccionamiento de cada ser humano al momento de tomar decisiones y de actuar.

1.5.1.2 LA ÉTICA PROFESIONAL

La ética profesional es parte de una cultura profesional que incluye un conjunto de saberes, creencias, valores y esquemas de acción que orientan las prácticas en el campo profesional. Como parte de la cultura, se transmite de una generación a otra mediante procesos de socialización y enculturación; sus elementos son más o menos compartidos por quienes se reconocen con derechos y obligaciones para ejercer la profesión; sirve de pauta de lectura a los profesionales para dar sentido a sus actividades en el contexto en el que actúan y está en la base de las prácticas profesionales y de las estructuras que sostienen la profesión. (Yurén, 2014)

La ética profesional es la ciencia normativa que establece los derechos y los deberes de cada profesión con el objetivo de crear conciencia de las responsabilidades de todos y cada uno de los que la ejercen. Los principios éticos de cada profesión se sustentan en la naturaleza racional del hombre. (Labrada, 2010, pág. 86)

Según Rodríguez J. (2015) Define a la ética profesional como una pretensión hacia las principales actividades que se pueden realizar en un cuadro de vida profesional. Es una disciplina que incluye una manera de referenciar lo específico a la realidad. También se observa como una carrera constituida por el conjunto de 38 derechos y obligaciones morales, deriva en una finalidad y condición básica de una persona en armonía. (p 23).

De acuerdo a los autores la ética profesional se define como la ciencia del deber, es un conjunto de valores, principios, reglas, comportamientos y regula las actividades propias de la profesión con la finalidad de ejercer los deberes y obligaciones, ayuda a los seres humanos a realizar sus actividades basadas en la disciplina de forma honesta, responsable, humanista, en beneficio de la sociedad.

Según Hortal (2010) en su libro “Ética General de las profesiones”, afirma que hablar de profesiones y de ética profesional es problemático. No termina de ser persona ética aquella que en todo es intachable menos a la hora de desempeñar sus responsabilidades profesionales.

1.5.1.3 IMPORTANCIA DE LA ÉTICA PROFESIONAL

La Ética es importante porque trata acerca del fin último, donde el hombre encuentra la felicidad, ya que todo hombre sabe de algún modo que ha de hacer para ser feliz y tiene cierta idea del bien, del mal. Sin embargo, el estudio científico de estas cuestiones añade profundidad y solidez a los principios morales, y es de gran utilidad a la hora de dirigir la conducta humana (Rodríguez, 1987, p. 73).

La ética en los profesionales es importante debido a que el hombre tiene la inteligencia para actuar de forma libre, para pensar y elegir sus actos. La ética es un referente para lograr una convivencia armónica en comunidad, cumpliendo las obligaciones individuales y respetando las normativas éticas.

La ética de una profesión es el conjunto de normas, en términos de los cuales definimos como buenas o malas, una práctica y relaciones entre los profesionales. El bien se refiere aquí, a que la profesión constituye una comunidad dirigida al logro de una cierta finalidad. (Vaillarini ,2012. p 47)

En referencia a lo expuesto por el autor la ética profesional es importante porque, en la actualidad la sociedad está siendo afectada por las malas conductas o comportamiento que se hacen evidentes en las corporaciones, por tanto, se busca obtener una buena reputación a través de prácticas éticas que construyan una imagen positiva hacia la sociedad.

La importancia de la ética profesional radica en los siguientes puntos:

- Permite analizar los principios y normas básicas de manera individual.
- Permite enfrentar situaciones problemáticas de convivencias.
- Garantiza el éxito profesional.

En la construcción cotidiana de nuestras decisiones y a partir de la libre elección de nuestras acciones, cada día en el ejercicio de nuestra profesión tenemos la opción de elegir la naturaleza de nuestros actos, de dirigirlos con dignidad. (Alvarado, 2006, s. p.)

El autor manifiesta que las personas que ejercen una profesión se enfrentan a situaciones y acciones que de una u otra forma corren el riesgo de exponer su conducta en malos juicios, por lo que es pertinente tener en cuenta que existen deberes y derechos que cada profesional necesariamente debe regirse.

1.5.1.4 FUNCIONES DE LA ÉTICA EN EL CAMPO SECRETARIAL

Cortina citado por Vilar (2014) expresa,

La función de la ética profesional es descubrir cuáles son los principios que orientan una actividad profesional determinada, los valores en que estos fines se traducen y las virtudes que deben manifestar los profesionales para lograr los bienes internos propios de aquella actividad profesional.

La función de la ética profesional es hacer que el profesional adquiera conciencia ética, asuma su compromiso con la profesión, ejerza sus deberes y derechos protegiendo el patrimonio corporativo y social, más no su propio beneficio y con la satisfacción de que su accionar ético como profesional trasciende por el aporte que hace a la sociedad.

Bustamante R. (2009) indica que la ética profesional (...) tiene como objetivo clarificar las obligaciones y dilemas de una clase profesional que trabaja con la adquisición, procesamiento y difusión de la información para los individuos y la sociedad en general. Aquella que estudia la responsabilidad que contrae el profesional con su entorno natural y social una rama de la ética cuyo propósito es establecer los deberes, obligaciones y éticas que tienen que asumir quienes ejercen una determinada profesión (p 126)

El profesional en secretariado ejecutivo, cumple este propósito desde el momento en que identifica y atiende las necesidades de la sociedad, que es cambiante y exigente, desarrolla los servicios requeridos, toma decisiones de manera responsable y honesta que beneficien siempre a la empresa. Según Rodríguez (s/f.) la ética profesional es aquella que “estudia la responsabilidad que contrae el profesional con su entorno natural y social”

1.5.1.5 VALORES Y COMPORTAMIENTOS ÉTICOS PROFESIONALES EN LAS SECRETARIAS

Cabaleiro (2013), “los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro.”

En la actualidad se vive una fuerte y alta carencia de valores y comportamientos éticos, más bien son las malas conductas y los antivalores como la mentira, la corrupción, el fraude, la irresponsabilidad, la deshonestidad; los que van cobrando vigencia, se van haciendo comunes en la práctica profesional de algunas personas, y de las corporaciones; para Hartman (2013) “las creencias subyacentes que provocan que actuemos o decidamos de una u otra forma. El grupo de valores de la persona o de la corporación puede conducir a un resultado que puede ser ético o antiético”

Los valores inspiran la razón de ser de cada organización. Estos valores son explícitamente declarados y en otras se manifiestan en el ambiente de la organización. Son un elemento motivador de las acciones, y del comportamiento humano y crean un sentido de identidad del personal con la organización. (Cabaleiro, 2013)

Entre los valores éticos profesionales se encuentran los siguientes:

- Libertad: La libertad es individual, una persona libre tiene sus apropiados pensamientos y actos de la cual deben manejarlos con responsabilidad.

“La libertad se forma como instrumento que permite el intercambio libre de ideas y funciona como ente fortalecedor de los procesos democráticos, a la vez que otorga a la ciudadanía una herramienta básica de participación” (Ávila Ordoñez, Ávila & Gómez 2011, pág. 8.)

- Responsabilidad: Es saber asumir las consecuencias de los buenos y malos actos es la responsabilidad de todo ser humano desempeñar las obligaciones o tareas asignadas éticamente.

Podemos definir a la persona responsable como aquella que asume las consecuencias de sus actos intencionados, resultado de las decisiones que tome o acepte; y también de sus actos no intencionados de tal modo que los demás queden beneficiados o, por lo menos, no perjudicados; preocupándose a la vez de que las otras personas en quienes puedan influir hagan lo mismo. (Caixa, 2012, pág.2.)

- Verdad: la verdad está asociada con la ética profesional y personal se refiere a una persona honesta, la verdad hace que las personas sepan distinguir entre lo bueno y lo malo.

La palabra verdad se usa mucho para referirse a una persona honesta, sincera de buena fe, una persona en la que puedes confiar. La verdad es lo que define lo real de lo falso, algo verdadero es algo que puedes comprobar. El ser honesto es cumplir con lo que ofreces. “La verdad los hará libres” una frase que encaja perfectamente, ya que solo con la verdad podrás distinguir el bien del mal y ser mejor persona. (Admin, 2014, pág.1)

1.5.1.6 APLICACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO

Para Wittmann (s/f.), un código es una auto obligación institucionalizada con la que se requiere afirmar hacia dentro y hacia fuera un compromiso con unas pretensiones éticas fundamentales a la hora de tomar decisiones. Schwartz (s/f.) entiende el código ético como: un documento formal, escrito y distinguible, que consiste en unos estándares morales usados para guiar la conducta de la organización y de los trabajadores.

