



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y
DEL HOMBRE.

ESPECIALIZACIÓN SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL
TESIS DE GRADO

**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE RELACIONES
PÚBLICAS PARA EL COLEGIO DE EDUCACIÓN
MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA,
QUE PERMITA MEJORAR LAS RELACIONES
INTERPERSONALES DE LA INSTITUCIÓN”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Secretaria Ejecutiva
Gerencial

Autora:

Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

Director de Tesis:

Dra. Msc. Janeth Rengifo

Latacunga – Ecuador.

04 Mayo del 2009

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “Elaboración de un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, que permita mejorar las Relaciones Interpersonales de la Institución”, son de exclusiva responsabilidad de la autora.



~~Nataly Semanate~~
Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

C. I.: 050291200-9

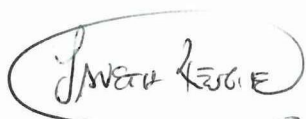
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el Tema:

“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS PARA EL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA, QUE PERMITA MEJORAR LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE LA INSTITUCIÓN”, de Mercedes Nataly Semanate Veintimilla, egresada de la Especialidad de Secretariado Ejecutivo Gerencial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico – técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Académico de la Carrera de Ciencias Administrativas, Humanísticas y del Hombre de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 04 de Mayo del 2009.

El Director



Dra. Msc. Janeth Rengifo.

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Carrera de Ciencias Administrativas, Humanísticas y Del Hombre; por cuanto, la postulante: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla con el título de tesis: "Elaboración de un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del Cantón Latacunga, que permita mejorar las Relaciones Interpersonales de la Institución" han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 04 de Mayo del 2009.

Para constancia firman:



Ing. Milton Merino
PRESIDENTE



Dr. Msc. Raúl Cárdenas
MIEMBRO



Ing. Edwin Reyes
PROFESIONAL EXTERNO



Ing. Fabricio Tinajero
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO.

Es necesario; dentro de cada persona que cultivemos en forma amplia y sincera el sentimiento de gratitud y es hoy que mi persona lo haga a favor de Dios, a mis padres que me han estado apoyando moral y espiritualmente en todo lo que ha estado a su alcance, especialmente a las autoridades y sus docentes de la Carrera de Ciencias Administrativas Humanísticas y del Hombre, que supieron impartir en mí todos sus conocimientos para poder desarrollarme como profesional.

Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

DEDICATORIA.

Esta Tesis está dedicada a Dios y a mis padres que de una u otra manera supieron ser apoyo incondicional desde mi inicio en la preparación hasta la finalización de la misma.

Además, a la gente que directa o indirectamente me impulsaron a finalizar con éxito la presente Tesis, pienso que no es necesario mencionar sus nombres ya que es mejor guardar el recuerdo de su apoyo en mi corazón.

Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMAS	Pág.
Portada	i
Autoría	ii
Aval del Director de Tesis	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice	
Resumen	
Summary	
Introducción	

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES.	1
1.2. RELACIONES HUMANAS	6
1.2.1. Definiciones de Relaciones Humanas.	7
1.2.2. Importancia de las Relaciones Humanas	8
1.2.3. Las Relaciones Humanas en el Ámbito Laboral	9
1.3. RELACIONES PÚBLICAS.	10
1.3.1. Definiciones	11
1.3.1.1. Elementos que Abarcan las Relaciones Públicas	13
1.3.2. Importancia de las Relaciones Públicas	15
1.3.3. Función de las Relaciones Públicas	18
1.3.4. Términos que se confunden con las Relaciones Públicas	19
1.3.5. Las Relaciones Públicas como Ciencia	20
1.3.6. Tendencias Actuales	20
1.3.6.1. La Era Moderna	21

1.4.	COMUNICACIÓN	22
1.4.1.	La Comunicación va Cambiando a través de los Tiempos	23
1.4.1.1.	Tecnología.	24
1.4.2.	Definiciones de Comunicación	25
1.4.3.	Medios de Comunicación	26
1.4.4.	Las Comunicaciones en el Quehacer de las Instituciones	28
1.5.	PUBLICIDAD	28
1.6.	PÚBLICO	29
1.6.1.	Tipos de Público	30
1.6.2.	Opinión Pública	31
1.6.3.	El Término de Opinión Pública	32
1.6.4.	Características o Dimensiones que se usan con más Frecuencia para Describir una Opinión	33
1.7.	MANUAL	35
1.7.1.	Necesidad de los Manuales	36

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1.	BREVE CARACTERIZACIÓN DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA.	37
2.2.	INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO DOCENTE Y ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA.	41
2.2.1.	Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos en la Encuesta Aplicada al Personal Ejecutivo, Administrativo y Docente del Colegio de Educación Musical César Viera del Cantón Latacunga.	42
2.2.2.	Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos en la Encuesta Aplicada a los Estudiantes del Colegio de Educación Musical César Viera del Cantón Latacunga.	53
	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE	59

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES	61
RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE	62
RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES	63

CAPÍTULO III

MARCO PROPOSITIVO

3.1. DISEÑO DE LA PROPUESTA	64
3.1.1. Datos Informativos	64
3.1.2. Antecedentes de la Propuesta	65
3.1.2.1. Formulación de la Misión	65
3.1.2.2. Formulación de la Visión	65
3.1.3. Justificación	66
3.1.4. Objetivos	67
3.1.4.1. Objetivo General	67
3.1.4.2. Objetivos Específicos	67
3.1.5. Implementación y Validación de la Propuesta	67
3.1.5.1. Problemas que enfrenta	67
3.1.5.2. Desarrollo del Manual	68
3.1.5.2.1. Factores de las Relaciones Públicas	69
3.1.5.2.2. La Imagen de la Institución	69
3.1.5.2.3. Las actividades que desarrolla	70
3.1.5.2.4. Como llevarse bien con los Integrantes de la Institución Educativa	71
3.1.5.2.5. Podemos lograr buenas Relaciones Públicas si ponemos en práctica los siguientes principios generales	72
3.1.5.2.5.1. Qué conseguimos con unas buenas Relaciones Públicas	74
3.1.5.2.6. Relaciones Públicas en el Trabajo Institucional	76
3.1.5.2.6.1. Como relacionarse con la Gente Difícil	73
3.1.5.2.7. Evaluación del Lugar de Trabajo	77
3.1.5.2.8. Perfeccionar las Relaciones Públicas de la Institución	78
3.1.5.2.9. La Vida Social Institucional y sus Consecuencias	81

3.1.5.2.10. La Disciplina apropiada, requerimiento indispensable para el bien común Institucional	85
3.1.5.2.11. El personal Ejecutivo, Administrativo, Docente y Estudiantes	86
3.1.5.2.12. Etiqueta Institucional	92
3.1.5.2.13. La Comunidad y las Entidades Relacionadas	96

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

TEMAS	PÁG.
Cuadro #. 1. Factores que Gravitan en el Mensaje	23
Cuadro #. 2. Manuales Administrativos	35
Cuadro #. 3. Necesidad de los Manuales	36

ÍNDICE DE TABLAS

TEMAS	PÁG.
Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada al Personal Ejecutivo, Administrativo y Docente del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.	
Tabla #. 1. Significado del Término Relaciones Públicas	42
Tabla #. 2. Lo que Entienden las Personas por RR. PP.	43
Tabla #. 3. Buen Trato al Público	44
Tabla #. 4. Conocimiento de los Diferentes Tipos de Público	45
Tabla #. 5. Definición del Término Interpersonal	46

Tabla #. 6. Factibilidad para Relacionarse con los Demás	47
Tabla #. 7. Cordialidad con las personas	48
Tabla #. 8. Grado de Cordialidad	49
Tabla #. 9. Dificultad para hacer Amistades	50
Tabla #. 10. Aceptación de la Personalidad	51
Tabla #. 11. Cooperación en el Trabajo	52

Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada a los Estudiantes del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga. 53

Tabla #. 1. Definición de Relaciones Públicas	53
Tabla #. 2. Grado de Importancia de las Relaciones Públicas	54
Tabla #. 3. Dificultad para hacer Nuevas Amistades	55
Tabla #. 4. Cordialidad con los Compañeros	56
Tabla #. 5. Buena atención en el Área Administrativa	57
Tabla #. 6. Existencia de diferentes tipos de Público	58

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE 59

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES 61

RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE 62

RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES 63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

TEMAS PÁG.

Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada al Personal Ejecutivo, Administrativo y Docente	40
--	----

del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Gráfico #. 1. Significado del Término Relaciones Públicas	42
Gráfico #. 2. Lo que Entienden las Personas por RR. PP.	43
Gráfico #. 3. Buen Trato al Público	44
Gráfico #. 4. Conocimiento de los Diferentes Tipos de Público	45
Gráfico #. 5. Definición del Término Interpersonal	46
Gráfico #. 6. Factibilidad para Relacionarse con los Demás	47
Gráfico #. 7. Cordialidad con las personas	48
Gráfico #. 8. Grado de Cordialidad	49
Gráfico #. 9. Dificultad para hacer Amistades	50
Gráfico #. 10. Aceptación de la Personalidad	51
Gráfico #. 11. Cooperación en el Trabajo	52

Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada a los Alumnos del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

	53
Gráfico #. 1. Definición de Relaciones Públicas	53
Gráfico #. 2. Grado de Importancia de las Relaciones Públicas	54
Gráfico #. 3. Dificultad para hacer Nuevas Amistades	55
Gráfico #. 4. Cordialidad con los Compañeros	56
Gráfico #. 5. Aceptación de la Personalidad	57
Gráfico #. 6. Diferentes tipos de Público	58
Gráfico #. 14. Imagen de la Institución	70
Gráfico #. 15. Fines de toda Labor de Relaciones Públicas	71
Gráfico #. 16. Relaciones Interpersonales en el Lugar de Trabajo	78
Gráfico #. 17. Correo Electrónico	89
Gráfico #. 18. Hablar por Teléfono	89
Gráfico #. 19. El Ejecutivo, Administrativo, Docente	93
Gráfico #. 20. La Mujer Ejecutiva, Administrativa y Docente	94
Gráfico #. 21. Estudiantes del Colegio Musical César Viera	95

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE
Latacunga – Ecuador

Autora: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue Elaborar un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, que permita mejorar sus Relaciones Interpersonales.

Puesto que a lo largo del tiempo en todo el mundo el caos ha sido la condicionante para que surja el principal problema, la falta de vinculación con sus semejantes en forma amistosa.

El método Inductivo-deductivo en la tesis permitió resumir, interpretar, redactar la información de las Relaciones Humanas siendo la base de las Relaciones Públicas; en sí, se encuentran íntimamente ligadas. La información fue recabada desde lo general a lo más específico, puntualizando datos de vital importancia para su desarrollo.

Los resultados de ello, fue crear el Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, contribuyendo en elevar la formación de la calidad humana estudiantil.

Constituyó un aporte fundamental la creación del Manual, puesto que sirvió como medio impulsor en la concepción de nuevas oportunidades al momento de interrelacionarse las personas; fomentando la amistad, evitando o minimizando los conflictos, favoreciendo los ascensos en el trabajo, creciendo el aprecio hacia su persona.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
CAREER OF ADMINISTRATIVE, HUMANISTIC SCIENCES AND OF THE MAN
Latacunga-Ecuador

SUMMARY

The objective of the investigation was to Elaborate a Manual of Public Relationships for the College of Musical Education Caesar he/she Saw of the canton Latacunga that allows to improve its Interpersonal Relationships.

Since along the time the chaos has been in the entire world the condition so that the main problem, the linking lack with its fellow men arises in friendly form.

The Inductive-deductive method in the thesis allowed to summarize, to interpret, to edit the information of the Human relations being the base of the Public Relationships; in yes, they are intimately bound; information recabada from the general thing at most specific, remarking data of vital importance for its development.

The results of it, it was to create the Manual of Public Relationships for the College of Musical Education Caesar he/she Saw of the canton Latacunga, contributing in elevating the formation of the student human quality.

It constituted a fundamental contribution the creation of the Manual, since it served like half impeller in the conception of new opportunities; fomenting the friendship, avoiding or minimizing the conflicts, favoring the ascents in the work, growing the appreciation toward their person.

CERTIFICADO

En mi calidad de Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, CERTIFICO, que el resumen de la presente tesis fue revisado, corregido y verificado, la respectiva corrección del mismo, de la Srta. Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

Es todo cuanto puedo certificar en virtud a la verdad, pudiendo la interesada hacer uso del presente documento, cuando estimare conveniente.

Atentamente,


Lic. Sonia Castro.

INTRODUCCIÓN

La Elaboración del Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, es importante, puesto que la juventud no se interrelaciona cordial y amistosamente.

Lo que concibe en ponerse a pensar en cuán trascendental es poder comunicarse con los miembros de la comunidad y otros de forma segura, cordial, amistosa, anteponiendo en la convivencia institucional las reglas de buena conducta como cortesía.

El hombre actual es un ser social, pues para satisfacer sus necesidades se relaciona con otros seres humanos, teniendo la oportunidad a la vez de satisfacer las necesidades de ellos. Las capacidades que poseemos de desenvolvernos y darnos a conocer con otros individuos dentro de una sociedad se llaman Relaciones Públicas, y deben ser desarrolladas de manera que faciliten nuestra convivencia con las personas que forman nuestro entorno familiar y laboral, tomando en cuenta que en el nivel en que sea buena o mala la interacción que tengamos con otras personas se nos hace fácil o difícil vivir en armonía, las buenas relaciones públicas se logran través de una buena comunicación y así también dependen de la madurez humana que poseamos.

La presente investigación tiene como objetivo primordial mejorar las relaciones interpersonales en nuestro medio. Para ello debemos conocer que la base de las relaciones públicas se encuentra en la aceptación.

Lo cual conlleva a la formulación del siguiente problema: ¿Qué alternativa pudiera ser aplicable para el mejoramiento de las relaciones interpersonales de la institución?

En efecto, al tener una dificultad el objetivo primordial para la consecución de la solución del problema es la Elaboración de un Manual de Relaciones Públicas a través del estudio teórico-conceptual de las Relaciones Humanas, midiendo los datos en base a encuestas dando como resultado los niveles del conocimiento del

trato interpersonal de la comunidad educativa, para tomarlo como referencia y llevar a cabo el rescate de los valores humanos en la convivencia institucional.

Planteando como cuestiones a resolver las siguientes: ¿Cuál es el fundamento teórico que sustenta las Relaciones Públicas?, en cuanto a ello refiere a ser la voz del pueblo; es decir “saber comunicar y hacerlo bien”. Otra de las preguntas a resolver es la siguiente: ¿qué factores están ocasionando que las relaciones públicas en el colegio de Educación Musical “César Viera” tengan un intercambio de comunicación ineficiente?, la respuesta a ello es la falta de comunicación interpersonal eficiente con valores éticos, morales además de los principios generales de Relaciones Públicas institucionales.

En cuanto al último punto ¿cuáles son los principales resultados de la aplicación de las relaciones interpersonales de la institución del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga?, el resultado es mejorar la salud mental y emocional, llevarse de manera armónica con toda la comunidad educativa, entre otras.

El resultado que la investigación arroja es positivo, comprobando las cuestiones anteriores a través de todo el estudio realizado; manejándose como variables: La situación actual de las Relaciones Públicas, la cultura personal y las formas de relacionarse con el público.

Para la tesis se tiene una población de 237 integrantes; el trabajo se inscribe dentro de la investigación cuali- cuantitativa enmarcándose dentro del método inductivo – deductivo permitiendo ir de lo más general a los más específico; además la investigación descriptiva porque permite establecer una amplia y profunda descripción de los problemas, la posibilidad de solucionar el problema planteado; entendiéndose a ésta como la que analiza la realidad, presente, actual en lo referente a hechos, personas, situaciones; entre otros.

Forma parte de la investigación exploratoria porque el estudio tiene pocos antecedentes en cuanto a su modelo teórico o a su aplicación práctica, acercándose por vez primera al conocimiento del problema planteado.

Como también se enmarca dentro de la investigación explicativa ya que se orienta a la explicación las de cuestiones expuestas; es decir, se analizan y explican las variables, utilizando métodos teóricos, empíricos y estadísticos; tomando del universo de estudio a todos los elementos de la comunidad educativa.

En fin; en el primer capítulo se tocan temas como: Relaciones Humanas conjuntamente con sus definiciones según varios autores, la importancia de su ámbito laboral; las Relaciones Públicas, los elementos que abarca, funciones, tendencias; la Comunicación, cómo la tecnología ha ido cambiándola a través del tiempo; la Publicidad; el Público, características y dimensiones, entre otros subtemas importantes.

En referencia al capítulo dos: Se habla del Marco Metodológico utilizado para la medición de los datos, medir e interpretar los resultados obtenidos mediante encuesta aplicada en la fuente, sus conclusiones y recomendaciones.

En el tercer capítulo está estructurada la propuesta de la Elaboración de un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, permitiendo mejorar las relaciones interpersonales de la comunidad educativa.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES.

LLANO DOMEQ, Martín Rubén (1997) en el Manual de Relaciones Publicas tomo I en su tercera edición menciona: “Las Relaciones Públicas es un recurso valioso y útil que permite a las empresas, entidades como también organismos, disponer de forma gratuita de un medio de difusión de mensajes de carácter corporativo, institucional”.

Mundialmente las Relaciones Públicas han incursionado en el modo de influenciar a la opinión pública o estimular su reacción respecto a una idea. Remontándose a la antigüedad, pues ya en las sociedades tribales eran utilizadas en cierto modo para promover el respeto, a la autoridad del jefe.

En la Antigua Grecia se fomentaba la discusión pública en el ágora y se persuadía al público haciendo uso del teatro. Los romanos introdujeron dos vocablos propios de la profesión: la Respublica (‘cosa pública’) y la Vox Populi (‘voz del pueblo’). Tras la caída del Imperio Romano, siguió una época de oscurantismo durante la Edad Media donde el desarrollo de las Relaciones Públicas fue casi nulo, pues no se permitía el libre debate de ideas. Sin embargo, en el Renacimiento se fortalecieron los procesos que desembocaron más tarde en lo que llamamos libertad de expresión y el libre intercambio de ideas que dieron gran impulso a la profesión, la cual creció sin cesar.

Sin duda, el país que más favoreció el crecimiento de las Relaciones Públicas desde esta época hasta la Segunda Guerra Mundial fue Estados Unidos; distinguiéndose las siguientes etapas:

1600-1800: Este es un período marcado por las luchas para la independencia. Las Relaciones Públicas sirvieron tanto a los fines de los colonos, quienes buscaban fomentar su independencia a través de diversos medios (entre ellos la prensa, el teatro, folletos), como a Gran Bretaña, que intentaba controlar a las colonias.

Debido a las luchas por la independencia las Relaciones Públicas tomaron gran auge, sea a través de la prensa, folletos, etc.

1800-1865: Se caracteriza por la creciente importancia que adquiere la opinión pública. Se debatían diversos temas: la esclavitud, el sufragio femenino, el laicismo, etc., y la incipiente prensa de masas era el vehículo de todas esas ideas.

Caracterizada por la gran importancia que se da a la opinión pública, empezando el debate por temas como la esclavitud y especialmente el sufragio femenino.

1865-1900: Esta época estuvo marcada por una depresión económica que afectó terriblemente la imagen de los industriales. No se tenía conciencia de la importancia de contar con el favor del público y se hacía uso indiscriminado de las «falsas noticias» redactadas por los agentes de prensa.

En este período es la depresión económica que afectó terriblemente la imagen de los industriales.

1900-1919: Surge la figura de LEE, Ivy como padre práctico de las Relaciones Públicas. Lee contribuyó sobremanera al crecimiento de la profesión, pues inició una política de puertas abiertas destinada a informar al público. Humanizó la profesión y dio cuenta de la importancia de hacer concordar la información pública con la privada.

En 1917 se crea el Comité de Información Pública destinado a lograr que los ciudadanos estadounidenses apoyaran la entrada del país en la Primera Guerra Mundial, que fue una clara utilización de las Relaciones Públicas con fines políticos. Fue Bernays quien señaló “que lo que se pueda ganar en épocas de guerra también sirve en épocas de paz.”

