



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Trabajo de grado previo la obtención del título de:
Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

**TEMA: DESEMPEÑO DEL RELACIONISTA Y COMUNICADOR
ORGANIZACIONAL EN LA ASAMBLEA NACIONAL**

Autora: Andrea Araceli Valencia Egas

Directora: Karina Mendoza

Quito- Ecuador

Junio, 2014

HOJA DE RESPONSABILIDAD

Del desarrollo y contenido del presente documento me responsabilizo en su totalidad, y doy fe de que se acudió a fuentes de información confiables y reales, así como también su proceso de investigación se realizó con seriedad y responsabilidad, planteando finalmente una propuesta bajo mi autoría.

Atentamente,

.....
ANDREA ARACELI VALENCIA EGAS

C.I. 1715841175

Agradecimiento.

Especial a Dios por prestarme la vida y enviar personas maravillosas a mi lado , a mis Abuelitos por sembrar en mis padres un carácter de lucha para conseguir siempre las metas planteadas y transmitirlo a mi generación , a la señora licenciada Salua Almeida por su apoyo incondicional y su constante preocupación a la señora Licenciada Cecilia Céspedes que aparte de ser gran maestra ha sido como una madre que siempre estuvo presta a brindarme su ayuda y darme un consejo cuando lo necesite.

También mi más profundo agradecimiento a la ingeniera Karina Mendoza quien ha sido participe de este trabajo, para llegar a la conquista de mi Profesionalización.

Sin dejar atrás a Magda Giler por apoyo, y compartir sus conocimientos que han servido de gran aporte para la realización de este proyecto.

Agradecimiento especial a Daniela Villavicencio por su incondicional ayuda.

Dedicatoria.

A mis padres Germán Valencia y Patricia Egas , Patricia Cruz , padrinos Raúl Valencia y Patricia Balladares, quienes siempre me alentaron y apoyaron en este camino duro pero no imposible, con cada palabra de aliento para poder cumplir un sueño que ahora lo veo realizado.

Para ustedes les dedico el trabajo de esta Tesis que, ha representado un camino duro y largo pero que ahora estoy viendo su recompensa, que más puedo pedir, Dios les pague padres míos por forjar siempre y hacer de mí una mujer luchadora que va tras sus sueños.

Paty Cruz a ti también mi profundo agradecimiento por darme la fuerza necesaria, por el apoyo incondicional que me brindaste sin importar horas ni lugar , siempre estuviste presta a escuchar y ayudarme a solucionar con calma cada adversidad para la conquista de un triunfo soñado.

Introducción.

Las Relaciones Públicas en el país, hasta la actualidad no han sido ampliamente entendidas ni definidas en su función verdadera, pues el número de instituciones ya sea públicas, privadas que ocupan sus servicios es inferior a los que aún las desconocen por completo esta profesión.

Se puede destacar que existen diversas razones que generan este problema abordaremos desde sus inicios que era la falta de profesionales especialistas en la materia quedando como resultado en la actualidad los cargos correspondientes a los Relacionistas, son asumidas por los profesionales del Periodismo, existiendo una ideología errónea que se ha generado durante varios años , que el perfil del Relacionista se ve vinculado con la persona que solo organiza cocteles o fiestas, dejando atrás lo novedoso de esta carrera, y lo importante que es mantener una buena imagen, y comunicación efectiva esta puede ser para una empresa u organización o a su vez para una persona.

El presente trabajo es un apoyo para la ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, para dar conocimiento a la institución el importante rol que cumplen las Relaciones Públicas, con el afán de Diseñar el perfil adecuado del relacionista y comunicador organizacional en cada uno de los despachos de esta institución.

La tesis contiene en el primer capítulo, Marco Teórico donde se va a fundamentar teóricamente la propuesta. Marco Conceptual, en este se va desplegando un glosario que se va utilizando a lo largo del trabajo, Marco Referencial, donde se hablará de toda la comunicación y la Asamblea Nacional del Ecuador, después comprende de un Marco Institucional donde se desarrolla los inicios de la Asamblea Nacional del Ecuador hasta su situación actual. Marco Legal donde habla de los reglamentos y normativas de la Institución.

Finalmente dando paso a la propuesta que se plantea para el perfil adecuado del relacionista y comunicador organizacional en la Asamblea Nacional del Ecuador para el Desempeño del mismo

INDICE DE CONTENIDOS

PROTOCOLO DE TESIS.....	1
CAPÍTULO I.....	1
FUNDAMENTACION CIENTIFICA	1
1.1. Marco Teórico.....	1
1.1.1. Las Relaciones Públicas y Comunicación.....	1
1.1.2. Alcance de las Relaciones Públicas.	1
1.1.3. Las Relaciones Públicas y su historia.....	2
1.1.4. Las Relaciones Pública en los gobiernos.....	3
1.1.5. Importancia de las Relaciones Públicas.	3
1.1.6. Definiciones de las Relaciones Públicas.....	4
1.1.7. Herramientas de Relaciones Públicas.	6
1.1.8. Aplicación de las Relaciones Públicas.....	8
1.2. MARCO CONCEPTUAL.....	20
1.2.1. Glosario de términos.....	20
1.3. MARCO REFERENCIAL.	25
1.3.1. Modelo del perfil del relacionista público.....	25
1.3.2. El perfil del relacionista público.....	25
1.3.3. La ética del profesional del relacionista público.	25
1.3.4. Perfil adecuado en valores y ética del relacionista para la Asamblea Nacional del Ecuador.....	31
1.4. MARCO INSTITUCIONAL	32
1.4.1. Asamblea Nacional del Ecuador.....	32
1.4.2. Reseña histórica de la Asamblea Nacional.....	32
1.4.3. Metas y objetivos de la Asamblea Nacional del Ecuador.	37
1.4.4. Cronología de las constituciones del Ecuador.	41
1.4.5. Constitución de Ecuador.....	44
1.4.6. Composición de la Asamblea Constituyente.....	47
1.4.7. Mesas constituyentes.	48
1.4.8. Representación gráfica de la composición de las Mesas Constituyentes....	49
1.4.9. Listado general de asambleístas período 2009-2011.....	50

1.4.10.	Estructura de cada despacho.	79
1.4.11.	Reglamento de la Asamblea Nacional del Ecuador.	79
1.5.	MARCO LEGAL.....	90
1.5.1.	Recursos Humanos proceso de contratación.	90
1.5.2.	Asesores y asistentes administrativos.	90
1.5.3.	Normas comunes sobre el perfil e impedimentos de los asesores y asistentes administrativos.....	91
CAPÍTULO II.....		93
INVESTIGACIÓN.....		93
2.1.	Diagnóstico interno.....	93
2.1.1.	Metodología de la investigación.....	93
2.1.2.	Objetivo General.....	93
2.1.3.	Propósito de la investigación.	93
2.1.4.	Niveles de investigación.	94
2.1.5.	Métodos de investigación.	94
2.2.	Fuentes de investigación.	95
2.2.1.	Fuentes Primarias	95
2.2.2.	Fuentes secundarias.	95
2.2.3.	Fuentes terciarias.	95
2.2.4.	Modelo de encuesta.	95
2.3.	Tabulación y Resultados.	101
2.3.1.	Cuadros estadísticos Generales.....	101
2.3.2.	Cuadro estadístico por profesión.	102
2.3.3.	Cuadro estadístico por tiempo laboral	103
2.3.4.	Cuadro Estadístico General Edad.....	104
2.3.5.	Cuadro Estadístico General.....	105
2.3.6.	Cuadro Estadístico por Profesión.	106
2.3.7.	Cuadro Estadístico por Tiempo Laboral.....	107
2.3.8.	Cuadro Estadístico General Edad.....	108
2.3.9.	Cuadro Estadístico General.....	109
2.3.10.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	110
2.3.11.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	111
2.3.12.	Cuadro Estadístico General Edad.....	112
2.3.13.	Cuadro Estadístico General.....	113

2.3.14.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	114
2.3.15.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	115
2.3.16.	Cuadro Estadístico General Edad.....	116
2.3.17.	Cuadro Estadístico General.....	117
2.3.18.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	118
2.3.19.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	119
2.3.20.	Cuadro Estadístico General Edad.....	120
2.3.21.	Cuadro Estadístico General.....	121
2.3.22.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	122
2.3.23.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	123
2.3.24.	Cuadro Estadístico General Edad.....	124
2.3.25.	Cuadro Estadístico General.....	125
2.3.26.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	126
2.3.27.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	127
2.3.28.	Cuadro Estadístico General Edad.....	128
2.3.29.	Cuadro Estadístico General.....	129
2.3.30.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	130
2.3.31.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	131
2.3.32.	Cuadro Estadístico General Edad.....	132
2.3.33.	Cuadro Estadístico General.....	133
2.3.34.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	134
2.3.35.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	135
2.3.36.	Cuadro Estadístico General Edad.....	136
2.3.37.	Cuadro Estadístico General.....	137
2.3.38.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	138
2.3.39.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	139
2.3.40.	Cuadro Estadístico General Edad.....	140
2.3.41.	Cuadro Estadístico General.....	141
2.3.42.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	142
2.3.43.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	143
2.3.44.	Cuadro Estadístico General Edad.....	144
2.3.45.	Cuadro Estadístico General.....	145
2.3.46.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	146
2.3.47.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.	147

2.3.48.	Cuadro Estadístico General Edad.....	148
2.3.49.	Cuadro Estadístico General.....	149
2.3.50.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	150
2.3.51.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.....	151
2.3.52.	Cuadro Estadístico General Edad.....	152
2.3.53.	Cuadro Estadístico General.....	153
2.3.54.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	154
2.3.55.	Cuadro Estadístico por Tiempo Laboral.....	155
2.3.56.	Cuadro Estadístico General Edad.....	156
2.3.57.	Cuadro Estadístico General.....	157
2.3.58.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	158
2.3.59.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.....	159
2.3.60.	Cuadro Estadístico General Edad.....	160
2.3.61.	Cuadro Estadístico General.....	161
2.3.62.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	162
2.3.63.	Cuadro Estadístico por Tiempo Laboral.....	163
2.3.64.	Cuadro Estadístico General Edad.....	164
2.3.65.	Cuadro Estadístico General.....	165
2.3.66.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	166
2.3.67.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.....	167
2.3.68.	Cuadro Estadístico General Edad.....	168
2.3.69.	Cuadro Estadístico General.....	169
2.3.70.	Cuadro Estadístico Por Profesión.....	170
2.3.71.	Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.....	171
2.3.72.	Cuadro Estadístico General Edad.....	172
2.4.	CONCLUSIONES.....	173
CAPÍTULO III.....		175
DESEMPEÑO DEL RELACIONISTA Y COMUNICADOR ORGANIZACIONAL EN LA ASAMBLEA NACIONAL.....		175
3.1.	Competencias Y Habilidades Representativas Del Relacionista Público En La Asamblea Nacional Del Ecuador.....	176
3.2.	Definición de competencias.....	178
3.2.1.	Grupo de competencias cognitivas.....	178
3.2.2.	Pensamiento analítico.....	178

3.2.3.	Pensamiento conceptual	179
3.2.4.	Experiencia técnico/profesional	179
3.2.5.	Orientación estratégica.....	179
3.2.6.	Liderazgo de equipo	179
3.2.7.	Iniciativa	179
3.2.8.	Desarrollo de relaciones	180
3.2.9.	Competencias específicas.....	180
3.2.10.	Credibilidad técnica	180
3.3.	Pensamiento estratégico	181
3.3.1.	Relaciones Públicas	182
PERFIL DEL RELACIONISTA PÚBLICO PARA LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....		183

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Herramientas comunicacionales de Relaciones Públicas.....	6
Tabla 2. Matriz códigos de ética	28
Tabla 3. Matriz ética empresarial.....	29
Tabla 4. Clasificación de los valores éticos.....	30
Tabla 5. Cronología de las Constituciones del Ecuador	41
Tabla 6. Composición de la Asamblea según su Partido Político.....	48
Tabla 7. Listado de Asambleístas	50
Tabla 8. Listado general asambleístas período 2011-2013.....	63
Tabla 9. Matriz Causa – Efecto.....	174

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Relaciones Públicas definiciones por varios autores	5
Gráfico 2. Perfil adecuado en ética profesional y en valores del rrpp	31
Gráfico 3. Organigrama de la Asamblea Nacional del Ecuador.....	40
Gráfico 4. Composición de las Mesas Constituyentes	50

PROTOCOLO DE TESIS

I. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.

Comunicación y Relaciones Públicas de investigación en la organización

II. SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN.

Relaciones Públicas dentro de la estructura comunicacional de la organización.

III. TEMA.

Desempeño del relacionista y comunicador organizacional en la Asamblea Nacional.

IV. TÍTULO

V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La problemática que afronta la Asamblea Nacional del Ecuador es la falta de profesionales en ciertas áreas, en los últimos 3 años la Asamblea Nacional del Ecuador, ha integrado pocos profesionales de las Relaciones Públicas, tomando en cuenta que son las personas direccionadas a ocupar estos puestos para que la comunicación e imagen se manejen en forma efectiva y no se realice de manera empírica.

Es importante que la comunicación se dirija y logre los objetivos deseados. Se puede destacar que los profesionales del periodismo o comunicadores sociales, ocupan la mayoría de los puestos de los comunicadores

organizacionales, dejando como resultado el desplazamiento casi en una totalidad y esto a hecho para el relacionista que su vida profesional se torne gris.

Es por ello que es necesario el desarrollo del perfil profesional en el área de Relaciones Públicas, para sus funciones de acuerdo a las carencias existentes dentro de los despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador.

VI. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

Esta tesis se basa en el manejo de la Comunicación y Relaciones Públicas de los anteriores períodos en la Asamblea Nacional del Ecuador, debido al mal direccionamiento por personas empíricas ubicadas en estas áreas en cada despacho. De igual manera proponer un perfil de relacionista y comunicador organizacional adecuado para las funciones que exige cada asambleísta en esta institución.

La elaboración de esta tesis pretende formalizar el rol y funciones del relacionista y comunicador organizacional en instituciones gubernamentales puesto que estas se manejan por personas empíricas o nepotismo, generando una mala comunicación e imagen de las figuras políticas.

Con esta tesis se procura conocer el impacto metodológico que requiere el análisis de la comunicación y relaciones públicas aplicado a cada asambleísta y su respectivo despacho implementando una investigación cuantitativa como fuente verás del estado actual que tienen estas áreas.

VII. IDEA A DEFENDER

Con la propuesta de crear un perfil adecuado del encargado de la Comunicación y Relaciones Públicas en los despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador se formalice la existencia del profesional en esta área para cada asambleísta en un futuro.

7.1 Variables

7.1.1 Variable dependiente.

La existencia de un profesional de Relaciones Públicas en cada despacho.

7.1.2 Variable independiente.

Diseño de un perfil óptimo del comunicador y relacionista en la Asamblea Nacional del Ecuador.

VIII. OBJETIVOS

8.1 Objetivo General

Diseñar un perfil adecuado del relacionista y comunicador organizacional dentro de los 130 despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador para la mejora en estas áreas, en el plazo de 8 meses.

8.2 Objetivos Específicos.

- 8.2.1 Fundamentar científicamente la propuesta mediante el planteamiento de los marcos teóricos conceptuales legales e institucionales para una mejor comprensión de todo el ámbito de la comunicación y relaciones públicas.
- 8.2.2 Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Comunicación y Relaciones Públicas en los despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador a través de una investigación cuantitativa.
- 8.2.3 Plantear un Diseño del perfil del relacionista y comunicador organizacional para los despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACION CIENTIFICA

1.1. Marco Teórico.

1.1.1. Las Relaciones Públicas y Comunicación.

Las Relaciones Públicas a lo largo del tiempo se han ido desarrollando en un campo ilimitado, debido a dinamismo que esta profesión ofrece, abriendo nuevos nichos de mercado debido a que estas pueden ser aplicadas en diversos tipos de instituciones y/u organizaciones, añadiendo que no es necesario que estas instituciones no posean departamentos en Comunicación o Relaciones Públicas puesto que es una profesión que puede ser manejada desde los altos mandos.

1.1.2. Alcance de las Relaciones Públicas.

En la actualidad los profesionales en relaciones públicas tienen una mejor apertura para desarrollarse. Su avance ha ido cambiando velozmente, es por esta razón que es difícil saber cuántos expertos en esta rama existen. Por lo general la función de las Relaciones Públicas en las grandes corporaciones, encabezan un vicepresidente quien ayuda a la alta gerencia. Las empresas grandes también suelen incluir gerentes en Relaciones Públicas.

Los líderes en Relaciones Públicas ayudan a que las grandes organizaciones sigan siendo rentables y duraderas con una conducta adecuada para sus públicos. Los profesionales informados reconocen que una conducta sensible y responsable ante la sociedad contribuye a evitar la molestia de los trabajadores y las huelgas, los boicots de los clientes y demandas judiciales en momentos de crisis.

1.1.3. Las Relaciones Públicas y su historia.

Las Relaciones Públicas es sin duda tan antigua como la propia comunicación humana, debido a que en la antigua Babilonia, Grecia y Roma se solía convencer al pueblo para que aceptara la autoridad del gobierno y religión usando técnicas que en la actualidad se aplica a esta profesión: la comunicación interpersonal, literatura, discursos acontecimientos públicos y otros medios. En la antigüedad estos métodos no eran conocidos en las Relaciones Públicas pero sus efectos solían ser los mismos que en la actualidad.

Los primeros comienzos de las Relaciones Públicas se dio con un llamado "Comentarios" publicado por Julio César considerado el primer político que ocupó el puesto de emperador del Imperio Romano. Era un emperador que organizaba desfiles siempre que regresaba de una batalla ganada para mostrar una imagen de comandante y líder para su pueblo. En el año 59a.C se convirtió en Cónsul de Roma y ordenó que se hicieran copias de documentos del Senado las cuales eran colgadas en la paredes de toda la ciudad, estas actas llamadas "Acta diurna" fueron considerados los primeros periódicos del mundo.

Las Relaciones Públicas en América inician desde Estados Unidos por ser un país lleno de inmigrantes que promovieron la colonización por ser considerado una situación comercial. Al inicio se aplicó el publicity y otras herramientas de las relaciones Públicas para promover a diversas instituciones. De igual manera tuvo un gran desarrollo especialmente en la Política y Activismo en donde se analizaba la opinión pública sobre distintas cuestiones y asesoramiento a quienes eran parte del gobierno.

De acuerdo a (Wilcox, 2006)

Edward L. Bernays es considerado el padre de las Relaciones Públicas por sus campañas brillantes y una promoción propia quien murió el 1995 a la edad de 103 años. Bernays aplicó una investigación en las Ciencias Sociales y el la Psicología de la conducta para cambiar las percepciones de

la gente y fomentar determinados comportamientos, de igual manera ponía el acento en la divulgación de informaciones precisas. (pág. 51-83)

Es por esta razón que en la actualidad las Relaciones Públicas son indispensables tanto en el gobierno como en diferentes organizaciones o instituciones para un manejo correcto de las mismas.

1.1.4. Las Relaciones Pública en los gobiernos.

De acuerdo (Wilcox, 2006)

Se puede definir las Relaciones Públicas en los gobierno como una actividad organizada y planificada de una institución o gobierno, para establecer relaciones de beneficio mutuo con sus públicos. Debido a los cambios tecnológicos, sociales, económicos, y políticos en todo el mundo, las Relaciones Públicas constituyen un componente especial de la publicidad, el marketing y la diplomacia. También se puede hablar de los consultores de la Relaciones Públicas que trabajan con distintos gobiernos tanto nacionales como extranjeros, ayudando a avanzar a sus objetivos políticos e intereses comerciales. (pág.650-679)

Es por esta razón que los profesionales de la Relaciones Públicas deben comprender a fondo el proceso político tanto en las categorías generales: electoral legislativo y normativas que implica el gobierno de cada país.

1.1.5. Importancia de las Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas en la práctica es importante debido a que integran varias actividades comunicativas para mejo de la institución, persona producto o servicio y lograr una imagen positiva en los públicos en la actualidad quien ejerce esta profesión debe mantenerse informado constantemente puesto que el relacionista se lo puede considerar el cuello de la empresa que lo direcciona hacia temas o situaciones de vanguardia.

1.1.6. Definiciones de las Relaciones Públicas.

Para algunos autores las Relaciones Públicas tienen definiciones de acuerdo a sus perspectivas como por ejemplo: para Webster's New Collegiate Dictionary las Relaciones Públicas sirven para inducir al público a que se forme una imagen positiva de una persona, institución, servicio y producto. (Jorge Szlay, 2001)

Para Scott Cutlip y Allen Center toman a las Relaciones Públicas como un esfuerzo planeado para influenciar en la opinión pública mediante el buen carácter y la ejecución responsable basados en una comunicación. (Tovar, 2005)

Según (Lattimore, 2008) las Relaciones Públicas

“Son una función de la administración y liderazgo que contribuye a lograr los objetivos de la organización, a definir una filosofía y a facilitar el cambio organizacional. Los publicirrelacionistas se comunican con todos los públicos internos y externos relevantes para desarrollar relaciones positivas y crear una consistencia entre las metas de la organización y las expectativas de la sociedad. Los publicirrelacionistas desarrollan, ejecutan y evalúan programas de la organización que propician el intercambio de influencia y conocimiento entre las partes que forman una organización y los diferentes públicos”.