Es decir, todas las empresas tienen la obligación de poseer un documento formal escrito de manera clara y comprensible donde se destaque los estándares más peculiares sobre los intereses, obligaciones y compromisos que se quiera adquirir mediante un código ético.

Los códigos éticos han demostrado ser buenos instrumentos para mejorar los compromisos entre los trabajadores y la entidad donde, se logre reflejar los comportamientos, conductas y valores que el personal que laboran debe de aplicar para el desarrollo de la institución.

1.5.2 LA IMAGEN CORPORATIVA

1.5.2.1 DEFINICIÓN

“La estructura mental de la organización que se forma en los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización”. (Capriotti, 2013, p. 29)

“Una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía puede provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genera riqueza de marca y facilite así ventas del producto” (Jijena, 2011, pág. 5)

Al respecto de la imagen corporativa, Sampirisi (2015, p. 268) manifiesta lo siguiente:

La imagen de una entidad es la representación mental o el conjunto de creencias y asociaciones que cada público se forma respecto de la identidad de una organización-lo que es, el modo en que se comporta y la forma de expresar aquello que hace.

Según Gómez (2011 p.42) la imagen corporativa “es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto a entidad. Es la idea global que tiene sobre sus productos, sus actividades y su conducta”

Capriotti (2011, p.28.) define la imagen corporativa “como la imagen comprensiva de un sujeto socioeconómico público”

Capriotti (2011 p.48) explica:

La imagen corporativa puede estar compuesta por uno o más elementos, que de manera conjunta o independiente todos cumplen una misma función: acentuar la gráfica y la solidez de la imagen corporativa, mediante la cual, los usuarios puedan reconocer quien factura el producto o servicio y por consiguiente determinar características y valores del mismo.

Cada definición citada anteriormente acerca de la imagen corporativa se refiere a la representación mental que genera el público con el tiempo, considerando que la imagen corporativa no se forma de manera repentina sino también, a medida de lo que el público puede observar mediante sus experiencias en cuanto a comportamientos, atención de las secretarías y demás empleados hasta de la propia decoración de la entidad.

Según Joan Costa (s/f) define la imagen como “la representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos”.

1.5.2.2 FORMACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA

La formación de la imagen es un proceso lento de interpretación acumulativa de información, y una vez que llega a una persona, esta adoptará una determinada estrategia de procesamiento de la información disponible, que le permitirá luego realizar el procesamiento de dicha información para formarse la estructura mental (la imagen) en la memoria (Capriotti, 2013).

De acuerdo a la referencia del autor la formación de la imagen corporativa se presenta por medio de las interpretaciones que las personas tengan del establecimiento al transcurrir el tiempo, se logra obtener mediante a la información que llegue al público, pero no solo por comentarios de varias personas sino también por campañas o publicidades que realice la empresa de la cual les permitirá a las personas formarse una estructura o imagen mental del establecimiento en específico.

1.5.2.3 IMPORTANCIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

La construcción mental de una empresa por parte de los públicos es lo que podemos denominar como Imagen Corporativa de la Organización, la cual condicionará, en mayor o menor medida, la forma en que los individuos se relacionarán y actuarán con la compañía. (Capriotti, 2013)

Según lo expresado por Capriotti la imagen corporativa es fundamental para el desarrollo de la empresa, debe de tener como propósito principal la forma en como posicionarse en la mente de los usuarios y se logra principalmente por parte de la información que se trasmite ante la sociedad diciendo lo que hace o a lo que se dedica la empresa. La imagen corporativa es muy importante porque es la manera en cómo la empresa resaltará en la sociedad, es la expresión más concreta y visual de la identidad de una empresa o institución.

Molina (2010, p.9) expresa “una imagen corporativa positiva es condición indispensable para la continuidad y el éxito estratégico. Ya no se trata de algo exclusivo del marketing, sino más bien de un instrumento estratégico de la alta dirección”

Es decir, si se proyecta una buena imagen corporativa los resultados serán de gran beneficio para la empresa y de esta manera se logrará atraer a más usuarios dentro y fuera de la ciudad “La imagen es el resultado de percepciones de carácter más superficiales sobre un objeto”. (Villafañe, 2013)

1.5.2.4 OBJETIVOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Según Juárez (2012) los objetivos de una imagen corporativa se dirigen en lo siguiente:

- Definir la personalidad corporativa: es la perspectiva, la primera impresión que estará en la mente del público a través de la forma de diseños corporativos, es decir, colores, logos, distintivos.
- Generar opinión pública favorable: procura generar impresión, buen posicionamiento en cuanto al pensamiento del público en general.
- Implantar estrategias y resultados: mediante estudios personalizados para obtener resultados beneficiosos.
- Inspirar confianza entre los públicos objetivos: es el mayor objetivo que desea lograr la institución ya que por este medio lograra la rentabilidad en los públicos a los que desea llegar.

Para otro autor Molina (2010, p.9) manifiesta que los objetivos de la imagen corporativa cumplen con lo siguiente:

- Ocupar un espacio en la mente de los públicos, por medio de la Imagen Corporativa, la empresa existe para los públicos.
- Facilitar la diferenciación de la compañía de las organizaciones competidoras, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado, creando valor para los públicos.
- Conseguir mejores trabajadores. Una empresa que tenga buena imagen será más apetecible para trabajar. Para las personas que laboran en el sector, esa entidad será una empresa de referencia, y será preferida a otras, lo cual le facilitará a la compañía la contratación de personas más adecuadas en función de su perfil profesional.

Capriotti (2004) afirma “La existencia de una imagen corporativa genera esquema de referencia previo, confianza, respeto, para tomar decisiones de compra, uso de servicios, inversiones, etc. en un momento determinado (aunque es claro que la decisión depende de muchos factores inclusive situacionales”.

En la actualidad las empresas o entidades son cada vez más visibles en la sociedad, por este motivo es necesario utilizar su imagen de la mejor manera, para lograr alcanzar el éxito debe de prevalecer como uno de los factores principales hacer sentir a los clientes confiados de sus servicios prestados, teniendo en cuenta que la imagen corporativa será la primera carta de presentación hacia el público

1.5.2.5 FILOSOFÍA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

La filosofía corporativa es establecida por la alta dirección y ha de ser el signo distintivo de la organización, ya que representa las creencias, valores y pautas de conducta de sus integrantes (Capriotti, 2009: 25).

Sus componentes son los siguientes:

Misión, Una declaración de misión bien pensada proporciona a los empleados un sentido común de propósito, rumbo y oportunidad. También guía a empleados dispersos geográficamente para que trabajen con independencia, pero en conjunto hacia el logro de las metas de la organización (Kotler, 2002: 41).

Define la actividad que desarrolla la organización, es lo que hace la institución. Por lo tanto, es el motivo, razón o fin de la existencia de una organización.

Visión, “Lo que aspiramos ser; hacia dónde vamos con nuestro emprendimiento; la promesa hacia nosotros, nuestro personal, nuestros clientes y nuestros proveedores” (Spina, 2006: 51).

Según lo mencionado por el autor la visión es la perspectiva de futuro de la institución, en ella se indica a donde se quiere llegar, viene a representar el reto particular de la organización.

Valores, Sanz y Gonzáles (2005: 66) “Considerar a los valores como conformadores de actitudes, pero también como prescriptores del comportamiento humano, por cuanto conforman una estructura de tipo cognitivo que sirve al individuo para interpretar y orientarse en su entorno social”.

Es decir, los valores son los principios éticos sobre los cuales se desenvuelve la organización, permitiendo la generación de pautas de conducta entre sus integrantes.

1.5.2.5.1 PLANIFICACION ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

La planificación estratégica es una herramienta fundamental para las organizaciones pertinentes entre otros aspectos define los objetivos estratégicos que orientada las empresas a consolidar su misión y alcanzar su visión. En tal sentido Capriotti (2009), afirma:

(...) si reconocemos la creciente importancia estratégica de la imagen corporativa en el éxito de una organización se hace necesario realizar una actuación planificada y coordinada para lograr que los públicos de la compañía tengan imagen corporativa que sea acorde a los intereses y deseos de la entidad y que facilite y posibilite el logro de sus objetivos. Para ello es necesario realizar un plan estratégico de imagen corporativa, por medio de la cual intentaremos influir en la imagen corporativa que tiene los públicos de la organización (p.136)

El mismo autor sobre el plan estratégico de la imagen corporativa, manifiesta que debe tener base sólida y clara que permita una acción eficiente. Para ello, parte de la relación que se establece entre los tres elementos básicos sobre los que contribuye la estrategia de la imagen corporativa, el cual se explica continuación.