1919-1929: En este período se destaca la figura de Edward Bernays como padre teórico de la profesión. Escribió varios libros delimitando las funciones y alcances de la misma, dedicó muchos esfuerzos a hacer “Relaciones Públicas” de las “Relaciones Públicas”, es decir, a mejorar la imagen de la profesión. El trabajo de Bernays se destacó por la importancia que otorgó a la necesidad de escuchar al público trabajando en función de sus necesidades.

Las Relaciones Públicas se destacan como profesión, no simplemente como medio de comunicación.

1929-1941: Las Relaciones Públicas cobran gran importancia, ya que tras la Gran Depresión se hace sumamente necesario reivindicar a las empresas y explicar su contribución al sistema económico.

En Europa las Relaciones Públicas no crecen con la misma intensidad que en Estados Unidos debido a la presencia de gobiernos totalitarios que impidieron el desarrollo de la disciplina.

Posteriormente se destacan los siguientes hitos: Justo en 1946, con la caída de estos regímenes totalitarios europeos, surgen las asociaciones nacionales que agrupan a los profesionales de las Relaciones Públicas.

La primera de ellas se creó en los Países Bajos. En 1948 en Gran Bretaña se crea el Instituto de Relaciones Públicas. En los años 1950 surgieron asociaciones en Grecia, Bélgica, Suiza, Italia y España, entre otros países.

En 1955 se funda la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA). En los años 1960 las asociaciones se agrupan en una organización, la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP). En 1960 se crea la FIARP (Federación Interamericana de Relaciones Públicas), reconocida por la OEA (Organización de Estados Americanos). En 1984 se convierte en la CONFIARP (Confederación Interamericana de Relaciones Públicas) al sumarse España.

En el caso concreto de México, la primera agencia especializada es la Agencia de Relaciones Públicas de Federico Sánchez Fogarty fundada en 1944. La primera agencia estadounidense que incursionó en el mercado mexicano fue Grupo GCI a principios de los años 80. A nivel personal, resultan notables las contribuciones de personas como Bruno J. Newman desarrollador del Modelo de Comunicación Total, Carlos Bonilla, un prolífico autor así como de Edgar Yeman Turincio, quien a través de modelos estadísticos de telaraña, creó el llamado “Modelo de percepción Yeman”, lo que sin duda ha sido la mayor contribución de dicho país al estudio de las Relaciones Públicas.

En el Ecuador las Relaciones Públicas son manejadas por los Ministros de Relaciones Públicas en turno, éstas han tenido un notable crecimiento con respecto a décadas pasadas, pero a pesar del gran esfuerzo realizado por los relacionistas, el hecho de ser un país tercermundista implica un impedimento para su total desarrollo.

Los relacionistas públicos se encargan de construir la identidad, cultura y reputación de un pueblo como un camino que facilitará la construcción de vínculos entre los distintos públicos conectándolos, informándolos, persuadiéndolos para lograr consensos, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

En los últimos años, en la ciudad de Latacunga se pone en práctica las Relaciones Públicas especialmente en las empresas que han hecho un esfuerzo para adaptarlas a sus necesidades, como herramientas de gestión que faciliten el desarrollo de planes y programas, sirviendo de apoyo incondicional para su desenvolvimiento, siendo éste muy escaso en el medio.

Tomándose en cuenta lo anterior; en el Colegio de Educación Musical César Viera como en la mayoría de las instituciones; las Relaciones Públicas, “son unipersonales” cada uno vive un mundo distinto, nadie desea insertarse en grupo para llevar adelante un plan o programa; cada uno quiere ser el que imponga su modo de vida, valores, creencias, etc.

1.2. RELACIONES HUMANAS

Para llegar a las Relaciones Públicas es preciso primeramente tomar en cuenta las Relaciones Humanas. En los últimos años, se ha contemplado un asombroso desarrollo de interés por la comprensión de la conducta o el comportamiento de las personas dentro de los grupos humanos. Por un lado observamos el avance incontenible de las ciencias y la técnica convirtiéndole al hombre en una pieza más del engranaje productivo, haciéndole perder su característica esencial, que facilite una mejor comprensión de su conducta.

Lo que promueve y determina practicar unas positivas Relaciones Humanas son las grandes distancias entre ciudades, el aumento increíble de la población, además del extraordinario avance científico-tecnológico; ya sea en el ambiente familiar, social o profesional, en el ámbito laboral o de negocios debido a que “el hombre no puede sobrevivir solo, sino que necesita el aporte y la colaboración de todos”.

En efecto, es muy difícil proyectar una imagen favorable de la organización si ésta no conforma un grupo homogéneo en el que impera un sentimiento de simpatía, colaboración y entendimiento entre sus miembros. Toda bien planificada campaña de Relaciones Humanas debe iniciarse con una intensa actividad de “Relaciones Humanas.”

Para OREJUELA ESCOBAR, Eduardo (2002), las “Relaciones Humanas como cualquier otra ciencia, tiene un fundamento teórico un conjunto organizado, sistemático de conocimientos en la psicología y la psicología social, que luego van a ser aplicados a través de diversos métodos y técnicas en nuestra vida personal, familiar o profesional”. Pág. 4

Siendo entonces las Relaciones Humanas las encargadas en crear y mantener entre los individuos la cordialidad, vinculados amistosamente, basados en ciertas reglas

aceptadas por todos, fundamentalmente en el reconocimiento y el respeto de la responsabilidad humana.

Toda bien planificada campaña de Relaciones Públicas debe iniciarse como una intensa actividad de Relaciones Humanas. Como puede observarse, son disciplinas diferentes pero íntimamente conectadas entre sí.

Los humanos son seres sociales por excelencia; sus habilidades, actitudes, lenguaje y hasta su inteligencia son productos de relaciones que tiene con sus semejantes, cada hombre mantiene un recurso social desde su nacimiento, jamás podemos manifestar los rasgos del ser humano.

1.2.1. Definiciones de Relaciones Humanas.

- a. Dice CASTRO, Ángel en el libro de Relaciones Humanas (1997). Edición Troquel establece “El hombre vive en permanente proceso de interacción social en el marco de las agrupaciones que integra sus semejantes, siendo al mismo tiempo sujeto y objeto de Relaciones Humanas.” Pág. 6

Desde el nacimiento hasta la muerte sus relaciones manifiestan su comunicación, su vida interior está profundamente afectada de grupos en los cuales actúan, presentando una respuesta de cooperación o agregación. Es necesario también destacar que el hombre no entra en sociedad únicamente para dejarse moldear por los demás, sino que las Relaciones Humanas descubren su propio yo. En consecuencia los hombres desde su nacimiento viven en permanente interacción social.

- b. CERDÁ, Enrique en Psicología Social, promueve a las Relaciones Humanas desde el punto de vista introducido de la organización científica del trabajo, refiriendo: “consiste en crear un clima favorable para la marcha de las empresas utilizando los métodos psicológicos más adecuados para asegurar una integración real y una colaboración fructífera de todo el personal”.

Las Relaciones Humanas dentro del organismo social consisten en buscar recursos mediante los cuales es posible influir sobre el ser humano o un grupo de hombres, para introducirlos a que realicen aquello que se desea que hagan, sin provocar resistencia u hospitalidad.

- c. PAUCHAR HAFEMAN, Héctor y PAUCHAR CORTÉS, Paulina dicen:
“Hay Relaciones Humanas desde que existen los seres humanos, los hombres se daban cuenta que *necesitaban comunicarse mutuamente*. Es vivir en sociedad, de ahí su requerimiento es el de disfrutar de relaciones armónicas; en efecto, todo el mundo sabe muy bien de lo satisfactorio y placentero que es contar con buenas Relaciones Humanas. Derivándose entonces que las Relaciones Humanas son la génesis de las Relaciones Públicas.”
www.relaciones_humanas.net[06/07, 15:30]

Es por eso que se tiene el deseo de resaltar la importancia que tiene el conocimiento, la práctica de unas Relaciones Humanas respetuosas, cordiales y productivas dentro de una organización, el beneficio que representa es llevar adelante programas de capacitación en esta área. Tomándose en consideración que toda organización es un fenómeno social, en el cual interactúan seres humanos con todos sus potenciales, pero también con sus prejuicios como ambiciones, que tratan de manifestar ciertas necesidades psicológicas para ser felices.

1.2.2. Importancia de las Relaciones Humanas

Es importante en estudios y experimentos comprobados acerca de la conducta humana, nos proporciona una serie de conocimientos, métodos y técnicas que permiten un mejor desempeño en la vida personal como profesional.

Las habilidades, actitudes, lenguaje y hasta la inteligencia de los seres humanos son producto de las relaciones que tiene con sus semejantes, un hombre que no esté dentro del contexto social desde su nacimiento no puede manifestar “rasgos de ser humano”.

1.2.3. Las Relaciones Humanas en el Ámbito Laboral

Indica la OMT (Organización Mundial del Trabajo) a la par con la OMS (Organización Mundial de la Salud), en una reunión conjunta determina como finalidad: “promover y mantener el más alto nivel de bienestar físico, mental, social de los trabajadores en todas las profesiones. Colocar, mantener al trabajador en un empleo acorde con sus aptitudes fisiológicas, psicológicas; en resumen, adaptar el trabajo al hombre y cada hombre a su tarea”.

En el trabajo, uno satisface algunas necesidades: como el sueldo que recibe para satisfacer: alimentación, vestimenta, educación recreación, etc., para ello, debe percibir un salario justo.

Hoy se aceptan ampliamente, en la doctrina y en la práctica, el papel fundamental que juegan las Relaciones Humanas en una organización. Debe existir más estimulación en cuanto a la convivencia diaria. Empezar desde los más pequeños que van a un prequinder, hacerles tomar conciencia de relacionarse en buena forma con las demás personas, practicar cortesía, veracidad; ya que ellos son el futuro para el mañana. El cambio no se dan en instantes, “árboles duros de roer son los adultos”.

Las Relaciones Humanas, que en esencia significan estar en armonía con sus semejantes, ha sido factor primordial para el desenvolvimiento de las personas, de las organizaciones sociales, políticas y económicas. En la medida en que se entienda la profundidad de este concepto; con el apoyo de la inteligencia, educación, moral, disciplina, tenacidad, el sentido común, el sentido de responsabilidad, dependerá el éxito o fracaso que alcance quien las práctica.

En el campo profesional, las Relaciones Humanas se aplican bajo el nombre de Relaciones Públicas al convivir, tratar y atender a otros públicos como: jefes, compañeros de estudio, trabajo, clientes, proveedores, accionistas, autoridades,

entre otros. Hay numerosas formas de definir las pero en cuanto al comercio una de las que más se asemejan a esta actividad es la siguiente:

La OMT (Organización Mundial del Trabajo) a la par con la OMS (Organización Mundial de la Salud), alude: "Es el conjunto de actividades tendientes a crear como mantener relaciones sanas además de productivas entre una organización y su personal, entre ellos, clientes, proveedores, inversionistas, la comunidad, autoridades, gubernamentales, público en general, a fin de proyectar, con el apoyo de técnicas además de medios de comunicación, la imagen que requieren sus objetivos".

La imagen de una persona, la de una institución; es la clave de su éxito o fracaso porque es el retrato mental que de ella tiene el público con el que trata. Se forma de manera similar a un rompecabezas donde todas las piezas deben estar unidas armónicamente para definir con claridad la figura que contiene.

En la vida real, cada pieza del rompecabezas está representada, en cuanto a las personas, por su educación, cultura, trato, presencia, honestidad, responsabilidad, por mencionar algunas. En el comercio, por los directivos y empleados, como la telefonista que contesta el conmutador, los vendedores, compradores, diseñadores, cajeras, entre otros. Si uno o varios de estos elementos falla en el trato o función que tiene encomendada es como querer colocar una pieza del rompecabezas en el lugar que no le corresponde. El resultado es una imagen incompleta que no muestra lo que es en realidad.

1.3. RELACIONES PÚBLICAS.

AYALA MORA, Enrique en el Resumen de Historia del Ecuador Editorial Nacional, Segunda Edición Quito-Ecuador (2000), al hablar de Relaciones Públicas en el Ecuador, refiere que: "La política económica internacional forma parte integral de la política exterior del Ecuador; por lo tanto el Ministerio de Relaciones Públicas tiene como objetivo primordial impulsar la promoción

comercial, turística e inversiones, a través de sus embajadas en conjunto con los consulados²⁷. www.monografias.com/trabajos[17/07/07, 15:30]

Realizando un análisis de las líneas antes escritas se denota que la política económica internacional forma parte de la política exterior del Ecuador, siendo el objetivo principal del Ministerio de Relaciones Públicas del país impulsar el comercio, turismo e inversiones.

En efecto, las relaciones públicas están compuestas de dos vocablos: Relaciones y Públicas, que significa vinculaciones con los públicos; datan de las primeras épocas de existencia de la humanidad, pues en cualquier tiempo, lugar se habla ya en mayor o menor grado de Relaciones Públicas. La técnica primitiva de ésta se desarrolló en el campo de la ciencia política.

Los griegos y otros pueblos conocían perfectamente las técnicas de la propaganda, la información, así como la necesidad de muestreo, constituyen un nuevo campo que ha llegando a ser gradualmente un conjunto organizado de conocimientos, reconocidos de una próspera vida mercantil. Las Relaciones Públicas afectan los intereses sociales y precisan por ello apoyándose fuertemente en las ciencias sociales.

1.3.1. Definiciones

Veinte años después, en un mundo cada vez más complejo se ha visto que esta definición también podría aplicarse a los métodos de demostración y explicación en el primer año de primaria. La literatura del campo exige ahora un análisis más profundo del término, se verá aquí varias definiciones, pues es importante entender con claridad lo que se va a deducir con las Relaciones Públicas.

- a. KENNEDY, John F., en el material de cátedra de la Universidad de Argentina expresa: “Son un conjunto de ciencias, actos y técnicas que a través de un proceso de comunicación institucional estratégica y táctica, tiene por objeto

mantener, modificar o crear una imagen de personas o instituciones, para obtener una opinión favorable del público que se relaciona.”
www.monografias.com/trabajos.material de cátedra[06/07, 10:50]

El autor indica que las Relaciones Públicas engloban técnicas, ciencias y actos siguiendo un proceso de comunicación táctica para mantener o crear una imagen a personas o instituciones.

Aunque es verdad que el campo de las Relaciones Públicas es más conocido por su aplicación en el comercio y en la industria, miles de profesionales en esta área prestan sus servicios en dependencias gubernamentales, institucionales, sociales, hospitales, universidades, etc.

b. Para WIKIPEDIA, la Enciclopedia Libre, “Relaciones Públicas es el arte, técnica, ciencia de gestionar la comunicación entre una organización y público clave para construir, administrar, mantener su imagen positiva.”
[www.es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_públicas](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas)[18/01/08, 10:48]

Es una disciplina planificada y deliberada que se lleva a cabo de modo estratégico. Tiene la característica de ser una forma de comunicación bidireccional, puesto que no sólo se dirige a su público (tanto interno como externo) sino que también lo escucha atendiendo sus necesidades, favoreciendo así la mutua comprensión entre la organización y su público.

c. La definición dada por INTERNACIONAL PUBLIC RELATIONS ASOCIATION dice que: “las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo, organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones tanto públicas como privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, simpatía, apoyo de aquellos públicos con los que están o deberían estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones, procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia,

difundida, una cooperación productivos, una realización productiva, una realización más eficaz que los intereses comunes”.

Puede decirse, son un esfuerzo consistente para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación, para hacer juzgar favorablemente una organización.

d. Mientras tanto, REPRESENTANTES DE GRUPOS Y SOCIEDADES DE RELACIONES PÚBLICAS DE LOS ESTADOS UNIDOS, en la declaración de México (Agosto de 1978) imparten: “en la práctica es el arte y la ciencia social de “analizar” tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de organizaciones y poner en práctica programas planificados de acción que servirán a los intereses de a organización y del público”.

Las personas del mundo entero a diario practican la intercomunicación social, sin darse cuenta de las reglas existentes para un mejor desarrollo social en cuanto a la comunicación.

e. En tanto, otra definición citada por CUTLIP, Scott M. y CENTER, Alien versa: “Las Relaciones Públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas, los procedimientos de una organización, ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público”.

Comentándose esto, vale destacar que cuando se hace referencia al público, éste abarca tanto al interno (empleados), el externo (clientes, proveedores, entidades bancarias, prensa, sindicatos, etc.) y mixto (accionistas y distribuidores).

1.3.1.1. Elementos que Abarcan las Relaciones Públicas

- a) Un esfuerzo planificado o función administrativa.
- b) La relación entre una organización y sus públicos.

- c) Evaluación de las actividades y opiniones del público.
- d) Las políticas, procedimientos y acciones de una organización en cuanto se relacionan con esos públicos de la organización.
- e) Pasos adoptados para asegurar que esas políticas, procedimientos y acciones sean de interés del público y socialmente responsables.
- f) Ejecución de un programa de acción de comunicación o ambos.
- g) Desarrollo de simpatía, buena voluntad, entendimiento y aceptación como el principal resultado final que se busca con las actividades de las Relaciones Públicas.

A modo de comentario, estas definiciones implican el entendimiento de que las Relaciones Públicas constituyen un proceso dinámico y continuo, pero rara vez el ordenado que se describe en la misma.

La persona que sostiene que las Relaciones Públicas son un arte y no una ciencia, señalan que las actividades, los programas no se lleven a cabo en la situación controlada de laboratorio, sino que ocurren en situaciones de la vida real entre variables que cambian constantemente.

En la era moderna en las últimas tres décadas las Relaciones Públicas se han convertido en un campo de actividad con prácticas, técnicas, habilidades y fronteras reconocibles no solo el comercio, la industria (los dos usuarios principales de las relaciones públicas), sino todas las organizaciones e instituciones de importancia, han establecido o deberán establecer a las relaciones públicas como una función importante del personal para ayudar en la administración a desempeñar sus actividades.

Existen departamentos de Relaciones Públicas en los sindicatos, escuelas superiores y universidades, organizaciones de servicio social, religiosas, agencias gubernamentales, entidades políticas, tribunales. En cuanto a esto, se promociona

uno como persona o en sociedad sabiendo desarrollar una intercomunicación amistosa no cayendo pesado ante el público.

1.3.2. Importancia de las Relaciones Públicas

Por otra parte, abordaremos la importancia que tienen las Relaciones Públicas; constituyen un elemento clave como conjunto de herramientas de la mercadotecnia que ayudan a promover lo que se quiere vender como: seriedad, compromiso y atención.

Las Relaciones Públicas se las define como un esfuerzo planeado que realiza la organización para influir sobre las actividades y opiniones de un grupo específico que puede ser: clientes, accionistas, gobierno, proveedores, entre otros.

HAIR, Joseph – McDANIEL, Carl - BIAGI, Shirley y LANMB, Charles W., expresan lo siguiente: “es muy importante que las personas o el departamento encargado de las Relaciones Públicas dentro de una empresa o institución mantenga la constancia de la imagen de dicha organización y sobre todo mantener una excelente comunicación en su entorno”. <http://www.google.com.ec> importancia de las relaciones públicas, [06/07, 15:30]

El encargado de las Relaciones Públicas debe cuidar la buena imagen de la empresa o institución, estableciendo una comunicación eficiente entre los integrantes de la empresa o institución.

Algunas de las características con las que debe contar una persona encargada de las Relaciones Públicas dentro de cualquier organización son:

- a. Ser intuitivo.
- b. Ser político.
- c. Saber escribir con síntesis y redacción.

d. Saber relacionarse con los demás.

e. Facilidad de palabra.

Es importante que una persona que se dedique a las Relaciones Públicas tenga absolutamente todas estas cualidades, porque así será más convincente con todos los tipos de públicos, desempeñando su trabajo con eficiencia y eficacia.

Consecuentemente con esto en la vida actual, cada vez que la empresa moderna va construyéndose en un núcleo esencial del desarrollo económico de los países, en un factor de fuerza política, aunque no reconocida real y existente, se vuelve más importante el papel de quien tiene a su cargo en las empresa la relación de un negocio con el público además del estado. Esta importancia de la profesión de Relaciones Públicas puede dividirse en dos: Las Relaciones Públicas en correspondencia con el Estado y en relación con el público.

