

## **UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**

### **TEMA:**

ETIQUETA Y PROTOCOLO, LA IMAGEN INSTITUCIONAL APLICADO EN EL  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “LUIS ARBOLEDA MARTÍNEZ” DE  
LA CIUDAD DE MANTA, AÑO 2016.

### **AUTORA:**

MACÍAS VERA JOHANNA BEATRIZ

**FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO**

**EJECUTIVO**

**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO**

**Manta, Septiembre de 2016**

## **TEMA**

Etiqueta y Protocolo, la Imagen Institucional aplicado en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” de la ciudad de Manta, año 2016.

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En atención a la Resolución No. 45-CF-GDSE de Consejo de Facultad, mediante la cual me designan Directora del trabajo de titulación, "Etiqueta y Protocolo, la Imagen Institucional. Aplicado en el Instituto Tecnológico Superior "Luis Arboleda Martínez" de la ciudad de Manta, año 2016". Realizado por la Srta. Johanna Beatriz Macías Vera, previo al título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo.

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

**Lic. Jessica Sáenz Gavilanes**  
**DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **AUTORÍA**

La suscrita Johanna Beatriz Macías Vera, portadora de la C.I. 131578760-4, hace constar que es autora del Proyecto de Investigación Científica titulado “Etiqueta y Protocolo, la Imagen Institucional. Aplicado en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” de la ciudad de Manta, año 2016”, trabajo académico que constituye una labor investigativa personal realizada con la dirección de la asesora Lic. Jessica Sáenz Gavilanes.

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 Beatriz Macías Vera**  
**AUTORA**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo investigativo de fin de carrera va dedicado a mi familia, porque han sido el motor de mi vida, esa fuerza de lucha diaria que me motivaban a no decaer y seguir adelante; a mi novio, por su apoyo incondicional que me brindo durante toda mi etapa académica y siempre estuvo allí dándome ánimo para alcanzar mis logros.

Por esa razón, dedico este trabajo a mis seres más queridos, porque gracias a ellos he podido dar el primer paso en esta meta tan anhelada en mi vida, y así, poder ejercer en el campo secretarial y seguir avanzando día a día en mi vida profesional.

Johanna Beatriz Macías Vera

## **RECONOCIMIENTO**

Con la más infinita admiración, amor y respeto agradezco a nuestro CREADOR, por darme la oportunidad de vivir y permitirme mejorar día a día como ser humano.

A la ULEAM, por abrirme sus puertas para impartir su cátedra y ser una profesional; a la FAGEDESE y a los DOCENTES por ser mi ejemplo a seguir, porque me enseñaron cada una de sus cátedras para poder enriquecerme en conocimientos y de esta manera poder lograr mis sueños.

A mi TUTORA JESSICA SÁENZ GAVILANES, por apoyarme y orientarme para cumplir con este trabajo; y a mis COMPAÑERAS de estudio por haber compartido experiencias inolvidables.

A todos ellos GRACIAS por ser una parte importante en mi vida.

Johanna Beatriz Macías Vera

## ÍNDICE CONTENIDO

	Pág.
<b>1. DATOS GENERALES .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Título del Proyecto .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Tipología del proyecto de investigación. ....</b>	<b>1</b>
<b>1.3. Área del conocimiento. ....</b>	<b>1</b>
<b>1.4. Duración del proyecto .....</b>	<b>1</b>
<b>2. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>1</b>
<b>3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>1</b>
<b>4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO .....</b>	<b>2</b>
<b>4.1. Introducción.....</b>	<b>2</b>
<b>4.2. Marco Teórico .....</b>	<b>5</b>
<b>4.2.1. Antecedentes Investigativos .....</b>	<b>5</b>
<b>4.2.2. Fundamentación Legal .....</b>	<b>7</b>
<b>4.2.3. Fundamentación Filosófica.....</b>	<b>8</b>
<b>4.2.4. Fundamentación Teórica.....</b>	<b>10</b>
<b>4.2.4.1. Definiciones de Etiqueta .....</b>	<b>10</b>
<b>4.2.4.2. Tipos de Etiqueta.....</b>	<b>12</b>
<b>4.2.4.3. Definición de Protocolo .....</b>	<b>13</b>
<b>4.2.4.4. Clases de Protocolos.....</b>	<b>14</b>
<b>4.2.4.5. Importancia del Protocolo .....</b>	<b>16</b>
<b>4.2.4.6. Objetivo del Protocolo.....</b>	<b>17</b>
<b>4.2.4.7. Protocolo Empresarial .....</b>	<b>18</b>
<b>4.2.4.8. La Imagen Institucional .....</b>	<b>18</b>
<b>4.2.4.9. Definición de Imagen Institucional .....</b>	<b>20</b>
<b>4.2.4.10. Importancia de la Imagen Institucional.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2.4.11. Tipos de Imagen Institucional.....</b>	<b>23</b>
<b>4.2.4.12. Objetivo de la Imagen Institucional .....</b>	<b>23</b>

4.2.4.13. Las Relaciones Públicas como creación de Imagen .....	24
4.2.4.14. Relaciones Públicas Empresariales para una mejora de Imagen.....	25
4.2.4.15. Imagen Versus Opinión Pública .....	26
4.3. Preguntas de Investigación.....	27
4.4. Justificación .....	27
4.5. Metodología .....	29
4.6. Resultados Esperados.....	31
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	31
5.1 . Web Grafía.....	32
6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA.....	34
ANEXOS .....	35



## **1. DATOS GENERALES**

### **1.1 Título del Proyecto**

Etiqueta y Protocolo, la Imagen Institucional aplicado en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” de la ciudad de Manta, 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 Inicial:** diciembre 2016

**Fecha Culminación:** diciembre 2017

## **2. OBJETIVO GENERAL**

- Analizar conceptualmente las variables Etiqueta y Protocolo y la Imagen Institucional aplicada en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez”

## **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conceptualizar los términos Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional.
- Determinar los tipos de Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional.
- Identificar los objetivos de Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional.