- La organización: es el sujeto que define la estrategia, quien realizará y planificará toda la actividad dirigida a crear una determinada imagen en función de su identidad como organización
- Los públicos de la organización: que son los que formarán la imagen corporativa y, por lo tanto, hacia quienes irán dirigidos todos los esfuerzos de acción y comunicación para lograr que tenga una buena imagen.
- La competencia: es la referencia comparativa tanto para la organización como para los públicos, ya que dichas organizaciones harán el esfuerzo también de llegar al público

1.5.2.5.2 REPUTACION CORPORATIVA

(Mínguez, N. 2010) señala:

(...) la reputación de una organización surge de la comparación en la mente del individuo de la imagen de una empresa, es decir, de las características que atribuye a dicha empresa basándose en su experiencia y conocimiento, con lo que él considera que deben ser los valores y comportamientos ideales para ese tipo de empresa. La reputación no es, pues, la imagen de una organización, sino un juicio o valoración que se efectúa sobre dicha imagen.

Gómez, M (2013) explica que la reputación corporativa se forma por la suma de percepciones sobre una empresa u organización a través de experiencias personales cuando se interactúa con los productos, servicios u otros modos; también incide la comunicación de la empresa por medio de estrategias de branding, publicidad, relaciones públicas u otras acciones de marketing. Finalmente inciden las perspectivas de terceros como: los medios de comunicación, redes sociales, líderes de opinión y/o expertos.

Según lo expresado por los autores la reputación corporativa se convierte en un pilar fundamental para la imagen de cualquier tipo de empresa sea grande o pequeña. En la actualidad cobra mayor relevancia porque la reputación que se obtenga sea buena o mala dependerá mucho para alcanzar el éxito y los objetivos propuestos que llegue a tener la empresa. La reputación se convierte en un juicio de valor que tiene el público en función del comportamiento de la empresa. Ritter (2013), considera “la reputación es una de las características más distintivas de las empresas a su vez, también uno de los activos intangibles más poderosos para sostener una organización y mantenerla en funciones.”

DIAGNÓSTICO DE CAMPO

Encuesta dirigida a las secretarías del patronato municipal de la ciudad de Manta

Objetivo: Diagnosticar la ética profesional en las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

1.- ¿En el rol que desempeña, considera usted que es importante aplicar la ética profesional?

TABLA N°1

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	7	100%
NO	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Importancia de la ética profesional de las secretarías

GRÁFICO N°1



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Importancia de la ética profesional de las secretarías

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Con relación a los datos obtenidos se considera con un total de 100% que en los roles que desempeñan cada uno de los trabajadores del Patronato Municipal de la ciudad de Manta, es importante aplicar la ética profesional teniendo en cuenta que es una normativa que indica lo que se debe hacer y cómo actuar en la entidad para desempeñarse y vincularse con las demás personas del entorno.

2.- ¿De los siguientes valores marque los que usted considere que pertenecen a la ética profesional?

TABLA N°2

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Libertad	2	7.14%
Responsabilidad	2	50%
Verdad	3	42.86%
Impuntualidad	0	0%
Deshonestidad	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Valores éticos profesionales en las secretarias del Patronado Municipal

GRÁFICO N°2



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Valores éticos profesionales en las secretarias del Patronado Municipal

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Referente a los datos obtenidos sobre los valores que intervienen en la ética profesional, aquellos que se destacaron en las encuestas fueron la responsabilidad como pilar fundamental para poder ejercer una profesión con un 50%. También se destacó con un porcentaje de 42.86%, el valor de la verdad que el cual favorece en el crecimiento personal y profesional del ser humano y finalmente la libertad con un 7.14% dejando evidenciado que para las secretarias estos valores son una guía para las acciones en las labores que desempeñan diariamente.

3.- ¿Con que frecuencia aplica usted los valores éticos profesionales mencionados anteriormente?

TABLA N°3

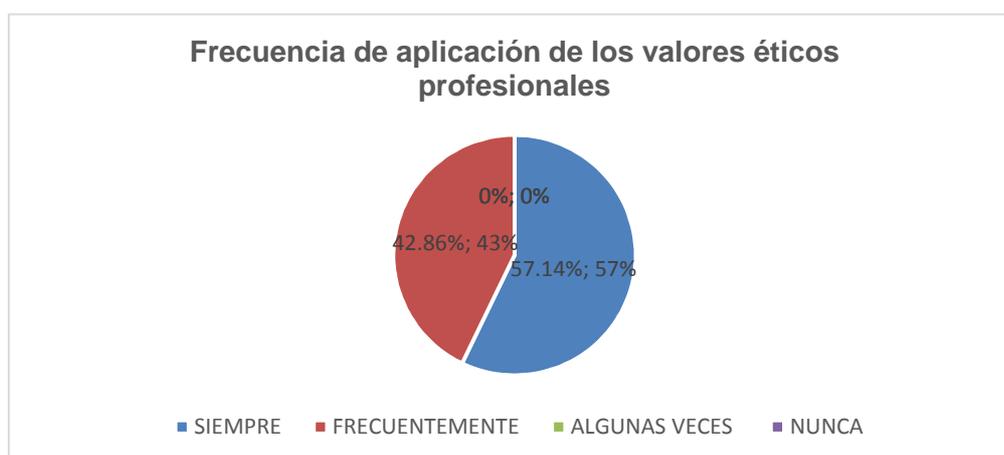
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	4	57.14%
FRECUENTEMENTE	3	42.86%
ALGUNAS VECES	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Aplicación de los valores éticos profesionales

GRÁFICO N°3



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Aplicación de los valores éticos profesionales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta, 57.14% de los encuestados consideró que los valores éticos son aplicados de manera continua en sus actividades laborales; sin embargo, el otro 42.86% evidencia que frecuentemente aplican los valores éticos en el área de trabajo debido a que por el arduo trabajo que tienen que realizar diariamente muchas veces incluso hasta pasan por alto decir buenas tardes reflejando una mala impresión hacia los usuarios .

4.- ¿Ha tenido algún conflicto de índole ético en el área que usted trabaja?

TABLA N°4

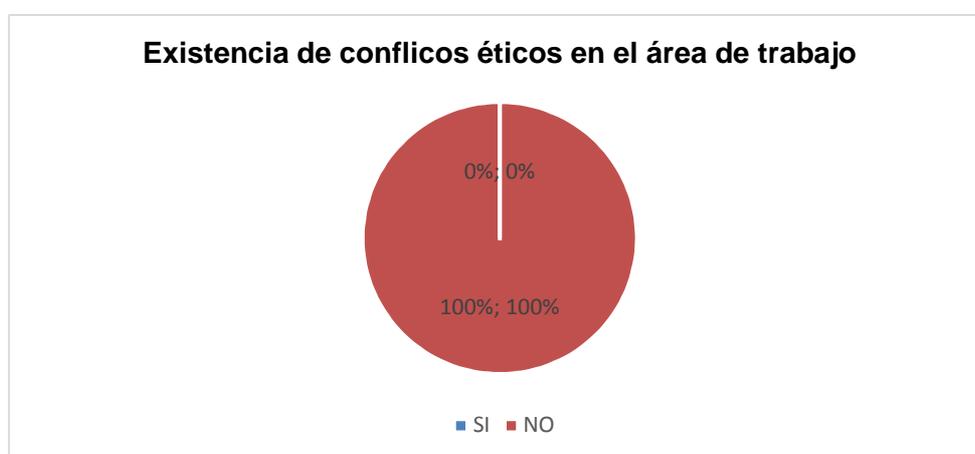
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	7	100%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Conflictos de índole ético en el área laboral

GRÁFICO N°4



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Conflictos de índole ético en el área laboral

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Del análisis realizado se evidencia que ningún miembro de la entidad ha tenido conflictos de índole ético, es decir que incorporan la ética profesional. Por lo tanto, el 100% del personal que labora en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta si pone en práctica sus principios éticos del cual reflejan su buen comportamiento en un determinado momento y no se dejan influenciar por el mal juicio o provocaciones de las demás personas que conforman su entorno.

5.- ¿Cómo considera usted su ética profesional en el área laboral?

TABLA N°5

OPCIONES	FRECUENCIA	%
BUENA	7	0%
REGULAR	0	100%
DEFICIENTE	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Consideración de la ética profesional aplicada en el área laboral

GRÁFICO N°5



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Consideración de la ética profesional aplicada en el área laboral

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Los datos obtenidos reflejan en un 100% que las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta consideran que la aplicación de su ética profesional en el área laboral es muy buena tomando como referente que la ética les ayuda discernir lo correcto de lo incorrecto en su diario accionar dentro de sus labores, representar de la mejor manera en su profesión y tener flexibilidad de tomar decisiones importantes para la entidad en cada momento en, y que a través de ella

6.- ¿Considera usted que la apropiada aplicación de la ética profesional influye de manera positiva en la imagen corporativa?