Para un mejor avance del estudio, es imperante referir que la eficiencia y la eficacia son dos puntos muy ligados a las relaciones públicas. En cuanto al primer punto es un equilibrio o ecuación entre lo que espera el cliente conjuntamente con la satisfacción brindada por la organización. Es decir, la eficiencia radica en la satisfacción plena de las expectativas del cliente. Por su parte, ésta consiste en la preparación del servicio en el momento oportuno.

La gran competencia existe actualmente en todos los rubros el quehacer económico, enfrentando a las empresas o instituciones la imperiosa necesidad de elaborar productos o servicios lanzados al mercado con la mayor eficiencia colmando lo que necesite el cliente, y al mismo tiempo, con la debida eficiencia, es decir, en el momento exacto en que éste lo requiera. De ahí la ineludible necesidad de la combinación equilibrada de ambos del buen servicio, que en la actualidad se los conoce con el nombre global de calidad.

Para la Lic., MARTÍNEZ, Nataly: “Los pilares de la eficiencia y de la eficacia; es necesario comprender que el único factor activo de la producción en toda empresa

son sus recursos humanos, por ello es que debe prestarse especial atención y cuidado a su capacitación y motivación. Los pilares para la producción o prestación de un servicio de calidad son la capacitación y la satisfacción personal con respecto a la labor que realiza”. <http://www.monografia.com.trabajos> [06/07, 15:31]

No solamente se dan las relaciones públicas sobresalientes si una persona es especializada en el trato a las personas, también es necesario no carecer de eficiencia y eficacia para impactar a la gente “haciendo las cosas bien y a la primera”.

Sin embargo es necesario dejar bien en claro, que un buen programa de capacitación de Relaciones Públicas no solucionan todos los problemas que pueden existir en una organización, no es posible simplificar las cosas de tal manera; por el contrario, entendiéndose las Relaciones Humanas como una disciplina psicológica de la organización.

Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad, haciéndose sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las Relaciones Públicas como disciplina que, mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidoras.

Para lograrlo, las Relaciones Públicas trabajan con diversos intangibles:

Identidad: Es el ser de la organización, aquello que la caracteriza y diferencia del resto. Sobre esta identidad trabajan las Relaciones Públicas, básicamente gestionando otros dos intangibles: la cultura organizacional a la par con la filosofía.

Filosofía: Plantea el objetivo global de la organización y el modo de llegar a él. Establece una misión (el beneficio que la organización proporciona a su público),

valores (por los cuales se rige la organización) y visión (a dónde quiere llegar, que debe ser un objetivo difícil de alcanzar pero no utópico).

Cultura: Se da por el proceder o modo de actuar de la organización en su conjunto. Tiene que ver con los valores que se fomenten y el modo de orientar la actuación de la organización.

Imagen: Es aquella representación que la organización desea construir en los stakeholders con los cuales la organización se relaciona o construye vínculos comunicativos.

Reputación: Es aquella representación mental que se hace el público sobre una organización a través de las experiencias (directas o indirectas) que hayan tenido con la misma y de la forma como la organización se comunica con sus stakeholders.

1.3.3. Función de las Relaciones Públicas

- a. Una, es establecer efectiva y confiable comunicación entre patrones-empleados, y de éstos con sus accionistas y proveedores, de forma que todos estos sectores estén al tanto de lo que acontece en el negocio y de los planes que están en marcha o en proyecto para mejorar su bienestar y superación. Es la base que los respaldará para una buena actuación pública.
- b. La segunda función de las Relaciones Públicas en el comercio es comunicar a clientes, prospectos y a la comunidad donde se desenvuelve, la parte humana de sus operaciones. Consiste en hacerles comprender con hechos reales de la vida diaria que su función de negocios es justa, honesta, que no sólo pretende ganar dinero, sino también ganar la confianza de ellos colaborando a la solución de problemas de interés general. Finalmente, que con sus impuestos contribuye a fortalecer la economía del país.

1.3.4. Términos que se Confunden con las Relaciones Públicas

CUTLIP, Scott M. y CENTER, Alien en su libro de Relaciones Públicas Eficaces (2000) cita: “a las Relaciones Públicas se las confunde muy a menudo con: propaganda: ventas, comercialización y promoción de productos; prensa y publicidad”. Pág., 23

La confusión de estos términos, es lo que impide que muchas de las personas que no tienen un conocimiento claro, no sepan hacia donde se orienta las Relaciones Públicas. A continuación se describe estos términos:

Propaganda.- Se ocupa principalmente de la venta de productos, servicios o ambos, e implica el uso del espacio o tiempo pagados en los medios de comunicación. Puede utilizarse en la fase de comunicaciones del proceso de Relaciones Públicas, no para vender el producto de una organización, sino para crear la comprensión de esa empresa como una entidad, es decir “propaganda de servicio público” o “institucional”.

Las ventas, el mercado y la promoción del producto.- Se ocupan directamente de la distribución de venta de bienes, servicios o ambos. Por supuesto, esta expectativa no concuerda con el resultado final que se busca con las Relaciones Públicas: buena voluntad, entendimiento y aceptación.

Prensa y Publicidad.- Son términos que a menudo se consideran sinónimos, pero hay diferencias entre ambos. La agencia de prensa se interesa principalmente por captar la atención mediante trucos y sucesos imaginativos (a menudo bastante extravagantes) que inducen a los medios de comunicación a ocuparse de ellos. A los agentes de prensa se les ha asociado principalmente con el mundo de los espectáculos y el campo de entretenimiento, ya sea como representantes de organizaciones relacionadas con el campo, o de individuos que buscan mantener sus estatus de celebridad en primer plano.

1.3.5. Las Relaciones Públicas como Ciencia

Según WIKIPEDIA, la Enciclopedia Libre: “Las Relaciones Públicas son también una ciencia, pues no dejan de ser un cuerpo creciente de conocimientos falibles adquiridos a la luz de la experimentación, que puede ser transmitido”.

Las Relaciones Públicas al igual que todas las ciencias están propensas a la experimentación para su comprobación, como tal, cuenta con una serie de atributos:

Amplitud: Las Relaciones Públicas pueden ser aplicadas a diversas situaciones de la vida cotidiana. Apertura: Están dispuestas a generar modificaciones cuando sea necesario. Empirismo: Se basan en la experimentación. Método: Tienen un método propio comúnmente llamado IPCE: Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación. Utilidad: Ayudan a los fines institucionales y a la gestión de la imagen. Descripción y predicción de la realidad institucional.

1.3.6. Tendencias Actuales

WIKIPEDIA, la Enciclopedia Libre atribuye: “En la actualidad se está dejando de lado el paradigma de las comunicaciones integradas de marketing, que sitúa a las Relaciones Públicas como una herramienta más del marketing”.
[es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_públicas](http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas)[18/01/08, 10:50)]

Se está pasando a tener una visión holística de las Relaciones Públicas, es decir, se ligan con la comunicación institucional y se las sitúa como función directiva. Se está tendiendo a situar todas las comunicaciones de la organización en manos del Director de Comunicaciones para lograr una política comunicacional más coherente e integrada que persiga los mismos fines que la institución.

Dentro de esas tendencias actuales, aparecen algunos paradigmas:

- a. El reto del relacionista público está en ayudar a construir la identidad, la cultura y la reputación de la organización, como un camino que *facilitará* la construcción de vínculos con los stakeholders, lo cual a su vez deberá impactar positivamente en el logro de las estrategias corporativas.
- b. El Relacionista Público es un estratega, ello le implica tener la habilidad de planificar, ejecutar, medir el impacto de las estrategias y tácticas que se ejecuten.

Las Relaciones Públicas es un amplio campo de la Comunicación Social que está tomando un excelente auge en las compañías, ya que tanto las pequeñas como medianas empresas han entendido que esta actividad no es un privilegio de grandes y pocas, sino de toda compañía que quiera sobrevivir en el mercado.

Para realizar cualquier tipo de actividad que requiera de las Relaciones Públicas encontramos compañías especializadas en el tema que le ayudarán a cumplir el objetivo de la Institución generando excelentes resultados, además de la creación de una imagen tanto en los medios como en un grupo objetivo.

1.3.6.1. La Era Moderna

En las últimas tres décadas las Relaciones Públicas se han convertido en un campo de actividad con prácticas, técnicas, habilidades y fronteras reconocibles. No sólo el comercio, la industria (los dos usuarios principales de las Relaciones Públicas), sino todas las organizaciones e instituciones de importancia, han establecido o deberían establecer a las Relaciones Públicas como una función importante del personal para ayudar a la administración a desempeñar sus actividades.

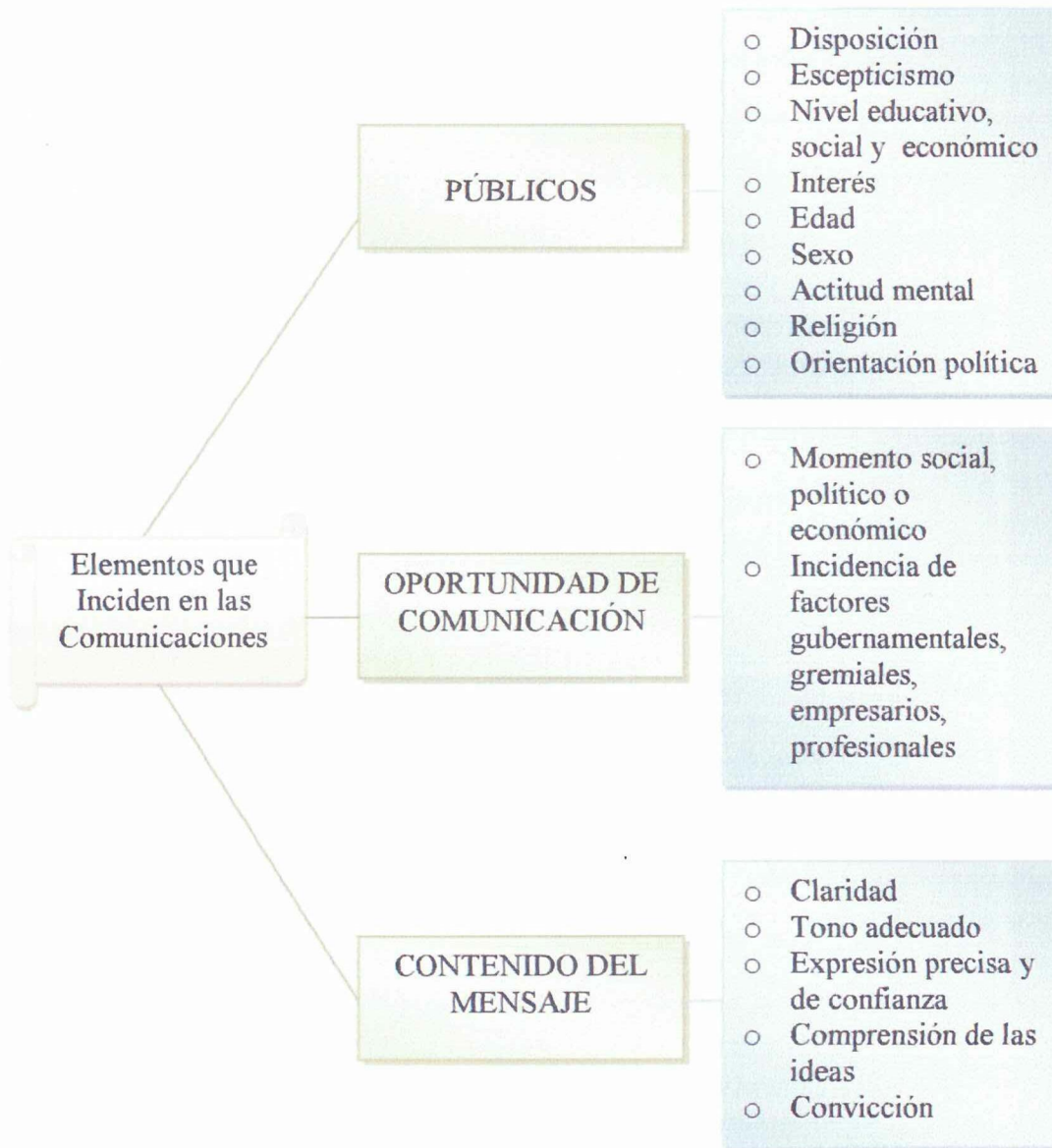
1.4. COMUNICACIÓN

“La comunicación es esencial para la comprensión y la cooperación”, es el punto inicial de toda acción de Relaciones Públicas, incorporándose en empresas, Instituciones, etc., para consolidar, acrecentar, mantener y proyectar su imagen además de integrar el personal, afianzar sus relaciones consolidando sus comunicaciones.

Las Instituciones tienden cada vez más a valorizar las expresiones cotidianas de su personal como integrantes de una sociedad que busca definitivamente eliminar barreras que en oportunidades impiden un claro entendimiento por niveles intelectuales o, simplemente administrativos, técnicos, culturales o socio – económicos.

El hombre participa en la organización y desarrollo de la Institución, sin distinción de jerarquías conformando con el resto de sus integrantes un grupo que: si bien admite sus diferencias, no reconocer comportamientos que lo aíslen por su capacitación, interés, derechos laborales, deseos de progreso, condición de bienestar en paralelo con la posibilidad de participar de los beneficios sociales, materiales de la entidad en la que ejerce sus actividades.

Cuadro #. 1
FACTORES QUE GRAVITAN EN EL MENSAJE



Fuente: Defaz, Rosa, Módulo de Relaciones Públicas, Universidad Técnica de Cotopaxi, 2004.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

1.4.1. La Comunicación va Cambiando a través de los Tiempos

Cuenta una leyenda que cuando Paúl Revere quería animar a los milicianos, montaba en su caballo, galopaba por el campo y gritaba con toda la fuerza de su

voz para incitar a los ciudadanos. Como resultado una gran partida de ellos se presentaron en Lexington.

En la actualidad Paúl Revere organizaría una conferencia de prensa o se pondría en contacto telefónico con la Associated Press y United Press International, las cuatro cadenas principales de radio, las tres de televisión; estos medios transmitirían la historia de inmediato o la comunicarían por veloces teletipos, la noticia se difundiría por todo los Estados Unidos y el mundo de inmediato.

Con esto se demuestra los cambios que han ocurrido en la tecnología, la función, el impacto de los medios de comunicación de masas. En estas dos áreas (tecnología e impacto), la forma de transmitir una noticia es mejor y más rápida.

1.4.1.1. Tecnología.

La prensa ha sido la principal fuerza de comunicación en la sociedad durante un período importante, los cambios en su tecnología fueron muy limitados. Los periodistas escribían sus historias a mano, los impresores ordenaban los tipos a mano, las imprentas lentas transformaban esas historias en periódicos. Al aparecer el teléfono y el telégrafo se aceleró el proceso de información, la máquina de escribir ayudó en el proceso de escritura, las prensas de linotipo y rotativo apresuraron la impresión.

Durante la última década grandes cambios tecnológicos han incurrido en el campo de la impresión, a medida que los periódicos y los servicios cableo gráficos cambiaron a dispositivos electrónicos, para la redacción, edición e impresión mediante el tubo de rayos catódicos, la terminal de muestra de video, el radar o corrector de carácter óptico, la computadora de control maestro el diseño y la reducción de errores facilitan el aceleramiento del proceso completo ahorrando grandes sumas de dinero.

Por supuesto, la velocidad es lo que distingue a los medios eléctricos de la prensa, ya que la radio es la más rápida en transmitir un mensaje a un mayor número de personas principalmente porque trata solo con sonido. Mientras que la televisión implica el esfuerzo de un equipo de reporteros y camarógrafos. Hoy en día a través de uso del satélite, el internet, estos procesos son aún más rápidos.

1.4.2. Definiciones de Comunicación

- a. Para DEFAZ, Rosa (2004); “Las comunicaciones son el punto inicial de toda acción de las Relaciones Públicas, además de ser el medio esencial para la comprensión y cooperación del público”. Pág. 41

La filosofía, la política y las prácticas de la empresa, reunidas para llevarlas a los diversos públicos mediante un adecuado sistema de comunicación, que le posibilite una eficiente además de clara interpretación de sus normas de conducta y del estilo de vida que la caracteriza. Por ello, se menciona que los seres humanos pasan gran tiempo de sus vidas comunicándose verbal o corporalmente. Es decir; utilizan por ejemplo, la correspondencia, escrita, saludos, llamados telefónicos, una reunión con amigos, etc.

Entre ello se debe aludir los beneficios de una comunicación efectiva para la empresa y el personal. Con respecto a la primera: la vincula con los medios externos, establece el diálogo a través de los caminos de doble curso, difunde sus relaciones proyectando la imagen.

En la comunicación efectiva para el personal DEFAZ, Rosa (2004) alude: “brinda confianza, aumenta la información, permite su participación, ayuda a la integración, aumenta su poder de decisión, evita rumores, facilita su evaluación por los niveles superiores, permite recoger las inquietudes y pensamientos referidos a su quehacer laboral”. Pág. 41

La efectividad se marca en cuanto al grado de entendimiento, el don de transmitir tal o cual cosa al público, la sensación de información verídica, sincera sin lugar a duda que brinde confianza la comunicación dada.

- b. Entre tantas definiciones también se menciona lo que en la UNIVERSIDAD JOHN F. KENNEDY; se encuentra escrito por Aristóteles, quien definió a la comunicación “como búsqueda de todos los medios de persuasión que se tiene al alcance, cuya meta principal es el logro de una respuesta determinada”.

Conjuntamente a esto, se expresa a la comunicación como medio de persuasión para lograr respuestas de algún propósito establecido.

1.4.3. Medios de Comunicación

DEFAZ, Rosa en el Módulo de Relaciones Públicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi (2004), menciona que los medios de la comunicación son los siguientes: “Oral, gráfico o escrito, filmado, radial, televisivo, telefónico (celular, conectada por satélite), sistemas satelitales de telecomunicaciones, teleconferencias.”

Como síntesis del estudio de los medios de comunicación, se los describe brevemente; así pues en el caso del origen del lenguaje oral es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen aquí un papel importante.

Los pueblos antiguos buscaban un medio para registrar el lenguaje. Pintaban en las paredes de las cuevas para enviar mensajes y utilizaban signos y símbolos para designar una tribu o pertenencia. A medida que fue desarrollándose el conocimiento humano, se hizo necesaria la escritura para transmitir información.

La primera escritura, que era pictográfica, con símbolos que representaban objetos, fue la escritura cuneiforme, es decir, con rasgos en forma de cuña grabados con determinado estilo en una tabla de arcilla. Posteriormente se

desarrollaron elementos ideográficos, en donde el símbolo no sólo representaba el objeto, sino también ideas y cualidades asociadas a él.

Además se toma en cuenta los Derechos de los medios de comunicación, están dados por un conjunto de normas que regulan la forma de llevar a la práctica las libertades de expresión y transmisión libre del pensamiento, las ideas y las opiniones a través de la palabra, la escritura o cualquier otro medio de comunicación, complementado por el derecho a comunicar o recibir con libertad información veraz por cualquier medio de difusión.

Junto a los derechos o libertades de expresión e información, se suscita la duda de si los mismos también incluyen la libertad de creación en sí del propio medio. Por lo común, el Derecho no pone trabas, en los países democráticos, al derecho a la posibilidad de crear medios escritos; sin embargo, la apertura de emisoras o estaciones de radio o televisión encuentra mayores restricciones.

En la práctica, el Derecho de los medios de radiodifusión se caracteriza por una copiosa y detallada regulación que contrasta con el reconocimiento de la libertad de prensa en relación con la naturaleza e intensidad de las interferencias ajenas.

La regulación se justifica por la existencia de limitaciones en el número de frecuencias disponibles. En teoría, la prensa no se encuentra limitada en este aspecto, pero el desarrollo de los sistemas de cable de fibra óptica y la difusión por satélite han revolucionado el campo, hasta el punto que el establecimiento de emisoras se considera más como la prestación de un servicio público que como derivación natural de la libertad de información.