(pág.4)

Para (Wilcox, 2006) las relaciones Públicas “son diseñadas para influir y tener la comprensión logrando la retroalimentación, es un proceso planificado ya que se organiza para establecer soluciones a los problemas con resultados eficientes. Es una actividad de interés público puesto que beneficia mutuamente a la organización y al público por una comunicación bidireccional y producir respuestas de la audiencia con rapidez.” (pág.9-10)

(Seitel, 2013) considera que las Relaciones Públicas son “una fórmula que abarca un planteamiento más directivo donde se propone la inclusión de las funciones de los objetivos, estrategias y aplicaciones entre las de investigación y evaluación. Al establecer objetivos claros, al trabajar desde estrategias y al aplicar un plan

determinado se consigue la clave para una práctica sensata para las Relaciones Públicas”.

Tomando los conceptos anteriores se puede definir a las Relaciones Públicas como un elemento principal para las organizaciones logrando el vínculo con diversos públicos, desarrollando estrategias y aplicando tácticas elocuentes para el direccionamiento del mensaje hacia las audiencias cambiando la percepción que se tiene hacia una organización, persona, producto o servicio.

Gráfico 1. Relaciones Públicas definiciones por varios autores



Elaboración propia a partir de varios autores, creación propia

1.1.7. Herramientas de Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas aplican herramientas claves para facilitar las tareas en especial cuando se enfoca a la comunicación. Dependiendo la organización y la comunicación que se maneje se aplican estos elementos para cumplir con propósitos específicos. A continuación se detallan algunas herramientas.

Tabla 1. Herramientas comunicacionales de Relaciones Públicas

HERRAMIENTAS INTERNAS	
Buzón de sugerencias	Se aplica cuando se tiene buenas y malas sugerencias, se colocan dentro de la organización y un departamento atiende las ideas ocasionando un feedback con el usuario.
Tablón de anuncios	Se diferencia de la cartelera ya que informa cosas puntuales como arriendos, ventas, compras, etc.
Cartelera	Informa aspectos sobre la situación de la organización.
Reuniones por áreas/convenciones	Su función es conocer el estado de los departamentos dentro de una empresa, para mantener una información interna y accesible para todos quienes forman parte de la organización.
Periódico/revista interna	Funciona con el público interno y externo puesto que informa a las personas que trabajan dentro de la institución.
Carta personal	Genera un vínculo de manera personal (trato por el nombre) donde muestra la preocupación o felicitación hacia el personal.
Jornadas puertas abiertas	Muestran al público exterior para informar acerca de la institución, casas abiertas o ferias.
Correo electrónico	Información dentro de la empresa mediante el internet y páginas web oficiales (intranet).

Mensajes a dispositivos móviles	Información enviada al teléfono móvil de cada empleado o público exterior.
Correo de voz	Sistema interno para comunicarse entre o dentro de la institución.
Comunicación en crisis	<p>Evita acontecimientos que perjudiquen la reputación del producto o institución.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Manual de crisis</u>: como resolver la crisis - <u>Formación de portavoces (voceros)</u>: ser carismático y con una capacidad para comunicar. - <u>Realización de simuladores de crisis</u>: estar listos para cualquier ocasión.
HERRAMIENTAS EXTERNAS	
Gestión con medios de información	Tener buenas relaciones con los medios como televisión, radio y prensa escrita. El medio debe interesarse por nuestras noticias.
Conferencias de prensa	Informar al público sobre la verdad, aclara rumores y detener chismes.
Mesas redondas o seminarios	Dar a conocer las acciones que realiza la empresa, mostrar el producto o enviar el mensaje.
Notas de prensa	Noticia a nivel de promoción sobre la institución en medios de prensa.
Clipping de prensa/seguimiento de medios	Información que aparece en los medios de comunicación para analizarlos y conocer la situación de la empresa frente a los públicos.
Dossier de prensa	Información relativa que se entrega a los medios de comunicación con una importancia documental con valor periodístico (carácter noticioso).
Publicity	Información divulgada por una empresa por medios de comunicación sin tener control del mensaje.

Lobbismo	Estrategia política, ejecutiva y judicial para hablar sin medios de comunicación. Son reuniones de negociación gubernamental o legislativa para la toma de decisiones.
Patrocinio	Contribución, entregar dinero a cambio de algo (canje), es de asunto comercial.
Mecenazgo	Iniciativas para la preservación medioambiental y/o del mundo científico, cultural y social.
Sponsor	Contribución hacia el área deportiva.

Elaboración propia a partir de notas en clase, creación propia.

1.1.8. Aplicación de las Relaciones Públicas.

El relacionista por ser parte primordial de la empresa contiene habilidades y capacidades, de acuerdo a las necesidades de la institución, como las siguientes:

1.1.8.1. Consultoría/asesoría.

Para (Wilcox, 2006) el profesional en asesoría “es de suma importancia para el desarrollo de la empresa y el logro de sus objetivos. Ciertas empresas contratan a una consultora para el manejo de la comunicación interna y externa de la empresa los puntos a tomar para una consultora es:” (pág.135-139)

- Promover objetivos políticos.
- Asesorar sobre la reacción más probable ante una acción que proyecte emprender el gobierno.
- Organización de eventos planificados como conferencias de prensa, celebraciones, conciertos y congresos, rendición de cuentas.
- Comunicación de Marketing donde se promociona productos o servicios, usando técnicas de comunicación como comunicados de prensa, folletos informativos, boletines de prensa, clipping de prensa, dossier de prensa, etc.
- Investigación y evaluación con ayuda de encuestas para medir la opinión y la actitud del público.

- Medios de comunicación y su estudio para dirigir los mensajes específicos a los públicos claves.
- Oratorias de ejecutivos para realizar actividades públicas incluyendo las apariciones en público.
- Comunicación en tiempos de crisis para saber que hacer y decir frente a los medios de comunicación y los públicos afectados en una situación de emergencia.
- Relaciones Financieras para comunicar a los accionistas, analistas financieros y los inversores de las instituciones
- Relaciones con la comunidad para saber cómo lograr el apoyo del público y las administraciones públicas a proyectos.

Como se menciona anteriormente estas actividades son trabajos que destacan a un consultor o asesor para el desarrollo de la empresa, producto, persona.

1.1.8.2. Investigación.

Como se conoce existen varios tipos de investigación y el profesional en relaciones Públicas sabe cuales aplicar dependiendo los objetivos a alcanzar de la organización para así satisfacer la necesidad de información. Conociendo el tipo de información que necesita la organización se investigará a los públicos de acuerdo a la situación actual que afronta la empresa.

Según (Wilcox, 2006) la investigación es una “herramienta multifacética que se aplica en la comunicación debido a que da credibilidad ante la dirección define y segmenta al público, de esta manera se formulan estrategias que se aplicarán en una propuesta se crean y se aprueban los mensajes claves para persuadir al público ayuda a que la empresa este en contacto con el entorno, evita crisis dentro y fuera de la organización, analiza la opinión pública y mide el éxito de las estrategias aplicadas.” (pág.161-164)

En la investigación se aplican entrevistas que no necesariamente son científicas las cuales proporcionan información sobre las actitudes y opiniones del público,

usando preguntas profundas y secuenciales sin perder el objetivo de la encuesta. (Wilcox, 2006)

Las encuestas son otro método usado por la investigación para evidenciar a través de un escrito de una opinión del público. Se recomienda el uso de preguntas cerradas para evitar problemas al momento de la tabulación, de igual manera deben tener pocas preguntas para no cansar al encuestado. (Wilcox, 2006)

La actividad de la investigación que se aplica en una organización debe tener un trabajo meticuloso puesto que el segmentar a públicos ayudará a la elaboración de un mensaje acorde a las audiencias.

1.1.8.3. Identidad/imagen empresarial.

Los relacionistas públicos son adecuados para manejar crear o mantener la identidad de una organización la cual es la misión visión y objetivos que se maneja dentro y fuera de la institución. Dentro de este trabajo es el manejo del clima laboral no solo para conocer a sus integrantes sino mantener el contento de os mismos que en definitiva llegan a ser la primera imagen de la empresa que pueden ver los públicos.

1.1.8.4. Asuntos gubernamentales.

Los profesionales en Relaciones Públicas deben comunicar constantemente sobre aspectos del gobierno, ya que los habitantes deben estar informados sobre lo que sucede dentro de la política de su país. Con esto se espera que los habitantes tengan una participación en las actividades que el gobierno aplique para el desarrollo de la sociedad. Los empleados del gobierno encargados de la información pública buscan que los ciudadanos aprueben los programas gubernamentales y se esfuerzan para que el gobierno responda a los deseos de los ciudadanos.

Las Relaciones Públicas en el tema gubernamental tienen un término específico como asuntos público o relaciones con el gobierno, es decir que las actividades que se aplican en el tema dando un enfoque a la opinión pública y leyes. En

concreto los asuntos públicos pueden servir para vigilar las políticas públicas, mantener nexos con diversas unidades del gobierno y fomentar la participación política.

Los asuntos públicos son una especialidad de las Relaciones Públicas porque crean el nexo en organizaciones en el terreno de la política pública. De acuerdo (Lattimore, 2008) “Los asuntos públicos ayudan a la organización a mantener relaciones de calidad con distintos grupos de personas (“públicos”) que pueden influir en el futuro. Los asuntos públicos son la práctica de las Relaciones Públicas que aborda la política pública y los públicos que influyen en esta política.” (pág.298)

Según (Paluszek, 2006) “Para poder manejar con efectividad los profesionales de relaciones con el gobierno deben comprender a fondo el proceso político. Las actividades electorales implican la elección de candidatos favorables a los intereses de una organización y la realización de planes para apoyar con dinero campañas políticas” (pág.17). En las actividades legislativas se trata de conseguir apoyo para leyes y crear oposición contra actividades desfavorables. Y en las actividades normativas es facilitar que se comprendan los problemas cotidianos de una organización. Es muy difícil el intento de influir el voto de legisladores cuando se trata de autoridades reguladores porque rara vez son funcionarios electos.

En cuanto a la comunicación política interna no solo es fomentar a la conciencia y la participación de empleados y accionistas si no el emplear las publicaciones interna y otros medios para instruir a los empleados en cuestiones de política, para esto se toma 4 objetivos:

- Informar a los empleados sobre asuntos locales y nacionales que podrían afectar a la empresa.
- Hacer del conocimiento de los empleados algunos procedimientos legislativos y procesos gubernamentales.
- Fomentar que los empleados participen en el proceso político y presentar ejemplos específicos de los enfoques que podrían usar.

- Informar a los empleados del valor que tienen las contribuciones políticas y darles la oportunidad de hacerlo por medio de los comités de acción política. (Lattimore, 2008)

Existen puntos importantes que se deben tomar en cuenta para aplicar las relaciones públicas en el gobierno:

- Comunicar el trabajo que realizan las agencias gubernamentales.
- Mejora la eficacia de las operaciones de las agencias gubernamentales mediante técnicas adecuadas de información pública.
- Proporciona el feedback o retroalimentación a los administradores gubernamentales para que los programas y las normativas se modifiquen, corrijan o continúen.
- Aconseja a los gestores públicos sobre el mejor modo de comunicar una decisión o programa al mayor número de ciudadanos.
- Actúa como defensor del pueblo, es decir es un representante de los públicos y escucha a sus representantes. Asegura que los problemas individuales se resuelvan en su totalidad.
- Educa a los administradores y burócratas sobre su papel y como actuar frente a los medios de comunicación. (Wilcox, 2006)

Al propiciar información al público acerca de los asuntos del gobierno, recurren al área del gobierno dedicadas a las relaciones Públicas que ofrece a los medios con flujo constante de información.

Los practicantes de la Relaciones Públicas del gobierno se los conoce como oficiales de información pública, es decir que ellos simplemente transmiten información de forma objetiva y neutral a pesar de que no son neutrales ni objetivos que los profesionales de la Relaciones Públicas que trabajan en el sector privado. Estos oficiales buscan lograr la aprobación de los habitantes hacia el gobierno.

Los oficiales de información pública trabajan para determinar cuáles son esos deseos y se esfuerzan en lograr que el gobierno responda a ellos. Debido a que la

opinión pública crea el clima en el cual los funcionarios, las dependencias en las instituciones públicas triunfen o fracasen.

En resumen, en el gobierno, como en cualquier otra organización las Relaciones Públicas son una función administrativa que contribuyen a definir objetivos y filosofías, al mismo tiempo que ayuda a organizaciones a adaptarse a las demandas de su electorado.

La función de las Relaciones Públicas en empresas gubernamentales buscan llegar a un emprendimiento recíproco entre sus entidades y su públicos siguiendo un proceso estratégico. Deben calibrar la opinión pública, planear y organizar para que las Relaciones Públicas sean efectivas, elaborar mensajes para audiencias internas y externas y medir la efectividad de todo el proceso.

Así mismo proporcionan al público de forma continua reportes completos y sinceros de información sobre el gobierno y los canales a los que pueden acceder los ciudadanos para hacer sus contribuciones. Las funciones más básicas de las Relaciones Públicas del gobierno consisten en contribuir a definir y alcanzar las metas del programa del gobierno, a mejorar la capacidad de respuestas y proporcionar al público una cantidad suficientes de información para que el individuo se pueda gobernar solo. También es fomentar la cooperación confianza entre los ciudadanos y el gobierno, esto requiere la posibilidad de acceso, la responsabilidad la consistencia y la integridad del gobierno.

La práctica de las Relaciones Públicas gubernamentales es manejada por expertos en el lenguaje en las disciplinas que forman parte de las distintas áreas del gobierno (salud, educación, transporte, bienestar, defensa, etc.). También debe practicar un mantenimiento preventivo, proporcionando directrices políticas antes de que se aprueben los programas, adentrándose en la corriente general de la administración gubernamental. De igual manera deben tener una orientación al servicio, que responda a un servicio compuesto por consumidores de servicio del gobierno, es mas deben fomentar esta perspectiva en todos los empleados del gobierno usando los canales establecidos para la comunicación interna.

Las Relaciones Públicas gubernamentales deben concentrarse en información entrante y saliente es decir el envío y la retroalimentación de la información y finalmente la solución de posibles fracasos gubernamentales.

Las Relaciones Públicas en las campañas políticas son una industria que no se detiene y que reúne cientos de millones de dólares para gastarlos en captar votos. Las Relaciones Públicas desempeñan una función fundamental tanto para reunir los fondos tanto para gastarlos.

De acuerdo (Lattimore, 2008) El relacionista que trabaja en una campaña política no solo es vocero ante los medios, sino que suele ser un asesor que merece enorme confianza y que ayuda a formular la estrategia de la campaña y las posiciones respecto a diversos temas. Todas estas actividades se diseñan para conseguir que el candidato gane la elección de modo que pueda formar parte del gobierno. (pág.308-312)

1.1.8.5. Relaciones con los medios.

Los profesionales de las relaciones públicas deben mantener una estrecha relación con los medios de comunicación y lo más importante llevar una agenda actualizada para tener apertura a cada uno de ellos, y es de gran importancia que el profesional de relaciones públicas sepa direccionarse al medio adecuado para que este espacio no pueda no sea desperdiciado.

En principio los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de manera masiva en la sociedad, por medio de ellos los individuos miembros y naciones se enteran lo que sucede a nivel económico, político y social. Por otro lado los medios de comunicación los podemos definir como la representación física de la comunicación en nuestro mundo, es decir el canal mediante el cual la información se obtiene se procesa y finalmente se materializa, y se expresa dando como resultado la comunicación con las audiencias.

Se debe tomar en cuenta que los periodistas y los relacionistas se necesitan mutuamente es por ello que a continuación se mencionará algunos puntos

importantes al momento de hacer un contacto con los profesionales del periodismo.

- Al momento de abordar un tema es de suma importancia darle énfasis, para que este pueda despertar interés en el periodista.
- Proporcionar el material adecuado ya que su tiempo es limitado.
- Estar a la vanguardia en tema de interés.

Los medios de comunicación con los trabajan constantemente los profesionales de las relaciones públicas son la radio, televisión, prensa escrita.

La radio tiene como ventaja la rapidez con la que puede ayudar a proporcionar información al público, la radio lleva los programas, las noticias y la opinión de sus radioyentes.

En la radio existe control en el tiempo de cada anuncio o entrevista es por eso que antes de asistir a uno de ellos se debe preparar líneas de acuerdo a los segundos por minuto para facilitar las cosas en la radio. Se debe mencionar que es un medio donde se mantiene un guión determinado y elaborado debido a que muchos de los programas suelen ser pregrabados. El profesional de relaciones públicas debe estudiar el formato de cada emisora para poder realizar las giras de medios para sus clientes, puedan dirigirse a sus públicos de manera correcta.

La televisión tiene un costo elevado ya que es un componente visual aquí el relacionista en sus comunicados de prensa debe manejarse de manera innovadora con propuestas que despierten el interés, en los productores de los programas para lograr su aceptación y presencia en sus programas, lo más usual y los temas que despiertan atención de los espectadores son los protagonistas de la política, dando como resultado en algunos casos los llamados debates entre los políticos, debido que es un tema que nunca pasa de moda, por lo tanto cuan mayor sea la audiencia mayor beneficio obtendrá la aparición de estos personajes en televisión.

En los medios escritos se debe enviar un material este puede ser un comunicado de prensa, un dossier de prensa listo ya para su publicación, para que de esta

manera los redactores puedan desarrollar un artículo en base ya al material proporcionado, es importante también direccionarnos de manera adecuada a estos medios debido a que cada medio escrito tiene un enfoque distinto como podemos mencionar que no es lo mismo un periódico semanal, que un diario este medio debe ser aprovechado al máximo debido a que está al alcance de todos.

A pesar que se ha mencionado algunos de los medios de comunicación más usuales, en la actualidad es común mantener un contacto con el medio a través el internet (web oficial, redes sociales), fax, llamadas telefónicas, visitas, sala de prensa virtual, etc., considerados medios de fácil y rápido acceso para el profesional y el cliente

1.1.8.6. Identidad e imagen empresarial.

El profesional de relaciones públicas es la persona adecuada para establecer una imagen e identidad a la institución, producto o persona, lo que se comprende como identidad es la creación de misión, visión y objetivos de los cuales deben ser alcanzables, esto permite dar a conocer a la institución, producto o persona a nivel interno y externo.

El trabajo del relacionista está en la creación de un manual donde lo antes mencionado sea conocido, esto nos ayuda al aporte del clima laboral ya que en muchas de las organizaciones desconocen por completo la misión la visión y objetivos del lugar donde brindan sus servicios, es ahí donde interviene el profesional de relaciones públicas que puede aplicar nuevas estrategias para el mejoramiento continuo dentro de las organizaciones.

1.1.8.7. Gestión de crisis.

Estos son los sucesos de gran notoriedad para una institución, producto o persona, debido a que si una crisis no se la maneja de forma correcta esto puede hacer que tambalee. Para afrontar estas crisis, Wilcox establece cuatro pasos fundamentales para conocer como la empresa debe actuar frente a conflictos:

Fase proactiva, estratégica, reactiva y de recuperación.

Estas situaciones hacen que la gente busque información de forma más activa y sugieren varias investigaciones, la gente depende más de la información que ofrecen los medios de comunicación y a su vez empiezan las especulaciones es ahí cuando el profesional de las relaciones públicas debe aplicar estrategias comunicacionales, y es recomendable anunciar la crisis a las primeras 24 horas para poder dar información de la crisis en el momento oportuno.

1.1.8.8. Las Relaciones Públicas frente al Periodismo.

La redacción es una actividad común tanto de los profesionales de las relaciones públicas y el periodismo, las dos profesiones trabajan de forma análoga los desempeños que estas profesiones realizan son entrevistas a personas, recopilan y sintetizan grandes cantidades de información, en ambas se redactan en estilo periodístico y son las personas preparadas para redactar artículos en último momento es porque estas características hacen que muchos profesionales del periodismo se convierten en profesionales de las relaciones públicas, esto crea una percepción errónea en la gente incluyendo periodistas llegando a la falsa conclusión que existe poca diferencia entre las relaciones públicas y el periodismo, se ha llegado a pensar que las relaciones públicas no son nada más que un periodismo empresarial y no en un medio de comunicación social.

A continuación los sectores de diferencia entre las 2 profesiones:

- Alcance.- Las relaciones públicas se componen de una diversidad de elementos que van desde asesoría hasta la resolución de diversas problemáticas y el desarrollo de acontecimientos especiales, tomando en cuenta que las relaciones públicas requieren establecer términos estratégicos es decir contar con la capacidad de resolver problemas.