TABLA N°6

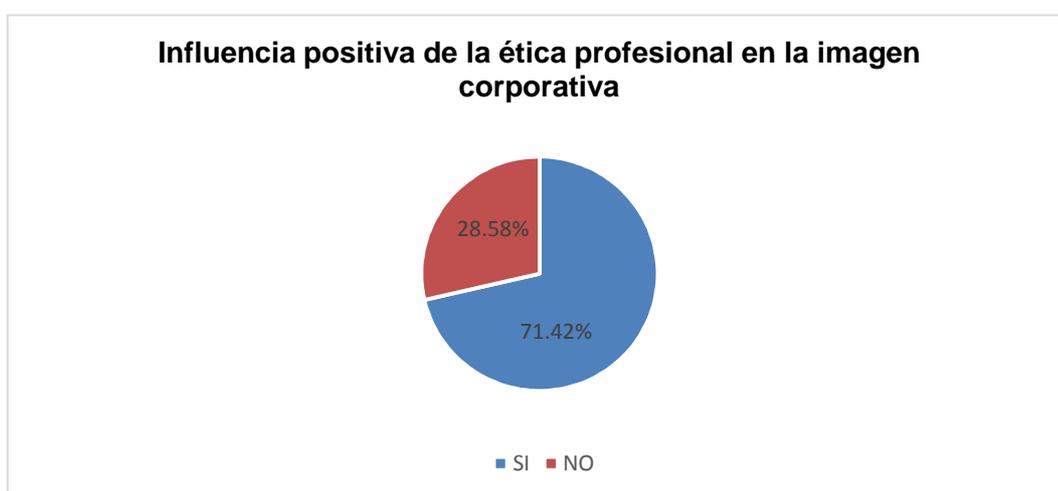
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	5	71.42%
NO	2	28.58%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Influencia de la apropiada ética profesional en la imagen del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

GRÁFICO N° 6



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Influencia de la apropiada ética profesional en la imagen del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las secretarias, un 71.42% considera que la aplicación de la ética profesional sí influye de manera positiva en la imagen corporativa de la entidad por lo tanto, si los profesionales aplican la constantemente demostrarán un comportamiento adecuado, mientras que un 28.58% creen que la aplicación de la ética no influye de ninguna manera a la imagen corporativa y que por tanto no representa un riesgo para el declive de una empresa.

7.- ¿De las siguientes opciones cuáles son los objetivos de la imagen corporativa que cumple el Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

TABLA N°7

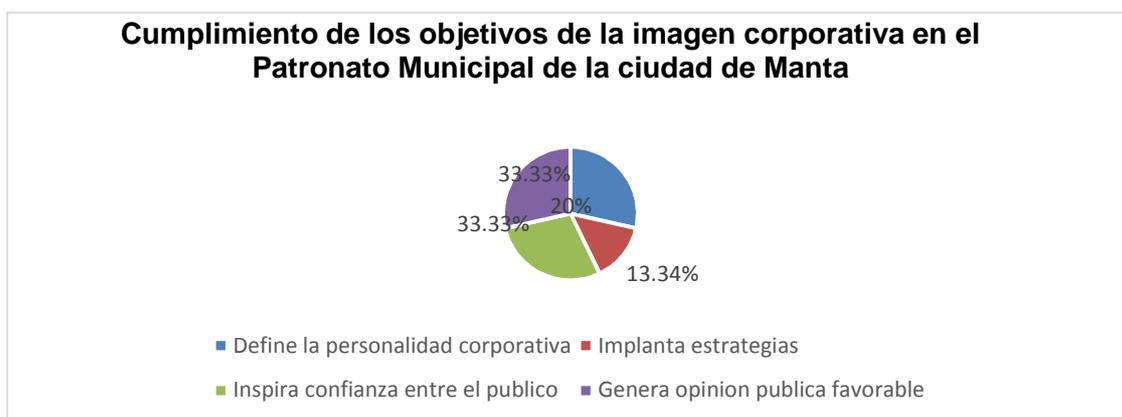
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Define la personalidad corporativa	2	20%
Implanta estrategias	1	13.34%
Inspira confianza entre el publico	2	33.33%
Genera opinión publica favorable	2	33.33%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Objetivos que cumplen la imagen corporativa

GRÁFICO N°7



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Objetivos que cumplen la imagen corporativa

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

De acuerdo al análisis realizado acerca de los objetivos de la imagen corporativa un 33,33%, considera como objetivo principal de la imagen corporativa, generar opinión pública favorable; otro 33,33% indicó que el objetivo es inspirar confianza en el público, un 20% manifestó que el propósito es definir la personalidad corporativa, y finalmente un 13.34% seleccionó como objetivo de la imagen corporativa implantar estrategias para mejorar el desarrollo de la entidad y su posicionamiento en la representación mental de la sociedad. La división de opiniones indica ninguna de las secretarias tienen claridad en los objetivos de la imagen corporativa que deben reflejar como institución que proporciona servicios, dado que todas las opciones conforman la imagen corporativa.

8.- ¿Posee el Patronato Municipal un código ético u otro documento oficial donde especifique cómo debe ser el comportamiento ético de los profesionales que laboran en esta organización?

TABLA N°8

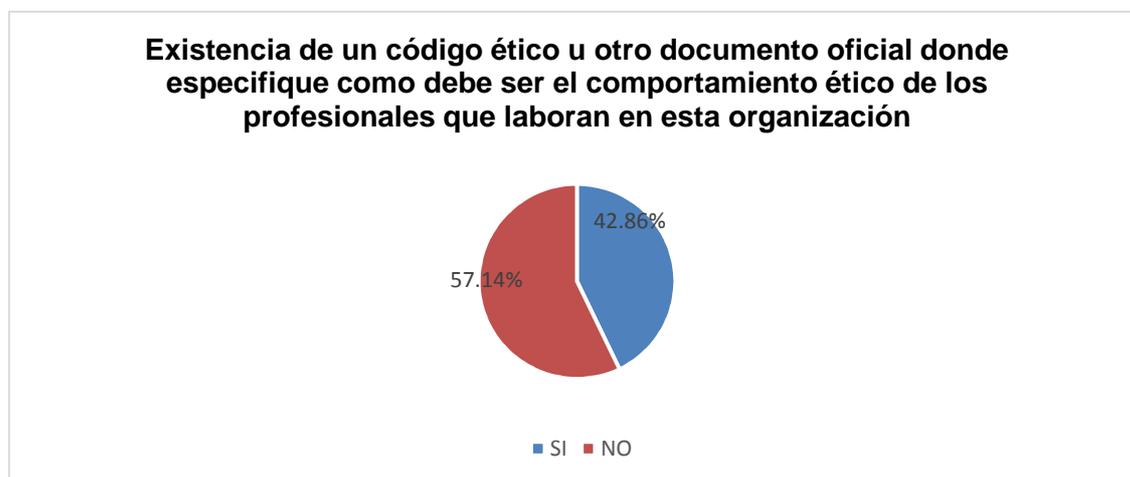
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	3	42.86%
NO	4	57.14%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Documento oficial sobre la aplicación de los comportamientos éticos de los profesionales del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

GRÁFICO N°8



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Documento oficial sobre la aplicación de los comportamientos éticos de los profesionales del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

De los resultados obtenidos del estudio de la pregunta número 8 de la encuesta aplicada a las secretarías un 57.14% señaló que el Patronato Municipal de la ciudad de Manta no cuenta con un código de ética, sin embargo, hubo un 42.86% que manifestó que si contaban con un documento oficial donde se especifica el comportamiento ético bajo el cual deben regirse los trabajadores de la entidad, con estos resultados es notable que si bien existe o no un código de ética en el patronato, no todas las secretarías de la existencia.