No son pocos los países que monopolizan para el Estado u otros entes públicos municipales o regionales la implantación de cadenas de televisión. Allí donde se permite la creación de medios privados, es bastante frecuente que se limite su número, o que se articule un sistema mixto de gestión directa por los entes públicos e indirecta por los particulares a través de concesiones administrativas.

La legislación en materia de medios de comunicación social característica de los Estados democráticos prohíbe la censura previa, y admite el secuestro de

publicaciones y grabaciones o de otros medios de información sólo cuando ha mediado la resolución judicial previa. De igual modo, la preocupación lógica por el pluralismo informativo lleva a la necesidad de establecer una legislación especial acerca del uso de los medios en los procesos electorales, a fin de que las distintas fuerzas políticas consigan hacerse oír.

1.4.4. Las Comunicaciones en el Quehacer de las Instituciones

Las actividades regulares de una Institución dependen de un conjunto de aportes y factores, cuyo nivel de desarrollo individual como colectivo indican mucha general. Estos factores, aunque responden a factores o áreas distintos, concurren a objetivos comunes desde que integran un mismo cuerpo animado con una meta principal que son los fines fundamentales y complementarios: Realización de servicios, integración del personal, buenas relaciones entre compañeros, poderes públicos e Instituciones de la comunidad.

DEFAZ, Rosa en su Módulo de Relaciones Públicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi (2004) afirma que “la comunicación eficaz sólo puede lograrse cuando existe plena disposición y convencimiento de quienes administran con programas especialmente diseñados para cada situación, momento, logro y recurso.” Pág. 50

Verdaderamente es necesaria la enseñanza de comunicación entre el personal de cada Institución, una vez que se logre conseguir lo expuesto será más fácil el trato interinstitucional y más aún con los públicos externos.

1.5. PUBLICIDAD.

La Publicidad forma parte importante de las Relaciones Públicas se la toma en cuenta como proceso de comunicación, utilizándola cuando sea oportuno y del modo más eficiente posible.

Los orígenes de la publicidad se remontan de la antigüedad, durante la edad media se desarrolló una técnica simple pero muy efectiva, que consistía en anunciar mediante personas o por medio de las noticias.

El profesor MARIANO, Martín unidad editorial menciona que: “La publicidad es ante todo un instrumento de comunicación con una finalidad claramente comercial ya que se trata de informar, sino también de persuadir para influir en la decisión de comprar sobre los productos y servicios.” www.recoverpublicidad.net [16/09/2007, 12:45]

Va dirigida a un público determinado que se denomina público objetivo. Esta transmisión de información es impersonal porque en general, se dirige a un público anónimo aunque esto no implique que se adopte cierto aire personal.

Personalmente, la publicidad es un instrumento de comunicación con finalidad claramente comercial, convirtiéndose en informativa y persuasiva.

Luego de haber revisado las relaciones públicas, humanas y publicidad, se pasa a ver otra parte fundamental de ésta, como lo es los diferentes públicos existentes.

1.6. PÚBLICO

Desde los tiempos de la antigua Roma hasta la actualidad, la frase *Vox populi* se ha usado como una forma de decir que el pueblo ha hablado. Los romanos utilizaban la frase en sentido de “la voz del pueblo”, y en la actualidad la palabra público se usa para referirse a cualquier cosa, por ejemplo desde toda la población de los Estados Unidos hasta un barrio.

La clarificación más que la ofuscación deberá ser la meta de aquellos que tratan con las opiniones de la gente y una forma de lograr esto consiste en reconocer las siguientes ramificaciones clave sobre la palabra público:

- a. No hay una entidad como “el público”, ya que éste es un mito.
- b. No hay uno sino muchos públicos.
- c. Los temas crean a sus propios públicos.
- d. La naturaleza de una organización suele dictar a sus públicos.

En tanto, MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda aluden: “Público en su acepción más general, implica un conjunto de individuos unidos entre sí temporal o permanentemente, en función de un interés común.”

De lo anterior se deduce a los individuos en conjunto, en forma pasajera o permanente para realizar una tarea en común.

Del mismo modo, McQUAIL, Denis (1969) indica: “El público consiste en un grupo de personas que se nuclean de manera espontánea alrededor de una discusión acerca de algún acontecimiento público y llegan a una decisión u opinión colectiva”.

Para dicho autor, el público consiste en un grupo de personas unidas como núcleo, conversando, exponiendo ideas con el fin de llegar a obtener una sola opinión en fusión de todas las vertidas en dicha charla.

1.6.1. Tipos de Público

Público es un término colectivo para designar a un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí por los intereses, afinidades, que le son comunes y que comparten un sentimiento de solidaridad. Se pueden determinar tres tipos de público:

- a) Interno, es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización (empleados, directivos, accionistas mayoritarios).

- b) Externos, son los que no tienen relación directa con la organización (autoridades gubernamentales, entidades económicas. Financieras, los competidores).
- c) Mixto, este tipo de público ocupa la posición intermedia respecto de las posiciones externas entre público interno y externo. Existen dos tipos:
 - a. Mixto Semi - interno
 - b. Mixto Semi - externo

Puede o no interesar la política gubernamental a un sector público, por sus actos no obstante, le repercutirán individual y colectivamente. De la misma manera es privativo del profesional o del empresario estar incorporado en la entidad que los emplea, pero ello no impedirá que sus actos trasciendan directa o indirectamente, aún si permanece o está ligado a su ceno.

1.6.2. Opinión Pública

MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda en el libro de Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Públicas define que la Opinión Pública “es el conjunto o agregado de las opiniones individuales respecto a un tema de interés general”. Pág. 337

Definida a modo sencillo, la opinión es una “expresión de una actitud”, también se dice que es “la expresión verbal de la actitud”. Ya sea verbal o no verbal, “una opinión es siempre la opinión de una persona, no de un grupo”.

Para CUTLIP, Scott M. y CENTER, Alien en su libro de Relaciones Públicas mencionan “la comprensión de la naturaleza de la opinión pública es un requisito esencial para todas las actividades de relaciones públicas”. Pág. 146

Dentro del esquema de públicos se inserta lo referente a Opinión Pública de los públicos en general, al no poder interactuar directamente con la institución, lo hacen a través de lo que se conoce como el fenómeno de la Opinión Pública.

En este sentido, pues tentativamente nos referimos a la opinión pública como la expresión de la comunidad o público general que rodea a una institución. Muchas veces al expresar su opinión una persona puede sugerir que habla por un grupo, pero es erróneo pensar en términos de una “mentalidad de grupo”, ya que la opinión pública siempre se refiere a un conjunto de opiniones individuales.

En la delimitación del concepto de opinión pública, hasta hoy no ha podido ser definido en términos universalmente admitidos debido a que se trata de un fenómeno de tipo psicosocial en continua transformación. Por ello resultará necesario tratar de contar primeramente con una definición lo más clara posible del concepto de opinión pública.

1.6.3. El Término de Opinión Pública

Etimológicamente el término “opinión” proviene del latín “opiniō” que significa “concepto”. Para la Real Academia de la Lengua, la acepción de “opinión” es: “concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable; fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa”. Según esta aceptación el término de opinión, en primera instancia, implica una toma de postura de carácter individual frente a “algo”, sea este algo un objeto, persona, acontecimiento o institución.

Existen dos versiones comúnmente utilizadas para describirla. Una es la que toma como adjetivo contrario a lo privado; la segunda es la que toma como sustantivo que proviene del público y que implica, en su acepción más general, un conjunto de individuos unidos temporal o permanentemente en función de un interés común.

BLAKE, Red H. y HAROLDSEN, Edwin O., (1971) coinciden que: "En general, ambas vertientes de definición del término público son en gran parte el origen de la confusión que prevalece para definir el concepto de opinión pública puesto que éste igual puede estarse refiriendo a una "opinión individual" expresada públicamente, que a una "opinión" compartida en forma colectiva por un público determinado, que a una "opinión colectiva" expresada públicamente." Pág. 111

Después de haber citado estos párrafos; vertemos una definición exacta de la opinión pública, como el conjunto o agregado de las opiniones individuales respecto a un tema de interés general.

MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda concuerdan en: "La opinión pública y la institución, al formar parte de una realidad social, inciden sobre ésta como un "hecho" susceptible de general controversia entre amplios sectores de la población. Está, por lo tanto en condiciones de generar un proceso de formación de opinión propositivo respecto a sí misma, o dejar que éste se genere por sí solo." Pág., 349

En sí, los individuos forman su propia imagen y juicio respecto al proceso de formación de opinión propositiva.

1.6.4. Características o Dimensiones que se usan con más Frecuencia para Describir una Opinión.

Son las siguientes:

Dirección.- Describir una opinión en términos de su dirección significa estipular si una persona aprueba o no algo. Esta aprobación o desaprobación se indica mediante una división de pro y contra, pero a medida en que se han perfeccionado las técnicas de medición, esta descripción simple ha sido complementadas por distinciones más finas de la opinión.

En relación a ello, la dirección mejora a medida que las técnicas de medición van perfeccionándose; los resultados de dichas investigaciones son más confiables y directos con los públicos puesto que son los que aprueban o desaprueban algo.

Intensidad.- La intensidad de la opinión describe la potencia de los sentimientos que existen en esa opinión. Ciertos temas pueden inducir fuertes sentimientos de opinión entre la gente, mientras que otros serán de poca importancia.

La potencia de los sentimientos también pueden ser medidos con las técnicas de investigación, aprovechando los más intensos y desechando los de poca importancia.

Estabilidad.- El que una opinión tenga estabilidad o no, es de interés para el profesional de Relaciones Públicas, puesto que indica el grado de entrega al tema en cuestión.

Se puede determinar si el interés de las personas es o no confiable, determinando la estabilidad de tal o cual cosa investigada.

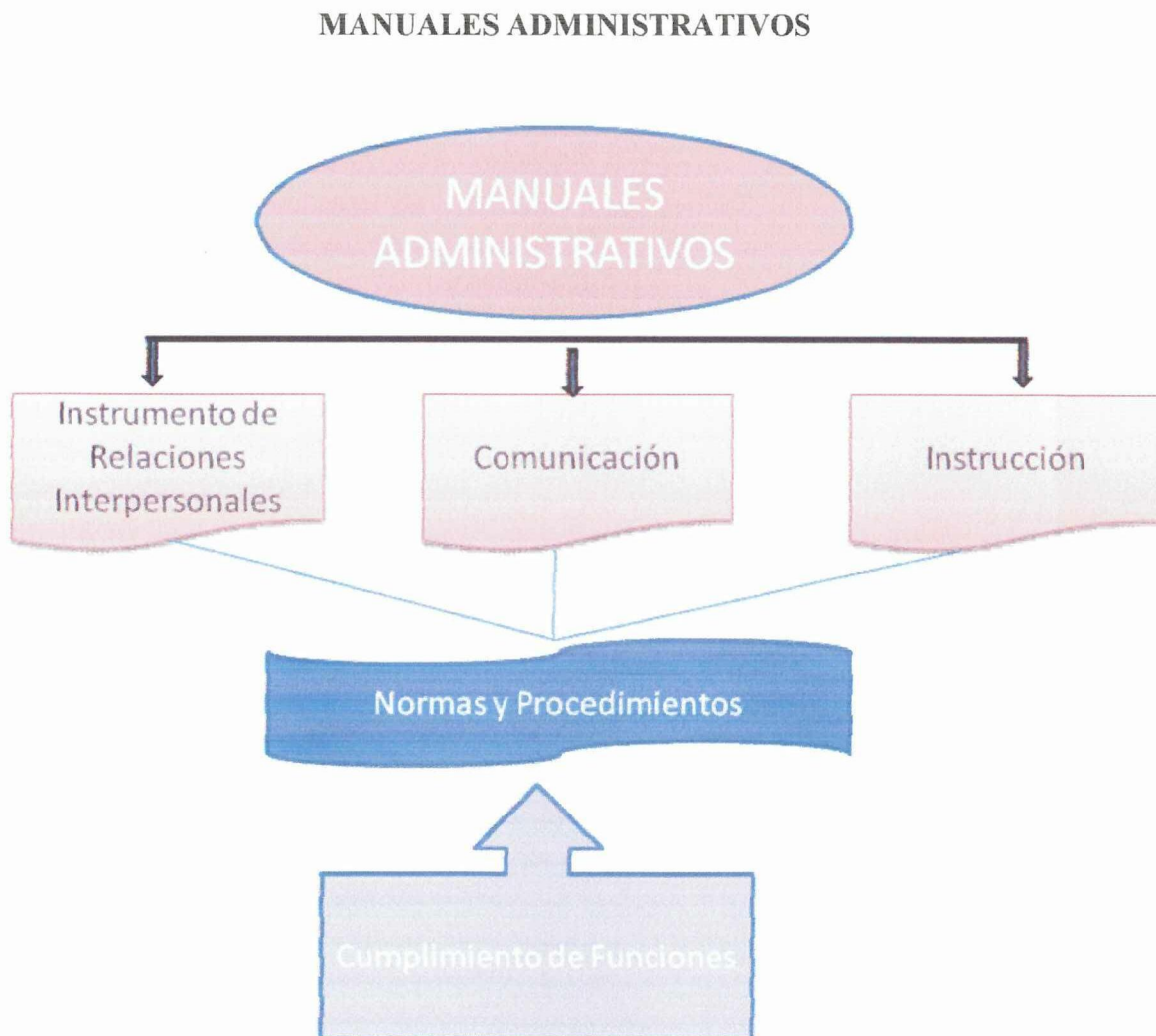
Latencia.- La opinión latente, según V. O. Keys, es “realmente casi el único tipo de opinión que genera ansiedad” en la práctica de la política y el gobierno.

La latencia se convierte en una incertidumbre por saber cuáles serán los resultados a futuro; siendo el único tipo de opinión de la cual no se sabe el resultado verídico mientras no se tabule la información recabada.

1.7. MANUAL

Para el desarrollo del tercer capítulo es importante determinar el tipo de manual que se realizará. Por ello, luego de varios estudios se ha optado por utilizar el prototipo de un “Manual Administrativo”.

Cuadro #.2



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

1.7.1. Necesidad de los Manuales

Todo manual tiene necesidades como se ve en el cuadro siguiente:

Cuadro #. 3

NECESIDAD DE LOS MANUALES



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. BREVE CARACTERIZACIÓN DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA.

El Colegio César Viera se encuentra localizado en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia Juan Montalvo, barrio San Sebastián, entre las calles Isla Seymour y Guayaquil, funciona bajo régimen Sierra, es de carácter fiscal, de jornada matutina.

Inicialmente por el acuerdo ministerial No. 2263 del 24 de Septiembre de 1.986, fue creado como “Centro de Educación Musical”. Posteriormente bajo la resolución 747 del 7 de Agosto de 1.987 se transforma oficialmente en Colegio iniciándose su actividad en el año lectivo 1.987-1.988 con la participación de 25 estudiantes, 6 profesores y tres miembros del área administrativa. En la actualidad cuenta con 187 estudiantes (165 hombres y 22 mujeres) y tiene una planta docente de 15 maestros con nombramiento, 5 a contrato anual renovable, 6 miembros del área administrativa, 2 personas atendiendo los servicios generales.

Con el propósito de continuar el avance de este Colegio el Rector mediante oficio No. 045 CEMCV.R de fecha 5 de Mayo del 2.004 presenta y entrega el Proyecto Educativo de Reordenamiento del Bachillerato en Artes, Especialización Música debidamente rectificado y fundamentado en una nueva malla curricular a la

Dirección Provincial de Educación y Cultura Hispana de Cotopaxi a fin de que sea aprobado a partir del año lectivo 2003-2004.

El Decreto Ejecutivo 1786 emitido en el Registro Oficial No. 400 del 29 de Agosto del 2.001 firmado por el Sr. Dr. Gustavo Noboa B, Presidente de la República del Ecuador, en aquel entonces regula la reforma al Bachillerato.

La Dirección Provincial de Educación y Cultura de Cotopaxi a través de las divisiones de Currículo, Educación Técnica, Supervisión, los Departamentos de Bachillerato, Orientación Vocacional conforman una comisión, que da trámite a la solicitud realizada por el Rector y emite su informe favorable a la misma con la resolución No. 22.

Con fecha 10 de Mayo del 2004 mediante oficio No. 096 DC-P esta Dirección remite al Colegio César Viera la aprobación respectiva, avalizando de esta manera la continuidad del funcionamiento de este Centro Educativo así como de su malla curricular actualizada para el Octavo, Noveno, Décimo Año de Educación Básica y del Bachillerato en Artes Especialización Música cuyas cargas horarias son de 35 horas de clase semanales, incluyendo materias complementarias de cultura general, recreacional, deportes.

Para reforzar los conocimientos, motivación, autoestima de los estudiantes de manera planificada y rotativa se participa en los diferentes eventos artísticos, sociales, culturales, que la provincia, sus cantones, la ciudad, la comunidad en general lo requiera aportando desinteresadamente con los 6 diferentes grupos musicales que dispone actualmente el Colegio.

Cuenta con varias especialidades musicales en los diferentes instrumentos: Saxofón, Trompeta, Trombón de vara, Guitarra, Piano y Acordeón, innovando la educación teórico-práctica con carreras alternativas no tradicionales, ampliando las opciones disponibles para estos profesionales. Estas carreras abarcan: la dirección de grupos musicales, integración en orquestas, bandas civiles, militares, la posibilidad de incrementar sus estudios, conseguir títulos de docencia musical a nivel de Docente, Licenciatura y Postgrados.

Está ubicado en un sitio de renombre a nivel provincial, regional y nacional ya que ha cumplido positivamente con las expectativas de la comunidad, siendo la única institución musical en el cantón Latacunga, es de carácter fiscal, posee ciclo básico y diversificado, cubriendo una actividad interactiva de seis años, entregando bachilleres en artes, especialidad música. En el ciclo básico se dictan materias como lenguaje musical, audio-perceptiva, técnica vocal, práctica en instrumento principal que utiliza cuatro (4) horas semanales, en el instrumento auxiliar tres (3) horas semanales, sin descuidar las asignaturas de cultura general.

En el ciclo diversificado se imparten asignaturas como armonía, expresión corporal, historia de la música, talleres musicales, donde los estudiantes tienen la oportunidad de formar parte de alguna agrupación existente en la institución como: orquesta de cámara, banda juvenil y grupos de música del recuerdo. El año lectivo está dividido en tres (3) trimestres, dando inicio en Septiembre y culminando en Julio y un periodo vacacional.

Se cuenta con dos grandes áreas identificadas como: área de cultura general y musical (ésta dispone de 6 especialidades: piano, acordeón, guitarra, trompeta, trombón, saxo). En la actualidad se cuenta con 210 estudiantes, 15 docentes, 3 autoridades. El vínculo de los padres de familia con el colegio se reduce a tres visitas anuales que priorizan la entrega de libretas de notas académicas, reportes trimestrales de conducta.

Su Infraestructura Física ha sido mínima desde su inicio. Gracias a algunas gestiones realizadas por las diferentes administraciones de turno y la contribución de los padres de familia, a través de veinte años ha tenido un gran progreso hoy posee:

- Seis aulas para el desarrollo educativo.
- Tres para uso de oficinas de carácter general.
- Ocho cubículos para ensayo y práctica de los diferentes instrumentos musicales.

- Un patio general de mediana proporción que sirve para formaciones, recreación, prácticas de desfile y actividades extracurriculares.
- En relación al equipamiento de material didáctico se cuenta con una pequeña biblioteca, consistente de libros/métodos de aprendizaje de los diferentes instrumentos, manuales de música, partituras musicales, etc.
- En relación a la dotación de instrumentos musicales se dispone de un pequeño número de: trompetas, guitarras, saxos, acordeones, pianos, trombones, lo que exige que para una actuación de la banda juvenil institucional se dependa de que los estudiantes participen con sus propios instrumentos.
- Se cuenta con un pequeño centro de cómputo y poco material deportivo para actividades extracurricular

La Visión de esta Institución es: "Desarrollar una Institución altamente productiva y competitiva, capaz de dotar a la sociedad de bachilleres en arte, especialidad música, eficientes, eficaces con un alto desarrollo humanístico, científico, técnico, artístico, social para difundir la cultura, el arte musical".