- Establecer la importancia de la Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional.

## **4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO**

### **4.1 Introducción**

Conocer las normas de Etiqueta y Protocolo permite marcar la diferencia cuando se desea proyectar una buena Imagen Institucional. Una imagen exitosa, positiva y segura, constituye a un buen comportamiento y a una buena ética al momento de presentarse o relacionarse ante el público, porque permite dar fluidez a las relaciones en todos los ámbitos.

Los deberes que inculcan una buena crianza se agrega el deseo de agradar en la vida social, conviene que se conozca las formalidades legales del protocolo que rigen las costumbres de los países civilizados para saber corresponder a ese comportamiento y a las actividades de las diversas ocasiones. Vinuesa, Rómulo. (2000)

El autor considera que la Etiqueta y Protocolo son los deberes que involucran una crianza que nos agregan como personas a una vida social, es el accionar de una empresa de manera indirecta en el que se transmiten comportamientos que bien pueden ser criticadas o elogiadas. Los comportamientos de las personas repercuten dependiendo la crianza que estas hayan tenido y como los han formado desde su niñez, sin embargo, una buena formación sería la predisposición que tenga cada persona para autoeducarse y conocer sobre las normas protocolarias para que adopten el tipo de comportamiento correcto en el lugar que se encuentren.

Fernández Jorge y Vásquez (2012), manifiestan que en el siglo XVIII la Etiqueta y el Protocolo estableció unas normas y exigía el cumplimiento de

esas normas; en 1932 en nueva Inglaterra fue donde se editó el primer libro de etiqueta escrito por Troyote de lo que es el hemisferio occidental; en el siglo XI en Venecia por primera vez una dama comió con un tenedor y fue criticada por los eclesiásticos porque solo se utilizaba en privado, en público se utilizaba el cuchillo; en el año 1955 empiezan las mujeres a entrar a las universidades y participar más en todo lo que le rodea he importa.

Desde el punto de vista investigativo la Etiqueta y Protocolo es muy indispensable en las empresas, por lo que, al tener conocimiento de este tema podrán llevar actos sociales muy elegantes y con todo lo necesario para su presentación, puesto que, se ha vuelto tan importante, debido a la necesidad que se tiene de dar un buen trato a las personas, proyectar una buena imagen y mostrar normas de cortesía.

Según Paul Hefting (1991), menciona que la imagen corporativa “es la personalidad de la empresa, lo que la simboliza, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa para darle cuerpo, para repetir su imagen y posicionar ésta en su mercado”. Es decir, que la imagen institucional es una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de una asociación, la identidad corporativa indica el modo en que una empresa se presenta a sí misma a través del comportamiento y el simbolismo frente a los usuarios, expresando así, la uniformidad y distinción.

En el Ecuador las instituciones, se han preocupado en capacitar al personal que colabora en su establecimiento con el fin de que sus clientes sean tratados

con amabilidad y cortesía. Por otra parte, se han enfocado en proyectar una buena imagen a su empresa mediante la formalidad de su vestuario, el cual, debe ser la carta de presentación hacia el usuario con finalidad de que se genere una correcta ética.

Este trabajo investigativo, se basa en la mala imagen que proyecta el personal y cuerpo docente del Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” de la ciudad de Manta, debido a que no cuentan con un uniforme que los identifiquen como institución, esto se debe, a la falta de conocimiento o iniciativa por parte de las autoridades del plantel que no solucionan esta problemática.

Por lo tanto, es necesario que en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez”, se implemente estas normas de Etiqueta y Protocolo, con la finalidad de que ayude a mejorar la Imagen Institucional del plantel. Así mismo, que todo el personal administrativo y docente se capacite para que fortalezcan sus conocimientos y pueda contribuir en los eventos sociales mostrando una excelente etiqueta.

Es importante que toda institución se enfoque en la imagen de su empresa, por lo que esta es su carta de presentación y la primera proyección ante los usuarios, sin embargo, en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” se está llevando una incorrecta etiqueta, la cual, debe ser corregida, debido a que se están formando profesionales y deben tener una buena ética. Por otro lado, la finalidad de esta investigación es dar a conocer, lo importante

que es la Etiqueta y Protocolo en el mundo laboral, puesto que estas se adoptan básicamente a un conjunto de reglas o normas que se deben cumplir para dar una buena imagen institucional, debido a que se han convertido en una herramienta fundamental en la vida cotidiana de los ejecutivos, porque les permite una convivencia más formal, fluida y cordial.

Este trabajo tiene una estructura que se basa en una Introducción que da a conocer de manera general la problemática; por otra parte, tiene unos objetivos que ayudarán a encaminar la indagación, un Marco Teórico que permitirá el desarrollo de las variables, se plantearon unas Preguntas de Investigación para esclarecer la problemática, una Justificación en la que se establece las razones del porqué de la investigación; por otro lado, cuenta con una Metodología que se la planteará a través de métodos, técnicas, sujetos y tamaño de la muestra; y como finalización los Resultados Esperados y Enunciación de una propuesta.

## **4.2 Marco Teórico**

### **4.2.1 Antecedentes Investigativos.**

Indagando la información en base a las variables, se encuentra una tesis escrita por Carvajal, Deissy y Patín, Rosmery. (2015) de la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, en obtención del título de Licenciadas en Gestión Administrativa en la que describen la siguientes conclusión acerca de la Etiqueta y Protocolo:

- En la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Pedro” Ltda. existe demasiados vacíos en cuanto a las Normas de Etiqueta y Protocolo en la Gestión Administrativa ocasionando una mala imagen como institución.

Es decir, que una de las cosas más importante que las empresas deben generar son normas sobre etiqueta y protocolo, debido a que es una temática de mayor envergadura que ayuda a toda persona para que pueda desenvolverse en cualquier ámbito. En base a esta investigación sería factible que se tomara en cuenta este factor para generar una correcta imagen.