9.- De ser positiva su respuesta en la pregunta anterior, ¿es efectiva la aplicación del actual código de ética en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

TABLA N°9

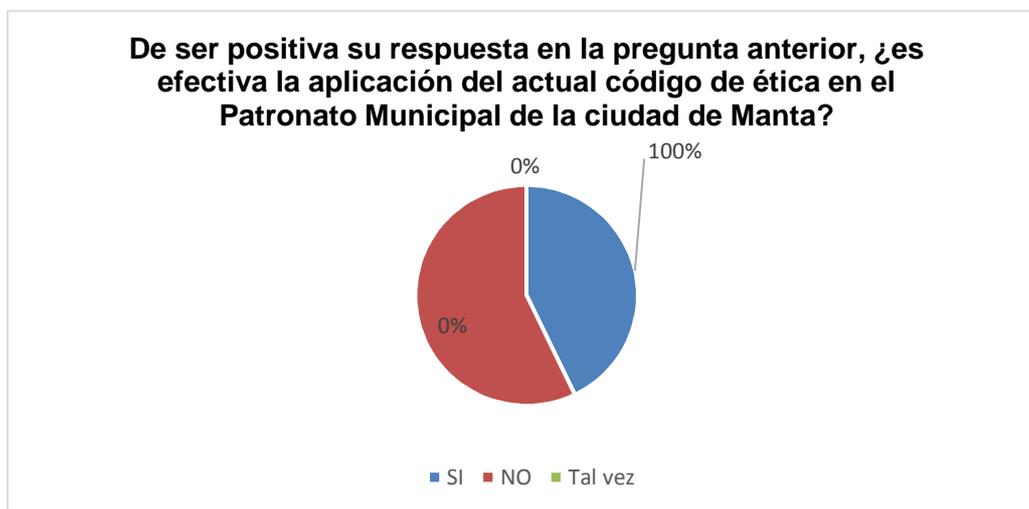
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	3	100%
NO	4	0%
Tal vez	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Documento oficial sobre la aplicación de los comportamientos éticos de los profesionales del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

GRÁFICO N°9



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Documento oficial sobre la aplicación de los comportamientos éticos de los profesionales del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Según los datos obtenidos de acuerdo a si el código de ética que poseen en el patronato es efectivo, las secretarias se mostraron un poco confusas al respecto de que, si existe o no un código de ética en el Patronato Municipal de la Ciudad de Manta puesto que, desconocen este manual y no se sienten muy seguras de si existirá efectividad de aquello o no. Este resultado reafirma lo que se expresó anteriormente, respecto al desconocimiento que las secretarias tienen acerca de este código.

10.- ¿Cuáles de las siguientes opciones recomendaría al Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

TABLA N°10

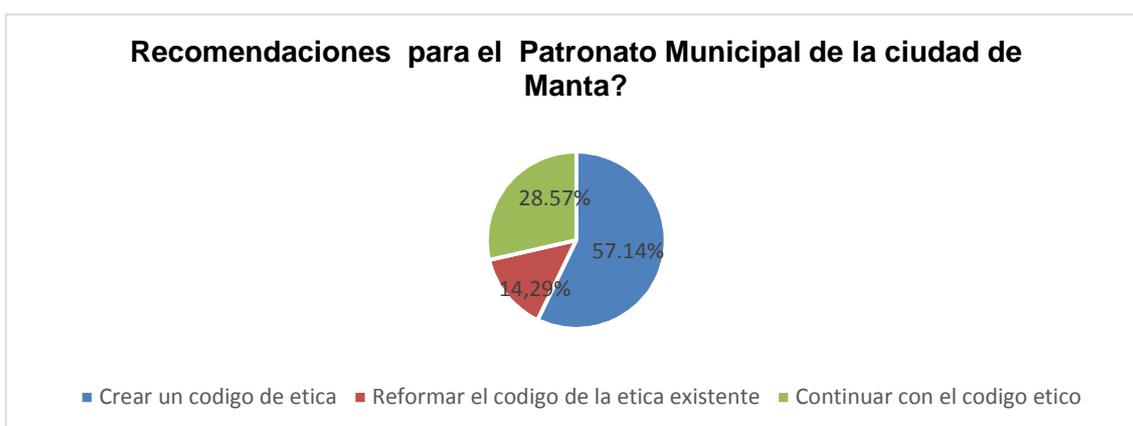
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Crear un código de ética	4	57.14%
Reformar el código de la ética existente	1	14,29%
Continuar con el código ético	2	28.57%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta realizadas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Recomendaciones dirigidas al Patronato Municipal de la ciudad de Manta

GRÁFICO N°10



Fuente: Encuesta realizadas a las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Recomendaciones dirigidas al Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

En cuanto a las recomendaciones que las secretarías harían al Patronato Municipal de la ciudad de Manta se obtuvieron los siguientes resultados. Un 57.14% señaló que se debería crear un código de ética en caso de que la entidad ya no disponga de uno, pues este representaría una guía acerca del accionar en el área laboral. Un 28.57% opinó que se debe continuar con el código de ética ya establecido ya que lo conocen y aplican en su desempeño profesional; por otra parte, desde las perspectivas de un 14.29% es preferible reformar el código de ética existente y que estos cambios sean socializados para que puedan ser de conocimiento y cumplimiento para todo el personal del patronato.

DIAGNÓSTICO DE CAMPO

Encuesta dirigida a los usuarios externos y personal administrativo del patronato municipal de la ciudad de manta

Objetivo: Identificar el criterio de la ética profesional y la imagen corporativa que tienen los usuarios acerca de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

1.- ¿Considera usted que es importante que el personal que labora en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta aplique la ética en los servicios que proporciona?

TABLA N°1

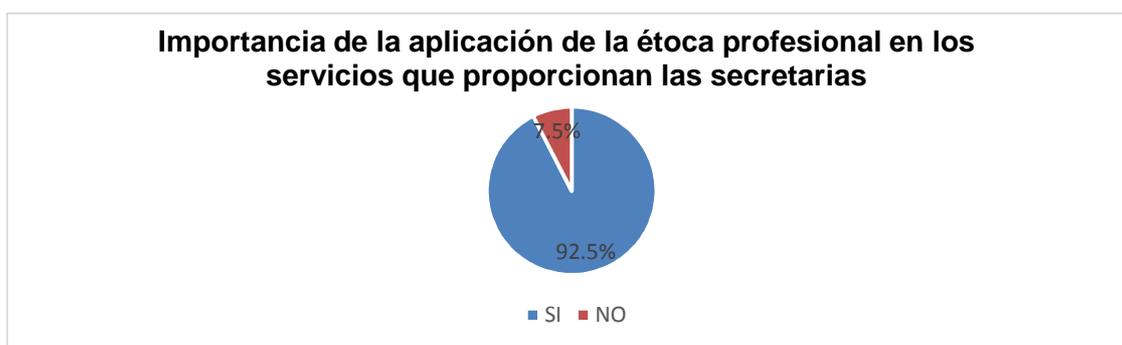
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	37	92.5%
NO	3	7.5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Importancia de la ética profesional aplicada en los servicios que proporciona el Patronato

GRÁFICO N°1



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Importancia de la ética profesional aplicada en los servicios que proporciona el Patronato

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Los resultados obtenidos señalan que todos los usuarios consideran de mucha importancia la aplicación de la ética profesional de las secretarías en cada uno de los servicios brindados por ellas en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

2.- ¿Cómo considera usted la ética profesional de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

TABLA N°2

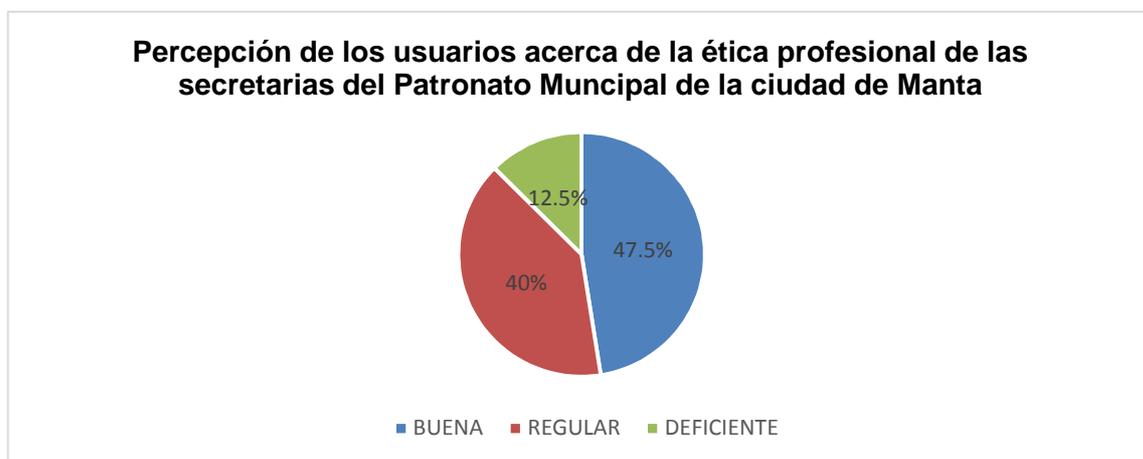
Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Ética profesional de las secretarías

OPCIONES	%	FRECUENCIA
BUENA	47.5%	19
REGULAR	40%	16
DEFICIENTE	12.5%	5
TOTAL	100%	40

GRÁFICO N°2



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Ética profesional de las secretarías

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Mediante los resultados obtenidos se pudo evidenciar con un 47.5% que existe una buena ética profesional dentro del Patronato Municipal de la ciudad de Manta, sin embargo, se señaló con 40% que la ética profesional que poseen las secretarías es regular, por lo tanto, no están preparadas para desempeñarse en el rol asignado y un 12.5% se muestran con deficiencia dentro del Patronato incapacitando su desenvolvimiento como profesional.