La Misión de este Plantel es: "Formar Bachilleres con alto nivel humanístico, científico, tecnológico, artístico, de liderazgo con una profunda sensibilidad y valores para la cultura, mediante el cumplimiento de normas de acción concretas para que sean seres valiosos, capaces de tomar decisiones en la construcción de su proyecto de vida".

2.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO, DOCENTE Y ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA.

Se procede a dividir las encuestas en dos grupos, una para el personal ejecutivo, administrativo, docente de la Institución y el otro para el alumnado de la misma. Tomando en cuenta en el primer grupo a 8 personas y el segundo a 161 estudiantes, conformando un total de 169 encuestados.

2.2.1. Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada al Personal Ejecutivo, Administrativo y Docente del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga

1. ¿Conoce Ud., el término Relaciones Públicas?

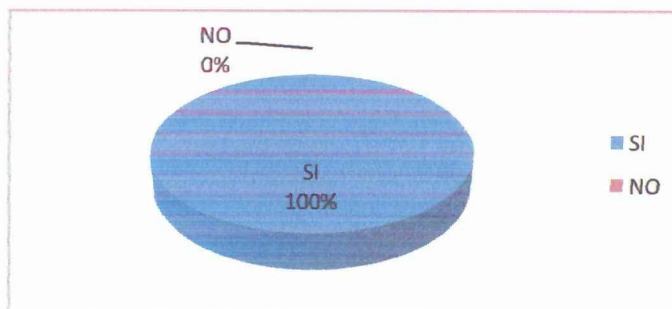
Tabla #. 1
SIGNIFICADO DEL TÉRMINO RELACIONES PÚBLICAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	8	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 1
SIGNIFICADO DEL TÉRMINO RELACIONES PÚBLICAS



Análisis.

Ante dicha pregunta, el 100% indican que tienen conocimiento del término Relaciones Públicas, el 0% no.

Interpretación.

El 100% de los encuestados, representados en 8 personas manifiestan que sí conocen el término Relaciones Públicas.

2. ¿Conoce Ud., a qué se refieren las Relaciones Públicas?

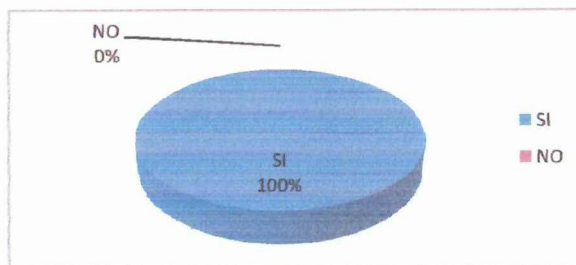
Tabla #. 2
LO QUE ENTIENDEN LAS PERSONAS POR RR. PP.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	8	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 2
LO QUE ENTIENDEN LAS PERSONAS POR RR. PP.



Análisis.

A esta cuestión, el 100% indican que conocen a qué se refieren las Relaciones Públicas y el 0% no.

Interpretación.

De lo cual se desprende que 8 encuestados correspondientes al 100%, respondieron que sí conocen a qué se refieren las Relaciones Públicas.

3. ¿Sabe Ud., cómo tratar al Público?

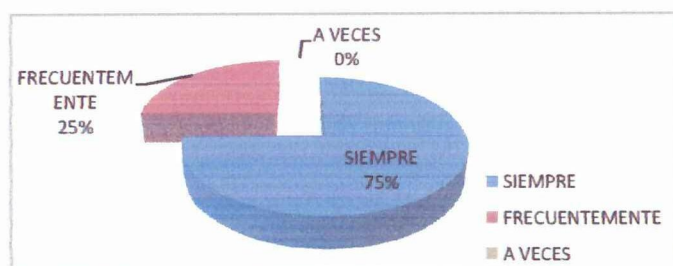
Tabla #. 3
BUEN TRATO AL PÚBLICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	6	75,00
FRECUENTEMENTE	2	25,00
A VECES	0	0,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 3
BUEN TRATO AL PÚBLICO



Análisis.

A la Cuestión ¿sabe Ud., cómo tratar al Público?, el 75% de los encuestados responde siempre, por otro lado el 25% menciona que frecuentemente da un buen trato al público y el 0% a veces.

Interpretación.

En conclusión un 75% de los encuestados personificados en 6 personas, responden que siempre saben cómo tratar al público.

4. ¿Sabe Ud., que existen diferentes tipos de públicos?

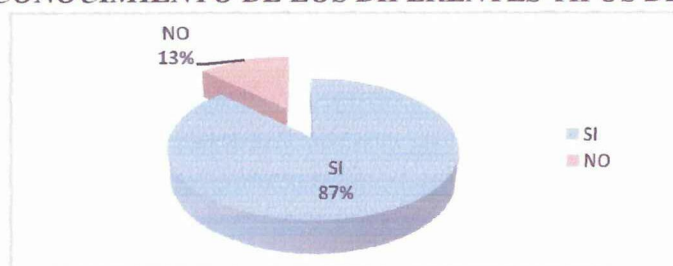
Tabla #. 4
CONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PÚBLICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	7	87,50
NO	1	12,50
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 4
CONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES TIPOS DE PÚBLICO



Análisis.

A la pregunta ¿sabe Ud., que existen diferentes tipos de públicos?, el 87,50% contestan que sí, el 12,50% responden que no.

Interpretación.

Ante esta interrogante, el 87,50% constituidos por 7 individuos responden que sí conocen la existencia de diferentes tipos de públicos.

5. Sabe Ud., qué significa el término interpersonal.

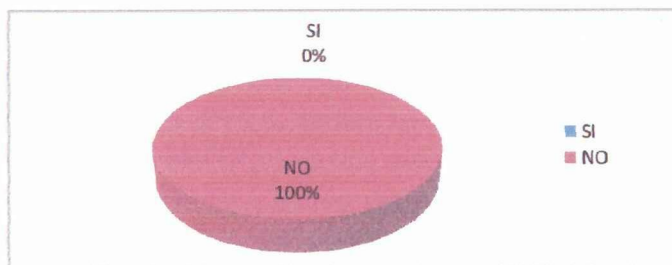
Tabla #. 5
DEFINICIÓN DEL TÉRMINO INTERPERSONAL

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	0	0,00
NO	8	100,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 5
DEFINICIÓN DEL TÉRMINO INTERPERSONAL



Análisis.

El 0% manifiesta que si sabe el significado del término interpersonal, contrario a un 100% que indica que no.

Interpretación.

Un 100% de los encuestados representados por un número de 8 individuos aluden que no saben el significado del término interpersonal.

6. ¿A Ud., le es fácil relacionarse con las demás personas?

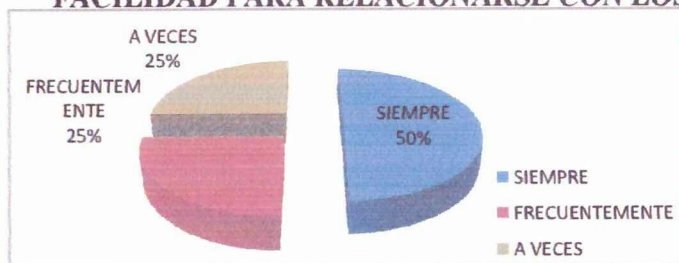
Tabla #. 6
FACILIDAD PARA RELACIONARSE CON LOS DEMÁS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	4	50,00
FRECUENTEMENTE	2	25,00
A VECES	2	25,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 6
FACILIDAD PARA RELACIONARSE CON LOS DEMÁS



Análisis.

Ante esta interrogante un 50% contestaron siempre, contrapuesto a un 25% que se inclinan por frecuentemente y un 25% aciertan que a veces.

Interpretación.

Es notable que el 50% de los encuestados, personificados por 4 individuos, manifiestan que siempre se les hace fácil relacionarse con las demás personas.

7. ¿Es Ud., cordial con el público?

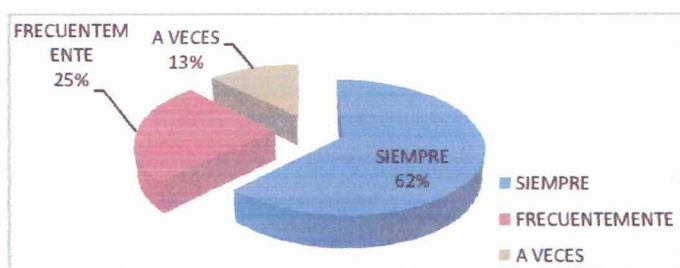
Tabla #. 7
CORDIALIDAD CON LAS PERSONAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	5	62,50
FRECUENTEMENTE	2	25,00
A VECES	1	12,50
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 7
CORDIALIDAD CON LAS PERSONAS



Análisis.

A la cuestión ¿usted es cordial con el público?, un 62,50% dicen que siempre, el 25% contesta que frecuentemente y un 12,50% asiente que a veces.

Interpretación.

El 62,50% de los encuestados, representados por 5 personas, contestan que siempre son cordiales con el público.

8. ¿En qué grado de cordialidad se considera estar Ud.?

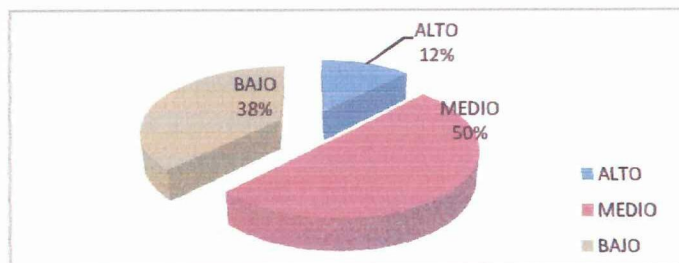
Tabla #. 8
GRADO DE CORDIALIDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
ALTO	1	12,50
MEDIO	4	50,00
BAJO	3	37,50
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 8
GRADO DE CORDIALIDAD



Análisis.

Al preguntar ¿en qué grado de cordialidad se considera estar usted?, el 50% menciona que medio, contrario a ello el 37,50% dice bajo y el 12,50% aclara que alto.

Interpretación.

El 50% de los encuestados, representados en 4 personas, manifiestan que tienen un grado de cordialidad medio.

9. ¿Tiene dificultad para hacer nuevas amistades en su campo laboral?

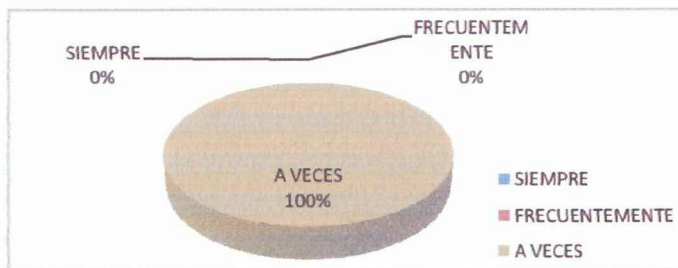
Tabla #. 9
DIFICULTAD PARA HACER AMISTADES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	0	0,00
FRECUENTEMENTE	0	0,00
A VECES	8	100,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 9
DIFICULTAD PARA HACER AMISTADES



Análisis.

A la cuestión ¿tiene dificultad para hacer nuevas amistades en su campo laboral?, el 100% dice a veces, el 0% frecuentemente y el 0% siempre.

Interpretación.

Un contundente 100% representados en 8 individuos, exteriorizan que a veces tienen dificultades para hacer nuevas amistades en su campo laboral.

10. ¿Sus compañeros de trabajo aceptan su personalidad?

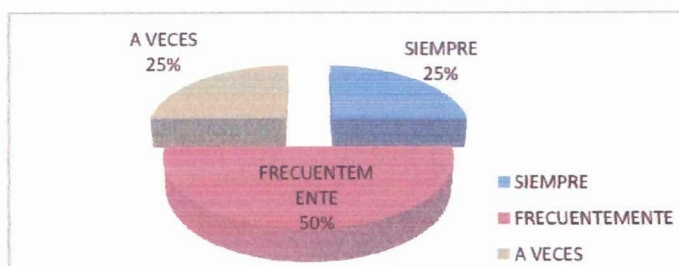
Tabla #. 10
ACEPTACIÓN DE LA PERSONALIDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	2	25,00
FRECUENTEMENTE	4	50,00
A VECES	2	25,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 10
ACEPTACIÓN DE LA PERSONALIDAD



Análisis.

A la interrogante ¿sus compañeros de trabajo aceptan su personalidad?, el 50% asiente frecuentemente, un 25% dicen que a veces y el 25% mencionan que siempre.

Interpretación.

El 50% de los encuestados, representados en 4 personas, responden que frecuentemente sus compañeros de trabajo aceptan su personalidad

11. ¿Cooperan todos con sus ideas en el trabajo?

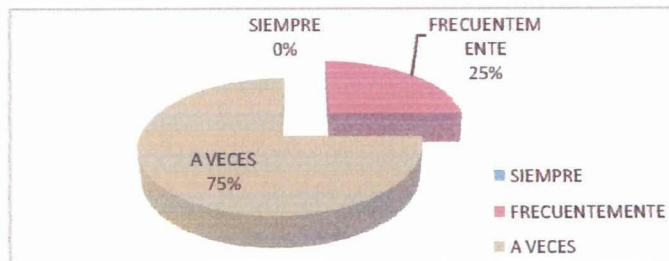
Tabla #. 11
COOPERACIÓN EN EL TRABAJO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	0	0,00
FRECUENTEMENTE	2	25,00
A VECES	6	75,00
TOTAL	8	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los ejecutivos, directivos y docentes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 11
COOPERACIÓN EN EL TRABAJO



Análisis.

Al preguntar ¿cooperan todos con sus ideas en el trabajo?, un 75% menciona que a veces, contrapuesto a un 25% que dice frecuentemente y el 0% siempre.

Interpretación.

Al responder que si todos cooperan con las ideas en el trabajo el 75%, representados en 6 personas, asintieron que a veces.

Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada a los Estudiantes del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga

1. ¿Para Ud., qué son las Relaciones Públicas?
 - a. Comunicarse con las demás personas
 - b. Hacer amistades y ganarse la confianza de los demás
 - c. Forma de comunicarse o relacionarse
 - d. No contestan

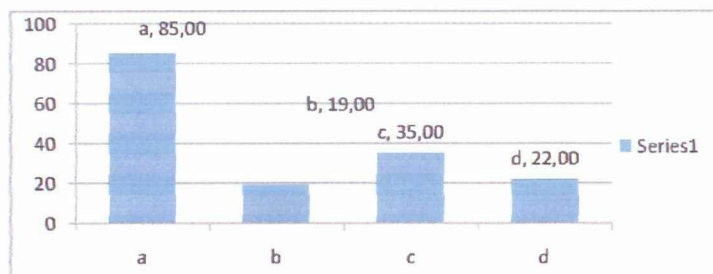
Tabla #. 1
DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
a	85	52,80
b	19	11,80
c	35	21,74
d	22	13,66
TOTAL	161	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 1
DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS



Análisis.

Al cuestionar ¿para Ud., qué son las Relaciones Públicas?, el 52,80% dice comunicarse con las demás personas, el 21,74 menciona la forma de comunicarse o relacionarse, el 13,66% no contestan y un 11,80% dicen hacer amistades y ganarse la confianza de los demás.

Interpretación.

El 52,80% de los encuestados, representados en 85 estudiantes, manifiestan que son las Relaciones Públicas.

2. ¿Qué grado de importancia le daría Ud., a las Relaciones Públicas?

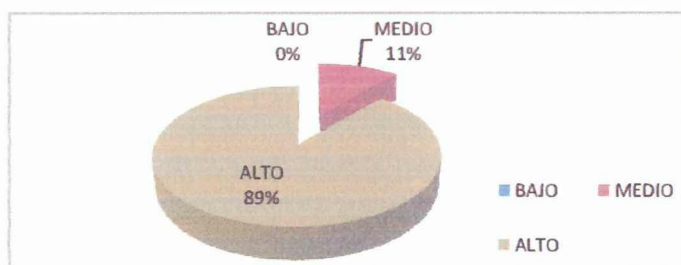
Tabla #. 2
GRADO DE IMPORTANCIA PARA LAS RR. PP

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
BAJO	0	0,00
MEDIO	18	11,18
ALTO	143	88,82
TOTAL	161	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 2
GRADO DE IMPORTANCIA PARA LAS RR. PP



Análisis.

A la interrogante ¿qué grado de importancia le daría Ud., a las Relaciones Públicas?, los estudiantes responden de la siguiente manera: un 88,82% alto, contrario a un 11,18% medio y un 0% bajo.

Interpretación.

El 88,82% de encuestados, identificados por 143 estudiantes responden, darle un grado de importancia a las Relaciones Públicas, a veces.

3. ¿Tiene dificultades para hacer nuevas amistades?

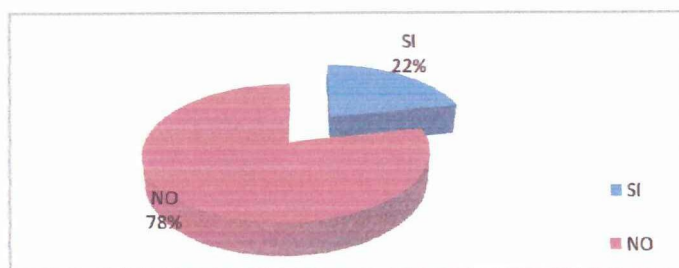
Tabla #. 3
DIFICULTAD PARA HACER NUEVAS AMISTADES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	35	21,74
NO	126	78,26
TOTAL	161	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 3
DIFICULTAD PARA HACER NUEVAS AMISTADES



Análisis.

A la cuestión ¿tiene dificultades para hacer nuevas amistades?, los estudiantes responden de la siguiente manera: un 78,26% alto, contrario a un 21,74%.

Interpretación.

El 78,26% de encuestados, identificados por 126 chicos responden, no tener dificultades para hacer nuevas amistades.

4. ¿Ud., es cordial con sus compañeros?

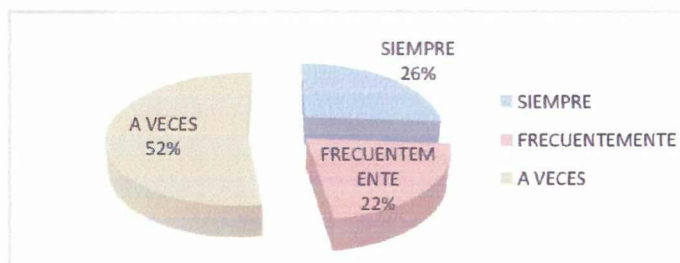
Tabla #. 4
CORDIALIDAD CON LOS COMPAÑEROS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	42	26,09
FRECUENTEMENTE	35	21,74
A VECES	84	52,17
TOTAL	161	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 4
CORDIALIDAD CON LOS COMPAÑEROS



Análisis.

A la interrogante ¿Ud., es cordial con sus compañeros?, los estudiantes responden de la siguiente manera: un 52,17% a veces, contrapuesto a un 26,09% siempre y un 21,74% mencionan frecuentemente.

Interpretación.

El 52,17% de encuestados, representados en 84 estudiantes responden, ser cordiales con sus compañeros a veces.

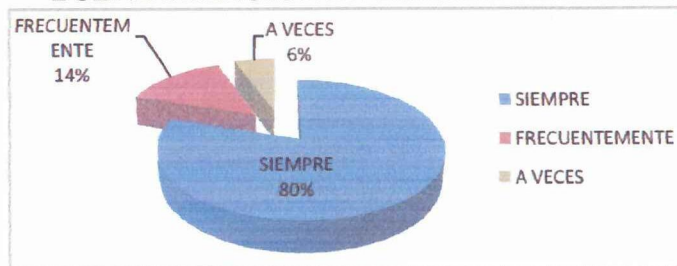
5. ¿A su parecer le atienden de buena manera en el área Administrativa del Colegio?

Tabla #. 5
BUENA ATENCION EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	129	80,12
FRECUENTEMENTE	23	14,29
A VECES	9	5,59
TOTAL	161	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del C.E.M.C.V.
Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 5
BUENA ATENCION EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA



Análisis.