Por otra parte, se encuentra una tesis escrita por Dután, Yelly y León, Ingrid. (2013) de la Universidad Estatal de Milagro, Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales, en obtención del título de Ingeniero en Marketing en el que manifiestan la siguiente conclusión sobre Imagen Institucional:

- El rediseñar la estructura externa se conseguirá tener más impacto y atracción de manera, que se tenga una buena proyección de la empresa para conseguir mayor credibilidad y formalidad por parte de los clientes.

Es decir que la imagen institucional es la forma en que se distingue una compañía a otra, es la carta de presentación, la primera impresión que

tiene el público ante la misma; por otra parte, al posicionar la imagen de la empresa, permite que sean reconocidos con más facilidad y de esta forma se mostrará formalidad y seriedad por parte de los usuarios internos.

#### **4.2.2 Fundamentación Legal.**

Este trabajo investigativo se encuentra fundamentado legalmente en el Reglamento de Ceremonial Público, Decreto ejecutivo 3432, Registro Oficial 727 en el:

**Art. 113.-** La Dirección General del Estado y Protocolo del Ministerio de Relaciones Exteriores controlará el cumplimiento de las normas que contiene este reglamento y, en los casos no previsto en el mismo, resolverá de conformidad con la costumbre, sin alterar las disposiciones del Reglamento Ceremonial Público. Todos los funcionarios y demás personas a quienes se aplica este reglamento deberán acatar las decisiones e indicaciones de la Dirección General de Ceremonial del Estado y Protocolo.

Es decir que se deben llevar a cabo las indicaciones que se muestran en las normas protocolarias de acuerdo al acto social que se realice, así mismo, deberá respetarse la ubicación de cada una de las autoridades invitadas, deben ir tal como lo indica el orden designado, por ende se deberá tener conocimiento de todos los contenidos que se muestran en

los artículos, y así, tener como resultado una buena organización y precedencia.

Así mismo, la Ley Orgánica del Ecuador, en el tercer suplemento del registro oficial N° 22 de la SECCIÓN V Publicidad manifiesta en el:

**Art. 92.-** Actores de la publicidad.- La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario.

La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en la Ley de Propiedad Intelectual.

#### **4.2.3 Fundamentación Filosófica.**

La Etiqueta y Protocolo, son dos términos muy antiguos que actualmente se relacionan entre sí, más aun en el mundo globalizado que hoy se vive fortaleciendo para las relaciones en las empresas. El origen de etiqueta tiene sus raíces en el siglo XVIII, y se le relacionaba con comportamientos propios de la sociedad de esa época donde fácilmente se le podía asociar con la “cultura” que tenían las personas, aunque la



cultura como es hoy entendida difiere en este sentido, debido a que se ha comprobado que ésta no es universal.

La Real Academia de la Lengua Española, expresa que Etiqueta proviene del Francés Etiquette y está de la voz Germánica "Stik" que significa: fijar, clavar. La etiqueta es el ceremonial de los estilos, usos y costumbres, que deben observarse en todos los actos solemnes y ceremonias públicas, así como en las manifestaciones externas de la vida social, es decir el conjunto de normas que condicionan nuestra conducta para poder desarrollarnos políticamente, socialmente y lograr una conducta distinguida y honorable.

El término protocolo, procede del latín "protocollum", que a su vez procede del griego (protos, primero y kollom, pegar, y refiere a la primera hoja pegada con engrudo). En su significado original, venía a decir que "protocollum" era la primera hoja de un escrito. La primera hoja en la que se marcan unas determinadas instrucciones. Esta definición marca el inicio de lo que más tarde será el verdadero significado del término protocolo.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), entre otros significados, protocolo es: "La regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o por costumbre". Algunos historiadores indican que existían términos y expresiones protocolarias en documentos tan importantes como el Código de Hammurabi, en los jeroglíficos del

antiguo Egipto y en otras muchas referencias escritas. En consecuencia, los dos términos están relacionados básicamente al conocimiento y aplicación que determinan definitivamente el comportamiento que toda persona asume en determinadas situaciones y la forma como las realiza, puede afectar positiva o negativamente la imagen de la empresa para la cual labora.

Actualmente es comprendida como un sinnúmero de reglas que deben ser aplicadas en cualquier ámbito que toda persona se desenvuelva, desde el mismo momento que se dirige a los demás y durante todos los roles que esta persona desempeñe el resto del día como ejecutiva(o), ya sea desde el punto de vista social o familiar. En efecto, la etiqueta es el comportamiento adecuado que toda persona debe tener para salir victoriosa de cualquier situación que se le presente, es decir, sin perder su imagen, manteniendo una correcta actitud y comunicación adecuada.

#### **4.2.4 Fundamentación Teórica.**

##### **4.2.4.1 Definiciones de Etiqueta.**

La etiqueta es un conjunto de normas y costumbres que las personas deben tener conocimiento para aplicarlas en diferentes actos de índole social y ceremonial, el cual nos permite una adecuada postura y relación con los demás.

Según Cobos, Hugo y Ladino, Javier et al. (2006) Indican que la Etiqueta: “Es la parte operativa del protocolo, es decir el

poner en práctica las reglas convencionales o que vienen dadas por la costumbre”. Ellos manifiestan que la Etiqueta y Protocolo en la actualidad son dos términos que van de la mano en el que se aplican normas y costumbres, que se deben poner en práctica en un determinado evento o acto ceremonial, esto es con la finalidad de que el programa llevado a cabo sea exitoso y muestre verdadero profesionalismo ante los invitados.

La etiqueta en la actualidad va mucho más allá del enunciado de las reglas de cortesía, el buen comportamiento y el estilo, sino que incluye esa consideración general que se debe mostrar hacia el mundo que nos rodea y por supuesto, el elemento fundamental es la imagen que se proyecta continuamente a las personas de nuestro alrededor.