3.- De las siguientes opciones, ¿cuáles cree usted que son los objetivos de la imagen corporativa que cumple el Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

TABLA N°3

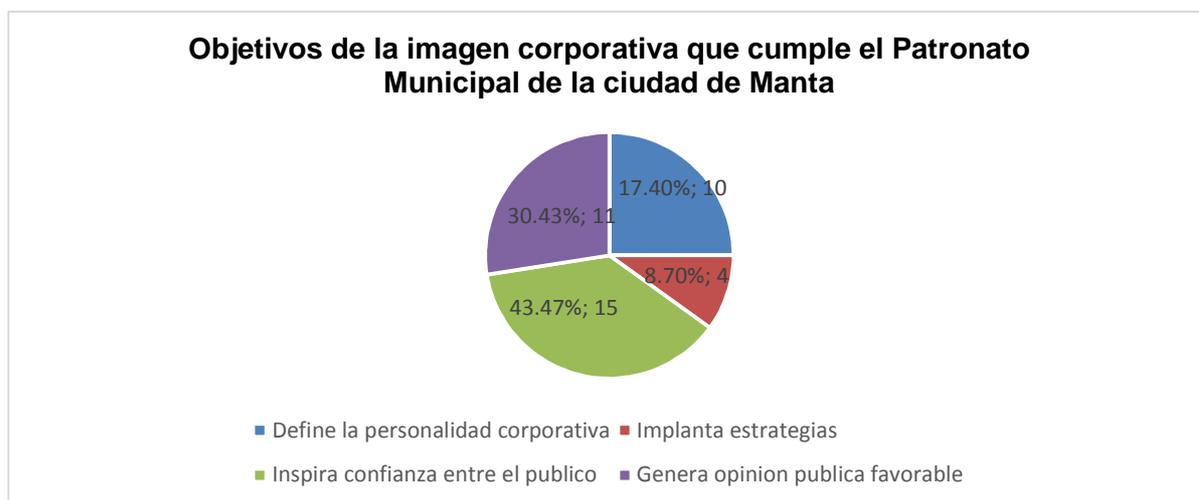
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Define la personalidad corporativa	10	17.40%
Implanta estrategias	4	8.70%
Inspira confianza entre el publico	15	43.47%
Genera opinión publica favorable	11	30.43%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Objetivos para el cumplimiento de la imagen corporativa del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

GRÁFICO N°3



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Objetivos para el cumplimiento de la imagen corporativa del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Mediante los resultados obtenidos se demuestra de manera clara con un resultado de 43.47% que los usuarios sienten que la entidad inspira confianza en ellos; el 17.40% de los usuarios encuestados manifestaron que el patronato ha definido su personalidad corporativa ante ellos conforme a la misión y visión establecida; mientras que un 8.70% indicó que el patronato ha implantado diferentes estrategias para mejorar los servicios que brinda el establecimiento

4.- De acuerdo a su experiencia con las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta, ¿cuáles de los siguientes elementos ha percibido usted en el servicio proporcionado?

TABLA N°4

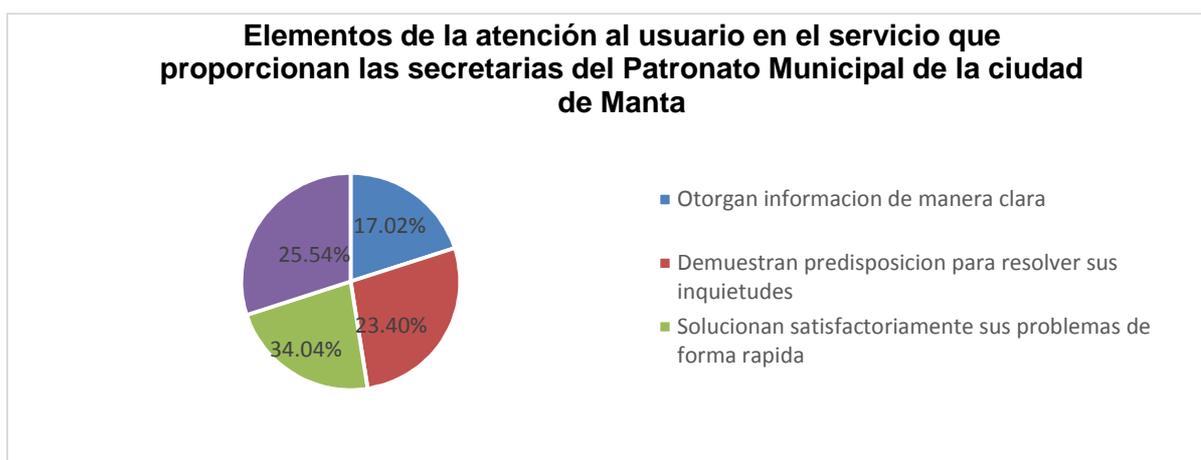
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Otorgan información de manera clara	8	17.02%
Demuestran predisposición para resolver sus inquietudes	11	23.40%
Solucionan satisfactoriamente sus problemas de forma rápida	9	34.04%
Generan una imagen de confianza y de honestidad	12	25.54%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Elementos que perciben los usuarios acerca la atención que proporcionan las secretarias

GRÁFICO N°4



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Elementos que perciben los usuarios acerca la atención que proporcionan las secretarias

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Según los resultados estadísticos 34.04% los usuarios a través de los servicios brindados por las secretarias del Patronato, han notado que les solucionan satisfactoriamente los problemas de forma rápida; un 25.54% determinaron que el servicio que ellas proporcionan generan una imagen de confianza y honestidad mientras que un 23.40% manifiesta que las secretarias demuestran predisposición para resolver sus inquietudes; mientras que el 17.02% señala que en su experiencia con las secretarias, ellas otorgan información de manera clara; Todas estos elementos contribuyen a las buenas experiencias de los usuarios

se convierte en una gran ventaja e impacto positivo en la imagen corporativa del patronato.

5.- Como usuario ¿considera usted que el servicio que realizan las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta es el esperado?

TABLA N°5

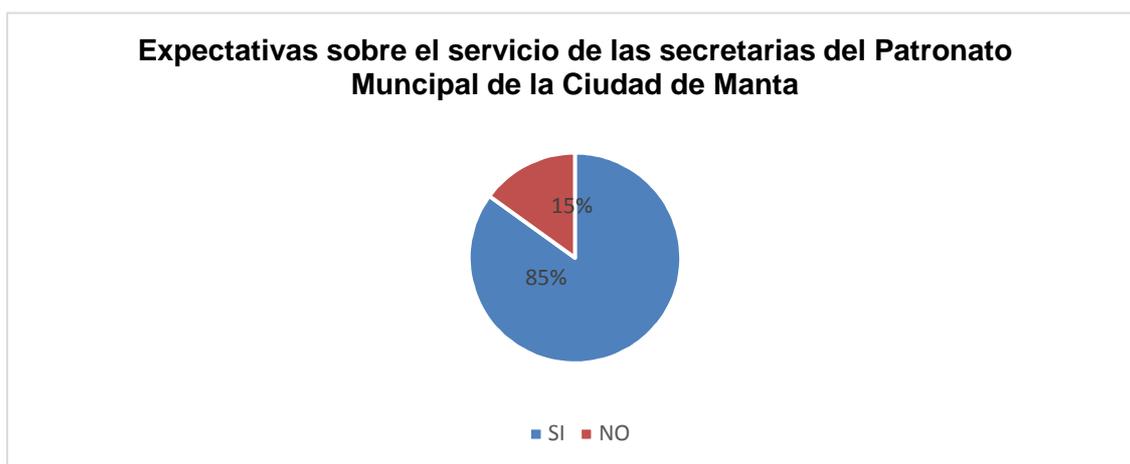
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	34	85%
NO	6	15%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Consideración del servicio de las secretarias por los usuarios

GRÁFICO N°5



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Consideración del servicio de las secretarias por los usuarios

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Mediante el estudio aplicado a 40 usuarios se determinó con un resultado del 85% que la atención brindada por el personal que labora en la entidad, es la esperada e indicada para satisfacer las necesidades del público, sin embargo, el 15% negó que el servicio que ellas proporcionan sea el esperado, recalcaron que muchas veces las secretarias tienen malos comportamientos y en ocasiones no se las encuentra en sus cubículos u oficinas cuando se las necesitan.