- Objetivos.- Se puede definir que los periodistas recopilan y seleccionan información con el objetivo primordial de ofrecer información y noticias al público, pero el relacionista también recopila información de hechos con el mismo objetivo de informar al público, pero aquí viene el objetivo que los diferencia, la actividad de comunicación es tan solo un medio para

conseguir un fin en otras palabras no es solo el de informar si no el cambio de actitudes y comportamiento de las personas para lograr el cumplimiento de los objetivos de una organización .Con esto podemos concluir que los periodistas son observadores objetivos , mientras que los relacionistas son defensores de un determinado punto de vista de sus públicos

- Públicos.- Los periodistas escriben para un solo público es decir masivo, mientras que el profesional de las relaciones públicas debe segmentar meticulosamente a sus públicos debido a que se enfrenta a diversas características demográficas y psicológicas, este estudio minucioso de los públicos permite que el mensaje sea personalizado en base a su función y las necesidades e interés de cada público para tener un máximo efecto posible de aceptación.

- Canales.- El periodista llega a su público a través de un canal este es el medio de comunicación en donde pública informa y emite su trabajo, mientras que el relacionista puede llegar a su público a través de una diversidad de canales , y estos pueden ser una combinación de medios de comunicación como periódicos, revistas, radio y televisión o a su vez se puede incluir envíos mediante el internet como correos electrónicos, otra difusión con las que se puede transmitir el mensaje son folletos, carteleras, revistas empresariales. (Wilcox, 2006)

1.1.8.9. Cambio de mentalidad.

Tradicionalmente se creía que los profesionales de las Relaciones Públicas debían iniciar sus carreras en el ámbito del periodismo, para poder perfilar sus habilidades en redacción y aprender cómo funcionan los medios, en épocas anteriores un porcentaje considerable de los profesionales de las relaciones públicas tenía experiencia en prensa escrita o a su vez en radio, se puede recalcar que muchos de los pioneros de la profesión de Relaciones Públicas inicialmente

ejercieron el periodismo, sin embargo por varias razones esta ha ido cambiando con el pasar del tiempo.

El sector de las Relaciones Públicas ha superado el concepto de relaciones con medios y la colocación del publicity en los medios de comunicación social, en la actualidad gran parte de la redacción de las Relaciones Públicas se hace para medios controlados un claro ejemplo las propias publicaciones de la empresa, la realización de las campañas apuntando a un público clave, la redacción de discursos, folletos y materiales publicados en sitios web dentro de la organización, aquí se puede resaltar y aclarar la idea errónea que existe en los profesionales del periodismo para ejercer las Relaciones Públicas es el hecho de solo tener contactos puesto que una de las habilidades más importantes en la profesión de las Relaciones Públicas es el saber redactar correctamente para poder captar el interés en los periodistas y esto puede genera cobertura.

Es una realidad que los periodistas sigan pasando a ejercer la profesión de relacionistas, fundamentalmente en busca de un mejor salario y la oportunidad de tener mayor abanico de tareas profesionales pero los que tienen éxito deben tener la capacidad de adaptación y aprender rápidamente, pero sin embargo Peter Hilmer vicepresidente ejecutivo de Burson manifiesta que muchos periodistas no lograrán llegar a ser relacionistas principalmente porque no pueden llegar a un consenso entre sus clientes y sus equipos debido a que no están especializados en las técnicas de relaciones públicas, como por ejemplo cuando recurrir a un comunicado de prensa o a una conferencia de prensa o a una videoconferencia.

Según (Wilcox, 2006) Un dato importante da la Comisión sobre educación de Relaciones Públicas estadounidense ha definido una norma, afirmando que el programa ideal debería ser de 7 materias:

- Introducción a las relaciones públicas.
- Estudio de casos de las relaciones públicas.
- Investigación, medición, evaluación en relaciones públicas.
- Redacción y producción en relaciones públicas.
- Planificación y dirección de relaciones públicas.

- Campañas de relaciones públicas.
- Practicas internas supervisadas en relaciones públicas. (pág.29-30)

1.2. MARCO CONCEPTUAL.

1.2.1. Glosario de términos.

Este capítulo explica los conceptos de cada término utilizado en el desarrollo del proyecto.

1.2.1.1. Administración.

Es una disciplina que tiene por finalidad dar una explicación acerca del comportamiento de las organizaciones, además de referirse al proceso de conducción de las mismas.

1.2.1.2. Asesoría.

Aconsejar a los directivos respecto a políticas, relaciones y comunicación.

1.2.1.3. Análisis Político.

Conjunto de actividades intelectuales que se realizan sobre una realidad política, con la finalidad de conocer sus orígenes o surgimiento, el proceso que la ha formado o desarrollado, su actualidad y sus proyecciones hacia el futuro.

1.2.1.4. Auditoría de Comunicación.

Es la realización de un estudio y análisis que verifique los recursos y técnicas comunicativos de una organización y la percepción de dichos esfuerzos por su público objetivo. Ayuda a desarrollar políticas de comunicación óptimas y rentables y a corregir los posibles fallos comunicativos de la entidad, con el fin de definir la cultura organizacional y establecer la identidad corporativa que se pretende comunicar.

1.2.1.5. Canales o medio.

“Son los elementos físicos por los cuales el emisor transmite el mensaje al receptor”. (Tinajero, 2008)

1.2.1.6. Comunicación.

“La palabra deriva del latín *comunicare* que significa compartir algo, poner en común por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.” (Definición.com, 2013)

1.2.1.7. Consultoría.

Actividad profesional relativa a los servicios especializados prestados a una compañía o institución para asesorarla y ayudarla en la mejora de su gestión, operaciones y/o resultados.

1.2.1.8. Crisis.

“Situaciones caracterizadas por la sorpresa, una gran amenaza a valores importantes y un breve período de tiempo para tomar una decisión.” (Wilcox, 2006)

1.2.1.9. Estrategias.

Son herramientas que se utiliza para el cumplimiento de objetivos.

1.2.1.10. Ética.

Conjunto de costumbres y normas que dirigen o valoran el comportamiento humano en una comunidad.

1.2.1.11. Feedback.

“Es toda aquella información que recoge el Emisor a través de los efectos que causa su mensaje en el Receptor. Esta información es muy útil y permite al Emisor conocer si su mensaje ha sido correctamente entendido y la repercusión que el mismo está teniendo en el Interlocutor. De esta forma puede adaptarse de una manera más efectiva a las necesidades del sujeto”. (RETORICAS.com, 2013)

1.2.1.12. Herramientas de Comunicación.

“Objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea, las herramientas se diseñan y fabrican para cumplir uno o más propósitos específicos”

1.2.1.13. Identidad.

“Es la auto representación de la institución, es la personalidad de la institución que indica rasgos particulares que la hacen única y deferente a las demás”.

1.2.1.14. Imagen.

“Acontecimiento ficticio que no es más que un reflejo manipulado de la realidad. eventos no naturales planificados y puestos en marcha para obtener una rentabilidad a cualquier nivel”.

1.2.1.15. Investigación.

“Definir las actitudes y comportamientos con el fin de planificar las estrategias de relaciones públicas y analizarlas para que se puedan utilizar para crear una comprensión mutua o influir y persuadir al público” (Wilcox, 2006).

1.2.1.16. Mapa de públicos.

“Representación exhaustiva que permite visualizar diferente tipos de públicos que se vinculan con la organización”. (Palermo, 2013)

1.2.1.17. Medios de Comunicación.

“Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.” (YOURBUBBLES, 2013)

1.2.1.18. Nepotismo.

“Es la preferencia desmedida que algunos funcionarios públicos otorgan a sus familiares y amigos a la hora de realizar concesiones o asignar empleos estatales. En estos casos, la persona que accede a un empleo público lo hace por su cercanía y lealtad al gobernante o funcionario en cuestión, y no por mérito propio o capacidad.

En los Estados que se rigen por la meritocracia (es decir, donde el mérito justifica el ascenso en una escala jerárquica), el nepotismo está considerado como un acto de corrupción. No se acepta, a nivel social, que un dirigente político decida entregar recursos públicos a un familiar o amigo por cuestiones de simpatía o afecto.” (BUENASTAREAS.com, 2013)

1.2.1.19. Objetivos.

“Es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados”. (DEFINICIÓNabc, 2013)

1.2.1.20. Perfil profesional.

Conjunto de competencias para el desempeño de varios puestos de trabajo que presentan afinidad y que configuran una ocupación.

1.2.1.21. Periodismo.

“Es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual. Para cumplir con su misión, el periodista o comunicador debe apelar a fuentes que resulten creíbles o aprovecha sus propios saberes.” (DEFINICIONES.de, 2013)

1.2.1.22. Públicos.

“Son segmentos que están incluyendo a aquellos sujetos que tienen características homogéneas.”

1.2.1.23. Relaciones Públicas.

La gestión integral de las interrelaciones de la organización con los públicos, a fin de lograr su identificación, implicación e interacción a través de acciones sistemáticas de comunicación.”

1.2.1.24. Tácticas.

“Acciones específicas y directas que se pueden emprender en un plan. Son actividades más concretas y plenamente relacionadas con los objetivos y las estrategias.”

1.2.1.25. Valores.

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.

1.3. MARCO REFERENCIAL.

1.3.1. Modelo del perfil del relacionista público.

En este capítulo se mostrará un modelo del perfil adecuado del relacionista público aplicado a cualquier empresa, debido a las necesidades y exigencias que presentan las organizaciones públicas o privadas e instituciones en comunicación interna o externa.

1.3.2. El perfil del relacionista público.

Es importante destacar los valores, cualidades, actitudes y aptitudes del profesional de las Relaciones Públicas debido a que la persona que ejerce esta profesión está ligada a todos los públicos, es la dirección de cada paso que da la empresa, para el perfil de este profesional debe requerir con principios éticos, morales, humanos, profesionales.

Las Relaciones Públicas constituyen una disciplina social basada en el respeto riguroso, los relacionistas están moralmente obligados a cumplir y constituir condición de su formación profesional.

Los relacionistas públicos deben ser personas con capacidad de sociabilizar, de personalidad segura porque representará a una empresa y sobre todo veraces.

Debe tener la capacidad de persuadir en las relaciones, comunicar acuerdos, ideas y propuestas para manejar diferentes ámbitos de la empresa. La creatividad es una cualidad importante que debe poseer el relacionista público para innovar los planes y estrategias que la empresa requiera, debe estar informado de la actualidad constantemente, por ello debe ser organizado y manejar con responsabilidad y discreción en todas sus actividades.

1.3.3. La ética del profesional del relacionista público.

De acuerdo (CÓDIGO DE ÉTICA DE RELACIONES PÚBLICAS, 2000)

La ética es un conjunto de valores, como el respeto, la honestidad y la responsabilidad, entre muchas otras más, pero se considera esos 3 los más importantes. Una persona que no tenga inculcado estos valores no puede crecer el ámbito profesional correcto, es por ello que el perfil del relacionista debe ser una persona llena de valores y sobre todo leal, debido a que en esta profesión se maneja mucha información confidencial de la empresa u organización. (pág.168)

1.3.3.1. Códigos de ética.

1.3.3.2. Código de ética del profesional de Relaciones Públicas.

Al código de Ética se lo entiende como un conjunto de normas morales que se rigen para el perfil del profesional de Relaciones Públicas con el fin de poder establecer la responsabilidad social y la solidaridad humana.

Dentro de este código se tiene 3 aspectos fundamentales como:

- Conducta profesional.- En el ejercicio profesional el Relacionista Público tiene que actuar con principios de moral y cuidar por el prestigio de su profesión.
 - Principios éticos del Relacionista la veracidad, justicia, honestidad, respeto mutuo, amistad y fraternidad, lealtad, solidaridad.
 - El Relacionista Público debe actuar en toda circunstancia de manera que unifique intereses de las partes, es decir de la organización y su público.
 - Obrar leal y honradamente en toda ocasión, para generar y mantener la confianza de sus audiencias internas y externas.
(CÓDIGO DE ÉTICA DE RELACIONES PÚBLICAS, 2000)

- Normas del profesional de Relaciones Públicas.
 - Salvaguardar la dignidad de la persona u organización.

- Defender el secreto profesional en los hechos y acciones puestas en su conocimiento por sus clientes.
- Sostener con perfección la búsqueda permanente de la verdad y la justicia.
- Informar y cumplir la esencia integradora de las Relaciones Públicas.
- Poseer moral y buenas costumbres.
- Capacidad de manipular la opinión pública.
- Permitir que sus servicios profesionales faciliten el ejercicio ilegal de las Relaciones Públicas y comprometan el decoro y dignidad de la profesión.
(Anónimo, 2000)

- Compromiso social.

En su ejercicio profesional el Relacionista Público debe considerar el bienestar del hombre, respetando los principios y las reglas morales.

- Respetar y salvaguardar la dignidad de la persona y a reconocer a cada individuo el derecho de formar, el mismo su propio juicio.
- Crear las condiciones morales, psicológicas e intelectuales del verdadero dialogo, a reconocer el derecho de las partes de exponer su caso y expresar su punto de vista.
- Propiciar la integración de los diferentes públicos con su empresa.
- Integrar criterios y acciones de comprensión, solidaridad y colaboración de los miembros de la institución a la que sirve y de los grupos sociales ligados para obtener, a cabalidad, el bien común.
- Mantener un comportamiento honesto y traslucido en su vida privada, porque sus actos pueden repercutir en los juicios que los públicos efectúen de su profesión.
- Prevalecer su honor y prestigio y amparando a sus colegas en caso de que sufran persecución política en razón a su actividad profesional o gremial. (Código de Ética de las Relaciones Públicas, 2010)

1.3.3.3. Código de Atenas.

El código de Atenas fue aprobado el 11 de Mayo de 1965 por la Asamblea General de IPRA (Asociación Internacional de Relaciones Públicas) y por la Asamblea General del CERP y adoptado por todos los países que integran la Confederación Europea de Relaciones Públicas, estos países deben comprometerse a conocer y a respetar los principios establecidos en este código.

A continuación se mencionará aspectos importantes que el relacionista debe re usarse hacer.

- Subordinar la verdad a otros imperativos
- Difundir informaciones que no se basen en hechos comprobados y comprobables.
- Prestar su colaboración a toda empresa o acción que atente a la moral, a la honestidad o a la dignidad e integridad de la persona humana.
- Utilizar todo método, medio o técnica que tienda a crear motivaciones inconscientes que, privando al individuo de su libre arbitrio, le impedirían ser responsable de sus actos. (Código de Atenas, 2010).

Tabla 2. Matriz códigos de ética

CÓDIGOS DE ÉTICA	
CÓDIGO DE ÉTICA DE RRPP.	CÓDIGO DE ATENAS
<ul style="list-style-type: none"> ■ Conducta profesional.- Actuar con principios de moral. ■ Normas del profesional.- Actitud de veracidad y capacidad. ■ Compromiso Social.- Velar el bienestar del hombre. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Creado por el IPRA y CERP ■ Esfuerzo.- Condiciones culturales y morales, creación de canales de comunicación. ■ Comprometido.- Respeto del ejercicio de su profesión, respetar promesas y compromisos.

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Negarse.- Actos que atenten con la moral, divulgación de confidencialidad.
--	--

Fuente: Elaboración propia a partir del Código de Atenas y de Relaciones Públicas.

Tabla 3. Matriz ética empresarial.

ÉTICA EMPRESARIAL	
ACCIONISTAS- PROPIETARIOS	ADMINISTRATIVOS- DIRECTIVOS
<ul style="list-style-type: none"> ■ Configurar la empresa como un instrumento al servicio de la creación de riqueza. ■ Configurar la empresa como una institución a medio y largo plazo sin que el afán de enriquecimiento a corto plazo comprometa su continuidad. ■ Buscar un justo equilibrio entre el capital y el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa y darlo a conocer y establecer los mecanismos adecuados para garantizar su aplicación. ■ Creación de un comité de ética. ■ Información puntual y exactitud. ■ Mantener un libro que faciliten la información de las audiencias internas y externas.

Fuente: Elaboración propia a partir del Código de Atenas y de Relaciones Públicas.

1.3.3.4. Valores éticos.

Los valores éticos se los define como un conjunto de normas establecidas en nuestra mente, este conjunto de valores son la guía que ayuda a actuar de manera responsable y transparente frente a diversas situaciones, sin embargo algunos seres humanos olvidan o pasan por alto ciertos valores éticos, olvidando que estos son útiles para alcanzar al éxito.

Tabla 4. Clasificación de los valores éticos.

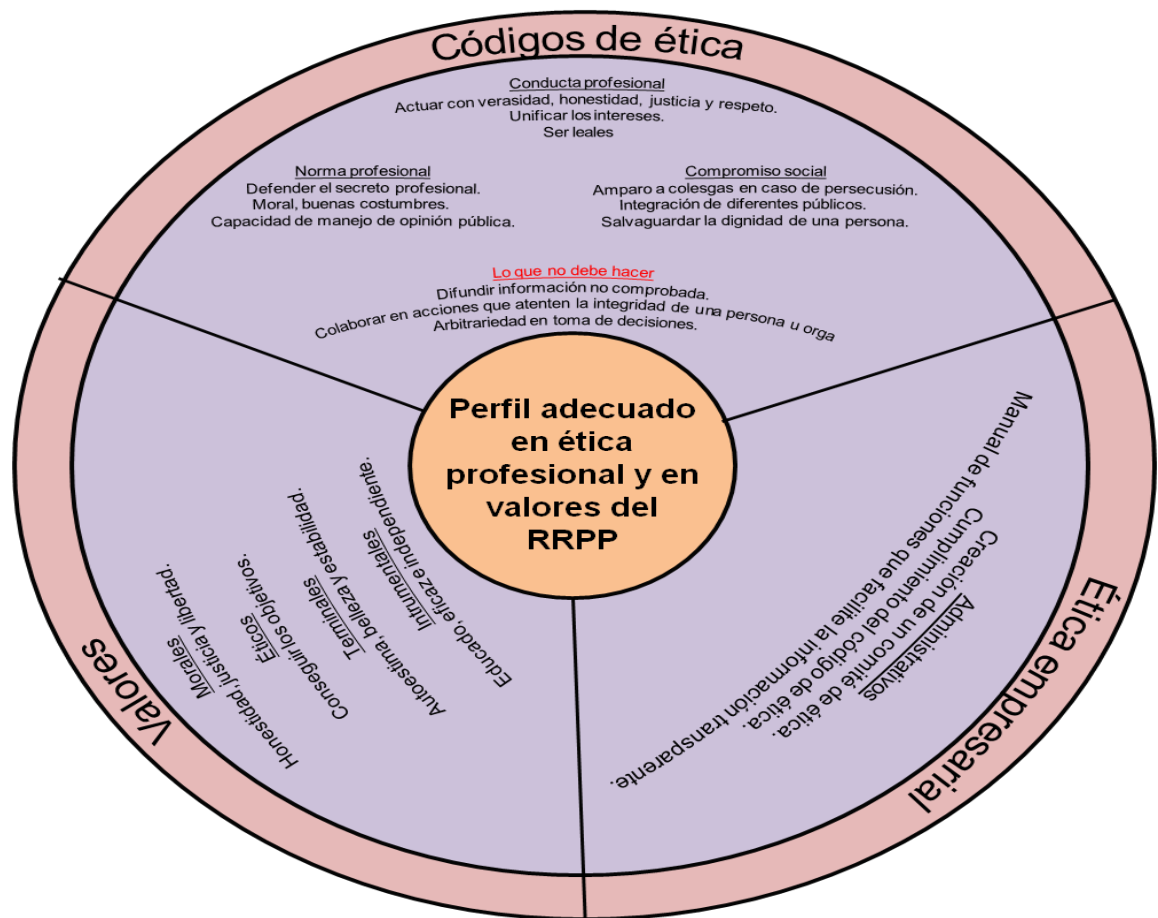
Morales	Éticos	Infrahumanos	Inframorales	Terminales	Instrumentales
<p>Crecer como persona, intervienen como la justicia la honestidad, libertad</p>	<p>Conseguir nuestra finalidad.</p>	<p>Perfeccionan al hombre en aspectos inferiores compartir con otros seres como los animales.</p>	<p>Valores exclusivos del hombre interviene lo económico, la riqueza, el poder, etc.</p>	<p>Valores abstractos entre ellos interviene la belleza, autoestima estabilidad.</p>	<p>Se refieren a la estima que tienen determinadas conductas y formas de comportarse de humanos entre ellos educado eficaz independiente.</p>

Fuente: Creación propia a partir de la Elaboración de valores

1.3.4. Perfil adecuado en valores y ética del relacionista para la Asamblea Nacional del Ecuador.

Para poder diseñar el perfil del relacionista para la Asamblea Nacional del Ecuador, se ha tomado en cuenta puntos importantes mencionados en los anteriores ítems como por ejemplo valores, la ética profesional, debido a que estos son importantes en el perfil profesional de la persona a cargo de la comunicación organizacional.