A la pregunta ¿a su parecer le atienden de buena manera en el área Administrativa del Colegio?, los muchachos responden de la siguiente manera: un 80,12% siempre, por otro lado un 14,29% frecuentemente y un 5,59% a veces.

Interpretación.

El 80,12% de encuestados, representados en 129 estudiantes responden, ser bien atendidos en el área Administrativa del Colegio.

6. ¿Sabe, cuántos tipos de públicos existen?

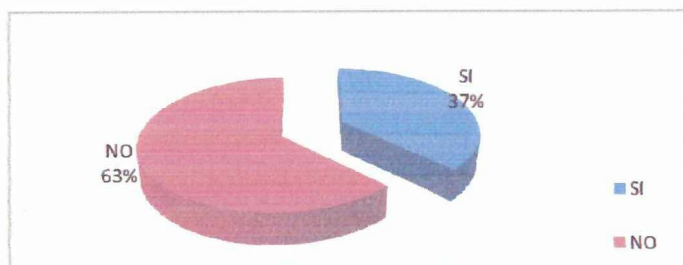
Tabla #. 6
EXISTENCIA DE DIFEERENTES TIPOS DE PÚBLICOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	60	37,27
NO	101	62,73
TOTAL	161	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del C.E.M.C.V.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Gráfico #. 6
EXISTENCIA DE DIFEERENTES TIPOS DE PÚBLICOS



Análisis.

Al preguntar ¿sabe, cuántos tipos de públicos existen?, los estudiantes asienten de la siguiente manera: el 62,73% no y el 37,27% si.

Interpretación.

El 62,73% de encuestados, representados en 101 estudiantes responden, saber cuántos tipos de públicos existen.

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE

1. Todas las personas dicen conocer el término Relaciones Públicas, lo cual verificaremos más adelante conforme se desarrolla la encuesta.
2. Un 100% de los encuestados tienen conocimiento a que se refieren las Relaciones Públicas. En sí, aciertan brevemente a una parte de una de las tantas definiciones de Relaciones Públicas, lo cual indica que existe un conocimiento del tema.
3. Casi todos los encuestados dicen saber siempre cómo tratar al público, tan sólo una minoría no lo sabe.
4. La mayor parte de gente dice saber que existen diferentes tipos de públicos y tan sólo un porcentaje mínimo contesta que no.
5. Al cuestionar acerca del término “interpersonal”, todos no responden, no tienen ni siquiera una idea de su definición.
6. A una gran parte de personas se les hace fácil relacionarse entre sí, mientras que a pocas les resulta un poco complicado.
7. La mayor parte de personas dicen ser cordiales con el público siempre, no obstante una minoría lo es de vez en cuando.
8. El 50% de las personas encuestadas se encuentra en un nivel medio de cordialidad, es decir, un valor muy aceptable en relación al medio en que nos desarrollamos.

9. El mismo hecho de no conocer a fondo las relaciones interpersonales hace que todos tengamos dificultades al momento de hacer nuevas amistades en el ámbito laboral.

10. El 50% de los encuestados responden no estar seguros de la aceptación total o parcial de su personalidad, ya que esto siempre dependerá del sinceramiento de cada compañero de trabajo.

11. La cooperación en las ideas entre compañeros de trabajo, depende mucho de la aceptación de la personalidad de los mismos.

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES

1. De todos los encuestados, satisfactoriamente la gran mayoría tiene conocimientos acertados de Relaciones Públicas.
2. Los estudiantes están muy conscientes del alto grado de importancia que tienen la Relaciones Públicas.
3. En el ámbito estudiantil la dificultad para hacer amistades es mínima, ellos se comunican y se entienden mejor que los adultos.
4. Desgraciadamente la cordialidad no es el punto fuerte de los jóvenes, ya que en la familia no se practica la enseñanza de los valores éticos y morales.
5. La gran parte de ellos asienten que siempre son atendidos de buena manera en el Área Administrativa del colegio.
6. Para la existencia de diferentes tipos de público la parte mayoritaria responden que no tienen conocimiento.

RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE

1. Poner en práctica lo que conocen.
2. En cuanto a ello, se recomienda dejar en claro la definición exacta de *Relaciones Públicas*.
3. Poner más atención entre cómo tratar al público y la forma de comportamiento personal.
4. Demostrar lo que dicen conocer.
5. Difundir el significado del término “interpersonal”, para que así todos lo conozcan y lo pongan en práctica.
6. Inculcar en lo más pequeños la cultura de relacionarse con las demás personas.
7. No perder la cordialidad nunca, atender al público como lo merece.
8. Seguir educando a la gente en cuanto a la cordialidad, es el único medio por el cual llegaremos a tener una sociedad amable.
9. Realizar programas culturales que propicien la interrelación laboral.
10. Realizar test de trabajo que involucre si la personalidad de cada integrante del grupo laboral es aceptada o no por los demás entes.
11. Concientizar a las personas en cuanto a la colaboración y así lograr la buena relación, aceptación entre los miembros de trabajo.

RECOMENDACIONES DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES

1. Insistir que pongan en práctica los conocimientos adquiridos, no se queden únicamente en las hojas de los cuadernos.
2. Las autoridades deben aprovechar el interés que tienen los muchachos, enfatizando la enseñanza y práctica de este tema.
3. Que los adultos deberíamos seguir el ejemplo de los más jóvenes.
4. Enseñar a los muchachos valores en cada uno de nuestros hogares.
5. Seguir con el mismo modo de atención para los estudiantes en el Área Administrativa.
6. Las autoridades institucionales deberían insistir en que las Relaciones Públicas sean parte de la enseñanza académica de los estudiantes, sólo de este modo podremos ayudarles a tener conocimientos reales para su aplicación en su medio ambiente.

CAPÍTULO III

MARCO PROPOSITIVO

3.1. DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1.1. Datos Informativos

Presentado por:

Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

Latacunga, 04 Mayo del 2009

UBICACIÓN DE LA PROPUESTA.

Provincia: Cotopaxi.

Cantón: Latacunga

Parroquia: La Matriz

Establecimiento: Colegio de Educación Musical “César Viera”

3.1.2. Antecedentes de la Propuesta

Al concluir la presente investigación, donde el Análisis de la Situación Social que atraviesa todo el Ecuador, directamente los la Comunidad Educativa del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga; se deduce lo siguiente.

El cien por ciento del personal ejecutivo, administrativo, docente como estudiantes tienen una clara aceptabilidad del significado de las Relaciones Públicas; contrario a ello, es alarmante este mismo porcentaje no tenga conocimiento acerca de lo que es el trato interpersonal en las instituciones, respondiendo también que a veces tiene dificultades para hacer nuevas amistades.

Los análisis e interpretación de los datos obtenidos en el segundo capítulo, se considera que son indicadores más que suficientes para: Proponer la Elaboración de un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

3.1.2.1. *Formulación de la Misión*

Establecer las normas y estándares para el comportamiento de la comunidad educativa César Viera del cantón Latacunga con el fin de proteger su propia seguridad, manteniendo entre ellos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos, fundamentalmente, en el reconocimiento como respeto de la personalidad humana, derivándose de ello la conservación de las reglas elementales de buena conducta y cortesía.

3.1.2.2. *Formulación de la Visión*

Cumplir en un lapso no mayor a cinco años la puesta en práctica de la propuesta desarrollada, la que permitirá mejorar el futuro de la comunidad educativa César Viera del cantón Latacunga, con resultados alentadores en cuanto a la formación de la calidad humana.

3.1.3. Justificación

Convencidos de la necesidad e importancia que para toda persona y grupo social tiene el establecimiento de normas o pautas de sana convivencia, que permita la creación de un ambiente favorable para el auto-descubrimiento, el rescate, el desarrollo de valores humanos, sociales en un marco democrático, se hace indispensable la Propuesta de Elaboración de un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera de la ciudad de Latacunga.

Cada vez es más difícil lograr que los demás se interesen por lo que hacemos. De ahí que debemos ser nosotros mismos los que nos encarguemos de despertar la atención de nuestros semejantes sobre nuestra propia obra. No podemos vivir aislados. Dependemos de nuestros semejantes.

Nuestro trabajo, ganancias sobre todo el futuro están en relación directa a la comprensión, cooperación, ayuda que nos preste el prójimo. Es lógico que existiendo ésta interdependencia mutua, debemos procurar que nos entiendan y aprecien. "La simpatía abre las puertas, pero, es la confianza la que la mantiene abierta. La confianza se sustenta en el comportamiento ético, ésta es la base de las Relaciones Públicas". "Hacerlo bien y hacerlo conocer".

Con el diseño de este proyecto, se pretende concienciar a la comunidad educativa la imperante necesidad de impartir la antigua educación fuente de desarrollo de de todos los pueblos.

En la práctica la meta principal será que se acoja por parte de la comunidad educativa la propuesta, la cual se encargará de mejorar la calidad humana, por ende las Relaciones Públicas.

3.1.4. Objetivos

3.1.4.1. *Objetivo General*

Revitalizar el ambiente educativo de los ejecutivos, administrativos, profesores, estudiantes como personal de servicios del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga permitiéndoles a todos tener una sana convivencia.

3.1.4.2. *Objetivos Específicos*

- Describir los factores principales que tienen incidencia sobre las Relaciones Públicas del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, para que a través de los recursos humanos se permita la puesta en marcha del Manual de Relaciones Públicas.
- Elaborar la propuesta de la creación del Manual de Relaciones Públicas. Estableciendo reglas para orientar el fortalecimiento de las relaciones entre los estudiantes y los demás miembros de la comunidad educativa; normando su conducta, determinando sus deberes derechos.
- Mencionar maneras o formas de ejecución del Manual de Relaciones Públicas.

3.1.5. Implementación y Validación de la Propuesta

3.1.5.1. *Problemas que Enfrenta*

- La inexistencia de un sistema de valores y normas en la Institución.
- El estilo, la preparación de cada uno de los pedagogos.
- Falta de cortesía.

- Lenguaje inadecuado.
- Intolerancia ante la diversidad de géneros y culturas resultando de ello la discriminación.
- Irrespeto ante la integridad física, moral de los bienes y de las personas que forman la Comunidad Educativa.
- Poco respeto por el trabajo y función de todos los miembros de la Comunidad Educativa.
- Falta de interés por desarrollar el propio trabajo y función con responsabilidad.
- Escasa cooperación en las actividades educativas.

3.1.5.2. Desarrollo del Manual

En el presente manual se establecen los derechos y deberes tanto éticos, académicos, sociales, conductuales del personal ejecutivo, administrativo, docente y estudiantado del colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

“Los integrantes de la Comunidad Educativa César Viera, han de ser conscientes, de que el ejercicio de la libertad se admite hasta donde inicia la violación de la libertad del otro”. El aprendizaje de los principios básicos de convivencia humana se inicia en la familia continuándose durante la vida escolar, siendo la responsable de diseñar y ejecutar estrategias que fomenten su práctica.

Los derechos son valores de convivencia cuyo fundamento es la dignidad humana. Conllevan al reconocimiento de condiciones mínimas de sana relación que deben ser garantizadas por todas las personas:

En el desarrollo de la propuesta se considera lo siguiente:

3.1.5.2.1. Factores de las Relaciones Públicas

Incurrir los objetivos de las Relaciones Públicas no se determinan sobre la base de una apreciación arbitraria de la dirección ni se fundamenta en propósitos o resultados observados en otras empresas. Cada entidad posee su propia particularidad, problemas distintos, grupos humanos con diferentes características; es por eso que a continuación se ilustran los factores que inciden en la Elaboración del Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Varios factores participan en el desarrollo de la Propuesta del Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga. Estos son: el personal, los demás públicos y la propia Institución. La identificación, en este aspecto, instituciones – relaciones públicas es un hecho de significativa gravitación que supone una permanente integración entre todos los que actúan a su alrededor en el terreno específico y en el campo.

3.1.5.2.2. La Imagen de la Institución.

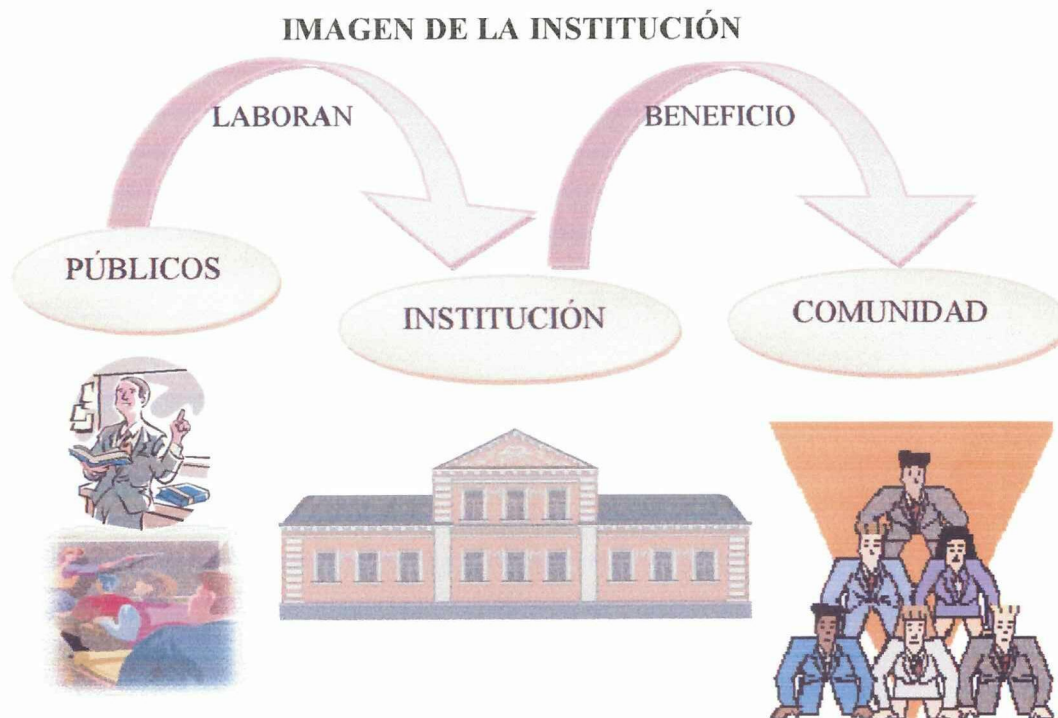
La Imagen de toda Institución se la crea en base a cada uno de los públicos o componentes que en ella laboran, de la que reciben servicios en beneficio de una comunidad.

En particular, la imagen del Colegio de Educación Musical César Viera se caracteriza por la música. Ésta desempeña un papel importante en todas las sociedades existiendo una gran cantidad de estilos, característicos de diferentes regiones geográficas o épocas históricas.

Por tal motivo, sus estudiantes son dignos representantes del saber musical, puesto que llevan en su ser el arte que trata de la combinación de sonidos en un espacio de tiempo con el fin de producir un artificio que posea belleza o atractivo.

En el cantón Latacunga, es el único colegio en esta rama, promocionándose de manera intensa a través de los medios de comunicación televisivos de la ciudad. Además, los mismos estudiantes con su aprendizaje van demostrando a la audiencia en general la calidad de su Institución.

Gráfico #. 14



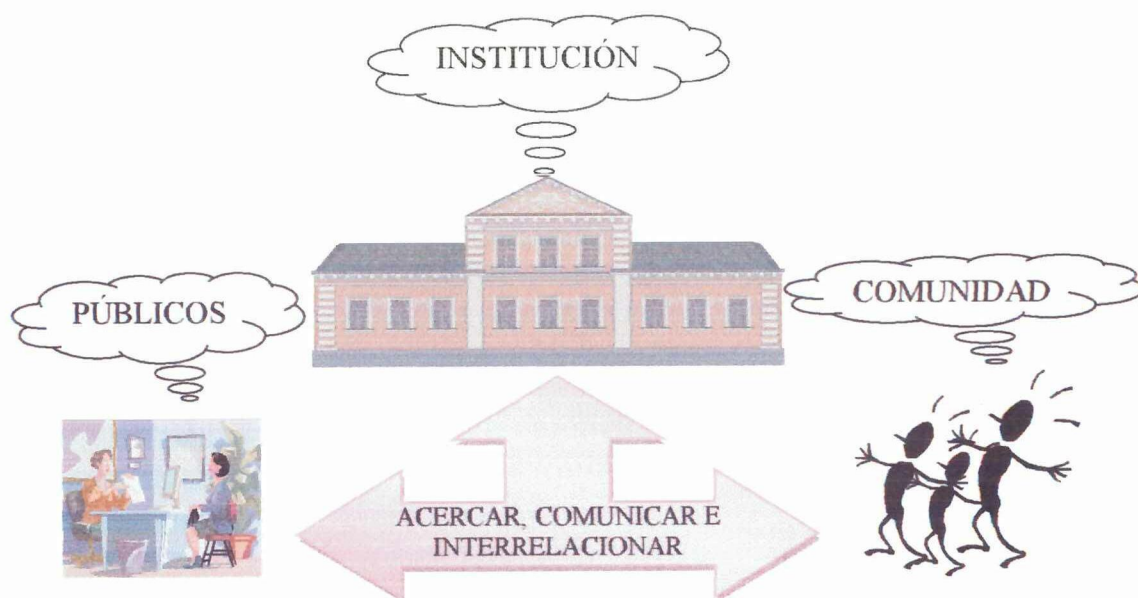
Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

3.1.5.2.3. Las Actividades que Desarrolla

Los fines principales de toda labor de Relaciones Públicas, responden principalmente al propósito de acercar, comunicar e interrelacionar la Institución con quienes la integran y con los sectores externos que se encuentran efectiva además de potencialmente ligados. Esto significa que implícitamente, las actividades regulares, los proyectos en ejecución, las concepciones futuras tienen una incidencia decisiva, por cierto fundamental, en la fijación y la determinación de las metas a establecer.

Gráfico #. 15

FINES DE TODA LABOR DE RELACIONES PÚBLICAS



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

El estilo de vida que caracteriza a la Institución en cuanto a ser la única de enseñanza musical existente en el medio, su filosofía, el carácter de las realizaciones públicas, reservadas, confidenciales, internas, externas, son también factores decisivos de gravitación en las políticas que se propongan. Por ello resulta imprescindible adecuar los programas a la filosofía propia de la organización, mancomunando los fines técnicos o específicos con los propósitos sociales y humanísticos, sin descuidar la particularidad de los grupos a los que se encuentra ligada.

3.1.5.2.4. *Como llevarse bien con los integrantes de la Institución Educativa.*

- No digas todo lo que piensas, cultiva una voz baja y persuasiva. A veces importa más como se dicen las cosas que los que se dice.
- Haz pocas promesas, pero cúmplelas fielmente, no importa lo que pase.

- Nunca dejes pasar la oportunidad de decirle una palabra amable o alentadora a alguien. Celebra una buena labor, no importa quién lo haya hecho.
- Interésate por otros, por su trabajo, familia, etc., haz que todas las personas con las que te encuentras piensen que las consideras importantes, por humilde, que sean.
- Se optimista. No molestes ni deprimas a aquellos que te rodean, contándoles tus desilusiones y dificultades pequeñas, recuerda que todo el mundo tienen problemas.
- Sé de mente abierta, conversa, pero no discutas. Lo que distingue a una mente superior es la habilidad para discernir no ser desagradable.
- Deja que tus virtudes hablen por sí mismas, no hables de los defectos de otro. No alientes el chisme, que es sólo una valiosa pérdida de tiempo y puede resultar muy destructivo.
- Respeta los sentimientos de otros. Las burlas y los comentarios mordaces, a costa de los demás, no vale la pena, pueden hacerle daño cuando menos lo esperas.
- No prestes atención a ninguna a los comentarios malintencionados que se hagan sobre ti. Cabe la posibilidad de que la persona que le cuenta no diga las cosas exactamente cómo la oyó, una mala digestión o un desarreglo nervioso puede ser la causa de un comentario desagradable.
- No te preocupes demasiado de que los otros reconozcan tu valor. Haz las cosas lo mejor que puedas, y espera. El éxito es mucho más agradable así.

3.1.5.2.5. *Podemos lograr buenas Relaciones Públicas si ponemos en práctica los siguientes principios generales:*

- Amor al prójimo como a nosotros mismos.
- Darle importancia a las aspiraciones de la gente.