Por otra parte los autores Cobos, Hugo y Ladino, Javier et al. (2006) también nos indican que: “La etiqueta tiene que ver con los estilos, las formas, los usos, las costumbres que se guardan en todas las normas de relacionamiento social del mundo”. Ellos también resaltan que la Etiqueta es el estilo que tiene cada persona al momento de presentarse en un determinado acto social, en el cual intervienen las normas, costumbres que por ende ayudan al relacionamiento de las personas en el mundo social. Al aplicar estas costumbres, la

realización de los actos protocolares en las instituciones serán más fáciles y sencillos de organizar.

Es sumamente importante proyectar una imagen positiva y procurar que el atuendo que se refleje sea el adecuado, el preocuparnos por una imagen personal no puede considerarse como una señal de vanidad sino una muestra de cortesía elemental, el reflejo de una correcta etiqueta que se irradia como persona profesional hacia los semejantes

#### **4.2.4.2 Tipos de etiqueta.**

La etiqueta, tiene que ver con el “saber estar”, “saber comportarse”. Define su ambiente, su vestir, su desempeño, dependiendo de lo que se va a realizar. Según Freire, Magdalena. (2007) dice que se clasifica de la siguiente manera:

- a. Estricta etiqueta:** La determina el acto al cual se asistirá y la invitación que se reciba. Tiene que ver directamente con la vestimenta de la persona y el sitio donde se celebre el ceremonial o acto.
  
- b. Etiqueta simple:** Se aplica en las normas del vestir que pueden estar regidas por la misma persona. Es decir, la etiqueta simple la define el buen saber y

entender de cada cual cuando no lo determina expresamente una invitación.

Todo conocedor del ceremonial social está en capacidad de poder vestirse según la hora y sitio donde es invitado, esto lo llevará a estar elegantemente presentable y a la vez cumpliendo con las normas de etiqueta. Si es regido por una gala u ocasión especial vendrá especificada directamente en la tarjeta de invitación.

- c. Etiqueta en el vestir:** Como bien indicamos puede ser estricta o simple. Cuando se determina que es “estricta etiqueta” debe llevarse de la siguiente manera: El hombre “Frac”, atuendo de gran gala. Podemos decir que es la vestimenta de máxima etiqueta; La dama “Traje Largo”, también conocido como traje de noche, es la prenda de más etiqueta del vestuario femenino.

#### **4.2.4.3 Definición de protocolo.**

El protocolo hace hincapié en las normas de cortesía, como respeto a las personas, sea cual sea su condición social y personal, su principal objetivo es que las acciones en las que interviene o dirige se hagan correctamente para lograr la buena armonía. Para ello, utiliza normas, directrices y criterios

capaces de adaptarse a determinadas actividades y situaciones.

Según Cobos, Hugo y Ladino, Javier et al. (2006) manifiestan que el Protocolo: “es un conjunto de reglas de ceremonial público, diplomático, establecidas por decreto o por costumbre. Estas son obligatorias en lo público y referenciales en lo privado”. Los autores indican que el protocolo forma parte de un conjunto de normas que ya están regida en un documento o establecidas en una institución, las cuales deben ser cumplida al pie de la letra sin alterarse ninguna regla, por ende es necesario conocer cada una de estas directrices para saber manejarlas correctamente, ya sea esta en el ámbito público o privado.

#### **4.2.4.4 Clases de protocolos**

Hemos visto que el protocolo sirve para ordenar a las personas, los símbolos en un acto según su cargo que ostentan y según su finalidad del mismo. A continuación Cabero, Cristina. (2012) menciona las clases de protocolo que existen:

- a. Protocolo Institucional:** Se definen los diferentes tipos de actos y se organizan los representantes de los

distintos estamentos del Estado en actos institucionales, públicos o privados.

**b. Protocolo Empresarial:** Aunque en la actualidad la interrelación entre el sector privado y público es muy frecuente, hasta hace unos años la carencia de una normativa regularizada en la empresa, como la que existe en el mundo oficial, hacía que fuese difícil aplicar las pautas de actuación a la hora de organizar un acto.

Los más complicados de resolver eran las de saber diferenciar los tipos de actos de la empresa, no tener claras las presidencias ni las precedencias y no conocer las pautas que se debían seguir en los actos públicos mixtos, de este modo, los parámetros básicos a la hora de realizar los actos empresariales y ordenar a sus invitados se basaban tan solo en sus estatutos y organigramas, en los usos sociales y en sus propias costumbres.

**c. Protocolo Internacional:** El protocolo en las organizaciones internacionales se rige, por un lado, por las normas del Protocolo Diplomático y por otro, por dos reglas generales: por la precedencia entre las

organizaciones y por las reglas particulares para la prelación interna dentro de cada una de ellas.

Se debe distinguir las precedencias entre las organizaciones internacionales: en primer lugar, la Organización internacional más importante debido a su carácter mundial en la Organización de las Naciones Unidas (ONU). A ésta, la siguen las Organizaciones regionales, políticas y militares y por último, los grandes organismos de carácter administrativo, económico, social o cultural.

#### **4.2.4.5 Importancia del protocolo.**

El protocolo se ha convertido en uno más, de los factores de competitividad que las empresas necesitan para consolidar su posición en el contexto económico y social en el que actúan, debido a que permite educar el comportamiento de una persona, establece la armonía, forma buenos hábitos y se mejora la convivencia con los demás; en general, ayuda al buen funcionamiento de las relaciones interpersonales con los usuarios y empresas públicas o privadas.