Gráfico 2. Perfil adecuado en ética profesional y en valores del rpp



Fuente:

1.4. MARCO INSTITUCIONAL

1.4.1. Asamblea Nacional del Ecuador.

Imagen 1. Logotipo de la Asamblea Nacional del Ecuador



Fuente: Página Oficial, <http://www.asambleanacional.gob.ec/>, 25/04/2013 - 11:15.

En este capítulo se verá una reseña histórica de la Asamblea Nacional del Ecuador, desde sus inicios los cuales se dieron a partir del 2007, por parte de una propuesta del primer mandatario de la República del Ecuador Economista Rafael Correa, se dará a conocer el listado de los asambleístas del período 2009-2011 y 2011-2013, a su vez se mencionará el reglamento con que se maneja la institución.

1.4.2. Reseña histórica de la Asamblea Nacional.

El Honorable Congreso Nacional del Ecuador fue el organismo que ejercía el Poder Legislativo Nacional y fiscalizador en la República del Ecuador. Fue unicameral, compuesto de 101 diputados que representaban a las 22 provincias del Ecuador (hasta el 2007). Los congresistas eran elegidos cada 4 años.

En la actualidad el Congreso Nacional del Ecuador fue cesado en sus funciones por la Asamblea Nacional Constituyente, la cual asumió plenos poderes y estuvo a cargo de la Función Legislativa en el país mientras elaboraba la nueva constitución.

La actual Constitución del Ecuador demanda que la función legislativa sea ejercida por un nuevo organismo llamado: Asamblea Nacional del Ecuador.

Imagen 2. Descripción del Congreso Nacional del Ecuador (Antes)



HONORABLE CONGRESO NACIONAL DEL ECUADOR	
	
DATOS GENERALES	
Jurisdicción	 Ecuador
Creación	1979
Tipo	Unicameral
Último presidente del (PRIAN)	Jorge Cevallos
Congreso	desde 2007
ESTRUCTURA	
Miembros	100 diputados
Última elección	2007

Imagen 3. Descripción del Congreso Nacional del Ecuador (Después)

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR	
(PRIMERA LEGISLATURA AGOSTO 2009 MAYO 2013)	
 <p>ASAMBLEA NACIONAL REPÚBLICA DEL ECUADOR</p>	
DATOS GENERALES	
Jurisdicción	 Ecuador
Creación	2009
Tipo	Unicameral
Inicio de sesiones	31 julio 2009
Presidente de la Cueva	Fernando Cordero
Asamblea Nacional	Alianza País
Primer Vicepresidente	Juan Carlos Casinelli Alianza País 2011
Segunda Vicepresidenta	Rocío Valarezo Alianza País 2011
ESTRUCTURA	
Miembros	130 asambleístas

En la elecciones del 15 de abril del 2007 el triunfo del SÍ fue abrumador el 86,2% de los votos válidos el NO alcanzó un 12,43%, blancos tuvo como resultado el 0,78% y los votos inválidos fue un total de 5,07%, dando como resultado la creación de la Asamblea Nacional del Ecuador.

El Congreso Nacional desaparece y es sustituido por la Asamblea Nacional. Las atribuciones de la Asamblea son mayores que las del antiguo parlamento. Podrá aprobar el presupuesto general del Estado y fiscalizar a las demás funciones del Estado así como a los organismos de control Contraloría, Fiscalía, Procuraduría. Se integrará por 15 asambleístas nacionales más dos elegidos por cada provincia y uno más por cada 200,000 habitantes o fracción que supere los 150,000 y durarán 4 años en sus funciones. Entre ellas está la de participar en el proceso de Reforma Constitucional además de expedir reformar o derogar leyes, puede además la Asamblea con dos tercios de los votos autorizar el enjuiciamiento penal del o la Presidente, entre otras más atribuciones y deberes relacionados con el poder Ejecutivo y su gestión.

Hasta el 2007, el organismo que ejercía el poder legislativo era el Honorable Congreso Nacional del Ecuador. La principal propuesta de campaña del candidato a la presidencia de la república Rafael Correa fue la de implementar una Asamblea Constituyente que redacte una nueva constitución para la nación.

Imagen 4. ASAMBLEA CONSTITUYENTE DEL ECUADOR 2013



Fuente: Autor Anónimo, foto sin título,

http://www.google.com.ec/search?q=asamblea+nacional+del+ecuador+2013&hl=es&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ei=E5JxUbDbKI2k8gT91YCoBA&sqi=2&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1268&bih=628#imgrc=y77hCe9Lv_V7CM%3A%3BrXX99zPBBQ1nTM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.enteratecuador.com%252Fwp-content%252Fuploads%252F2013%252F01%252FAsamblea-Nacional-autoriza-que-siga-la-interpelacion-a-superintendente-de-Bancos1.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.enteratecuador.com%252Farchivos%252F22815%3B550%3B365, 19/04/2013, 13:00

Una vez en el poder, el Presidente de la República Econ. Rafael Correa Delgado convocó a referéndum la propuesta de la Asamblea constituyente la cual se la aprobó. Luego de esto se convocó a elecciones nuevamente para elegir a los representantes nacionales y seccionales que conformarían la Asamblea. La Asamblea se instaló en Ciudad Alfaro en el cantón Montecristi y como consecuencia de esto el Congreso Nacional fue cesado en sus funciones mientras se elaboraba la constitución.

Una vez terminada el proyecto de constitución, este fue sometido de nuevo a referéndum constitucional el 28 de septiembre de 2008 en la cual fue aprobada la nueva Constitución Política del Ecuador. La nueva Carta Magna en su Artículo 118 declara:

La Función Legislativa se ejerce por la Asamblea Nacional, que se integrará por asambleístas elegidos para un período de cuatro años. La Asamblea Nacional es unicameral y tendrá su sede en Quito. Excepcionalmente podrá reunirse en cualquier parte del territorio nacional. (ASAMBLEA NACIONAL , 2013)

En sus inicios la presidencia de la Asamblea Nacional del Ecuador fue asumida por el Economista quiteño Alberto Acosta de partido político Movimiento País, a cargo de la primera vicepresidencia el arquitecto Fernando Cordero, cuencano también perteneciente al movimiento Movimiento País, y a cargo de la segunda

vicepresidencia la escritora guayasense Aminta Buenaño también de Movimiento País.

1.4.3. Metas y objetivos de la Asamblea Nacional del Ecuador.

“RESUMEN TOMADO DEL ESTATUTO ORGÁNICO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL POR PROCESOS DE LA ASAMBLEA CONSTITUYENTE.

CAPÍTULO I: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Art. 1. Misión.

Según consta en el Estatuto Definitivo de la Asamblea Constituyente, aprobado mediante Decreto No.148 y publicado en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No.33 de 5 de marzo del 2007, la Asamblea está dotada de plenos poderes para transformar el marco institucional del Estado, y para elaborar una nueva Constitución Política del Ecuador.

La Asamblea Constituyente respetará, profundizando en su contenido social y progresivo, los derechos fundamentales de los ciudadanos y ciudadanas.

Art. 2. Visión.

Crear un ambiente nacional en donde sea permisible ejercer actividades productivas con principios de honradez, equidad y justicia social que sustenten el crecimiento equitativo del país en los órdenes legal, político, económico, social y cultural.

Art. 3. Objetivo.

Transformar el marco institucional del Estado y lograr que el país cuente con una nueva

Constitución Política basada en principios y normas fundamentales que permitan impulsar y garantizar la consecución de los grandes objetivos nacionales.”
(ASAMBLEA NACIONAL, 2013)

Imagen 5. Presidente Economista Rafael Correa En Ciudad Alfaro



Fuente: Página oficial de la Asamblea Nacional

<http://www.asambleanacional.gob.ec/images/flash/asamblea-montecristi/montecristi.swf>.

23/04/201, 10:23.

La instalación de la Asamblea Constituyente en la ciudad de Alfaro Montecristi, posee múltiples significados, el principal al reconocimiento de la tierra natal de Eloy Alfaro el

“El viejo Luchador” líder de la Revolución Liberal a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, quien transformo radicalmente las estructuras sociales del Ecuador, impulsó el derecho de los sectores excluidos, favoreció el acceso a la salud, educación, y el trabajo en igualdad de condiciones, entre otras que sirven como antecedente histórico de las transformaciones de un nuevo gobierno.

Más allá de la conmemoración histórica están los espacios de deliberación política como por ejemplo Quito (Centro político administrativo) Guayaquil (Centro económico y comercial) y la designación de Montecristi como sede fue un voto de confianza a uno de los ejes importantes del trabajo “El viejo Luchador”. (ASAMBLEA NACIONAL, 2013)

Imagen 6. Vista General-Asamblea Nacional en Montecristi



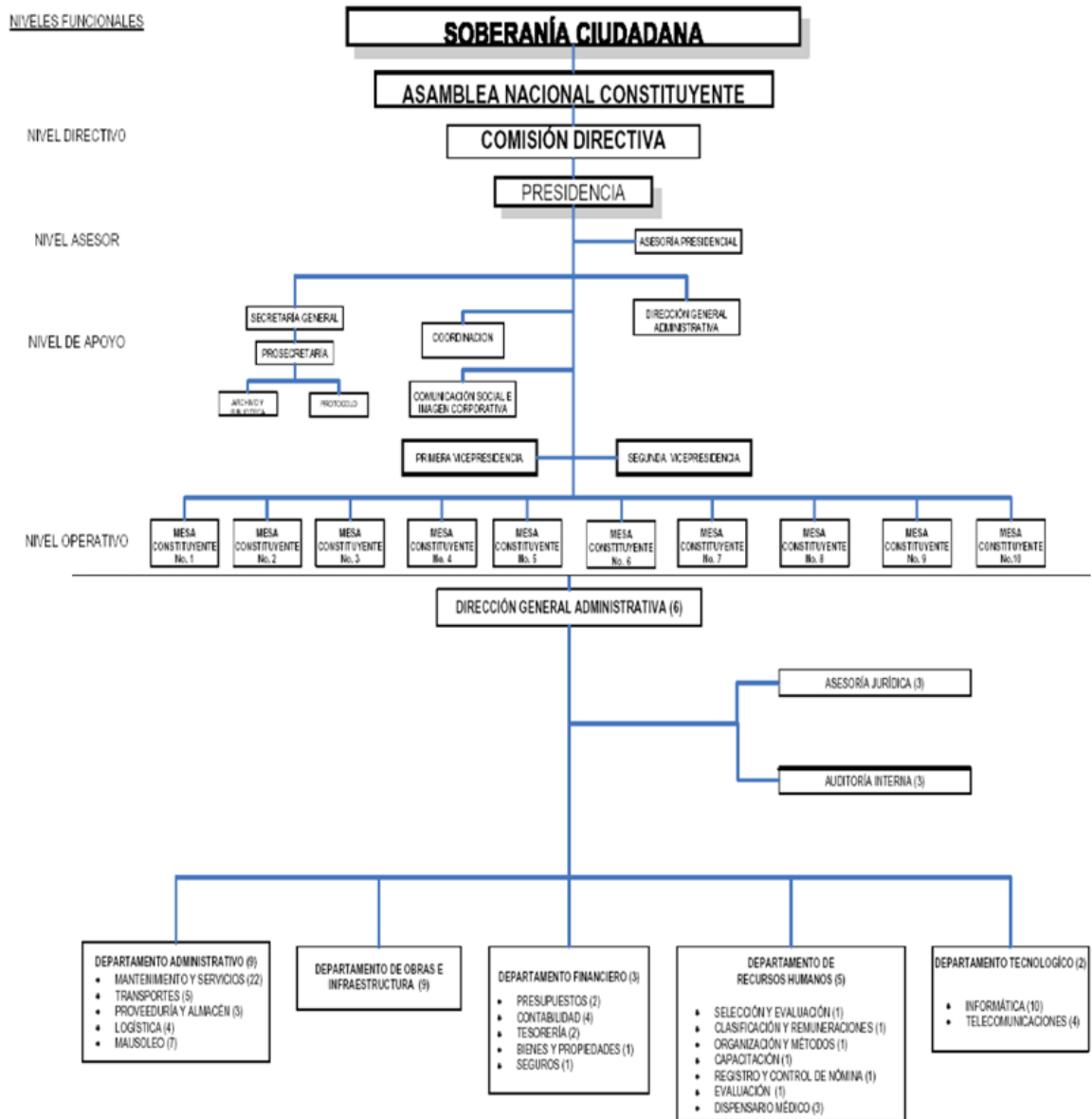
Fuente: Cfr: PÉREZ Orlando, (2010), Página Oficial, "Un Sueño colectivo",
<http://www.asambleanacional.gob.ec/images/flash/asamblea-montecristi/montecristi.swf>,
PP. 48, 24/02/2013, 11:27.

Imagen 7. Vista de Montecristi



Fuente: Cfr: PÉREZ Orlando, (2010), Página Oficial, "Un Sueño colectivo",
<http://www.asambleanacional.gob.ec/images/flash/asamblea-montecristi/montecristi.swf>,
PP. 50, 24/02/2013, 11:27.

Gráfico 3. Organigrama de la Asamblea Nacional del Ecuador



Fuente: Investigación de campo

1.4.4. Cronología de las constituciones del Ecuador.

Tabla 5. Cronología de las Constituciones del Ecuador

AÑO	LUGAR DE CREACIÓN CONSTITUYENTE	RESEÑA HISTÓRICA
1830	Riobamba	Se reúne el 14 de agosto, la preside José Fernández Salvador. Tuvo como objetivo la creación de la República del Ecuador, y nombró a Juan José Flores como presidente provisional. Redacta la primera Constitución y elige al General Juan José Flores centésimo Presidente Constitucional. Juan José Flores (primer presidente ecuatoriano de nacionalidad venezolana)
1835	Ambato	Presidida por José Joaquín de Olmedo, redactó la segunda Constitución, eligiendo al Dr. Vicente Rocafuerte como presidente de la República
1843	Quito	La preside Francisco Marcos, elaborando la tercera Constitución llamada Carta de la Esclavitud y eligió a Juan José Flores como presidente. Disponía que el Congreso se reúna solo cada cuatro años. La duración del mandato presidencial y de la Cámara de Diputados era de ocho años. Los Senadores eran elegidos para periodo de 12 años.
1845	Cuenca	Es presidida por Pablo Merino, redacta la cuarta Constitución que legitimaba la Revolución Marcista que derrocó a Flores e instauró un Triunvirato Provisional, liderado por Vicente Ramón Roca.
1850 - 1851	Quito	La preside Ramón de la Barrera, elaboró la quinta Constitución y eligió a Diego Noboa como Presidente Constitucional.
1851	Guayaquil	Es presidida por Pedro Moncayo, redactando la sexta Constitución y se designó como presidente al General José María Urbina.

1861	Quito	La presidió el General Juan José Flores, redactó la séptima Constitución y se designó como presidente Redacción de una nueva Constitución y se designó como presidente a Gabriel García Moreno.
1869	Quito	Fue presidida por Rafael Carvajal, redactó la octava Constitución, llamada la Carta Negra, y permitió la segunda presidencia de Gabriel García Moreno. Impuso la pena de muerte por delitos políticos y prohibía cultos y religiones, excepto la católica, para ser ciudadano se exigía ser católico.
1878	Ambato	Es presidida por el General José María Urbina, redactó la novena Constitución y nombramiento del General Ignacio de Ventimilla como presidente, después del derrocamiento de Antonio Borrero.
1884	Quito	La preside Francisco J. Salazar, redacta la décima Constitución y nombra como presidente a José María Plácido Caamaño, luego de la dictadura de Ignacio Ventimilla.
1896 - 1897	Guayaquil	Primera Constitución Liberal, tras la revolución del 5 de junio y eligió presidente al general Eloy Alfaro. Se establece la libertad de culto, deroga la pena de muerte e impuso la igualdad de todos los ciudadanos ante la Ley.
1906	Quito	Segunda constitución Liberal y eligió presidente al general Eloy Alfaro. Esta Constitución es llamada "atea" por los conservadores, porque separa la iglesia del Estado.
1928-1929	Quito	Nueva Constitución y elección para la presidencia de Isidro Ayora. Incluye los logros de la Revolución Juliana de 1925.
1937	Quito	Convocada por el dictador Federico Páez, fue disuelta cuando este fue derrocado en el golpe de estado dirigido por el general

		Alberto Enríquez Gallo.
1938	Quito	Convocada por Alberto Enríquez, la Asamblea Constituyente promulgó la nueva Constitución y eligió como presidente a Aurelio Mosquera Narváez. Sin embargo nunca entró en vigencia pues fue derogada por Narváez.
1945	Quito	Redacta una Constitución producto de la Revolución de Mayo que derrocó al presidente Carlos Arroyo del Río. Nombra presidente a José María Velasco Ibarra.
1946	Quito	Convocada por José María Velasco Ibarra después de dar un golpe de estado, se elabora una nueva Constitución.
1966	Quito	Convocada por Clemente Yeroivi. Elabora la Carta Magna y elige presidente a Otto Arosemena Gómez.
1978	Quito	Convocada por Gobierno Militar. Elabora la Carta Magna y permite la elección como Presidente de Jaime Roldós Aguilera. Fue aprobada mediante referendo y permitió al Estado ecuatoriano el retorno al ejercicio democrático de poderes.
1997 - 1998	Ambato, Quito, Sangolquí y Riobamba	Se instaló como Asamblea Constitucional pero luego se autodenominó Constituyente. Redactó una nueva Constitución y legalizó el gobierno de Fabián Alarcón.
2007 - 2008	Montecristi	Convocada por Rafael Correa. Se instala la Asamblea Nacional Constituyente respaldada por una consulta popular y aprobada en referéndum en 2008.

Fuente: Página Oficial de la Asamblea Nacional del Ecuador,
<http://www.asambleanacional.gob.ec/>, 24/04/2013, 11:35.

1.4.5. Constitución de Ecuador.

La Constitución de Ecuador de 2008 es la carta magna vigente en la República del Ecuador, es el fundamento y la fuente de la autoridad jurídica que sustenta la existencia del Ecuador y de su gobierno. La supremacía de esta constitución se convierte en el texto principal dentro de la política ecuatoriana, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía. Esta constitución define la separación de poderes del gobierno ecuatoriano en cinco ramas.

De las cinco funciones del Estado, se conservan los tres poderes tradicionales establecidos en constituciones anteriores: la función legislativa, asignada a la Asamblea Nacional; la función ejecutiva, liderada por el Presidente de la República; y la función judicial encabezada por la Corte Nacional de Justicia. Sin embargo se establecen dos nuevos poderes del Estado: la función electoral, administrada por el Consejo Nacional Electoral y el Tribunal Contencioso Electoral; y la función de Transparencia y Control Social, representada por 6 entidades, la Contraloría General del Estado, Superintendencia de Bancos y Seguros, Superintendencia de Telecomunicaciones, Superintendencia de Compañías, la Defensoría del Pueblo y el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social .

De acuerdo (ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, 2013)

La Constitución de 2008 es una de las más extensas del mundo y la más larga de las cartas magnas que se han adoptado en el territorio ecuatoriano. Posee 444 artículos, divididos en 9 títulos, 40 capítulos, 93 secciones, 29 disposiciones transitorias, una disposición derogatoria, un Régimen de transición y una disposición Final. La Constitución de 2008 fue redactada entre el 30 de noviembre de 2007 y el 24 de julio del 2008, por la Asamblea Nacional Constituyente en Montecristi, Manabí, y presentada un día después (el 25 de julio) por dicho organismo. Para su aprobación fue sometida a referéndum constitucional el 28 de septiembre de 2008, ganando la opción aprobatoria. La Constitución de 2008 entró en vigencia,

desplazando la anterior Constitución de 1998; y rige desde su publicación en el Registro Oficial el 20 de octubre de 2008.(pág.2)

1.4.5.1. Estructura de la Constitución.

La Constitución ecuatoriana de 2008 se compone de 444 artículos, los cuales están divididos en 9 títulos que a su vez se subdivide en capítulos. También se pueden encontrar disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y una disposición final, los cuales sirvieron únicamente para la administración durante el régimen de transición implementado a partir de la publicación de esta constitución en el Registro Oficial el 20 de octubre de 2008.

Título I: Elementos constitutivos del Estado

Artículo principal: Título I de la Constitución de Ecuador de 2008.

El primer título de la actual constitución trata de la definición principal del Ecuador. Comprende desde el artículo 1 hasta el artículo 9, los cuales integran dos capítulos. El primer capítulo trata de los principios fundamentales del Estado ecuatoriano, con lo cual define su forma gobierno republicano; defiende, entre otras cosas, la democracia y el laicismo; establece los deberes primordiales del Estado y define la soberanía nacional. El segundo capítulo establece a quienes se les atribuye la ciudadanía ecuatoriana, y de que forma las personas nacidas en el extranjero pueden llegar a tenerla.

Título II: Derechos

Artículo principal: Título II de la Constitución de Ecuador de 2008.