- Respetar las diferencias individuales.
- Escuchar: queremos que nos escuchen, pero se nos hace difícil escuchar a otro.
- Aceptar a los demás como son.
- No discutir jamás.
- Ir conociendo los sentimientos del otro.
- No ser dominante, tratar siempre de persuadir.
- Usar frases de cortesía.
- Tratar a los demás como te gustaría que te traten.
- Ponerse en el lugar del prójimo. (Empatía)
- Estudiar los gustos ajenos.
- Pensar bien de todos.
- Cultivar la simpatía.
- Ser generoso en el elogio.
- Corregir con cariño y en privado.
- Dar confianza y animar.
- Mostrarse agradecido.
- Perdonar y olvidar.
- Saludar y sonreír.
- Presentar excusas.
- Ser hospitalario responsable.
- Controlar las preocupaciones.
- Usar conversaciones positivas.
- Ser comprensivo, tolerante y prudente.

- Debemos llamar a las personas por su nombre.
- Ser flexible y adaptables.
- Continuar aprendiendo toda la vida.
- Aptitud positiva.
- Mirar a los demás a los ojos.

3.1.5.2.5.1. Qué conseguimos con unas buenas relaciones públicas.

- Logramos tener mejor salud mental y emocional.
- Favorece nuestra armonía con los demás y nos provee la paz interior.
- Fomenta la amistad.
- Evita o minimiza los conflictos.
- Favorece los ascensos en el trabajo.
- A más relaciones, mayor será el respeto hacia usted.
- La vida se le despeja y disminuyen los conflictos.
- Crece el aprecio hacia su persona.
- Las manifestaciones de solidaridad son cada vez más frecuentes.

En síntesis las Relaciones Públicas Institucionales son: Convivir, conllevarse bien, armonizar, negociar en los conflictos, quererse, respetarse, comprenderse, aceptarse, crecer, desarrollarse, madurar, expresar menos controversias, vislumbrar sol en el horizonte.

3.1.5.2.6. Relaciones Públicas en el Trabajo Institucional

Antes que nada debemos de saber que para poder desenvolvernos bien en nuestro lugar de trabajo, debemos de tener en cuenta que además de las presiones y el ritmo de vida acelerado, la interacción con los demás es otra fuente de estrés para muchas personas.

Aprender a defender los propios derechos sin agredir ni ser agredido es una estrategia útil para lograr relaciones interpersonales más relajadas y positivas y así poder vivir mejor y realizar nuestras labores cotidianas con una conducta social acertada con nuestros compañeros de labores y así mismo tener mejores resultados satisfactorios para nosotros mismos y para la Comunidad Educativa César Viera.

Una conducta social acertada implica la expresión directa de los propios sentimientos, deseos, derechos legítimos y opiniones sin castigar ni violar los de los demás. Esta conducta supone respeto hacia sí mismo como también hacia los derechos y necesidades de las otras personas.

En resumidas palabras para poder trabajar y vivir en armonía con los compañeros ejecutivos, administrativos, docentes y estudiantes del Colegio de Educación Musical César Viera debemos conducirnos apropiadamente. A continuación se muestran algunos puntos de mucha importancia que nos podrían ser de cuantiosa utilidad para poder lograr el éxito y tener una mejor estabilidad laboral así como económica.

- Tenga un buen concepto de sí mismo. Recuerde siempre que usted es tan importante como los demás.
- Sea educado. Considere los puntos de vista de los demás y educada, pero firmemente, exponga su opinión.

- Discúlpese solo cuando sea necesario. Así no disminuye ni el valor de una disculpa ni el propio, y los demás lo tomarán en serio.
- No arrincone a los demás. Esto provoca cólera y resentimiento. Para asegurarse la cooperación de otros, deles siempre una salida.
- Nunca recurra a las amenazas. Afirme tranquilamente los pasos que está dispuesto a seguir y asegúrese de cumplirlos.
- Acepte la derrota cuando sea necesario. Si se le ve aceptar situaciones cortésmente tras una discusión, la gente le respetará más.

3.1.5.2.6.1. Como relacionarse con la gente difícil

Tenemos claro que el ser humano es un ser racional y por lo tanto sabemos que no todas las personas se comportan del mismo modo puesto que lo que diferencia a una persona de la otra es su forma de expresarse y comportarse con los demás individuos que lo rodean dentro de la Institución Educativa César Viera. Por lo mismo tenemos que aclarar que en la vida de todo ser humano existen muchas conductas que él mismo se forma o le instituyen cuando es todavía un niño, que a través de los años esto va creciendo y desarrollándose, afectándole para bien o mal, formando su personalidad, además del comportamiento de la persona.

Para muestra, podemos hablar de dos conductas de todo ser humano que le pueden llegar a afectar de una manera positiva o negativa en su vida, según sea esta la que el individuo domine más:

- **Conducta pasiva:**

Son socialmente pasivas las personas que transgreden sus propios derechos al no ser capaces de expresar sentimientos y opiniones o hacerlo con falta de confianza, de modo que los demás pueden no hacerle caso. Esta actitud muestra falta de respeto hacia las propias necesidades. Su objetivo es evitar conflictos a toda costa.

Quien es objeto de esta conducta tiene que adivinar constantemente lo que realmente está diciendo la otra persona, lo cual puede generar frustración e incluso ira hacia la persona pasiva.

- **Conducta agresiva:**

Esta conducta se da cuando se defienden los derechos personales de manera inapropiada e impositiva. Puede expresarse de manera directa o indirecta. La agresión verbal directa incluye ofensas verbales, insultos, amenazas y comentarios humillantes. El componente no verbal incluye gestos hostiles o amenazantes, como puños apretados, miradas intensas y ataques físicos. La agresión verbal indirecta se da con comentarios sarcásticos y murmuraciones. Las víctimas de personas agresivas acaban por sentir resentimiento y evitarlas.

3.1.5.2.7. *Evaluación del Lugar de Trabajo*

Los funcionarios de una institución son los principales responsables de la calidad de trabajo. Para que ellos puedan realizar sus funciones eficientemente es necesario que se encuentren satisfechos con su trabajo y la calidad de lo que hacen. Además, que tengan el deseo de continuar en la Institución en un futuro, de tal manera que la inversión que el gobierno realiza capacitándoles pueda rendir sus frutos.

La Auditoría permite a los ejecutivos, con la ayuda de la Pirámide de Satisfacción trabajar en los factores que más incrementan la sapiencia en los estudiantes.

- Evaluar la satisfacción de los funcionarios con su empleo y el esfuerzo que ellos consideran están haciendo por mejorar su eficiencia en el trabajo.
- Conocer los factores que más impactan la satisfacción de un estudiante con su
- trabajo.

- Conocer el nivel de deseo de permanencia en la institución educativa y factores que más impactan en la satisfacción de personal.
- Obtener variables que permitan a los ejecutivos de la institución diseñar un plan de acción con miras a incrementar la productividad del trabajador y disminuir la insatisfacción de la comunidad educativa.

Gráfico #. 16

RELACIONES INTERPERSONALES EN EL LUGAR DE TRABAJO



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

3.1.5.2.8. *Perfeccionar las Relaciones Públicas de la Institución:*

¿Por qué?, ¿Para qué?

El sino del ser humano es vivir en sociedad. Y allí su requerimiento máximo es el de disfrutar de relaciones públicas armónicas. En efecto, todo el mundo sabe muy bien de lo satisfactorio y placentero que es el disfrutarlas sobre todo de la tragedia que significa el no tenerlas. El tan comentado e inquietante "estrés" (tensión) en los seres humanos es prácticamente siempre producto de experiencias de relaciones públicas insatisfactorias o del riesgo de que así ocurra.

Es decir, malas relaciones públicas implican una amenaza claramente comprobada de problemas de salud tanto mental como orgánica. No es necesario ser un experto

para saber cómo afectan a las personas los conflictos (relaciones profesores – estudiantes – administrativos - ejecutivos.

Y por su parte los trastornos mentales funcionales (neurosis, inhibiciones, psicosis funcionales) dependen esencialmente de las problemáticas en relaciones públicas. Incluso, el fracaso en los estudios, descartando el factor capacidad intelectual, deriva en la mayoría de los casos de relaciones humanas perturbadas del estudiante con sus familiares o con sus profesores.

En suma, para tener una vida feliz es requisito indispensable el gozar de buenas relaciones públicas. Por otra parte la eficiencia y productividad en las instituciones educativas tienen como factor de primera importancia la constitución de equipos de trabajo que tengan buenas relaciones públicas. Porque en ambientes conflictivos y con discordias en que predominan los antagonismos, resentimientos y desconfianza sucede precisamente lo contrario.

Lo que impulsa cada vez más a ejecutivos y directivos tanto a aplicarse en su propia capacitación en relaciones públicas institucionales, como a la puesta en práctica de programas destinados a mejorar el respectivo clima organizacional.

❖ **Líderes de la Comunicación**

Tomando en cuenta a MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda y al SISTEMA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, se señalan sus líderes:

- a. **“Comunicación intra – institucional.-** Es aquel sistema de comunicación institucional que establece el enlace entre los componentes individuales o públicos internos de la institución.

La comunicación intra - institucional tiene como propósito directo la coordinación interna con objeto de hacer más eficiente la operación de la institución.

Dentro de la Institución; ejemplo: Estudiante – Docente; Docente – Administrativo; Administrativo - Ejecutivo

- b. Comunicación extra – institucional.-** Es aquel sistema que establece el enlace entre la institución y los públicos externos a ella. Una segunda alternativa de este tipo de comunicación es el enlace que la institución mantiene con otras instituciones afines al sector de sus actividades. La comunicación extra - institucional, que incluyen a la Inter - institucional, al llevar información fuera del sistema institucional a públicos extremos tiene como propósito contribuir la coordinación de la institución con el macro sistema o sociedad para que ésta a su vez almacene sus objetivos”. Pág. 49

El propósito directo de coordinación interna es establecer vínculos de comunicación entre el público interno de las instituciones o empresas. Mientras que, en la comunicación extra - institucional se establece un lazo entre la institución y el público externo, además de que también pueden darse enlaces entre instituciones, cuyo propósito es contribuir la coordinación de la institución con la sociedad.

Fuera de la Institución; ejemplo: Colegio de Educación Musical César Viera con las demás Instituciones Educativas Afines y ciudadanía en general.

❖ La Opinión Pública

Para MURIEL, María Luisa y ROJA, Gilda la Opinión Pública en su libro Comunicación Institucional, Enfoque Social de Relaciones Públicas: “Es el conjunto o agregado de las opiniones individuales respecto a un tema de interés general”. Pág., 337

Siendo uno de los elementos centrales de esta definición la opinión individual, a través de un sondeo aplicado en el capítulo II, como lo hacía George Gallup, estadista estadounidense que se especializó en encuestas de opinión pública de gran exactitud, creando el método Gallup permitiendo a las compañías conocer

los intereses de la gente antes de desarrollar nuevos productos, siendo la única forma de conocer las opiniones, actitudes, tendencias, preferencias de una sociedad hacia sucesos, circunstancias y cuestiones de interés mutuo, se verificó que es necesario Implementar un Manual de Relaciones Públicas en el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga .

❖ **Responsabilidad Social y el Interés Público**

La opinión de FRIEDMAN enunciada en un artículo publicado el 13 de septiembre de 1970 en el New York Times Magazine permite recordar “que los ejecutivos corporativos son empleados de los propietarios de los negocios y tienen una responsabilidad directa con sus patrones”.

De acuerdo a esta opinión, la responsabilidad social del Colegio es utilizar sus recursos y desarrollar actividades diseñadas para incrementar de mejor forma el trato interpersonal en la Institución conjuntamente con la creación del Manual de Relaciones Públicas.

LIPPMANN, en el libro de Relaciones Públicas en el tema la responsabilidad social va de la mano del interés público, escribe: “...puede considerarse que el interés público es lo que los hombres elegirían si mirasen con claridad, pensarán en forma razonable, y actuarán de modo desinteresado y benevolente”. Pág., 82

Entonces se deduce que el interés público que rige al Colegio es tener un ambiente acorde a las condiciones sociales de toda la comunidad educativa.

3.1.5.2.9. La Vida Social Institucional y sus Consecuencias.

Los grupos humanos constituyen siempre una sociedad en que encontramos una estructura y una dinámica. En la estructura hay distintos elementos que dan una organización peculiar a cada grupo-sociedad.

Cada estructura da las bases para la dinámica social que es la interacción que se da entre individuos y subgrupos o parcialidades de la Institución. En última instancia es simplemente una expresión de los requerimientos u objetivos de los individuos que componen esa institución.

En teoría de la acción operacional, se ha mostrado que la vida en grupo deriva de características hereditarias y experienciales de dependencia del ser humano. Es así como de una u otra forma buscamos a otros humanos para que nos den "seguridad por respaldo social". La que obtenemos en las relaciones interpersonales y en la pertenencia a grupos.

En los grupos este requerimiento básico del ser humano lleva prácticamente a todos los fenómenos sociales. Cada cual acepta el orden social por su necesidad de pertenecer e incluso participa en el control social buscando la integridad del grupo, presionando a los otros a adecuarse a él.

Cuando el grupo da satisfacción a la mayoría de sus miembros a este requerimiento de respaldo social existe el espíritu de cuerpo. Por él todos no sólo tratan de mantener al grupo íntegro, evitando su desintegración, además se preocupan de la suerte de todos sus integrantes. Es así que el bien común rige la acción de todos los miembros del grupo. Lo que asegura un sólido orden social.

Además, cada cual se preocupa por el proceso de socialización que es hacer que los recién ingresados al grupo se adecuen al orden social existente. A mayor espíritu de cuerpo hay mayor coincidencia en las representaciones que corresponden a ese orden social.

Para mayor claridad señalemos que, el orden social está constituido por conjuntos de normas ligadas en su mayoría a instituciones o costumbres que dan las pautas de conductas que uniforman las actividades de los grupos totales o parciales de él.

Además les da seguridad a sus miembros porque todo está conformándose en patrones estables y se puede confiar en que los otros actuarán de maneras determinadas, aparte de que cada uno conforma su accionar a esas pautas de conducta.

Es necesario tener presente que el orden social no es un fin en sí mismo. Es sólo un medio para alcanzar los objetivos del grupo institucional. Estos objetivos son muy específicos y también, generales. Los valores, a que ya nos hemos referido corresponden a estos últimos. Porque se trata de que el grupo logre o evite hechos y situaciones. Entonces se promueve el lograr lo bueno combatiendo lo malo.

De todas formas, los valores en última instancia son medios para objetivos específicos. Así, por ejemplo, el valor de la fidelidad grupal que está presente en la mayoría de las culturas tiende obviamente a prevenir la existencia de conflictos. Es decir, está al servicio de la armonía interna del grupo que es un objetivo específico.

El control social está constituido por conjuntos de normas y los valores, su cumplimiento se obtiene a través de sanciones claramente estipuladas, bien conocidas por los individuos. Debido a que las normas se dan en torno a situaciones específicas como son las instituciones o costumbres, son atingentes en su mayoría a sectores particulares del grupo institucional.

Aunque hay conjuntos de normas que corresponden a la situación de pertenencia y por lo mismo son generales para todos los individuos que integran la sociedad. Un ejemplo común es la prohibición de los asesinatos.

Un alto valor social personal le da garantías de un trato deferente y consideraciones especiales. Lo contrario sucede si el valor social personal es bajo. Obviamente, normalmente, todos tratan de actuar conforme a los valores de su grupo.

❖ **Este valor social personal se presenta en tres tipos distintos:**

Evaluación social personal, que dan los grupos primarios (la familia, los amigos, etc.). Status que se obtiene en la sociedad o en grupos secundarios, en que claramente se constata la llamada estratificación social Institucional; es decir, prestigio que se logra en base a rendimientos circunstanciales. Para lograr un valor social personal alto los individuos pueden hacer muchos sacrificios; El no lograrlo se constituye en una situación de maltrato importante.

A diferencia de lo que ocurre con los valores, las normas son controladas por las instituciones a través de sanciones que normalmente están claramente determinadas.

Con el paso del tiempo, las normas tienden a integrarse en códigos escritos que constituyen la estructura de la justicia en cada sociedad. Es así como nuestro destino está enmarcado por la pertenencia a los grupos institucionales en que se desarrolle cada individuo. El accionar distinto al respectivo orden social implica consecuencias graves, debido a que genera las correspondientes situaciones de maltrato.

La armonía y paz indispensable en un grupo humano o en una institución depende esencialmente de que los individuos consideren no sólo a los que están cercanos, o ligados a él por distintos lazos, sino que a todo el universo que compone esa institución o grupo en cuanto a sus intereses y requerimientos.

El bien común es su resultado. De otra forma surgen las tensiones y los conflictos que llevan a luchas abiertas con todas las consecuencias negativas conocidas. Deriva de todo lo anterior el marco en que forzosamente habrá de desenvolverse la vida institucional para todo individuo, en consecuencia, lo que hará de ella algo satisfactorio o extraordinariamente perjudicial.

3.1.5.2.10. *La Disciplina apropiada, requerimiento indispensable para el bien común Institucional.*

Porque la disciplina es un medio o procedimiento destinado a alcanzar determinados logros. Evidentemente, la magistratura requiere de disciplina para un adecuado impartir justicia.

De esta manera, una primera conclusión de lo anterior es que la disciplina no es buena ni mala en sí. Lo que es bueno o malo es lo que se pretenda con ella. O ¿hay alguien que se atreva a protestar contra la disciplina del estudiante que tiene buenos rendimientos académicos? Porque, conociendo a los seres humanos, resulta ilusorio el intentar mantener la disciplina en agrupaciones humanas solamente con premios (los refuerzos de los conductistas).

De todas formas, lo ya examinado permite inferir la relación (olvidada) de la disciplina con el bien común. En ellas destaca la existencia de normas que implican derechos como deberes complementarios para todos los miembros de la institución, y las consiguientes garantías para los individuos, asimismo, para la subsistencia de la institución.

En todo caso, creemos necesario adelantar:

1. Que lo negativo de la autoridad está constituido por las arbitrariedades, abusos e injusticias que se cometan, y:
2. Que es perfectamente posible el dar responsabilidades y disciplinar sin recurrir a castigos intolerantes.

Ahora bien, el conocimiento de los sistemas binarios de interacción nos indica que para establecer un orden social sobre bases sólidas es indispensable el considerar cuatro normas básicas y una cuarta optativa. Ellas son:

1. Respeto y consideración por el otro.
2. Justicia y equidad.
3. Espíritu de cuerpo (todos para uno y uno para todos).
4. Proceder mediante acuerdos (que habrá de aplicarse entre personal ejecutivo, directivo, docentes y estudiantes conforme a su proceso de desarrollo, en condiciones de decidir con racionalidad sobre la problemática que corresponda).

3.1.5.2.11. El Personal Ejecutivo, Administrativo, Docente y Estudiantes

El grupo humano posee características, costumbres niveles e intereses propios y comunes que lo identifican. Resulta importante que la interpretación, adecuación, coordinación entre los objetivos de Relaciones Públicas, la idiosincrasia del personal, su estilo de vida, grado de capacitación, asimilación, dedicación, carácter, tacto, tenacidad, desenvolvimiento, consideración, compenetración, necesidades, posibilidades de desarrollo social, discernimiento, etc., las manifestaciones que constituye el que hacer específico de la empresa posibiliten, en armónica interacción, un fluido dinámico y aporte al planteamiento del programa.

❖ Cada uno de los diferentes grupos humanos de la Institución debe cumplir con las siguientes funciones:

- a. Personal Ejecutivo.-** Fuera de las asignadas por el reglamento interno de la comunidad educativa, son las siguientes:
 - Orientar la Ejecución del Proyecto Educativo Institucional y aplicar las decisiones.