Protocolo comprende en todos los ámbitos, ya sean oficiales, diplomáticas, militares y sociales, las normas que hay que cumplir, pero a la vez es el "aceite" que permite a la complicada maquinaria de las relaciones humanas marchar en armonía y sin riesgo de oxidación. Alvarado, Mabel. (2011)



Según Alvarado nos dice que el protocolo se enlaza o se adhiere a cualquier ámbito social, este se asocia por medio de normas que se deben cumplir, por motivo que si no se aplica se formaría un caos laboral, debido a que el protocolo es el motor de una empresa que permite que las relaciones humanas funcionen y marchen sólidas sin ningún inconveniente que puedan afectar a las organizaciones, por esta razón, es importante que se apliquen estas normas en el Instituto Tecnológico “Luis Arboleda Martínez” para obtener como resultado una buena armonía y convivencia social o laboral.

#### **4.2.4.6 Objetivo del protocolo.**

El objetivo del protocolo en las empresas según Cobos, Hugo y Ladino, Javier et al. (2006) nos manifiestan que “Su objetivo es garantizar que quienes ocupan funciones públicas puedan ejercer sus cargos en ceremonias y otros actos oficiales, con un proceder normado”.

Es decir, que el objetivo es que los actos sociales que se realicen en las empresas, ya sean públicas o privadas se puedan ejecutar con una guía protocolar que los direcciones a realizar un buen evento ceremonial y lograr por ende una buena crítica por parte de los invitados, por esta razón se pretende emplear estas estrategias en el Instituto Tecnológico

Superior “Luis Arboleda Martínez” para que sus actos sociales se los realice por medio de normas protocolares.

#### **4.2.4.7 Protocolo empresarial**

El protocolo empresarial según la autora Muñoz, María. (2010) “Se define como un conjunto de normas y técnicas necesarias para la planificación, preparación, desarrollo y control de cualquier acto promovido por una empresa privada o institución”. Es decir, que es una guía que informa sobre el comportamiento profesional. Comprenderá todas aquellas normas de referencias que marca la propia empresa, conforme a las costumbres establecidas, su organigrama o estatutos que persiga el acto, debido a que son necesarias para el desarrollo de los eventos institucionales, ya sean estos públicos o privados.

#### **4.2.4.8 La imagen institucional.**

La imagen institucional está vinculada a un conjunto de elementos que la identifican y la distinguen como una empresa u organización, al portar estos iconos están proyectando su reconocimiento como institución y a la vez su carta de presentación frente a la sociedad, la identidad dependerá su imagen pública, debido a que si no la representan con ningún símbolo pues esta no será reconocida

con facilidad ni mucho menos se mostrará formalidad ante los usuarios.

Los retos a los que una organización debe enfrentarse y la estrategia que para ello hubiere elaborado, será necesario valorar los puntos fuertes y débiles de la imagen que proyecta dicha empresa. A este respecto, nos preocupan las percepciones que tienen los distintos públicos sobre una determinada organización. Ind, Nicholas. (1990)

Toda organización debe tener conocimiento de que el perfil de su establecimiento debe ser proyectada, pero no solo con su logo institucional sino que debe ser transmitida por su uniformidad de sus clientes internos, debido a que son la representación dentro de la empresa y son la primera imagen que los usuarios visualizan, todo esto debe darse por ética profesional, respeto y consideración para quienes acuden a dichas organizaciones.

Cabe recalcar que los comentarios que se emiten por parte de los clientes externos pueden afectar de una u otra manera al establecimiento, debido a que correrían el riesgo de alejar a los usuarios o generar faltas de respeto, por esta razón se pretende que en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” tome en cuenta lo relacionado al uniforme, de este modo si se aplica esta estrategia, la institución será reconocida con facilidad y tendrá un perfil más profesional.

Es la forma o modo que identifica a la empresa. La idea fundamental es comunicar a través de cualquier elemento de la compañía (diseños, emblemas, anagramas y logotipos) que la diferencie de las demás. Indudablemente, los elementos visuales son los más adecuados: carteles, uniformes, transportes, cartas, sobres, etc. Barquero, José y Barquero, Mario. (1996)

Según los autores Barquero manifiestan que es importante la imagen de toda institución, debido a que esta, es la identificación que los representa y a su vez es un elemento fundamental para toda compañía se ostenten a través de sus respectivos diseños, logotipos o uniforme, por lo que es su parte esencial que los diferencian a las demás organizaciones y de esta manera será más fácil reconocer al establecimiento y darle más formalidad.

#### **4.2.4.9 Definición de Imagen Institucional.**

La identidad de marca es la base sobre la que la empresa construye toda su estrategia de marketing para el mercado. Ahora bien, como se ha comentado anteriormente, no sólo es importante disponer de una identidad corporativa clara y sólida, sino que es fundamental transmitir esta identidad y convertirla en una imagen real en la mente de los diferentes públicos. Una imagen que se corresponda con las características establecidas en esta identidad. Rodríguez, Inma y Jiménez, Ana. (2007)

Los autores manifiestan que la identidad de una empresa es la parte fundamental que todo establecimiento debe poner énfasis, por lo que de esta manera, se posiciona en el mercado y se la transmite para su reconocimiento en el mundo social; además, manifiestan que no solamente es importante disponer de una identidad corporativa, sino que es

necesario transmitir la identidad por medio de los usuarios internos y posicionar la imagen en la mente del público externo.

Evidentemente toda empresa trabaja en el posicionamiento de su imagen ante los usuarios, debido a que de esta manera al solo nombrar la empresa o ver su uniforme será reconocida con mucha más facilidad en el mundo laboral, por esa razón se quiere lograr conseguir esta estrategia en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” para que el establecimiento tenga más acogida y se asocie más en la mente del público.

#### **4.2.4.10 Importancia de la Imagen Institucional.**

Es importante que toda organización se preocupe por la identidad de su empresa, por lo que esta es la primera impresión que se llevan los clientes, por esta razón Caldevilla, David. (2007) manifiesta que la Imagen Institucional “es la que hace que la imagen corporativa cobre una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo estratégico”.