El segundo título de la actual constitución trata del establecimiento y reconocimiento de los derechos de las personas por parte del Estado. Comprende desde el artículo 10 hasta el artículo 83, los cuales integran nueve capítulos. Los capítulos van tratando, uno por uno, los diferentes los derechos, como por ejemplo: del buen vivir, de libre comunicación y libre información, de vivienda, salud, trabajo; además establece grupos de atenciones prioritarias, y el derecho a

las diferentes nacionalidades y pueblos que coexisten en el Ecuador. También se identifican los derechos de la naturaleza, de la protección y, por último, las responsabilidades que los ciudadanos deban tener al hacer uso de sus derechos.

El artículo 45, que dispone, entre otras cosas: "El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción."

Título III: Garantías constitucionales

Se refiere a garantizar los derechos previamente suscritos en la presente ley va desde el artículo 84 hasta el artículo 94

Título IV: Participación y organización del poder

Título V: Organización Territorial del Estado

Organizó al país en Regiones, Provincias, Cantones y Parroquias Rurales y a cada uno le asigna un "Gobierno Autónomo Descentralizado" estos están conformados por una autoridad ejecutiva y un cuerpo legislativo. Gobernador y Concejo Regional para las regiones, Prefecto y Concejo Provincial para las provincias, Alcalde y Concejo Municipal (o Cantonal) para los cantones y Junta Parroquial para las parroquias rurales.

Igual crea los "Distritos Metropolitanos" que serán cantones con rango de región asumiendo las competencias de todos los niveles de gobiernos autónomos descentralizados sus autoridades son el Alcalde Metropolitano y el Concejo Metropolitano

Título VI: Régimen de desarrollo

Título VII: Régimen del buen vivir

Título VIII: Relaciones Internacionales

Título IX: Supremacía de la Constitución (ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, 2013)

Además de la nueva forma de integración de la función legislativa, la nueva constitución demanda un Régimen de Transición que se aplicaría inmediatamente se apruebe la misma. Esta sección presenta 30 artículos transitorios, siendo el Artículo 17 el más específico acerca de cómo se conformaría la efímera función. Dicho artículo cesa definitivamente a los diputados y diputadas elegidos el 16 de octubre de 2006, que conformaban al antiguo Congreso Nacional, y designa como asambleístas nacionales a los antiguos miembros del plenario de la Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007, integrándose así la

Comisión Legislativa y de Fiscalización presidida por Fernando Cordero de Alianza PAIS.

1.4.6. Composición de la Asamblea Constituyente.

En la gráfica se puede observar la primera proyección de ubicación de los asambleístas.

Imagen 8. Plano de la Composición de la Asamblea Constituyente



Fuente: Página Oficial, <http://www.asambleanacional.gob.ec/images/flash/asamblea-montecristi/montecristi.swf>, 19/04/2013, 15:00

Tabla 6. Composición de la Asamblea según su Partido Político.

COLOR	PARTIDO	Nº INTEGRANTES
	M. País	73
	M. País MIFA	1
	M. País MPD	1
	M. País MIP	1
	M. País PS-FA	3
	M. País M.MUSHUK	1
	UNO	2
	RED	3
	PSP_ RED	1
	ID	1
	ID MPC	1
	ID MPD PS- FA M	1
	MUPP- NP	2
	MUPP-NP- MNPNAS MOPIN	1
	MUPP-NP MPD	1
	MPD	3
	MPD	18
	PRE	1
	PRIAN	8
	PSC	5
	MCIFY	1
	MHN	1

Fuente: Página Oficial, <http://www.asambleanacional.gob.ec>

1.4.7. Mesas constituyentes.

Desde el inicio la Asamblea Nacional del Ecuador, en los debates se concentraron a definir las mesas constituyentes tratando temas fundamentales sobre, los cuales

se crearía la nueva Constitución como el mecanismo de funcionamiento del organismo constituyente, en donde muchos temas presentaban diversos cruces y coincidencias entre sí, por lo que fue necesario agrupar al grupo de asambleístas en las diversas mesas constituyentes según a su afinidad y experiencia.

Las 10 mesas creadas fueron:

- **Mesa 1.-** Derechos Fundamentales y Garantías Constitucionales
- **Mesa 2.-** Organización Participación Social y Ciudadanía y Sistemas de Participación.
- **Mesa 3.-** Estructuración e Instituciones del Estado.
- **Mesa 4.-** Ordenamiento Territorial y Asignación de Competencias.
- **Mesa 5.-** Recursos Naturales Y Biodiversidad.
- **Mesa 6.-** Trabajo, Producción e Inclusión Social.
- **Mesa 7.-** Régimen de Desarrollo.
- **Mesa 8.-** Justicia y Lucha contra la Corrupción.
- **Mesa 9.-** Soberanía, Relaciones Internacionales e Integración Latinoamericana.
- **Mesa 10.-** Legislación y Participación. (ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, 2013)

1.4.8. Representación gráfica de la composición de las Mesas Constituyentes.



Gráfico 4. Composición de las Mesas Constituyentes



Fuente: Página oficial de la Asamblea Nacional, <http://www.asambleanacional.gob.ec/images/flash/asamblea-montecristi/montecristi.swf>, 22/04/2013, 15:53.

1.4.9. Listado general de asambleístas período 2009-2011.

Tabla 7. Listado de Asambleístas






FOTO	NOMBRE	ASAMBLEÍSTA POR	PARTIDO	COMISIÓN
	Abad Raúl	Cañar		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Abril Jaime	Azuay		Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.







	Aguilar Armando	Sucumbíos		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.
	Aguirre Dora	Europa		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.
	Aguirre Fernando	Azuay		Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Almeida Luis	Guayas		Justicia y Estructura del Estado
	Altafuya Linder	Esmeraldas		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.



	Alvarado Rosana	Azuay		De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Amores Betty	Pichincha		De Fiscalización y Control Político
	Andino Mauro	Chimborazo		De Justicia y Estructura del Estado / Fiscalización y Control Político.
	Atamaint Diana	Morona Santiago		De Gobiernos Autónomos,

				Descentralización, Competencias y Organización del Territorio.
	Bonilla Viviana	Guayas		Del Régimen Económico y su Regulación y Control
	Bucaram Abdalá	Asambleísta Nacional		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social / Fiscalización y Control Político
	Buenaño Aminta	Guayas		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Bustamante Fernando	Asambleísta Nacional		De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.

	Cabezas Irina	Asambleísta Nacional		Primera Vicepresidenta de la Asamblea Nacional
	Cassinelli Juan Carlos	Guayas		Del Régimen Económico y su Regulación y Control
	Cáceres Fernando	Cotopaxi		De La Biodiversidad y Recursos Naturales.

	Cadena Leonardo	Carchi		De Participación Ciudadana y Control Social
	Calle María Augusta	Pichincha		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social
	Carrillo Betty	Tungurahua		De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
	Cedeño Ramón	Manabí		Del Régimen Económico y su Regulación y Control
	Chávez Holger	Bolívar		De Participación Ciudadana y Control Social


	Chica Lenin	Esmeraldas		De Participación Ciudadana y Control Social
	Chica Vethowen	Morona Santiago		De Soberanía, Integración, Relaciones
	Cisneros Francisco	Pastaza		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social
	Cobo Fausto	Pichincha		De Soberanía, Integración, Relaciones
	Cordero Fernando	Asambleísta Nacional		Presidente de la Asamblea
	Cuji Henry	Pastaza		De Justicia y Estructura del

				Estado
	Cruz Guillermina	Napo		De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y Organización del Territorio.
	Cruz Washington	Europa, Asia, Oceanía		Comisión: De Justicia y Estructura del Estado


	Dávila Rafael	Loja		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	De la Cruz Pedro	Asambleísta Nacional		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Diminich Mercedes	Asambleísta Nacional		Participación Ciudadana y Control Social
	Encalada Eduardo	Azuay		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Escala Jorge	Asambleísta Nacional		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Fadúl Jorge	El Oro		Del Derecho a la Salud
	Falconí Pamela	Los Ríos		Del Derecho a la Salud
	Fajardo Vanessa	Santa Elena		Régimen Económico y su Regulación y

				Control
--	--	--	--	---------

	Fernández Schenarda	Asambleísta Nacional		De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral / Fiscalización
	Fernández Juan	Guayas		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Fierro Paco	Chimborazo		Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias
	Flores Consuelo	Guayas		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social
	Flores Fernando	Latinoamérica Caribe, África		Participación Ciudadana y Control Social
	García Kléver	Bolívar		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Gagliardo Gastón	Guayas		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Godoy Gina	Guayas		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias

	González Fernando	Tungurahua		De La Biodiversidad y
---	-------------------	------------	--	-----------------------

				Recursos Naturales.
	González Susana	Guayas		De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Gracia César	Esmeraldas		De Justicia y Estructura del Estado
	Gudiño Zobeida	Zamora Chinchipe		De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Guillén Richard	Manabí		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	Gutiérrez Gilmar	Asambleísta Nacional		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	Hagó Francisco	Estados Unidos Canadá		Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
	Hernández Virgilio	Pichincha		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias






	Herrería Enrique	Guayas		De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
---	------------------	--------	--	---



	Jaramillo Maruja	Los Ríos		De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Jiménez Cléver	Zamora Chinchipe		La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Juez Omar	Los Ríos		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	Kon Silvia	Asambleísta Nacional		Del Régimen Económico y su Regulación y Control
	Kronfle María Cristina	Guayas		De Justicia y Estructura del Estado
	Lara Galo	Los Ríos		De Participación Ciudadana y Control Social / Fiscalización
	Larrea Lídice	Manabí		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.

	López Juan Carlos	Tungurahua		De Participación Ciudadana y Control Social
	Machuca Linda	Estados Unidos y Canadá		De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y

				Seguridad Integral.
	Maldonado Celso	Imbabura		Del Derecho a la Salud
	Maldonado Tito Nilton	Manabí		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.
	Molina María	Cañar		De La Biodiversidad y Recursos Naturales
	Moncayo Paco	Pichincha		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias
	Moreno Mao	Loja		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Muñoz Mariangel	Azuay		De Justicia y Estructura del Estado

	Murillo Marco	Chimborazo		De Justicia y Estructura del Estado.
	Noboa Luis	Guayas		Del Régimen Económico y su Regulación y Control
	Orellana Magali	Orellana		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias

	Ortiz Alfredo	Galápagos		De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Pavón Paola	Pichincha		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Panchana Rolando	Guayas		Segundo Vicepresidente de la Asamblea Nacional
	Páez Andrés	Pichincha		Justicia y Estructura del Estado
	Pazmiño Gabriela	Guayas		De Derecho a la Salud


	Peñafiel Marisol	Imbabura		De Justicia y Estructura del Estado
	Picoita José	Loja		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencia
	Pinoargote Jimmy	Santa Elena		Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	Quevedo Patricio	Cotopaxi		Régimen Económico y su Regulación y Control
	Quiroga Víctor	El Oro		Del Derecho a la Salud

	Rivera Gabriel	Esmeraldas		De Soberanía, Integración, Relaciones
	Roche Andrés	Guayas		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias
	Rodríguez César	Pichincha		Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa / Fiscalización

	Rodríguez Saruka	Manabí		De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
	Romo Fernando	Cañar		Del Derecho a la Salud
	Romo María Paula	Pichincha		Justicia y Estructura del Estado
	Salgado Silvia	Asambleísta Nacional		Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa / Fiscalización
	Saltos Gioconda	Asambleísta Nacional		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social
	Samaniego Carlos	Santo Domingo de los Tsáchilas		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología

	Taiano Vicente	Asambleísta Nacional		De Justicia y Estructura del Estado
	Terán Ramiro	Imbabura		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.

	Tibán Lourdes	Cotopaxi		De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad
	Tomalá Xavier	Santa Elena		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Ulloa Francisco	Cotopaxi		De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
	Vaca Edwin	Carchi		De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad
	Vaca Galo	Napo		Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Valarezo Rocío	El Oro		De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Vargas Gido	Sucumbíos		De La Biodiversidad y Recursos Naturales


	Wladimir Vargas	Pichincha		De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
---	-----------------	-----------	--	---

	Vázcones Marlelly	Manabí		De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias
	Vela María Soledad	Manabí		De Participación Ciudadana y Control Social
	Velasco Carlos	Carchi		Del Derecho a la Salud
	Velasco Paco	Pichincha		Del Régimen Económico y su Regulación y Control
	Vélez Fernando	Santo Domingo de los Tsáchilas		De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
	Vélez Nivea	Loja		De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social
	Verduga Mary	Santo Domingo de los Tsáchilas		Cultura, Ciencia y Tecnología
	Vicuña María Alejandra	Guayas		Del Derecho a la Salud

	Villacrés Mercedes	Los Ríos		Del Derecho a la Salud
	Vilema Ángel	Galápagos		La Biodiversidad y Recursos Naturales
	Viteri Cynthia	Guayas		De Participación Ciudadana y Control Social
	Viteri Leonardo	Manabí		Del Derecho a la Salud
	Yantalema Gerónimo	Chimborazo		Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	Zambrano Carlos	El Oro		Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa
	Zambrano Eduardo	América Latina, El Caribe y África		Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Zeballos Tomás	Orellana		La Biodiversidad y Recursos Naturales





Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la Página Oficial de la Asamblea Nacional. www.asambleanacional.gob.ec




Tabla 8. Listado general asambleístas período 2011-2013






FOTO	NOMBRE	ASAMBLEÍSTA POR	PARTIDO	COMISIÓN
	Abad Raúl	Cañar	País	De Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Abril Jaime	Azuay	País	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.





	Aguilar Armando	Sucumbíos	País	De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.
	Aguirre Dora	Europa	País	De Participación Ciudadana y Control Social.
	Aguirre Fernando	Azuay	PSP	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Almeida Luis	Guayas	PSP	De Justicia y Estructura del Estado.
	Altafuya Linder	Esmeraldas	MPD	De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.



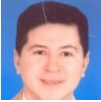

	Alvarado Rosa	Azuay	País	De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Amores Betty	Pichincha	Independiente	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral
	Andino Mauro	Chimborazo	País	De Justicia y Estructura del Estado
	Atamaint Diana	Morona Santiago	Pachakutik	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y



				Organización del Territorio.
	Bonilla Viviana	Guayas	País	Del Régimen Económico y su Regulación y Control / De Fiscalización y Control Político.
	Brunner yandri	Manabí	País	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.
	Bucaram Abdalá	Asambleísta Nacional	PRE	Del Derecho a la Salud/ Fiscalización y Control Político
	Buenaño Aminta	Guayas	País	De los Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social.

	Bustamante Fernando	Asambleísta Nacional	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Cabezas Irina	Asambleísta Nacional	País	Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero.
	Cassinelli Juan Carlos	Guayas	País	Primer Vicepresidente de la Asamblea Nacional

	Cáceres Fernando	Cotopaxi	País	De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Cadena Leandro	Carchi	Independiente	Del Derecho a la Salud.
	Calle María Agustina	Pichincha	País	Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector.
	Carrillo Betty	Tungurahua	País	De Los Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social.
	Cedeño Ramón	Manabí	Independientes	De Régimen Económico y Tributario.

	Chávez Holger	Bolívar	País	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y Organización del Territorio.
	Chica Lenín	Esmeraldas	Independiente	De Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Chica Vethowen	Morona Santiago	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Cisneros Francisco	Pastaza	PSP	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad.

	Cobo Fausto	Pichincha	PSP	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Cordero Fernando	Asambleísta Nacional	País	Presidente de la Asamblea Nacional
	Cuji Henry	Pastaza	Independiente	De Justicia y Estructura del Estado.
	Cruz Guillermina	Napo	Independiente	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y Organización del Territorio.


	Cruz Washington	Europa, Asia y Oceanía	Independiente	De Participación Ciudadana y Control Social.
	Dávila Rafael	Loja	AL	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	De La Cruz Pedro	Asambleísta Nacional	PSE	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero.
	Diminich Mercedes	Asambleísta Nacional	País	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y

				Pesquero.
	Encalada Eduardo	Azuay	PSE	De Régimen Económico y Tributario.
	Escala Jorge	Asambleísta Nacional	MPD	Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.
	Fadúl Jorge	El Oro	PSC	De Régimen Económico y Tributario.
	Falconí Pamela	Los Ríos	País	Del Derecho a la Salud.

	Fajardo Vanessa	Santa Elena	País	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Fernández Scheznarda	Asambleísta Nacional	Independiente	De Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social.
	Fernández Juan	Guayas	PSC	De Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.
	Fierro Paco	Chimborazo	PSP	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias.
	Flores Consuelo	Guayas	MG	De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.
	Flores Fernando	Latinoamérica, Caribe y África	Independiente	De Participación Ciudadana y Control Social.

	García Kléver	Bolívar	PSP	De los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.
	Gagliardo Gastón	Guayas	País	Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.

	Godoy Gina	Guayas	País	De Justicia y Estructura del Estado.
	Gonzáles Fernando	Tungurahua	Independiente	De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Gonzáles Susana	Guayas	MG	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pecuário.
	García César	Esmeraldas	PRE	De Justicia y Estructura del Estado.
	Gudiño Zobeida	Zamora Chinchipe	País	De Régimen Económico y Tributario.
	Guillén Richard	Manabí	PSP	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Gutiérrez Gilmar	Asambleísta Nacional	PSP	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.


	Hagó Francisco	Estados Unidos	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
---	----------------	----------------	------	---

	Hernández Virgilio	Pichincha	País	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias.
	Herrería Enrique	Guayas	Independiente	De Los Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social
	Jaramillo Maruja	Los Ríos	País	Del Derecho a la Salud.
	Jiménes Cléver	Zamora Chinchipe	PK	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad
	Juez Omar	Los Ríos	País	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa / Fiscalización y Control Político.
	Kon Sylvia	Asambleísta Nacional	PSP	Del Régimen Económico y su Regulación y Control.
	Kronfle María Cristina	Guayas	MG	Del Derecho a la Salud.
	Nicolás Lapentti	Asambleísta Nacional	PSC	De La Biodiversidad y Recursos

				Naturales.
--	--	--	--	------------

	Lara Galo	Los Ríos	PSP	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad.
	Larrea Lidíce	Manabí	País	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	López Juan Carlos	Tungurahua	PSP	De Participación Ciudadana y Control Social.
	Machuca Linda	Estados Unidos y Canadá	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Maldonado Celso	Imbabura	País	Del Derecho a la Salud.
	Mendoza Tito Nilton	Manabí	Independiente	De Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Molina María	Cañar	MPD	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero.
	Moncayo Paco	Pichincha	AL	De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias.

	Montúfar César	Pichincha	CND	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad.
	Morales Luis	Tungurahua	PRIAN	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad.
	Morán Gerardo	Bolívar	AL	Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.
	Morena Mao	Loja	País	Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.
	Muñoz Mariangel	Azuay	País	De Justicia y Estructura del Estado.
	Murillo Marco	Chimborazo	AL	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad.
	Noboa Luis	Guayas	PRIAN	Del Régimen Económico y su Regulación y Control.
	Orellana Magali	Orellana	PK	De Participación Ciudadana y Control Social.

	Ortiz Alfredo	Galápagos	Independiente	De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
---	---------------	-----------	---------------	---

	Ortiz Blanca	Estados Unidos y Canadá	Independiente	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Pabón Paola	Pichincha	País	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y Organización Territorial.
	Panchana Rolando	Guayas	País	De Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Páez Andrés	Pichincha	ID	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Agropecuario y Pesquero.
	Pazmiño Gabriela	Guayas	PRE	De Participación Ciudadana y Control Social.
	Peñafiel Marisol	Imbabura	País	De Justicia y Estructura del Estado.
	Pinoargote Jimmy	Santa Elena		De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.





	Pontón María Elena	Guayaquil		Del Régimen Económico y su Regulación y Control.
	Quevedo Patricio	Cotopaxi	PSP	Del Régimen Económico y su

				Regulación y Control.
	Quirola Víctor	El Oro	País	Del Derecho a la Salud.
	Rivera Gabriel	Esmeraldas	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Roche Andrés	Guayas	MG	De Gobiernos Autónomos, Descentralización y Competencias.
	Rodríguez César	Pichincha	Independiente	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Culturalidad.
	Rodríguez Saruka	Manabí	PRE	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Romo Fernando	Cañar	PSP	Del Derecho a la Salud.




	Romo María Paula	Pichincha	Independiente	De Justicia y Estructura del Estado
	Salgado Silvia	Asambleísta Nacional	PSE	De Los Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social / Fiscalización y Control Político.

	Saltos Gioconda	Asambleísta Nacional	Independiente	De Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología
	Samaniego Carlos	Santo Domingo de los Tsáchilas	País	De Los Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social.
	Subía Stalin	Guayas	País	De Los Derechos de los Trabajadores y la Seguridad Social
	Taiano Vicente	Asambleísta Nacional	Independiente	De Justicia y Estructura del Estado.
	Terán Ramiro	Imbabura	MPD	De Régimen Económico y Tributario.
	Tibán Lourdes	Cotopaxi	PK	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad.