6.- ¿Ha percibido algún conflicto de índole ético en las secretarías del personal del Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

TABLA N°6

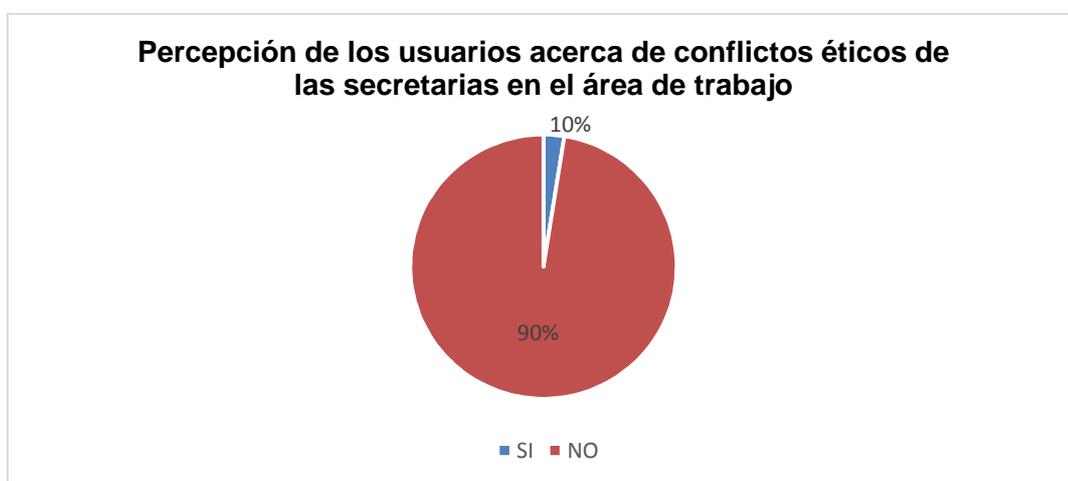
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	1	10%
NO	39	90%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Conflictos éticos en las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

GRÁFICO N°6



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Conflictos éticos en las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

A través de las encuestas realizadas un 90% demuestra que no ha existido conflictos o momentos desagradables con los miembros de la empresa en el lugar donde prestan sus servicios profesionales; No obstante, un 10% señala que en ocasiones han percibido conflictos de índole ético en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta como consecuencia de los malos comportamientos que los han conllevado a momentos desagradables e incluso llegar a poner en riesgos la imagen corporativa del establecimiento.

7.- De los siguientes valores marque los que usted considere que pertenecen a la ética profesional.

TABLA N°7

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Libertad	3	6.13%
Responsabilidad	25	61.22%
Verdad	11	30.61%
Impuntualidad	1	2.04%
Deshonestidad	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Valores que pertenecen a la ética profesional

GRÁFICO N°7



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Valores que pertenecen a la ética profesional

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Para los usuarios del Patronato Municipal de la ciudad de Manta con un 61.13%, se evidencia que la ética profesional prevalece como valor ético a la libertad de expresarse como seres humanos, con respeto ante cualquier situación, un 30.61% de los usuarios consideraron que la verdad es aquella que se vincula más a la ética, debido que es un componente de ayuda a obtener mejores relaciones humanas y para evitar posibles problemas presentados en el ámbito laboral, pero el valor de la responsabilidad no se queda atrás con un 61,22% sobresale ante cualquier otro valor que pueda condicionar a la aplicación de la ética profesional.

8.- En caso de no tenerlo ¿cree usted que el Patronato Municipal de la ciudad de Manta debería tener un código de ética semejante a las de las otras entidades?

TABLA N°8

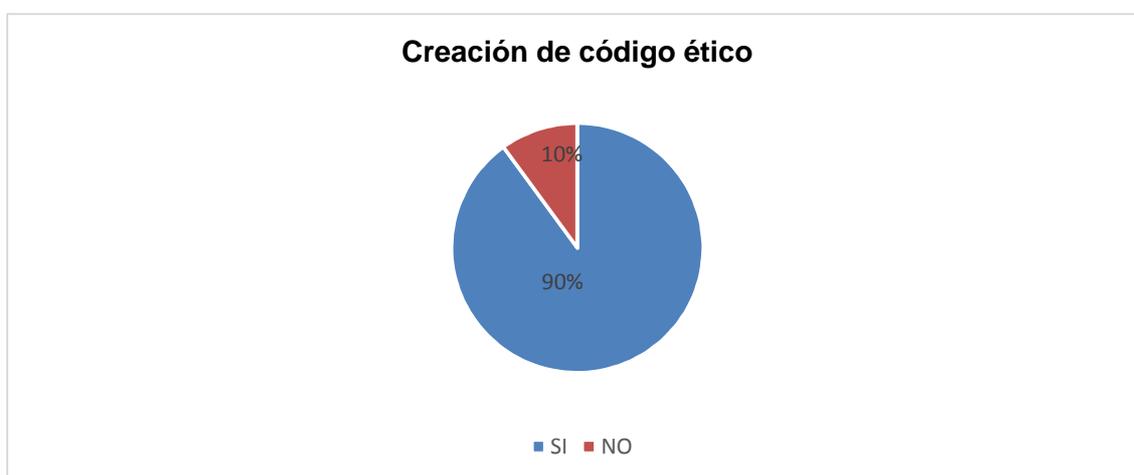
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	36	90%
NO	4	10%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo del Patronato Municipal de Manta

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Creación de código de ética profesional

GRÁFICO N°8



Fuente: Encuesta realizadas a los usuarios y personal administrativo

Autoría: Dayanna Lisbeth Barveran silva

Descripción: Creación de código ético para el Patronato Municipal de la ciudad de Manta

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:

Considerando el resultado final de las encuestas con un 90% para los usuarios SI es necesario tener un código ético semejante al de otras entidades, puesto que es indispensable que la ética sea aplicada de una manera equitativa en todas las empresas e instituciones, sin embargo, un 10% contestó que no es necesario o no se debería tener similitud en cuanto a los códigos éticos, debido a que cada empresa debe tener su propia especificidad en respecto a regulaciones.

DISCUSIÓN

El tema planteado en esta investigación fue la Ética profesional y la Imagen corporativa de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta año, 2019; este trabajo tuvo como objetivo general determinar la ética profesional y la imagen corporativa de las secretarías del Patronato.

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas dirigidas a las secretarías y a los usuarios se logró detectar que en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta muchas de las secretarías que prestan sus servicios a la entidad no conocen la información adecuada acerca del establecimiento donde laboran, también se pudo evidenciar en las respuestas que algunas de las secretarías indicaban que no existe un código ético mientras que otras señalaron que sí existía.

Adicionalmente se detectó que ya sea que exista o no un código de ética, ellas desconocen las regulaciones que en este se exponen. De igual manera se corroboró que no tienen el interés en realizar una investigación a fondo sobre a lo que se dedica la empresa. Para ello, es necesario que la entidad brinde al personal que recluta la suficiente información relativa a sus funciones y a la institución, pues este desconocimiento es un factor que imposibilita a las secretarías para desempeñarse profesionalmente en sus roles asignados dentro de la institución.

En cuanto a la imagen corporativa es necesario mencionar que al momento de aplicar las encuestas dirigidas a los usuarios algunos de ellos se sentían un poco dudosos de responder por miedo a alguna represalia; otros se notaban confiados al responder las preguntas acerca de que si cumple o no el Patronato en conjunto con sus secretarías y demás empleados una buena imagen corporativa hacia la sociedad. Se obtuvieron resultados favorables muchos están satisfechos con la confianza que les inspira la institución, aunque para otros les falta implementar mejores estrategias para mejorar la imagen del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado y las encuestas dirigidas a las secretarias y a los usuarios del Patronato Municipal de la ciudad de Manta surgen las siguientes conclusiones:

- Se profundizó en los conceptos bases que sustentan el tema que esta investigación ocupa, a través de la revisión realizada durante la elaboración de este trabajo se pudo comprender y determinar que es de mucha importancia la aplicación de la ética profesional y la imagen corporativa en las secretarias debido a que a través de esta práctica ayudan a lograr las metas y objetivos propuestos de una entidad.
- Las secretarias no aplican de manera constante la ética profesional por esta razón, se evidencia que no todas tienen un buen rendimiento en sus actividades diarias. Por otra parte, los usuarios manifestaron por medio de las encuestas aplicadas que en muchas ocasiones las labores que realizan no siempre han sido las esperadas.
- Se pudo evidenciar que no existe una buena comunicación entre las secretarias y los usuarios, en varias ocasiones manifiestan que no se les brindan la información suficiente y adecuada sobre los servicios que brinda el Patronato Municipal de la ciudad de Manta, las secretarias en calidad de profesional deben de conocer bien los procesos y funciones que la entidad ofrece de manera obligatoria para poder cumplir con sus respectivas tareas y necesidades del consumidor.