Es decir, que la imagen institucional es parte importante en toda organización, porque la imagen hace referencia al llamado de atención de los usuarios o clientes; debido, a que

con una correcta etiqueta se crea valor para todas las empresa y mediante esta estrategia se le da posicionamiento y se la diferencia ante las demás. Así mismo, Caldevilla (2007) también menciona que si una empresa crea una imagen en sus públicos:

- a)** Ocupará un espacio en la mente de los públicos. Por medio de la imagen corporativa la empresa existe para los públicos. Hoy todas las empresas se ven obligadas a comunicar de uno u otro modo. Si está en la mente del público, la empresa existe, y ése es el primer paso para que un determinado público la elija.
  
- b)** Facilitará su diferenciación de las organizaciones competidoras, creando valor para los públicos, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado. Que la empresa exista para el público no implica necesariamente que éste la elija, esa existencia debe ser valiosa para el público. Debe tener un valor diferencial con respecto a las demás organizaciones que también tienen un espacio en su mente.

La imagen corporativa permite generar ese valor diferencial, aportando soluciones beneficiosas para el público, muy valiosa a la hora de hacer su elección, así,

la organización crea valor para sí misma creando valor para sus públicos mediante la imagen corporativa.

#### **4.2.4.11 Tipos de Imagen Institucional.**

Los tipos de imagen institucional o corporativa que existen según el autor Alvarenga, José. (2009) son las siguientes:

4.2.4.11.1 Imagen Deseada. Aquella que posee el personal directivo de la empresa, constituye el ideal de imagen que debe poseer la organización.

4.2.4.11.2 Imagen Subjetiva. Es el concepto institucional que los empleados poseen, se dice que es subjetivo por el fenómeno humano de mentirse a sí mismo.

4.2.4.11.3 Imagen Difundida. El concepto que es transmitido por la institución hacia sus públicos.

4.2.4.11.4 Imagen Percibida. Es la Imagen real u objetiva

#### **4.2.4.12 Objetivo de la Imagen Institucional.**

Persiguen el propósito de crear o fortalecer la buena imagen del ente que se esté promoviendo. Ello requiere de la elaboración de un plan lo que resulta clave para alcanzar los objetivos previstos. Esa gestión es clave y consiste en la formulación coherente de una serie de tácticas que conduzcan a la promoción de los elementos positivos del ente. Gómez, Carlos y Gómez, Amilcar. (2003)

Desde la perspectiva de los autores lo que se pretende es crear un plan que ayude a mejorar con disciplina y ética la imagen de una compañía, logrando alcanzar los objetivos propuesto mediante métodos que conduzcan al éxito, todo esto en base a que las empresas se debe al público y por lo tanto merecen respeto y valoración mostrándoles un perfil profesional. Lo que se desea obtener en el Instituto Tecnológico “Luis Arboleda Martínez”, es una imagen formal, tanto para el personal administrativo como docente, puesto que de esta manera se logrará un excelente perfil en su entorno empresarial y la gestión laboral será más armónica y agradable.

#### **4.2.4.13 Las Relaciones Públicas como creación de Imagen.**

Uno de los elementos que enlazan a la creación de la imagen son las Relaciones públicas por lo que permite evaluar la verdadera posición de la empresa antes sus distintos públicos de los cuales depende para ser diferenciada ante las demás mostrando ética y profesionalismo por medio de sus usuarios internos.

Según Wilcox, Dennis; Cameron, Glen y Xifra, J. (2012) mencionan que: “La imagen de una empresa depende de muchos factores y las relaciones públicas son solo uno de ellos”. Los autores nos indican que uno de los factores que



intervienen en el posicionamiento de la imagen son las relaciones públicas, debido a que se han generado distintos públicos que los asocian, ya sean estos accionistas, proveedores, clientes etc., la cual se hace para mantener una determinada posición.

#### **4.2.4.14 Relaciones Públicas empresariales para una mejora de Imagen.**

Dentro de las temáticas indagadas además de que las Relaciones Públicas nos ayudan a relacionarnos en el mundo laboral o personal, también la asocian para una mejora de imagen en la empresa tal y como nos indica la siguiente cita.

El cambio de la imagen actual a la deseada deberá producirse a través de trabajos coordinados de Relaciones Públicas Empresariales, tanto en recursos humanos como técnicas de comunicación que mejoren la imagen global de la empresa, y partiendo de un adecuado uso, entre otros. Barquero, José y Baquero, Mario. (1996)

Es decir, que para lograr una nueva imagen, deberán realizarse trabajos que estén sistematizados por las Relaciones Públicas, el cual se aplique tanto en recursos humanos y técnicas de comunicación con la finalidad que ayude a la mejora de la imagen institucional; así mismo, adoptando las medidas necesarias y tomando en cuenta que las estrategias sean aplicada con rigurosidad por parte de

quienes conforman la empresa, sin dejar de hacerlo, sino que más bien se convierta en un hábito en los trabajadores y así no pueda generarse ninguna clase de conflictos.

#### **4.2.4.15 Imagen versus Opinión Pública.**

Dentro del éxito de una imagen, también ingresa las críticas del público externo, sean estas positivas o negativas el hecho es que afecta de una u otra manera, la identidad de un establecimiento, tal es el caso de que si no se le toma importancia a estos comentarios la empresa no obtendrá buenos resultado y se irá en declive.

Es importante recalcar que las instituciones se deben a su público, debido, a que basan sus objetivos y misiones en ellos, por este motivo, se adhiere la comparación de la imagen versus la opinión pública para mencionar cuán importante es este tipo de temática en las empresas; tal y como, lo menciona el autor en la siguiente cita.