	Tomalá Xavier	Santa Elena	País	De Justicia y Estructura del Estado.
	Ulloa Francisco	Cotopaxi	MPD	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Vaca Edwin	Carchi	AL	De Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.
	Vaca Galo	Napo	Independiente	Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología.

	Valarezo Rocío	El Oro	Independiente	De Participación Ciudadana y Control Social.
	Vargas Guido	Sucumbíos	PSP	De La Biodiversidad y Recursos Naturales.
	Vargas Wladimir	Pichincha	Independiente	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Vásconez Marllely	Asambleísta Nacional	País	De Participación Ciudadana y Control Social.

	Vela María Soledad	Manabí	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad.
	Velasco Carlos	Carchi	País	Del Derecho a la Salud.
	Velasco Paco	Pichincha	País	Del Régimen Económico y su Regulación y Control.
	Vélez Fernando	Santo Domingo de los Tsáchilas	País	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Vélez Nivea	Loja	MM	De Los Derechos de los Trabajadores y Seguridad Social.

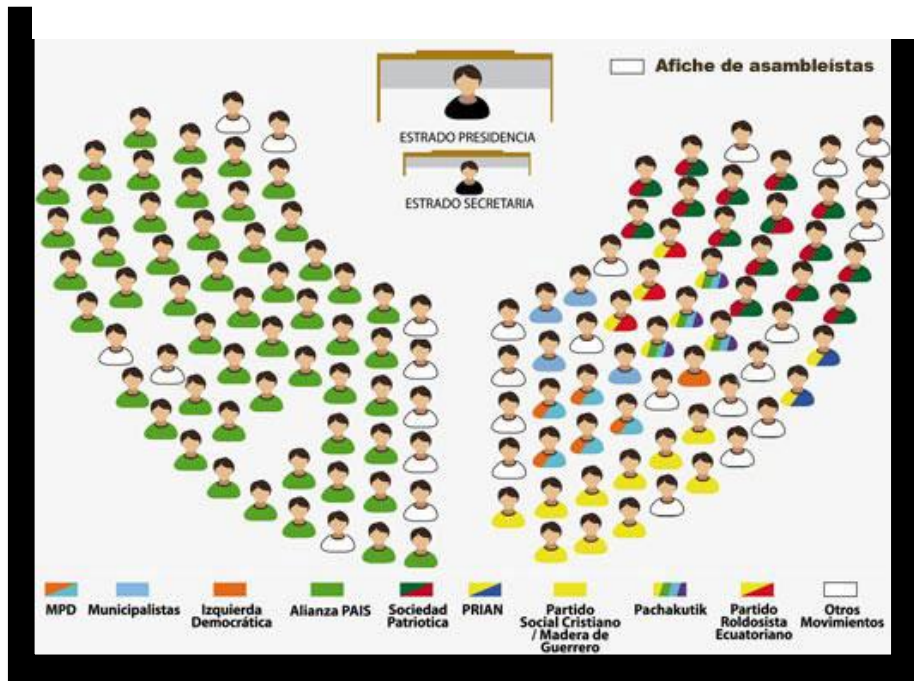
	Verduga Mary	Santo Domingo de los Tsáchilas	País	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y Organización Territorial.
	Vicuña María Alejandra	Guayas	País	Del Derecho a la Salud.
	Villacrés Mercedes	Los Ríos	PSP	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.

	Vilema Ángel	Galápagos	País	De Gobiernos Autónomos, Descentralización, Competencias y Organización Territorial.
	Viteri Christian	Guayas	País	Del Régimen Económico y su Regulación y Control / De Fiscalización y Control Político.
	Viteri Cynthia	Guayas	MG	De Derechos Colectivos, Comunitarios y la Interculturalidad.
	Viteri Leonardo	Manabí	PSC	Del Derecho a la Salud.
	Yantalema Gerónimo	Chimborazo	PK	De Soberanía Alimentaria y Desarrollo del Sector Pesquero.

	Zambrano Carlos	El Oro	País	De Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa.
	Zambrano Eduardo	América Latina, El Caribe y África	País	De Soberanía, Integración, Relaciones Internacionales y Seguridad Integral.
	Zevallos Tomás	Orellana	Independiente	De La Biodiversidad y Recursos Naturales / Fiscalización y Control Político.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la Página Oficial de la Asamblea Nacional. www.asambleanacional.gob.ec

Imagen 9. El Pleno Período 2011-2013



Fuente: Página Oficial de la Asamblea Nacional. www.asambleanacional.gob.ec

En la figura tenemos la representación de la ubicación de los asambleístas en el debate de las sesiones del PLENO, y en la parte inferior los partidos políticos existentes en la institución. (ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR , 2013)

1.4.10. Estructura de cada despacho.

La estructura de cada despacho de la Asamblea Nacional del Ecuador se conforma por 5 personas:

Asambleísta.- Persona que se encarga de debate de leyes en si todo lo que compete a nivel externo.

Asesor Nivel 1.- Persona Jurídica quien se encarga de todos los trámites legales del asambleísta. Elaboración de ayuda memoria para cada debate de leyes en el Pleno.

Asesor Nivel 2 o Asesor político.- Persona quien se desenvuelve en el ámbito político y ejerce sus funciones y aportes en proyectos de ley.

Asesora de Comunicación o asistente administrativa.- Persona que ejerce sus funciones y trabaja en cuanto a la imagen del asambleísta, quien está encargada de llevar su agenda, realizar giras de medios, el envío de boletines de prensa, convocatoria de medios al momento del período de rendición de cuentas que ejercen los asambleístas, creación de folders con temas de vanguardia.

1.4.11. Reglamento de la Asamblea Nacional del Ecuador.

Sección primera

“Asamblea Nacional

Art. 118.- La Función Legislativa se ejerce por la Asamblea Nacional, que se integrará por asambleístas elegidos para un periodo de cuatro años. La Asamblea Nacional es unicameral y tendrá su sede en Quito. Excepcionalmente podrá reunirse en cualquier parte del territorio nacional.

La Asamblea Nacional se integrará por:

1. Quince asambleístas elegidos en circunscripción nacional.
2. Dos asambleístas elegidos por cada provincia, y uno más por cada doscientos mil habitantes o fracción que supere los ciento cincuenta mil, de acuerdo al último censo nacional de la población.
3. La ley determinará la elección de asambleístas de regiones, de distritos metropolitanos, y de la circunscripción del exterior.

Art. 119.-Para ser asambleísta se requerirá tener nacionalidad ecuatoriana, haber cumplido dieciocho años de edad al momento de la inscripción de la candidatura y estar en goce de los derechos políticos.

Art. 120.-La Asamblea Nacional tendrá las siguientes atribuciones y deberes, además de las que determine la ley:

1. Posesionar a la Presidenta o Presidente y a la Vicepresidenta o Vicepresidente de la República proclamados electos por el Consejo Nacional Electoral. La posesión tendrá lugar el veinticuatro de mayo del año de su elección.
2. Declarar la incapacidad física o mental inhabilitante para ejercer el cargo de Presidenta o Presidente de la República y resolver el cese de sus funciones de acuerdo con lo previsto en la Constitución.
3. Elegir a la Vicepresidenta o Vicepresidente, en caso de su falta definitiva, de una terna propuesta por la Presidenta o Presidente de la República.
4. Conocer los informes anuales que debe presentar la Presidenta o Presidente de la República y pronunciarse al respecto.
5. Participar en el proceso de reforma constitucional.
6. Expedir, codificar, reformar y derogar las leyes, e interpretarlas con carácter generalmente obligatorio.

7. Crear, modificar o suprimir tributos mediante ley, sin menoscabo de las atribuciones conferidas a los gobiernos autónomos descentralizados.
8. Aprobar o improbar los tratados internacionales en los casos que corresponda.
9. Fiscalizar los actos de las funciones Ejecutiva, Electoral y de Transparencia y Control Social, y los otros órganos del poder público, y requerir a las servidoras y servidores públicos las informaciones que considere necesarias.
10. Autorizar con la votación de las dos terceras partes de sus integrantes, el enjuiciamiento penal de la Presidenta o Presidente o de la Vicepresidenta o Vicepresidente de la República, cuando la autoridad competente lo solicite fundadamente.
11. Posesionar a la máxima autoridad de la Procuraduría General del Estado, Contraloría General del Estado, Fiscalía General del Estado, Defensoría del Pueblo, Defensoría Pública, Superintendencias, y a los miembros del Consejo Nacional Electoral, del Consejo de la Judicatura y del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.
12. Aprobar el Presupuesto General del Estado, en el que constará el límite del endeudamiento público, y vigilar su ejecución.
13. Conceder amnistías por delitos políticos e indultos por motivos humanitarios, con el voto favorable de las dos terceras partes de sus integrantes. No se concederán por delitos cometidos contra la administración pública ni por genocidio, tortura, desaparición forzada de personas, secuestro y homicidio por razones políticas o de conciencia.

Art. 121.-La Asamblea Nacional elegirá a una Presidenta o Presidente y a dos Vicepresidentas o Vicepresidentes de entre sus miembros, para un período de dos años, y podrán ser reelegidos. Las Vicepresidentas o Vicepresidentes ocuparán,

en su orden, la Presidencia en caso de ausencia temporal o definitiva, o de renuncia del cargo. La Asamblea Nacional llenará las vacantes cuando sea el caso, y por el tiempo que falte, para completar los periodos. La Asamblea Nacional elegirá de fuera de su seno a una secretaria o secretario y a una prosecretaria o prosecretario.

Art. 122.-El máximo órgano de la administración legislativa se integrará por quienes ocupen la Presidencia y las dos Vicepresidencias, y por cuatro vocales elegidos por la Asamblea Nacional de entre asambleístas pertenecientes a diferentes bancadas legislativas.

Art. 123.-La Asamblea Nacional se instalará en Quito, sin necesidad de convocatoria, el catorce de mayo del año de su elección. El pleno sesionará de forma ordinaria y permanente, con dos recesos al año de quince días cada uno. Las sesiones de la Asamblea Nacional serán públicas, salvo las excepciones establecidas en la ley. Durante el tiempo de receso, la Presidenta o Presidente de la Asamblea Nacional, por sí, a petición de la mayoría de los miembros de la Asamblea o de la Presidenta o Presidente de la República, convocará a periodos extraordinarios de sesiones para conocer exclusivamente los asuntos específicos señalados en la convocatoria.

Art. 124.-Los partidos o movimientos políticos que cuenten con un número de asambleístas que represente al menos el diez por ciento de los miembros de la Asamblea Nacional podrán formar una bancada legislativa. Los partidos o movimientos que no lleguen a tal porcentaje podrán unirse con otros para formarla.

Art. 125.- Para el cumplimiento de sus atribuciones, la Asamblea Nacional integrará comisiones especializadas permanentes, en las que participarán todos sus miembros. La ley determinará el número, conformación y competencias de cada una de ellas.

Art. 126.- Para el cumplimiento de sus labores la Asamblea Nacional se regirá por la ley correspondiente y su reglamento interno. Para la reforma o codificación de esta ley se requerirá la mayoría absoluta de los miembros de la Asamblea.

Art. 127.- Las asambleístas y los asambleístas ejercerán una función pública al servicio del país, actuarán con sentido nacional, serán responsables políticamente ante la sociedad de sus acciones u omisiones en el cumplimiento de sus deberes y atribuciones, y estarán obligados a rendir cuentas a sus mandantes.

Las asambleístas y los asambleístas no podrán:

1. Desempeñar ninguna otra función pública o privada, ni dedicarse a sus actividades profesionales si fueran incompatibles con su cargo, excepto la docencia universitaria siempre que su horario lo permita.
2. Ofrecer, tramitar, recibir o administrar recursos del Presupuesto General del Estado, salvo los destinados al funcionamiento administrativo de la Asamblea Nacional.
3. Gestionar nombramientos de cargos públicos.
4. Percibir dietas u otros ingresos de fondos públicos que no sean los correspondientes a su función de asambleístas.
5. Aceptar nombramientos, delegaciones, comisiones o representaciones remuneradas de otras funciones del Estado.
6. Integrar directorios de otros cuerpos colegiados de instituciones o empresas en las que tenga participación el Estado.
7. Celebrar contratos con entidades del sector público. Quien incumpla alguna de estas prohibiciones perderá la calidad de asambleísta, además de las responsabilidades que determine la ley.

Art. 128.- Las asambleístas y los asambleístas gozarán de fuero de Corte Nacional de Justicia durante el ejercicio de sus funciones; no serán civil ni penalmente responsables por las opiniones que emitan, ni por las decisiones o actos que

realicen en el ejercicio de sus funciones, dentro y fuera de la Asamblea Nacional. Para iniciar causa penal en contra de una asambleísta o de un asambleísta se requerirá autorización previa de la Asamblea Nacional, excepto en los casos que no se encuentren relacionados con el ejercicio de sus funciones. Si la solicitud de la jueza o juez competente en la que pide la autorización para el enjuiciamiento no se contesta en el plazo de treinta días, se entenderá concedida. Durante los periodos de receso se suspenderá el decurso del plazo mencionado. Solo se les podrá privar de libertad en caso de delito flagrante o sentencia ejecutoriada. Las causas penales que se hayan iniciado con anterioridad a la posesión del cargo continuarán en trámite ante la jueza o juez que avocó el conocimiento de la causa.

Sección segunda

Control de la acción de gobierno.

Art. 129.- La Asamblea Nacional podrá proceder al enjuiciamiento político de la Presidenta o Presidente, o de la Vicepresidenta o Vicepresidente de la República, a solicitud de al menos una tercera parte de sus miembros, en los siguientes casos:

1. Por delitos contra la seguridad del Estado.
2. Por delitos de concusión, cohecho, peculado o enriquecimiento ilícito.
3. Por delitos de genocidio, tortura, desaparición forzada de personas, secuestro u homicidio por razones políticas o de conciencia. Para iniciar el juicio político se requerirá el dictamen de admisibilidad de la Corte Constitucional, pero no será necesario el enjuiciamiento penal previo. En un plazo de setenta y dos horas, concluido el procedimiento establecido en la ley, la Asamblea Nacional resolverá motivadamente con base en las pruebas de descargo presentadas por la Presidenta o Presidente de la República. Para proceder a la censura y destitución se requerirá el voto favorable de las dos terceras partes de los miembros de la

Asamblea Nacional. Si de la censura se derivan indicios de responsabilidad penal, se dispondrá que el asunto pase a conocimiento de la jueza o juez competente.

Art. 130.- La Asamblea Nacional podrá destituir a la Presidenta o

Presidente de la República en los siguientes casos:

1. Por arrogarse funciones que no le competan constitucionalmente, previo dictamen favorable de la Corte Constitucional.
2. Por grave crisis política y conmoción interna. En un plazo de setenta y dos horas, concluido el procedimiento establecido en la ley, la Asamblea Nacional resolverá motivadamente con base en las pruebas de descargo presentadas por la Presidenta o Presidente de la República. Para proceder a la destitución se requerirá el voto favorable de las dos terceras partes de los miembros de la Asamblea Nacional.

De prosperar la destitución, la Vicepresidenta o Vicepresidente asumirá la Presidencia de la República. Esta facultad podrá ser ejercida por una sola vez durante el periodo legislativo, en los tres primeros años del mismo. En un plazo máximo de siete días después de la publicación de la resolución de destitución, el Consejo Nacional Electoral convocará para una misma fecha a elecciones legislativas y presidenciales anticipadas para el resto de los respectivos periodos. La instalación de la Asamblea Nacional y la posesión de la Presidenta o Presidente electo tendrá lugar de acuerdo con lo previsto en la Constitución, en la fecha determinada por el Consejo Nacional Electoral.

Art. 131.- La Asamblea Nacional podrá proceder al enjuiciamiento político, a solicitud de al menos una cuarta parte de sus miembros y por incumplimiento de las funciones que les asignan la Constitución y la ley, de las ministras o ministros de Estado, o de la máxima autoridad de la Procuraduría General del Estado, Contraloría General del Estado, Fiscalía

General del Estado, Defensoría del Pueblo, Defensoría Pública General, Superintendencias, y de los miembros del Consejo Nacional Electoral, Tribunal Contencioso Electoral, Consejo de la Judicatura y Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, y de las demás autoridades que la Constitución determine, durante el ejercicio de su cargo y hasta un año después de terminado. Para proceder a su censura y destitución se requerirá el voto favorable de la mayoría absoluta de los miembros de la Asamblea Nacional, con excepción de las ministras o ministros de Estado y los miembros de la Función Electoral y del Consejo de la Judicatura, en cuyo caso se requerirá las dos terceras partes. La censura producirá la inmediata destitución de la autoridad. Si de los motivos de la censura se derivan indicios de responsabilidad penal, se dispondrá que el asunto pase a conocimiento de la autoridad competente.

Sección tercera

Procedimiento legislativo

Art. 132.- La Asamblea Nacional aprobará como leyes las normas generales de interés común. Las atribuciones de la Asamblea Nacional que no requieran de la expedición de una ley se ejercerán a través de acuerdos o resoluciones. Se requerirá de ley en los siguientes casos:

1. Regular el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales.
2. Tipificar infracciones y establecer las sanciones correspondientes.
3. Crear, modificar o suprimir tributos, sin menoscabo de las atribuciones que la Constitución confiere a los gobiernos autónomos descentralizados.
4. Atribuir deberes, responsabilidades y competencias a los gobiernos autónomos descentralizados.
5. Modificar la división político-administrativa del país, excepto en lo relativo a las parroquias.

6. Otorgar a los organismos públicos de control y regulación la facultad de expedir normas de carácter general en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales.

Art. 133.- Las leyes serán orgánicas y ordinarias.

Serán leyes orgánicas:

1. Las que regulen la organización y funcionamiento de las instituciones creadas por la Constitución.
2. Las que regulen el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales.
3. Las que regulen la organización, competencias, facultades y funcionamiento de los gobiernos autónomos descentralizados.
4. Las relativas al régimen de partidos políticos y al sistema electoral. La expedición, reforma, derogación e interpretación con carácter generalmente obligatorio de las leyes orgánicas requerirán mayoría absoluta de los miembros de la Asamblea Nacional. Las demás serán leyes ordinarias, que no podrán modificar ni prevalecer sobre una ley orgánica.

Art. 134.- La iniciativa para presentar proyectos de ley corresponde:

1. A las asambleístas y los asambleístas, con el apoyo de una bancada legislativa o de al menos el cinco por ciento de los miembros de la Asamblea Nacional.
2. A la Presidenta o Presidente de la República.
3. A las otras funciones del Estado en los ámbitos de su competencia.
4. A la Corte Constitucional, Procuraduría General del Estado, Fiscalía General del Estado, Defensoría del Pueblo y Defensoría Pública en las materias que les corresponda de acuerdo con sus atribuciones.
5. A las ciudadanas y los ciudadanos que estén en goce de los derechos políticos y a las organizaciones sociales que cuenten con el respaldo de por lo menos el cero punto veinticinco por ciento de las ciudadanas y ciudadanos inscritos en el padrón electoral nacional.

6. Quienes presenten proyectos de ley de acuerdo con estas disposiciones podrán participar en su debate, personalmente o por medio de sus delegados.

Art. 135.- Sólo la Presidenta o Presidente de la República podrá presentar proyectos de ley que creen, modifiquen o supriman impuestos, aumenten el gasto público o modifiquen la división político administrativa del país.

Art. 136.- Los proyectos de ley deberán referirse a una sola materia y serán presentados a la Presidenta o Presidente de la Asamblea Nacional con la suficiente exposición de motivos, el articulado que se proponga y la expresión clara de los artículos que con la nueva ley se derogarían o se reformarían. Si el proyecto no reúne estos requisitos no se tramitará.

Art. 137.- El proyecto de ley será sometido a dos debates. La Presidenta o Presidente de la Asamblea Nacional, dentro de los plazos que establezca la ley, ordenará que se distribuya el proyecto a los miembros de la Asamblea y se difunda públicamente su extracto, y enviará el proyecto a la comisión que corresponda, que iniciará su respectivo conocimiento y trámite. Las ciudadanas y los ciudadanos que tengan interés en la aprobación del proyecto de ley, o que consideren que sus derechos puedan ser afectados por su expedición, podrán acudir ante la comisión y exponer sus argumentos. Aprobado el proyecto de ley, la Asamblea lo enviará a la Presidenta o Presidente de la República para que lo sancione u objete de forma fundamentada. Sancionado proyecto de ley o de no haber objeciones dentro del plazo de treinta días posteriores a su recepción por parte de la Presidenta o Presidente de la República, se promulgará la ley, y se publicará en el Registro Oficial.