RECOMENDACIONES

- Es importante que las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta pongan en práctica la ética profesional, para alcanzar la confianza esperada de los usuarios, es conveniente resaltar la importancia de reuniones consecutivas organizadas por las máximas autoridades del Patronato donde se le haga conocer a cada miembro que laboran en la entidad las metas propuestas, y cambios en la empresa para mejorar su desarrollo y así al momento que un usuario se acerque a preguntar sobre los servicios brindados se les otorgue una información correcta.
- Es recomendable que en la entidad se adquiriera un manual o código de ética del cual todo miembro que pertenezca al Patronato Municipal de la ciudad de Manta pueda conocer y cumplir a cabalidad responsablemente para favorecer un mejor ambiente laboral y evitar conflictos éticos, así como también deterioro en la imagen corporativa,
- Se considera conveniente que se realice una inspección al menos dos veces a la semana acerca de las actividades diarias que realiza el personal y las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta para verificar si cumplen adecuadamente con los roles y actividades asignadas con el propósito de generar opiniones favorables del público y, se pueda cumplir de manera positiva las necesidades de la sociedad reiterando que es uno de los objetivos importantes para la imagen corporativa de la entidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Benítez (2006). “*Ética de las Profesiones*” Revista de la Educación Superior, vol. XXXV (1), número 137 Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) Distrito Federal, México.
- Briceño (2010). “*Fundamentos de los códigos de ética de los colegios profesionales*” vol. 34 Universidad de Costa Rica San Pedro, Montes de Oca, Costa Rica.
- Gálvez (2018). “*Comunicación e imagen Corporativa*” Universidad Técnica de Machala, 1era edición en español Machala-Ecuador, 2018.
- Girón (2017). “*La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato*”. (Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario) Ambato-Ecuador.
- Montaña (2014). “*La Comunicación Visual e Identidad Corporativa y su Influencia en la Construcción de Marca OMANCOSA S.A en la ciudad de Guayaquil año,2015*” (Tesis previo a la obtención del título: de Ingeniero en Diseño Gráfico) Guayaquil-Ecuador
- Ramón (2015). “*Ética Profesional en Ciencias Empresariales*” Universidad Técnica de Machala-Ecuador
- Ríos, Lescano (2013). “*Rediseño de la Imagen Corporativa del Instituto Nacional de Contratación Pública*” (Tesis previa a la obtención del título: Ingeniera Comercial), Carrera Administración de Empresa Quito-Ecuador.
- Ruiz (2015). “*Ética Profesional y Deontología*” 1era edición publicado en diciembre por la Universidad Católica los Andes de Chimbote- Perú
- Sandoval (2010). “*Imagen corporativa: ventaja competitiva para las organizaciones PYME*” Académico de la Facultad de Contaduría y Administración Universidad Veracruzana.
- Torres (2014). “*Introducción a la Ética*” primer edición grupo Editorial patria Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás México.

WEBGRAFÍAS

- Adler (2003). “*Ética Profesional como Proyecto de Investigación*” recuperado de :
https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/71944/Etica_profesional_como_proyecto_de_inves.pdf;jsessionid=9F033F5CAF3E841233C2CEF15A4E9CBB?sequence=1
- Alvarado (2017). “*Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Line SAC 2016*” recuperado de :
<http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7294/Nu%C3%B1ezAM.pdf?sequence=1>
- Gimeno (s/f). “*La coherencia ética en la gestión de los recursos humanos: un factor clave para la forja del ethos corporativo*” recuperado de:
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9317/Tesis_Silvia_Agullo.pdf
- Muñoz (2016). “*Manual de Imagen Corporativa para las PYMES de PACHUCA*” recuperado de:
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/10667/Manual%20de%20imagen%20corporativa.pdf?sequence=1>
- Santander (2011). “*Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financiero*” recuperado de :
https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/1177/0de5.AP_Rprevio.pdf;jsessionid=D3F6C093912D5FC6E2994C32972CD67C?sequence=1
- Vilar (s/f). “*La ética en las prácticas cotidiana de las profesiones sociales*” recuperado de:
<https://www.raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/viewFile/165368/382028>

ANEXOS

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Facultad de Gestión Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

ENCUESTAS A LAS SECRETARIAS DEL PATRONATO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE MANTA

OBJETIVO: Diagnosticar la ética profesional en las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta.

INSTRUCCIONES: Sr. (a) agradezco su colaboración en la aplicación de la presente encuesta.

- Lea con atención las preguntas antes de responder.
- Marque con una X el ítem que considere conveniente.
- La encuesta es anónima para garantizar su veracidad.

PREGUNTAS:

1. ¿En el rol que desempeña, considera usted que es importante aplicar la ética profesional?

Sí No

¿Por qué _____

2. De los siguientes valores marque los que usted considere que pertenecen a la ética profesional

Libertad

Deshonestidad

Responsabilidad

Verdad

Impuntualidad

3. ¿Con que frecuencia aplica usted los valores éticos profesionales mencionados anteriormente?

Siempre

Frecuentemente

Algunas veces

Nunca

4. ¿Ha tenido algún conflicto de índole ético en el área donde usted trabaja?

SÍ NO

5. ¿Cómo considera usted su ética profesional en el área laboral?

Buena

Regular

Deficiente

¿Por qué _____

6. ¿Considera usted que la apropiada aplicación de la ética profesional influye de manera positiva en la imagen corporativa?

Sí No

Por qué _____

7. De las siguientes opciones cuales son los objetivos de la imagen corporativa que cumple el Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Define la personalidad corporativa

Implanta estrategias

Inspira confianza entre el público

Genera opinión pública favorable

8. ¿Posee el Patronato Municipal un código de ética u otro documento oficial donde especifique como debe de ser el comportamiento ético de los profesionales que laboran en esta organización?

Sí No

9. De ser positiva su respuesta en la pregunta anterior, ¿es efectiva la aplicación del actual código de ética en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

Sí

No

Tal vez

Por qué _____

10. ¿Cuáles de las siguientes opciones recomendaría al Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

Crear un código de ética (en caso de no tenerlo)

Reformar el código de ética existente

Continuar con el código de ética existente

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Facultad de Gestión Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

ENCUESTAS A LOS USUARIOS EXTERNOS Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL PATRONATO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE MANTA

Objetivo: Identificar el criterio de la ética profesional y la imagen corporativa que tienen los usuarios acerca de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Instrucciones: Sr. (a) agradezco su colaboración en la aplicación de la presente encuesta.

Personal administrativo

Usuarios

1. ¿Considera usted que es importante que el personal que labora en el Patronato Municipal de la ciudad de Manta aplique la ética profesional en los servicios que proporciona?

Sí No

2. ¿Cómo considera usted la ética profesional de las secretarías del Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

Buena

Regular

Deficiente

3. De las siguientes opciones, cuáles cree usted que son los objetivos de la imagen corporativa que cumple el Patronato Municipal de la ciudad de Manta

Define la personalidad corporativa

Genera opinión pública favorable

Implanta estrategias

Inspira confianza entre el público

4. De acuerdo a su experiencia con las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta seleccione cuales de los siguientes elementos ha percibido usted en el servicio proporcionado?

- Otorgan información de manera clara y comprensible
- Demuestran predisposición para resolver sus inquietudes
- Solucionan satisfactoriamente sus problemas de forma rápida
- Generan una imagen de confianza y de honestidad

5. Como usuario ¿considera usted que el servicio que realizan las secretarias del Patronato Municipal de la ciudad de Manta es el esperado?

SÍ NO

6. ¿Ha percibido algún conflicto de índole ético en las secretarias del personal del Patronato Municipal de la ciudad de Manta?

SÍ NO

7. De los siguientes valores marque los que usted considere que pertenecen a la ética profesional

- Libertad
- Responsabilidad
- Verdad
- Impuntualidad
- Deshonestidad

8. En caso de no tenerlo ¿cree usted que el Patronato Municipal de la ciudad de Manta debería tener un código de ética semejante a las de las otras entidades?

SÍ No



Descripción: Encuestando a usuarios



Descripción: Personal administrativo de la entidad



Descripción: Patronato Municipal de la ciudad de Manta



Descripción: secretaria de la entidad



Descripción: Encuestando a usuario frecuente



Descripción: Encuestando a usuarios