- Velar por el cumplimiento de las funciones docentes y el oportuno aprovisionamiento de los recursos necesarios para tal efecto.
- Promover el proceso continuo de mejoramiento de la calidad en la educación del establecimiento.
- Mantener activas las relaciones con las autoridades educativas, con los patrocinadores o auspiciantes de la Institución, con la comunidad local; para su continuo progreso académico y el mejoramiento de la vida comunitaria.
- Establecer canales de comunicación entre los diferentes estamentos de la Comunidad Educativa.
- Orientar al proceso educativo con la asistencia del Consejo Académico.

b. Personal Administrativo.- A más de sus funciones, las siguientes:

- Son responsables de la Administración de los bienes y recursos de la Institución.
- Velar por los intereses de la comunidad Institucional en cada área y espacios físicos.
- Tomar las decisiones de trascendencia y de consideración: como contratación de profesorado; cese de contrato; adquisición de bienes y recursos así como de su administración.

Labores que la Secretaria de la Institución debe cumplir a más de las normales:

- 1. Asuntos Administrativos.-** Se ocupa de todos los temas relacionados con la vida académica:

- Matriculaciones ordinarias.
- Oficios altos y bajos
- Certificados
- Seguro escolares
- Publicaciones en el canal local.
- Recibos de luz, agua, teléfono, etc.

2. Atención al público.- Se ocupará de lo siguiente:

- Atiende las llamadas telefónicas, proporcionando la información solicitada.
- Se ocupa de centralizar los datos referentes a las ausencias y retrasos de los estudiantes.

3. Teléfono y Correo Electrónico

❖ **Correo Electrónico**

- Configurar el correo con los datos personales y dirección del e-mail (colegio cesar viera_inst@hotmail.com).
- La firma no deberá sobrepasar cuatro líneas.
- Evitar frases, fondos, marcos, archivos pesados, dibujos (todo aquello que resulta innecesario).
- El rector de la Institución, siempre debe realizar una prueba antes de enviar un correo de importancia.

Gráfico #. 17

CORREO ELECTRÓNICO



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

❖ El Teléfono

"Cinco reglas de Oro del Lenguaje Telefónico":

- Sonría, (nombre de la empresa y personal)
- Articule claramente.
- Hable con lentitud
- Anote
- Haga preguntas: reformular y mencionar al interlocutor por su nombre.

Gráfico #. 18

HABLAR POR TELÉFONO



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

Ejemplo de Atención por Teléfono.- Al alzar la bocina para contestar usted debe decir lo siguiente:

- ¡Colegio Musical César Viera Buenos Días!
- ¿Con quién tengo el gusto?
- ¿En qué lo puedo ayudar?

Si existen extensiones para los demás departamentos

- ¿Gusta dejar algún mensaje?
- Ha sido un gusto atenderlo, su mensaje será entregado en cuanto llegue el Ing.

En la agenda que lleva la secretaria, anotar la fecha, hora de la llamada además del nombre del llamante y el mensaje dejado en forma correcta.

Consejos telefónicos

- No haga llamadas telefónicas que no tengan nada que ver con la Institución a menos que tenga una buena razón (puede resultar una intromisión o interrupción).
- Evite llamar a la casa en horario de trabajo.
- No permanezca callado mientras le contesta el teléfono, mantenga un diálogo.
- No mastique chicle, ni llevarse lápices, etc., a la boca.
- No hablar con otra persona mientras está al teléfono.
- Si su teléfono está desconectado y le hacen llegar un mensaje, es su obligación responder la llamada.
- Cuando esté atendiendo al público en su oficina no reciba llamadas a menos que sea urgente.

- Evite finalizar la llamada diciendo "Que tenga un Buen Día"; usar los términos " Ha sido muy grato escucharle", "Gracias por la información".
 - Si un colega está hablando por teléfono salga de la oficina, a menos que le diga que se quede.
- c. Personal Docente.-** Basándose en el documento realizado por los servicios técnicos del Ministerio de Educación, deben atender todos aquellos aspectos relacionados con la organización y funcionamiento global de la Institución:
- Participación en los órganos colegiados y de coordinación docente.
 - Colaboración y puesta en marcha de actividades extraescolares y cualquier otras que dinamicen la vida de la Institución, contribuyendo al aprovechamiento de los recursos, atendiendo a padres y estudiantes; en otros casos incluso tutorías.
 - Utilización de una metodología adecuada para promover el aprendizaje significativo de los contenidos.
 - Procedimiento de evaluación de los aprendizajes e información de los resultados a los estudiantes y sus familiares.
 - Utilización de medidas ordinarias y extraordinarias para atender a la diversidad de capacidades, intereses y motivaciones del estudiante además de la organización del trabajo en el aula para favorecer su participación en el proceso de aprendizaje.
- d. Personal Estudiantil.-** Conforman la mayor parte dentro de la Institución, a ellos les atañe lo siguiente:
- Reconocer así como respetar los derechos y valores de los integrantes de la comunidad educativa.
 - Dar a los ejecutivos, administrativos, docentes, y compañeros estudiantes un

buen trato garantizando la dignidad de la persona.

- Mantener una relación respetuosa, cordial con: compañeros estudiantes, docentes, ejecutivos, personal administrativo de la Institución.
- Recibir asesoría como atención oportuna por parte de los ejecutivos, administrativos y docentes de la Institución.
- Recibir una formación ética con valores morales que permita su crecimiento espiritual y moral.
- Tener la oportunidad de desarrollar las facultades intelectuales, físicas, volitivas, con el fin de formarlo como ser pensativo, útil a la familia y a la sociedad.
- Ser respetado en su dignidad personal y ser escuchado cuando haya cometido alguna falta para fijar de común acuerdo los correctivos del caso.

3.1.5.2.12. *Etiqueta Institucional*

a. Personal Ejecutivo, Administrativo y Docente

En el caso de los hombres:

Un hombre debe cuidar su apariencia personal y usará en grandes ciudades y en climas templados y fríos vestidos completos de calle.

- Ser ejemplo para sus estudiantes en todas las circunstancias y lugares.
- Ser muy pulcro en su presentación personal (vestidos, zapatos, apariencia física).
- En cuanto a la etiqueta: Será muy importante el grado de formalidad en el vestir, analizando sobre todo a aquellos que tienen el mismo cargo o función.

- Los hombres usarán preferentemente traje oscuro en situaciones formales; o bien saco y corbata de colores sobrios en ocasiones informales.
- Utilización de camisas: blancas a colores lisas o rayadas de algodón o mezcla sintética, cuello duro, manga larga y mancornas sencillas.
- Utilizar vestidos blancos, beige y grises, zapatos y corbatas en tonos blancos o en colores claros.

Gráfico #. 19

EL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO, DOCENTE



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

En el caso de las mujeres:

Debe vestirse con un estilo femenino:

- Las mujeres ejecutivas, administrativas o docentes estarán muy atentas a que su ropa sea de la mejor calidad posible, discreta, poco escotada y para nada provocativa; no olvidando el cuidado del peinado y de las manos para que estén en perfecto orden.
- La nitidez y limpieza son esenciales para una buena apariencia.
- Un corte de cabello a la moda y fácil de recortar en cualquier momento es lo más práctico.
- Dejar los peinados elaborados para reuniones sociales fuera de la Institución.
- Hoy en día se consigue toda clase de cosméticos fáciles de aplicar.

- La mujer ejecutiva, administrativa como docente aunque no le guste maquillarse deberá aplicarse una ligera base y algo de rubor.
- Una secretaria que maneja computadores debe conservar sus manos aseadas con las uñas arregladas.
- El vestido de una ejecutiva, administrativa, docente debe ser sencillo; fácil de lavar y de combinar con otras prendas.
- Para el clima de la ciudad es apropiado utilizar un traje sastre tipo sport.
- Saco de fantasía o pieles no son adecuados para ir al trabajo.
- El uso de blue jeans no es adecuado, no lo permite la Institución.
- No es aconsejable que la mujer ejecutiva, administrativa y docente use zapatos de tacón muy alto.
- El maletín de documentos de una dama ejecutiva, administrativa y docente es un poco más pequeño que el de los hombres.
- Utilizar bisutería en forma discreta.
- Según como se vista la ejecutiva, administrativa y docente transmitirá un mensaje a sus compañeros de trabajo; es decir si se le trata con la cortesía que inspira la mujer.

Gráfico #. 20

LA MUJER EJECUTIVA, ADMINISTRATIVA Y DOCENTE



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

e. Personal Estudiantil

Su correcta presentación haciendo buen uso de todos los servicios de la Institución cuando ingrese a ésta en jornada contraria.

Hombres y mujeres:

1. Correctamente uniformados; es decir: camisa de cuello en color blanco, pantalón de tela color plomo con saco color celeste, medias plomas y zapatos de cuero de color negro; a excepción de las mujeres, deberán llevar falda de tela ploma en tablones. En las presentaciones utilizarán cintas de color celeste y plomo en el cabello.
2. El cabello debe ser de corte clásico. No se permite el uso de aretes o pearcing. En el caso de las mujeres se utilizará vinchas de acuerdo al color del uniforme.
3. Para las presentaciones musicales dentro y fuera de la Institución Educativa, vestir el mismo traje del diario.
4. El traje deportivo se utilizará únicamente los días exclusivos designados para cultura física.

Gráfico #. 21

ESTUDIANTES DEL COLEGIO MUSICAL CÉSAR VIERA



Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla

3.1.5.2.13. La Comunidad y las Entidades Relacionadas

Los grupos sociales, profesionales, culturales, laborales, gremiales, empresariales sobre todo en este caso el educativo, y otros que actúan desenvolviéndose en la comunidad condicionan gran parte del programa de Relaciones Públicas.

Por ello no puede escapar la apreciación del personal, el análisis de la incidencia que cada uno de referidos sectores mencionados tiene como factor de poder de opinión o de relación en el logro de los propósitos además de las metas a alcanzar.

Entre las entidades relacionadas con la Institución se mencionan: La Unión Nacional de Educadores, Desfiles Cívicos, interacción con el Ilustre Municipio del cantón Latacunga, etc.

CONCLUSIONES

- Es impresionante palpar la realidad tan cercana en la cual se sumen las Instituciones Estudiantiles, el desaliento es grande debido a que mientras más avanza el mundo en cuanto a tecnología, menos existe el intercambio de comunicación eficiente y respetuosa.
- La falta del aprendizaje y la puesta en práctica de las Relaciones Humanas conlleva a sostener una eficiente comunicación además de trato interpersonal entre los compañeros de trabajo, comunidad educativa e Instituciones en general.
- Con la elaboración de un Manual de Relaciones Públicas para el Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga, se logra mejorar el trato interpersonal, en mención a ello la cordialidad entre estudiantes, maestros y sus directivos.

RECOMENDACIONES

- Fomentar en la Institución Educativa la práctica de valores así como el trato interpersonal incentivándolos a través de charlas, videos, concursos, periódicos murales, etc., puesto que la tecnología debe servir en el incremento de mejor humanidad para todos.
- Tomar en cuenta el trabajo realizado, para que sirva como impulsor de un mejor mañana dentro de la Comunidad Educativa César Viera, puesto que está basado en la completa realidad que se midió en las encuestas realizadas a cada uno de sus integrantes.
- Implantar en el Colegio de Educación Musical César Viera el Manual de Relaciones Públicas que puede servir como Normativo de Convivencia Institucional para sus integrantes procurando el desarrollo del trato interpersonal.

BIBLIOGRAFÍA

1. AYALA MORA, Enrique (2000). Resumen de Historia del Ecuador. Editorial Nacional. Segunda Edición. Quito-Ecuador.
2. BLAKE, Red H. y HAROLDSEN, Edwin O. (1971), Taxonomía de Conceptos de Comunicación. Ediciones Nuevomar. México. Pág. 111.
3. CASTRO, Ángel. Relaciones Humanas (1997). Edición Troquel. Pág. 6
4. CERDÁ, Enriquez Psicología Social. www.google.com.ec/relacionespublicas.net[en línea][Julio del 2007, 12:20]
5. CUTLIP, Scott M. y CENTER, Alien (2000). Relaciones Públicas Eficaces. Madrid. Gestión. ISBN 84-808 537-4
6. DEFAZ, Rosa (2004). Módulo de Relaciones Públicas. Pág. 41
7. FRIEDMAN. New York Times Magazine. Artículo publicado el 13 de septiembre de 1970
8. LAMB, Charles W. - HAIR, Joseph F. - McDANIEL, Carl D., y BIAGI, Shirley 336. Relaciones Públicas. www.google.com.ec/relacionespublicas.net [en línea][Julio del 2007, 12:18]
9. KENNEDY, John F.; Material de Cátedra de la Universidad. Trabajos11.www.Monografias.com[en línea][Junio del 2007, 12:15]
10. LIPPMANN. Relaciones Públicas. La responsabilidad social va de la mano del interés público. Pág. 82
11. LLANO DOMECCQ, Martín Rubén (1997). Manual de Relaciones Públicas. Tomo I. Tercera edición. Asunción- Paraguay.
12. MORIANO, Martín. Unidad Editorial (2007). www.recoverpublicidad.com[en línea][Julio del

2007, 13:10]

13. MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda. Comunicación Institucional y Enfoque Social de las Relaciones Públicas. Pág. 49, 337
14. McQUAIL, Denis (1969). Sociología de los Medios Masivos de la Comunicación. Editorial Paidós. Buenos Aires.
15. PAUCHAR, HAFEMAN, Héctor y PAUCHAR CORTÉS, Paulina. Trabajo de Relaciones Humanas[En línea]. www.relaciones_humanas.net[Julio del 2007, 11:10]
16. REPRESENTANTES DE GRUPOS Y SOCIEDADES DE RELACIONES PÚBLICAS DE LOS ESTADOS UNIDOS (Agosto de 1978), México.
17. SEITEL, Fraser P. Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas. Madrid. Pearson-Educacióa ISBN 84-205-35109. Pág. 17
18. UNIVERSIDAD JOHN F. KENNEDY. Material de Cátedra. Argentina.

A N E X O S

FORMATO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL EJECUTIVO, ADMINISTRATIVO Y DOCENTE DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL "CÉSAR VIERA".

Con la finalidad de establecer el sistema de relaciones públicas en el área secretarial de la institución, así como su impacto en el desarrollo organizacional del mismo, solicito a usted se sirva contestar con absoluta sinceridad el siguiente cuestionario como parte de un trabajo de investigación, su información tendrá el tratamiento y discreción que el caso lo requiere.

OBJETIVO:

Diagnosticar e identificar las causas que producen un inadecuado sistema de relaciones públicas en el área secretarial.

INSTRUCCIONES:

- a) Lea detenidamente cada una de las preguntas antes de contestar.
- b) En las preguntas de selección múltiple marque con una X.
- c) En las preguntas abiertas conteste con letra de imprenta.

1. ¿CONOCE UD., EL TÉRMINO RELACIONES PÚBLICAS?

SI () NO ()

2. ¿CONOCE UD., A QUÉ SE REFIEREN LAS RELACIONES PÚBLICAS?

SI () NO ()

3. ¿SABE UD., CÓMO TRATAR AL PÚBLICO?

Siempre () Frecuentemente () A veces ()

4. ¿SABE UD., QUE EXISTEN DIFERENTES TIPOS DE PÚBLICOS?
SI () NO ()
5. SABE UD., QUÉ SIGNIFICA EL TÉRMINO INTERPERSONAL.
SI () NO ()
6. ¿A UD., ES FÁCIL RELACIONARSE CON LAS DEMÁS PERSONAS?
Siempre () Frecuentemente () A veces ()
7. ¿ES UD., CORDIAL CON EL PÚBLICO?
Siempre () Frecuentemente () A veces ()
8. ¿EN QUÉ GRADO DE CORDIALIDAD SE CONSIDERA ESTAR UD.?
Alto () Medio () Bajo ()
9. ¿TIENE DIFICULTAD PARA HACER NUEVAS AMISTADES EN SU CAMPO LABORAL?
Siempre () Frecuentemente () A veces ()
10. ¿SUS COMPAÑEROS DE TRABAJO ACEPTAN SU PERSONALIDAD?
Siempre () Frecuentemente () A veces ()
11. ¿COOPERAN TODOS CON SUS IDEAS EN EL TRABAJO?
Siempre () Frecuentemente () A veces ()

FORMATO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL "CÉSAR VIERA".

Con la finalidad de establecer el sistema de relaciones públicas en el área secretarial de la institución, así como su impacto en el desarrollo organizacional del mismo, solicito a usted se sirva contestar con absoluta sinceridad el siguiente cuestionario como parte de un trabajo de investigación, su información tendrá el tratamiento y discreción que el caso lo requiere.

OBJETIVO:

Diagnosticar e identificar las causas que producen un inadecuado sistema de relaciones públicas en el área secretarial.

INSTRUCCIONES:

- a) Lea detenidamente cada una de las preguntas antes de contestar.
- b) En las preguntas de selección múltiple marque con una X.
- c) En las preguntas abiertas conteste con letra de imprenta.

1. ¿PARA UD., QUÉ SON LAS RELACIONES PÚBLICAS?

.....
.....

2. ¿QUÉ GRADO DE IMPORTANCIA LE DARÍA UD., A LAS RELACIONES PÚBLICAS?

Bajo () Medio () Alto ()

3. ¿TIENE DIFICULTAD PARA HACER NUEVAS AMISTADES?

SI () NO ()

4. ¿ES UD., CORDIAL CON SUS COMPAÑEROS?

Siempre () Frecuentemente () A veces ()

5. ¿A SU PARECER LE ATIENDEN DE BUENA MANERA EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA DEL COLEGIO?

Siempre () Frecuentemente () A Veces ()

6. ¿SABE CUÁNTOS TIPOS DE PÚBLICO EXISTEN?

SI () NO ()

FOTOGRAFÍAS DE LAS INSTALACIONES DEL COLEGIO MUSICAL CÉSAR VIERA DEL CANTÓN LATACUNGA

ANEXO 3



Fuente: Instalaciones del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

SELLO DIBUJADO EN EL MURAL DE LAS INSTALACIONES

ANEXO 4



Fuente: Instalaciones del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

SECRETARÍA DEL PLANTEL

ANEXO 5



Fuente: Instalaciones del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

SALA DE EJECUTIVOS DE LA INSTITUCIÓN

ANEXO 6



Fuente: Instalaciones del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

SALA DE CLASES DE LA INSTITUCIÓN

ANEXO 7



Fuente: Instalaciones del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

ANEXO 8

PATIOS DE LA INSTITUCIÓN



Fuente: Instalaciones del Colegio de Educación Musical César Viera del cantón Latacunga.

Elaborado por: Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.

MEMORANDUM

CIRCULAR

OFICIO

ANEXO 9

MEMORANDUM

De: Rectorado del Colegio de Educación Musical César Viera.
Para: El Personal Docente de la Institución César Viera.

Sírvase usted acercarse a Secretaría a retirar la respectivas nóminas de los estudiantes a partir de la fecha 31 de abril del 2009, a las 15:00.

Latacunga, 29 de abril de 2009.

A t e n t a m e n t e,

Dr. Marcelo Freire
Rector.

ANEXO 10

CIRCULAR

COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA
CIRCULAR NUM. 28

ASUNTO: Horas extraordinarias de trabajo.

Latacunga, 29 de abril de 2009.

Al personal del departamento de secretaría:

Acuerda el Sr. Rector que, a contar del 15 de los corrientes, se implante un sistema de trabajo extraordinario para que, en un plazo improrrogable de treinta días, se despachen todos los asuntos que están pendientes en las secciones del departamento.

Por lo tanto, sírvanse ustedes tomar nota, firmando la relación adjunta de que dicho trabajo extraordinario se desarrollará todos los días hábiles, de lunes a viernes, de las 08:30 a las 17:00 horas.

ATENTAMENTE

Dr. Marcelo Freire
RECTOR

c.c.p. Sr. Rector, Edificio

MFL/ eg

ANEXO 11

OFICIO

Latacunga, 29 de abril de 2009.

Doctor:
Marcelo Freire.
RECTOR DEL COLEGIO DE EDUCACIÓN MUSICAL CÉSAR VIERA.
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y afectuoso saludo y a la vez solicito de la manera más comedida se me conceda realizar las prácticas pre-profesionales en el Departamento de Secretaría de su prestigioso colegio.

Por la gentil atención que se le de al trámite correspondiente anticipo desde ya mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Srta. Mercedes Nataly Semanate Veintimilla.
C.I.: 050291200-9