Art. 138.- Si la Presidenta o Presidente de la República objeta totalmente el proyecto de ley, la Asamblea podrá volver a considerarlo solamente después de un año contado a partir de la fecha de la objeción. Transcurrido este plazo, la Asamblea podrá ratificarlo en un solo debate, con el voto favorable de las dos terceras partes de sus miembros, y lo enviará inmediatamente al Registro Oficial para su publicación. Si la objeción fuera parcial, la Presidenta o Presidente de la República presentará un texto alternativo, que no podrá incluir materias no

contempladas en el proyecto; igual restricción observara la Asamblea Nacional en la aprobación de las modificaciones sugeridas.

La Asamblea examinará la objeción parcial dentro del plazo de treinta días, contados a partir de la fecha de su entrega y podrá, en un solo debate, allanarse a ella y enmendar el proyecto con el voto favorable de la mayoría de asistentes a la sesión. También podrá ratificar el proyecto inicialmente aprobado, con el voto favorable de las dos terceras partes de sus miembros.

En ambos casos, la Asamblea enviará la ley al Registro Oficial para su publicación. Si la Asamblea no considera la objeción en el plazo señalado, se entenderá que se ha allanado a ésta y la Presidenta o Presidente de la República dispondrá la promulgación de la ley y su publicación en el Registro Oficial. Si la objeción fuera también por inconstitucionalidad, se resolverá primero la objeción por inconstitucionalidad. Si la objeción fuera también por inconstitucionalidad, se resolverá primero la objeción por inconstitucionalidad.

Art. 139.- Si la objeción de la Presidenta o Presidente de la República se fundamenta en la inconstitucionalidad total o parcial del proyecto, requerirá dictamen de la Corte Constitucional, que lo emitirá dentro del plazo de treinta días. Si el dictamen confirmara la inconstitucionalidad total del proyecto, éste será archivado, y si esta fuera parcial, la Asamblea Nacional realizará las enmiendas necesarias para que el proyecto pase a la sanción de la Presidenta o Presidente de la República. Si la Corte Constitucional dictamina que no hay inconstitucionalidad, la Asamblea Nacional lo promulgará y ordenará su publicación.

Art. 140.- La Presidenta o Presidente de la República podrá enviar a la Asamblea Nacional proyectos de ley calificados de urgencia en materia económica. La Asamblea deberá aprobarlos, modificarlos o negarlos dentro de un plazo máximo de treinta días a partir de su recepción. El trámite para la presentación, discusión y aprobación de estos proyectos será el ordinario, excepto en cuanto a los plazos anteriormente establecidos.

Según (ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, 2013)

Mientras se discuta un proyecto calificado de urgente, la Presidenta o Presidente de la República no podrá enviar otro, salvo que se haya decretado el estado de excepción. Cuando en el plazo señalado la Asamblea no apruebe, modifique o niegue el proyecto calificado de urgente en materia económica, la Presidenta o Presidente de la República lo promulgará como decreto-ley y ordenará su publicación en el Registro Oficial. La Asamblea Nacional podrá en cualquier tiempo modificarla o derogarla, con sujeción al trámite ordinario previsto en la Constitución.”

1.5. MARCO LEGAL

1.5.1. Recursos Humanos proceso de contratación.

La Disposición Transitoria Segunda de la ley dispone que el Consejo de la Administración Legislativa, en el plazo de tres meses expedirá todos los reglamentos internos necesarios para el funcionamiento de la Asamblea Nacional del Ecuador y de sus trabajadores, también señalará el procedimiento y condiciones de las contrataciones así como los requisitos de la formación y experiencia y las prohibiciones de nepotismo con la autoridad nominadora.

En el procedimiento de contratación se estudia el perfil, impedimentos, se da a conocer derechos y obligaciones para los asistentes administrativos (Relacionista o Comunicador) que van a prestar sus servicios a la Asamblea Nacional del Ecuador.

1.5.2. Asesores y asistentes administrativos.

Los asambleístas principales que integran la Asamblea Nacional del Ecuador tienen derecho a solicitar la contratación de un máximo nivel de un asesor 1, un asesor nivel 2, y un asistente administrativo (relacionista o comunicador). Los asistentes administrativos serán considerados servidores públicos y suscribirán un contrato de servicios autorizados por el Presidente de la Asamblea Nacional o delegado previo en el informe de la Dirección de Recursos Humanos.

1.5.3. Normas comunes sobre el perfil e impedimentos de los asesores y asistentes administrativos.

1.5.3.1. Formación académica del asistente administrativo (relacionista o comunicador).-

Los asistentes administrativos de los asambleístas acreditarán experiencia suficiente en temas relacionados con las actividades que desempeñen, título de tercer nivel.

1.5.3.2. Impedimentos para ser contratado como Asistente Administrativos.

- a) Encontrarse en interdicción civil, concurso de acreedores o insolvencia declarada judicialmente.
- b) Estar en mora en cualquier institución del Estado por contribución o servicio que tenga un año de ser exigible.
- c) Haber sido destituido y condenado por sentencia debidamente ejecutoriada por peculado, abuso de recursos públicos, cohecho concusión, enriquecimiento ilícito, contrabando, tráfico de estupefacientes y psicotrópicos, defraudaciones a las instituciones o empresas del estado, beneficiarios de créditos vinculados en contravención a la ley.
- d) Desempeñar otro puesto público a excepción de la cátedra universitaria, si su horario lo permite.
- e) Haber sido indemnizado por supresión de puesto o renuncia voluntaria o retiro voluntario para acogerse a la jubilación, en la Comisión Legislativa y de Fiscalización y en la Asamblea Nacional.
- f) Mantener litigios pendientes de sentencias con la Función Legislativa, por evidente conflicto de intereses.
- g) Ser pariente en cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con el presidente de la Asamblea Nacional y con cualquier asambleísta principal.

1.5.3.3. Documentos para presentar en la Asamblea Nacional para Asistentes Administrativos (relacionista o comunicador).

- a) Presentar la declaración juramentada de no encontrarse en nepotismo con la autoridad nominadora o los asambleístas, y no tener impedimento o inhabilidad alguna para desempeñar cargo público en el que se incluirá la certificación conferida por el SENRES.
- b) Presentar la declaración patrimonial juramentada que incluirá activos y pasivos, así como la autorización para que de ser necesario, se levante el sigilo de sus cuentas bancarias.
- c) Curriculum Vitae.
- d) Título de tercer nivel.

1.5.3.4. Elaboración de contratos.

El Presidente de la Asamblea Nacional o su delegado autorizarán la contratación de los asesores a pedido de los asambleístas de los órganos y unidades de la Asamblea Nacional.

Las peticiones para la contratación de los asistentes administrativos se realizan por escrito o a través de los medios tecnológicos disponibles. A la solicitud deberán adjuntarse a la documentación habilitante prevista en el reglamento y así las respectivas hojas de vida que evidencien y demuestren su formación académica y/o experiencia laboral y profesional.

La Dirección de Recursos Humanos de la Asamblea Nacional requerirá la documentación adicional necesaria para formalizar su relación contractual para que no exista nepotismo. (ASAMBLEA NACIONAL EL ECUADOR, 2013)

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN

2.1. Diagnóstico interno.

2.1.1. Metodología de la investigación.

La investigación que se realiza pretende conocer el perfil actual de los asesores en el área de Relaciones Públicas y Comunicación y la carencia del profesional del mismo en los despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador, debido a que en las oficinas de los legisladores el cargo de relacionistas es reemplazado por otros profesionales. Se aplicarán encuestas a los 130 trabajadores es decir a los actuales asesores de comunicación que manejan las relaciones públicas de cada asambleísta, ya que estas se manejan en su mayoría en forma empírica.

2.1.2. Objetivo General.

Conocer el porcentaje de los trabajadores de cada despacho que aplican las Relaciones Públicas de manera empírica y profesional, mediante una investigación cuantitativa.

2.1.3. Propósito de la investigación.

- Determinar el número de trabajadores que tienen el título profesional en Relaciones Públicas.
- Investigar quienes aplican las Relaciones Públicas netas en cada despacho según las exigencias de los asambleístas.
- Determinar las necesidades que exige cada despacho en el tema de las Relaciones Públicas.

- Determinar la importancia de las Relaciones Públicas en Instituciones gubernamentales.
- Analizar el desenvolvimiento de los trabajadores de comunicación de forma empírica versus profesionales titulados del área.

2.1.4. Niveles de investigación.

- Observacional.- Permite conocer las actitudes de los encuestados al momento de responder las preguntas.
- Descriptiva.- Permite diagnosticar el problema es decir la falta de profesionales en el área de relaciones públicas en la institución.
- Exploratoria.- Determina la importancia de un profesional de relaciones públicas dentro del despacho del legislador en la Asamblea Nacional del Ecuador.
- Explicativo.- mediante las opiniones obtenidas en la investigación se pretenderá analizar las causas por las cuales no se formaliza el papel del relacionista en las actividades de la Asamblea Nacional del Ecuador.

2.1.5. Métodos de investigación.

- Inductivo.- se investigará situaciones particulares dadas en el desarrollo de las Relaciones Públicas en cada despacho de la Asamblea Nacional del Ecuador.
 - Imagen.- El empírico de Relaciones Públicas no exige a su jefe el cuidado de su imagen ante los medios, a diferencia del profesional de Relaciones Públicas mantiene una imagen pulcra de su representado.
 - Campaña.- Elaboración de campañas netas de Relaciones Públicas, para poder llegar a la audiencia.
 - Gestión de crisis.- Elaboración de un manual de crisis, en caso de que el asambleísta se vea envuelto en algún problema de cualquier índole.
 - Rueda de prensa.- Requiere la planificación correcta de las herramientas comunicacionales, para poder rendir cuentas claras.

- Manejo de medios.-Mantener siempre un contacto directo con el medio de comunicación, y permitir el acceso rápido a la información para evitar rumores acerca del asambleísta.
- Analítico.- mediante el análisis se conocerá el desenvolvimiento de las personas empíricas a los profesionales de Relaciones Públicas.
- Sintético.- La carrera de Relaciones Públicas no es aun tan conocida en el Ecuador, las personas no se percatan de prepararse en esta área para ocupar cargo de relacionista que es indispensable para una figura política.

2.2. Fuentes de investigación.

2.2.1. Fuentes Primarias

- Encuestas.- se encuestarán a los 130 trabajadores que ejercen las Relaciones Públicas en cada despacho de la Asamblea Nacional del Ecuador.

2.2.2. Fuentes secundarias.

- Bibliografía.- libros sobre Relaciones Públicas, y la Asamblea Nacional.

2.2.3. Fuentes terciarias.

- Páginas de Internet.- webs oficiales de la Asamblea Nacional del Ecuador y de otros países.

2.2.4. Modelo de encuesta.

Encuesta para quienes ejercen las Relaciones Públicas en los despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador

Encuesta aplicada a los comunicadores o asesores de los 130 despachos de la Asamblea Nacional del Ecuador.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS ENCUESTA

Buenos días /tardes. La presente encuesta tiene por objetivo recabar información que será de gran utilidad para el trabajo de titulación que estoy realizando, con el fin de obtener mi título universitario en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional en la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). Sus respuestas a este cuestionario serán de carácter reservado.

Datos Generales

1. Cargo _____
2. Edad: 24 a 34 años 35 a 45 años 46 en adelante
3. Tiempo en el cargo: 1 mes a 6 meses 7 meses a 1 año
1 año a 3 años 3 años en adelante
4. ¿Usted es un profesional en?:

Relaciones Públicas		Publicidad	
Periodismo		Otros indique	
Diseño Gráfico		En proceso. Indique cuál?	

5. ¿Señale con una **x** las funciones que desempeña en su despacho?

a) Gestión de las Comunicaciones Internas, y externas.	
b) Análisis y crecimiento de proyectos.	

c) Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.	
d) Trabajo en conjunto con otras disciplinas	

6. Señale con una “x” ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación utiliza usted en su despacho?

a) Dossier de prensa	
b) Reuniones de trabajo	
c) Boletines de prensa	
d) Clipping	
e) Eventos	
f) todas	
Otras/ indique	

7. ¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo acerca de su Asambleísta?

Medios	Local	Provincial	Nacional
Radio			
TV			
Gráfico			
Digital			

8. ¿Cómo actuaría usted como comunicador si la imagen de su asambleísta se encuentra afectada? Según el caso, una con una línea.

Caso hipotético

Solución

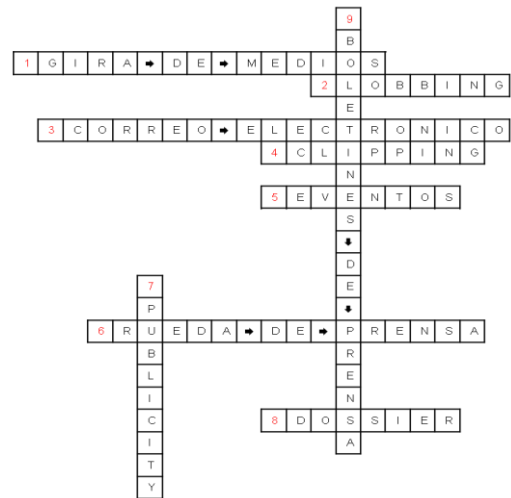
- | | |
|---|------------------|
| a) Problemas económicos | Sigilosamente |
| b) Problemas políticos | Guardar silencio |
| c) Problemas íntimos/personales/sentimentales | Estratégicamente |

9. Señale la respuesta correcta: Las Relaciones Públicas fueron creadas por:

- a) George Creel
- b) Dennis Wilcox
- c) Ivy Lee
- d) Kofi Annan
- e) Otros....cuál?

10. Coloque el número según corresponda en el siguiente cuadro sobre las herramientas de comunicación.

- 1. Visita a varios medios de comunicación
- 2. Reunión privada sin medios de comunicación
- 3. Envío de información por canales electrónicos
- 4. Seguimiento de medios
- 5. Actividad especial que se realiza en un espacio para celebrar un acontecimiento
- 6. Reunión con los medios de comunicación
- 7. Publicidad gratuita
- 8. Información que se entrega a los medios de comunicación
- 9. Herramienta importante para difundir noticias



11. Escriba junto a cada definición el literal del concepto al que corresponda.

Concepto

Definición

- | | |
|---------------|---|
| a) Estrategia | ___ Estimación de posibles condiciones del plan |
| b) Objetivo | ___ Médula de un plan y meta a alcanzar |
| c) Pronóstico | ___ Acción específica y directa que se emprenden en un plan |
| d) Táctica | ___ Herramientas que se utiliza para el cumplimiento de objetivos |

11. Según el autor Dennis Wilcox, relacionista público, en Gestión Estratégica de Conflictos existen 4 fases, y los conceptos de cada fase se los pone a continuación, coloque la letra según corresponda.

- a) Proactiva Restablecimiento de imagen
- b) Recuperación Nivel crítico de impacto
- c) Estratégica Aplicación de 3 estrategias generales
- d) Reactiva Impide un conflicto

12. Subraye la respuesta correcta ¿En términos de comunicación, cómo se los llama a los públicos vinculados?

- a) Público Interno
- b) Públicos potenciales
- c) Stakeholders

13. Ordene en forma ascendente iniciando desde el numeral 1 al 5 el proceso de la comunicación.

Fuente Señal Destino Codificador Descodificador

14. Señale una semejanza y una diferencia entre Imagen e Identidad corporativa.

Semejanza	Diferencia
<input type="checkbox"/> Los 2 son un pilar fundamental en la empresa.	<input type="checkbox"/> La imagen es una falsificación de la identidad.
<input type="checkbox"/> Son exactamente iguales	<input type="checkbox"/> La imagen son elementos de comunicación y la identidad son un conjunto de criterios.

Verdadero o Falso

15. ¿Las relaciones públicas tienen como objetivo promover actitudes favorables de los diversos tipos de públicos hacia la organización?

Verdadero Falso

16. ¿Los orígenes de las técnicas de relaciones públicas datan de principios del siglo XX?

Verdadero Falso

17. ¿La reputación institucional o corporativa es un capital de confianza, solvencia financiera y solvencia ética?

Verdadero Falso

18. ¿Los públicos internos involucran a todos los sectores que actúan dentro y fuera de la organización?

Verdadero Falso

19. ¿Conoce usted acerca del Código de Ética de RRPP?

Si ___ No ___

Señale la característica correcta del contenido del Código de Ética de RRPP:

a) Conducta profesional, compromiso social y decálogo de RRPP

b) Procesos, estrategias, tácticas y alianzas estratégicas _____

c) Campañas sociales, marketing social, filantropía y RSE _____

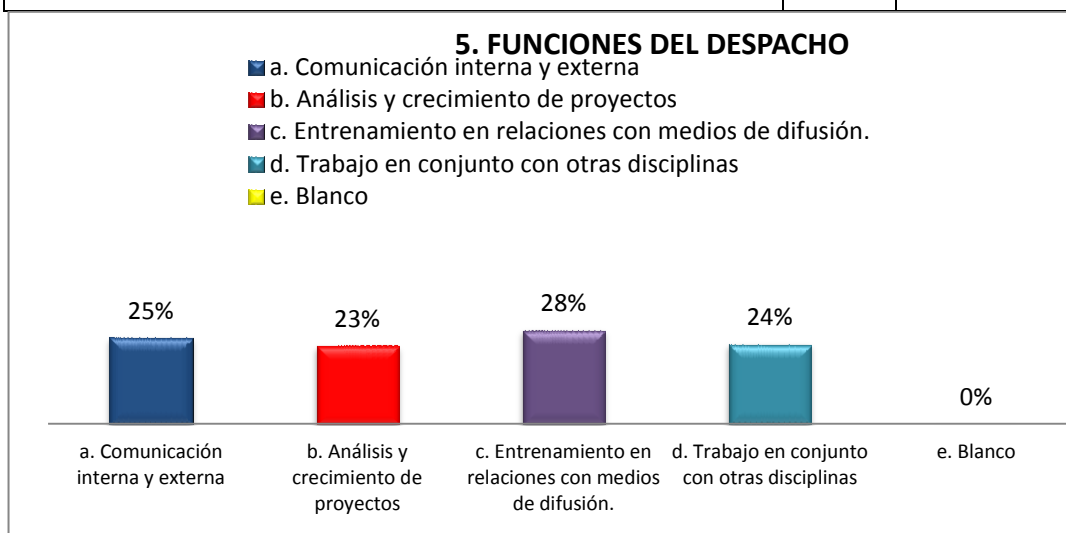
¡Gracias por su tiempo!

2.3. Tabulación y Resultados.

2.3.1. Cuadros estadísticos Generales.

¿Señale con una x las funciones que desempeña en su despacho?

5. FUNCIONES DEL DESPACHO		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Comunicación interna y externa	99	25%
b. Análisis y crecimiento de proyectos	90	23%
c. Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.	108	28%
d. Trabajo en conjunto con otras disciplinas	92	24%
e. Blanco	0	0%
	389	100%

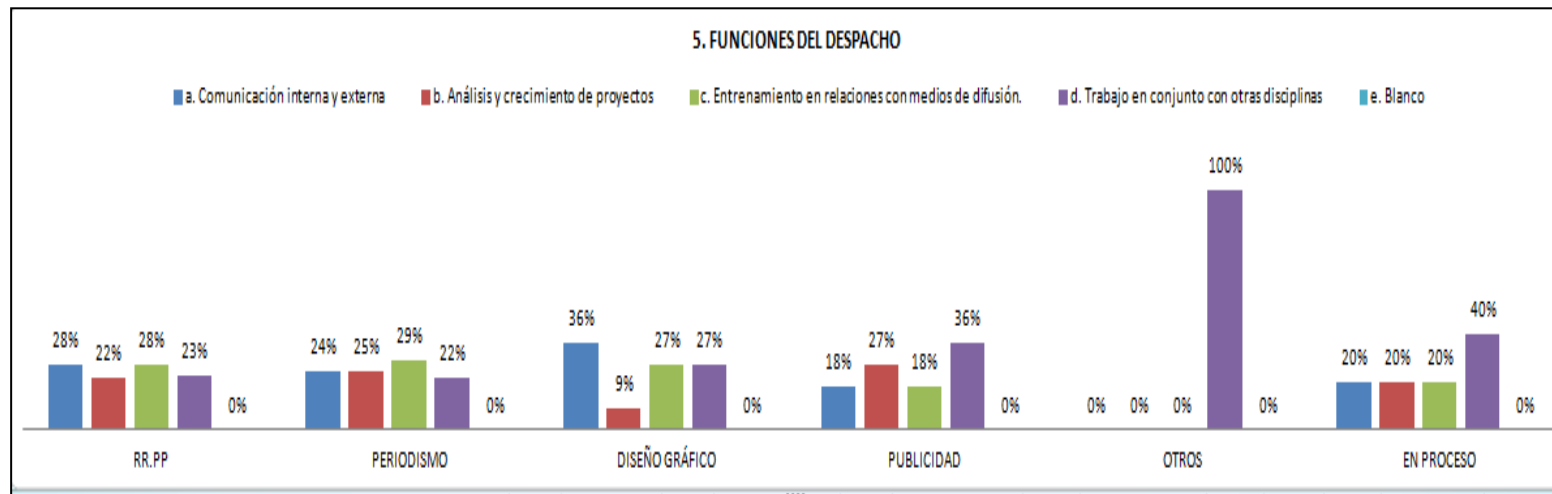


El 25% de los trabajadores realizan comunicación interna y externa, mientras que el 23% hacen análisis de crecimiento y proyectos, el 28% entrenamiento en relaciones con medios de difusión y el 24% trabaja en conjunto con otras disciplinas.