El resultado final de la interacción entre una empresa y su entorno interno y externo es un determinado nivel de opinión pública. El capital – imagen fomentada desde la empresa será, en cualquier caso, una parte del material que usará el entorno social para posicionarse y valorar a la organización. Al final de todo proceso, lo que realmente contará será el estado de opinión pública que provoque la actividad empresarial. Barquero, Daniel. (1999)

Según el autor indica que, el objetivo final que toda empresa tiene, es la de su entorno interno y externo, el cual se regirá en el nivel de opinión pública que se encuentre. Si bien es cierto, la imagen que viene siendo el capital más importante de toda organización, debe ser fomentada desde la misma compañía, de tal manera que se logre posicionarse en el entorno social y laboral.

Así mismo, los encargados de dicho establecimiento deben darle valoración a la imagen corporativa, si desean que su sociedad sea reconocida, debido a que, al final de todo proceso lo que realmente importará será la opinión pública que se provoque en los clientes, debido a que ellos son los protagonistas y no la empresa.

#### **4.3 Preguntas de Investigación.**

- ¿Qué es la Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional?
- ¿Cuáles son los tipos de Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional?
- ¿Cuáles son los objetivos de Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional?
- ¿Cuál es la importancia de la Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional?

#### **4.4 Justificación.**

La Etiqueta y el Protocolo es fundamental en toda organización, la problemática que se presenta en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” es muy evidente, la imagen que proyecta el personal administrativo y cuerpo

docente al no portar un uniforme ocasiona una mala imagen a la institución. Sin embargo, a través de este estudio investigativo se realizarán varias indagaciones sobre estas variables que ayudaran a mejorar la imagen institucional.

Por lo general todas las organizaciones se identifican con facilidad por el uniforme, puesto que transmiten orden y seriedad. Esta solución será de gran relevancia para la institución porque mediante este aspecto se está proyectando formalidad y sobre todo una buena imagen. Este estudio ayudará al Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” a mejorar su imagen y dar una buena carta de presentación tanto para sus usuarios externos como internos, además, el ambiente que se evidenciará será mucho más cómodo y agradable para quienes acudan a visitar el lugar, mostrando así, respeto y dignidad hacia ellos.

Esta solución será de gran importancia porque a partir de este proceso, permitirá que la institución sea reconocida por la buena etiqueta que portan tanto el personal administrativo y cuerpo docente, de tal manera, que trabajarán de una forma sistemática con mucha más comodidad que en efecto proyectarán una excelente imagen. En gran medida una imagen sólida, representativa de su actividad y su ética de trabajo, constituyen un valor fundamental a la hora de posicionarse en el sector empresarial y de diferenciarse de la competencia.

El presente estudio será trascendental; debido, a que los resultados se verán reflejados en la institución, ésta se convertirá en un establecimiento de mayor reconocimiento y con un personal altamente productivo; se fomentará las normas de comportamiento de etiqueta y protocolo para establecer una vida social más agradable, se reflejará una correcta imagen; los usuarios internos elevarán su autoestima, se sentirán competentes de realizar sus actividades laborales, con una correcta ética y organización.

Este proyecto cuenta con el aval de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo, así como también de la entidad a la cual se está aplicando la investigación el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez”; además, cuenta con la designación de un tutor quien guiará la realización del desarrollo de este trabajo investigativo; se hará uso del respectivo material bibliográfico, para rescatar la información necesaria, y con los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos para alcanzar resultados deseados.

#### **4.5 Metodología.**

##### **a. Diseño del estudio.**

La modalidad que se utilizará para el desarrollo de este trabajo investigativo será tipo bibliográfica, porque contiene fuentes confiables como libros, revistas, artículos, ensayos, etc., que nos permitirá comparar, deducir, ampliar los conocimientos de diferentes teorías y conceptualizaciones, para llevar a cabo los procesos investigativos; cualitativa porque se trabajará con

datos textuales y análisis en la investigación. Por consiguiente, el tipo de investigación que se aplicará en esta investigación será descriptiva porque a través de esta modalidad se detallará las características de las diferentes variables, con el fin de plantear una propuesta.

Por otra parte, los métodos que se emplearán para realizar las comprobaciones de acuerdo a los resultados que se obtenga serán analíticos, porque se analizarán los procesos, resultados y datos investigativos. Se aplicaran la técnica de observación porque se caracterizará por la interrelación que se dé entre el investigador y los sujetos de los cuales se habrán de obtener ciertos datos observando y estudiando el comportamiento del fenómeno tal cual se presenta en la realidad.

**b. Sujetos y tamaño de la muestra.**

En esta investigación se considera como universo al Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez”, de la ciudad de Manta, en el que participarán 8 docentes, 4 personas que integran el personal administrativo y la autoridad del Instituto.

**c. Definición de las Variables.**

**Variable Independiente:** La Etiqueta es el otro término junto al Protocolo, aparecen frecuentemente en textos tanto especializados como no especializados. Se refiere un tipo concreto de ceremonial, referido a usos

sociales y específicamente a un cierto modo personal de relacionarse con el entorno. Manifestó Otero, María. (2011).

**Variable Dependiente:** Para el logro del crecimiento profesional dentro de las organizaciones, el cuidado de la imagen personal posee suma importancia, pues implica el conocimiento y perfeccionamiento del aspecto exterior, a través del porte, la vestimenta, el habla y las mejores formas para interactuar con nuestro interlocutor. Indicó Citrullo, Silvia. (2009).

#### **4.6 Resultados Esperados.**

El análisis de las variables Etiqueta y Protocolo e Imagen Institucional en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez”, permitirá mejorar la imagen corporativa y hacerla más reconocida; además ayudará a extender los conocimientos a las personas involucradas en esta temática y a plantear a modo de propuesta una alternativa de solución.

### **5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Alvarado, Mabel. (2003). “Técnicas secretariales”, EDITORIAL EUNED, San José - Costa Rica.
- Barquero, José y Barquero, Mario. (2000). “El libro de ORO de las Relaciones Públicas”, EDICIONES GESTIÓN 2000, S.A., Primera edición, Barcelona - España.
- Cabero, Cristina. (2012). “Gestión de Protocolo”, Ediciones Paraninfo S.A., Madrid - España.

- Caldevilla, David. (2007). "Manual de Relaciones Públicas", Editorial Visión Net, Madrid - España.
- Cobos, Hugo y Ladino, Javier et. Al. (2006). "Los Valores", EDICIÓN MMVI, Madrid - España.
- Daniel, Barquero. (1999). "Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales", Editorial GESTIÓN 2000, 2ª Edición, Barcelona - España.
- Freire, Magdalena (2007). Etiqueta, Protocolo e Imagen Empresarial. Editorial ST, Madrid – España.
- Gómez, Carlos y Gómez, Amilcar. (2003). "Gerencia de Relaciones Públicas y Protocolo", Editorial CEC, S.A, Caracas - Venezuela.
- Hefting, Paúl. (1991), "Planificación estratégica de la imagen corporativa", Editorial Ariel S.A., 1ª edición, Barcelona - España.
- Ind, Nicholas. (1990). "La imagen Corporativa", editorial Kogan Page Ltd., Ediciones Díaz de Santos, Madrid - España.
- Muñoz, Soledad. (2010), "PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS", 1ª edición, Ediciones Paraninfo, Madrid – España.
- Otero, María. (2011). "PROTOCOLO Y EMPRESA", EDITORIAL UOC, Primera edición, Barcelona - España.
- Rodríguez, Inma y Jiménez, Ana. (2007). "Comunicación e Imagen Corporativa", Editorial UOC, Barcelona - España.
- Vinuesa, Rómulo. (2000). "Actos Sociales", Ed. 2000, Quito – Ecuador.
- Wilcox, Dennis; Cameron, Glen y Xifra, J. (2012). "Relaciones Personales" Editorial PEARSON EDUCACIÓN, S.A., 10ª edición, Madrid - España.



## 5.1 Web Grafía

- Recuperado en: SlideShare, José, Alvarenga. (2009), “Imagen Corporativa”  
<http://www.es.slideshare.net/alvarengal/imagen-corporativa>
- Recuperado en: Mujeres de Empresa, Silvia, Citrullo. (2016). “Etiqueta: La imagen Personal y Profesional”  
<http://www.mujeresdeempresa.com/etiqueta-la-imagen-personal-y-profesional/>
- Recuperado en: Dialnet, Fernández, Jorge y Vásquez; (2012), “Antecedentes Histórico Protocolo”  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3867679.pdf>
- Recuperado en: Cancillería Decreto Ejecutivo 3432 (2002) REGLAMENTO DE CEREMONIAL PÚBLICO, Quito – Ecuador  
[http://www.cancilleria.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/reglamento\\_ceremonial.pdf](http://www.cancilleria.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/reglamento_ceremonial.pdf)
- Recuperado en: Pdf, Carvajal, Deissy y Patín, Rosmery. (2015), Tesis “Etiqueta y Protocolo en la Gestión Administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito san pedro Ltda. parroquia Guanujo”, Guaranda – Ecuador  
<http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/145/3/TESIS%20F.R.pdf>
- Recuperado en: Pdf Dután Yelly y León Ingrid Tesis “Creación de una Identidad Corporativa para la empresa Megacom del cantón Naranjito”  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/>
- Recuperado en: Pdf Ley Orgánica del Ecuador (2013), Quito – Ecuador  
<http://www.asambleanacional.gob.ec/>

## **6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA**

Lo que se pretende con esta investigación es que se apliquen estrategias de capacitación para implementar la utilización de un uniforme en el personal administrativo y docente, de esta manera también se actualizará los conocimientos sobre la temática de Etiqueta y Protocolo que permitirá mejorar la Imagen Institucional del personal en el Instituto Tecnológico Superior “Luis Arboleda Martínez” de la ciudad de Manta.

## ANEXO Nº 1

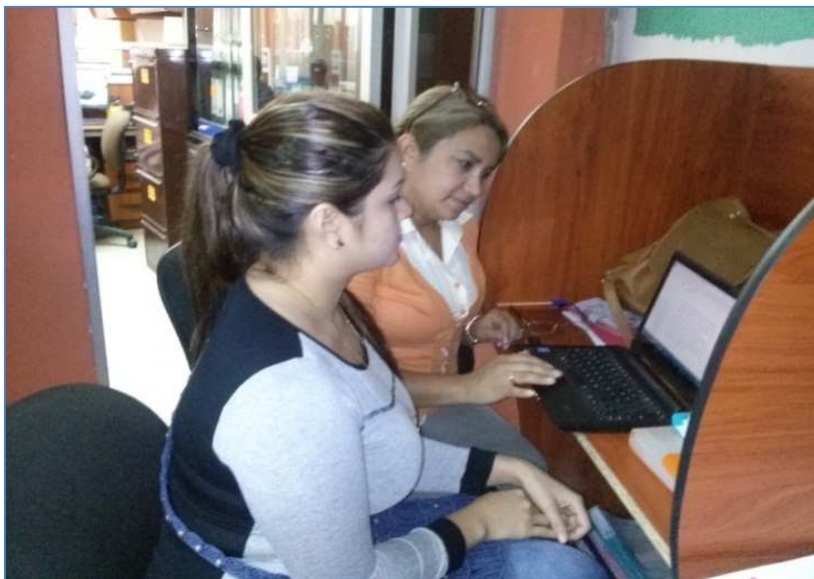


**IMAGEN NO ADECUADA QUE PROYECTA EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "LUIS ARBOLEDA" MARTÍNEZ**



**MUESTRA DE QUE NO CUENTAN CON UNA BUENA NORMA DE ETIQUETA Y PROTOCOLO**

## ANEXO Nº 2



**TUTORIAS CON LA LIC. JESSICA SÁENZ**



**VERIFICANDO OBSERVACIONES DEL PROYECTO**