2.3.2. Cuadro estadístico por profesión.

¿Señale con una x las funciones que desempeña en su despacho?

5. FUNCIONES DEL DESPACHO												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Comunicación interna y externa	41	28%	49	24%	4	36%	4	18%	0	0%	1	20%
b. Análisis y crecimiento de proyectos	32	22%	50	25%	1	9%	6	27%	0	0%	1	20%
c. Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.	41	28%	59	29%	3	27%	4	18%	0	0%	1	20%
d. Trabajo en conjunto con otras disciplinas	34	23%	44	22%	3	27%	8	36%	1	100%	2	40%
e. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	148	100%	202	100%	11	100%	22	100%	1	100%	5	100%

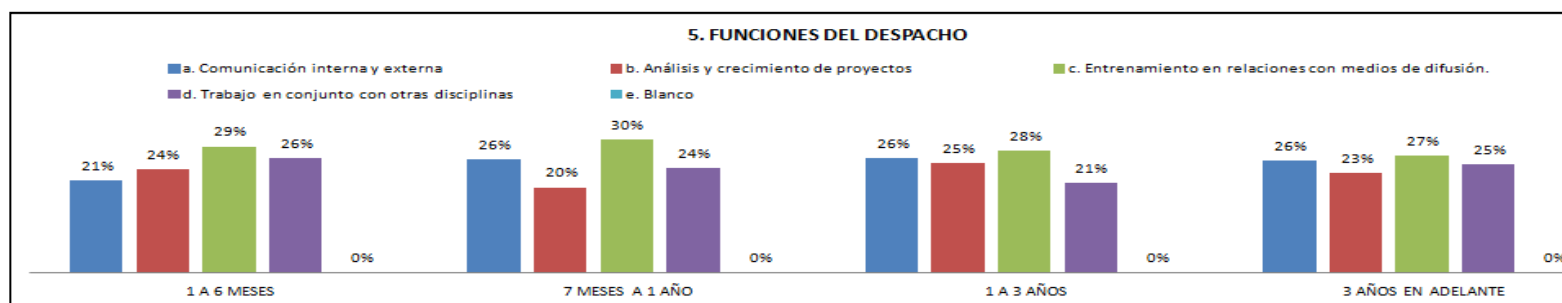


La comunicación interna y externa es más utilizada por Relaciones Públicas con el 28% y diseño gráfico con el 36%, mientras que en otras carreras se realiza en menos porcentaje esta función. Análisis de proyectos es más realizada por el 27% de trabajadores, Entrenamiento en relación con medios de difusión lo realizan el 27%- 29% de relaciones públicas, periodismo y diseño gráfico, El trabajo en conjunto con otras disciplinas lo realizan con el 36% publicidad, 40% de quienes actualmente están en proceso su profesión

2.3.3. Cuadro estadístico por tiempo laboral

¿Señale con una x las funciones que desempeña en su despacho?

5. FUNCIONES DEL DESPACHO									
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	TOTAL
a. Comunicación interna y externa	8	21%	12	26%	28	26%	51	26%	26%
b. Análisis y crecimiento de proyectos	9	24%	9	20%	27	25%	45	23%	23%
c. Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.	11	29%	14	30%	30	28%	53	27%	27%
d. Trabajo en conjunto con otras disciplinas	10	26%	11	24%	22	21%	49	25%	25%
e. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
TOTAL	38	100%	46	100%	107	100%	198	100%	100%

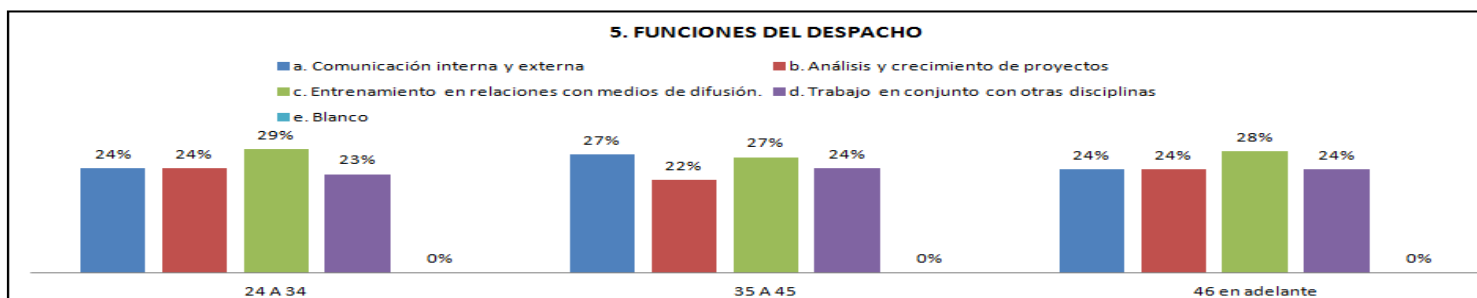


Las personas que trabajan de 7 meses en adelante utilizan la comunicación interna y externa partiendo del 26%; quienes trabajan de 1 a 6 meses y de un año a 3 años utilizan el análisis y crecimiento de procesos con el 25%; en entrenamiento en relaciones con medios de difusión es utilizada por todos con el 27% al 30%; quienes trabajan de 1 a 6 meses y de 3 años en adelante utilizan el trabajo en conjunto con otras disciplinas con el 25 y 26%.

2.3.4. Cuadro Estadístico General Edad.

¿ Señale con una x las funciones que desempeña en su despacho?

5. FUNCIONES DEL DESPACHO							
ITEMS	TOTAL	24 A 34	TOTAL	35 A 45	TOTAL	46 en adelante	
a. Comunicación interna y externa	34	24%	42	27%	23	24%	
b. Análisis y crecimiento de proyectos	34	24%	33	22%	23	24%	
c. Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.	40	29%	41	27%	27	28%	
d. Trabajo en conjunto con otras disciplinas	32	23%	37	24%	23	24%	
e. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	
TOTAL	140	100%	153	100%	96	100%	

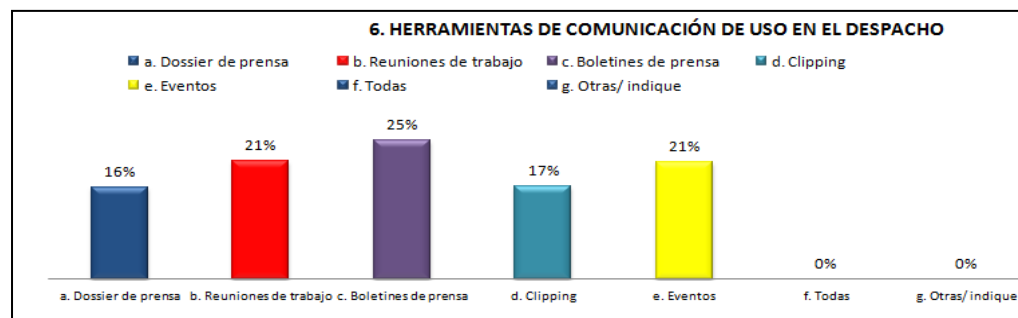


La comunicación interna y externa lo realiza el 27% en las edades de 35 a 45 años; análisis y crecimiento de proyectos es realizado por 24% entre las edades de 24 a 34 años y de 46 en adelante; entrenamiento con medios de difusión lo realiza del 27 al 29% en las edades de 24 años a 34 años, 35 a 45 años , y de 46 en adelante; el trabajo en conjunto con otras disciplinas lo realizan el 23 y 24% en todas las edades.

2.3.5. Cuadro Estadístico General.

Señale con una “x” ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación utiliza usted en su despacho?

6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE USO EN EL DESPACHO		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Dossier de prensa	77	16%
b. Reuniones de trabajo	99	21%
c. Boletines de prensa	116	25%
d. Clipping	78	17%
e. Eventos	98	21%
f. Todas	0	0%
g. Otras/ indique	0	0%
	468	

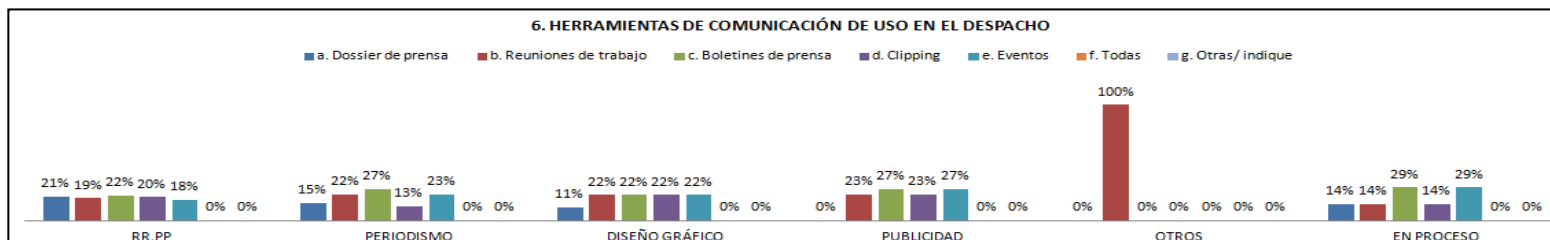


Las herramientas de comunicación que son más utilizadas en los despachos con el 25% boletines de prensa, entre el 16 y 17% dossier de prensa y clipping y el 21% son utilizadas reuniones de trabajo y eventos.

2.3.6. Cuadro Estadístico por Profesión.

Señale con una “x” ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación utiliza usted en su despacho?

6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE USO EN EL DESPACHO													
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO	TOTAL
a. Dossier de prensa	40	21%	34	15%	2	11%	0	0%	0	0%	1	14%	
b. Reuniones de trabajo	37	19%	51	22%	4	22%	5	23%	1	100%	1	14%	
c. Boletines de prensa	42	22%	62	27%	4	22%	6	27%	0	0%	2	29%	
d. Clipping	39	20%	29	13%	4	22%	5	23%	0	0%	1	14%	
e. Eventos	34	18%	52	23%	4	22%	6	27%	0	0%	2	29%	
f. Todas	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
g. Otras/ indique	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
TOTAL	192	100%	228	100%	18	100%	22	100%	1	100%	7	100%	

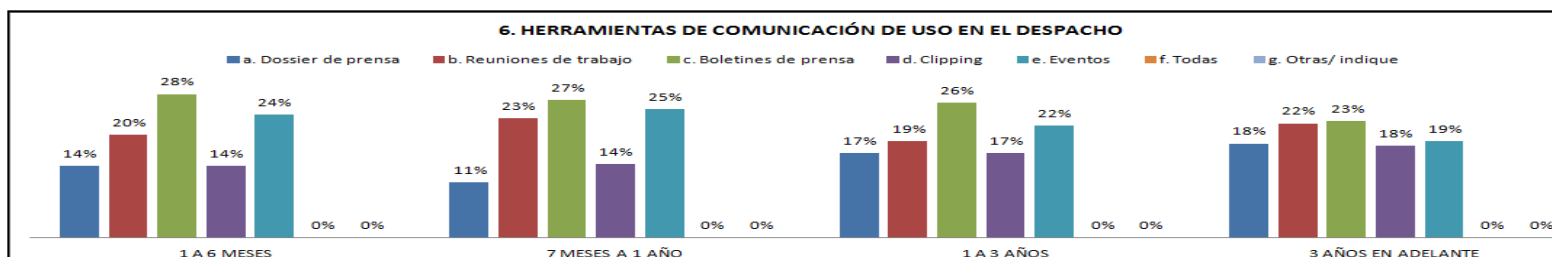


El dossier de prensa es utilizado por RRPP con el 21%; en reuniones de trabajo periodismo, diseño gráfico y publicidad utilizan entre el 22 y 23%; los boletines de prensa son utilizados por los profesionales de periodismo y publicidad con el 27%; RRPP, diseño gráfico y publicidad utilizan el clipping del 20 al 23% ; en publicidad y los trabajadores que se encuentran en proceso de su titulación usan los eventos en un 27 y 29%.

2.3.7. Cuadro Estadístico por Tiempo Laboral.

Señale con una “x” ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación utiliza usted en su despacho?

6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE USO EN EL DESPACHO									
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	
a. Dossier de prensa	7	14%	6	11%	22	17%	42	18%	
b. Reuniones de trabajo	10	20%	13	23%	25	19%	51	22%	
c. Boletines de prensa	14	28%	15	27%	35	26%	52	23%	
d. Clipping	7	14%	8	14%	22	17%	41	18%	
e. Eventos	12	24%	14	25%	29	22%	43	19%	
f. Todas	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
g. Otras/ indique	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
TOTAL	50	100%	56	100%	133	100%	229	100%	

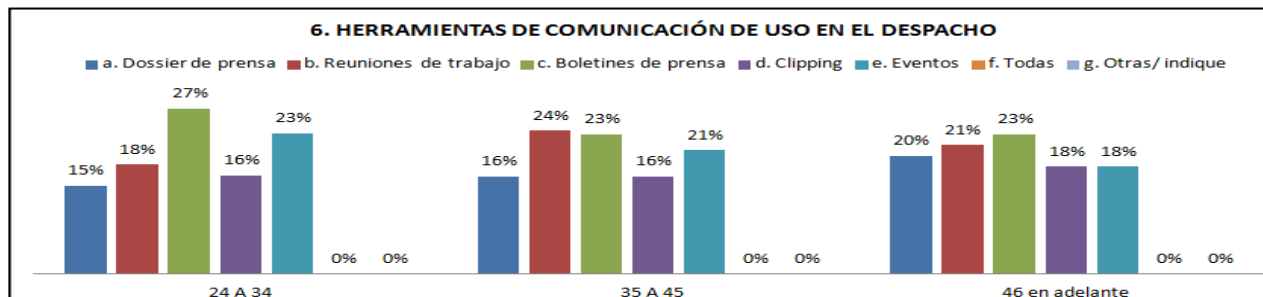


Dossier de prensa es usado en un 18% por quienes trabajan de 3 años en adelante, las reuniones de trabajo se dan entre el 22 y 23% en el tiempo laboral de 7 meses a 1 año y de 3 años en adelante; los boletines de prensa son empleados por quienes trabajan de 1 a seis meses con el 28% y de 7 meses a 1 año con el 27%; quienes trabajan de 3 años en adelante con el 18% utilizan como herramienta el clipping; quienes trabajan de 1 a 6 mese y de 7 meses a 1 año utilizan los eventos con el 24 y 25%.

2.3.8. Cuadro Estadístico General Edad.

Señale con una “x” ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación utiliza usted en su despacho?

6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE USO EN EL DESPACHO						
ITEMS	TOTAL	24 A 34	TOTAL	35 A 45	TOTAL	46 en adelante
a. Dossier de prensa	25	15%	30	16%	22	20%
b. Reuniones de trabajo	31	18%	44	24%	24	21%
c. Boletines de prensa	47	27%	43	23%	26	23%
d. Clipping	28	16%	30	16%	20	18%
e. Eventos	40	23%	38	21%	20	18%
f. Todas	0	0%	0	0%	0	0%
g. Otras/ indique	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	171	100%	185	100%	112	100%

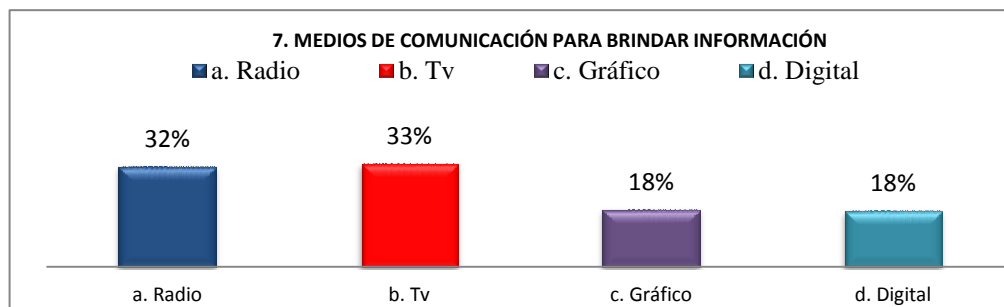


Quienes tiene 46 años de edad en adelante utilizan el dossier de prensa en un 20%; quienes tienen de 35 a 45 años de edad utilizan las reuniones trabajo con el 24% ; quienes tienen de 24 a 34 años de edad usan los boletines de prensa con el 27% , quienes tiene 46 años de edad utilizan la herramienta del clipping en un 18%; los eventos son aplicados por quienes tienen de 24 a 34 años con el 23% .

2.3.9. Cuadro Estadístico General.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo acerca de su asambleísta?

7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA BRINDAR INFORMACIÓN		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Radio	125	32%
b. Tv	129	33%
c. Gráfico	72	18%
d. Digital	70	18%
	396	

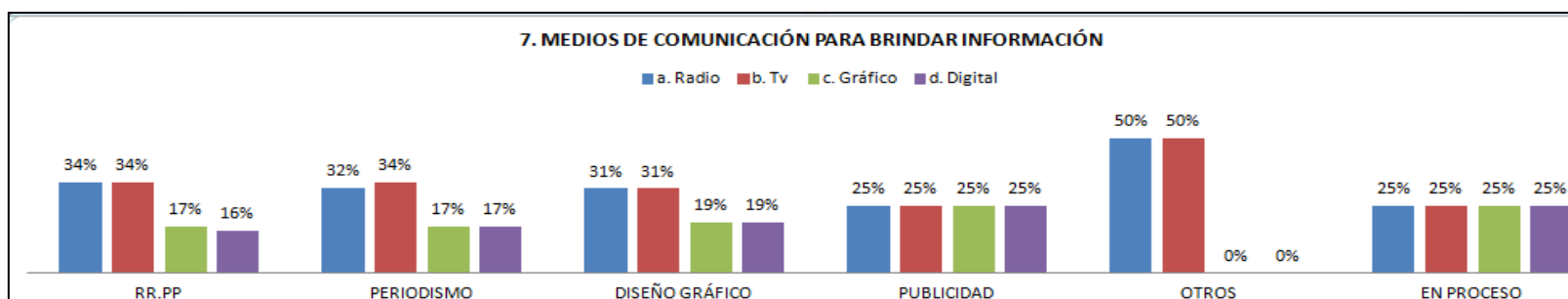


Se utiliza medio gráfico y digital con el 18%, televisión y radio con el 32%.

2.3.10. Cuadro Estadístico Por Profesión.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo a acerca de su asambleísta?

7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA BRINDAR INFORMACIÓN												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Radio	43	34%	64	32%	5	31%	10	25%	1	50%	2	25%
b. Tv	43	34%	68	34%	5	31%	10	25%	1	50%	2	25%
c. Gráfico	22	17%	35	17%	3	19%	10	25%	0	0%	2	25%
d. Digital	20	16%	35	17%	3	19%	10	25%	0	0%	2	25%
TOTAL	128	100%	202	100%	16	100%	40	100%	2	100%	8	100%

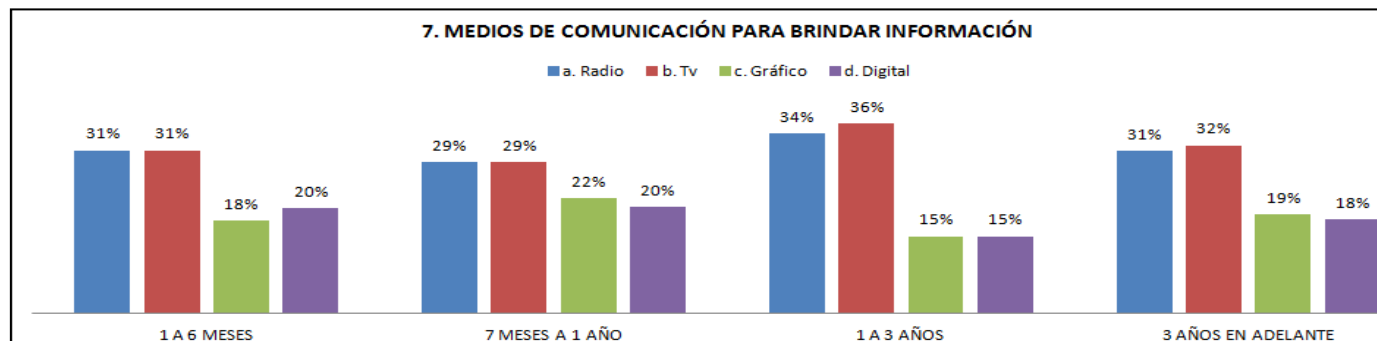


RRPP utiliza la radio y la tv en un 34%; periodismo utiliza la radio 32% radio y la tv con el 34%, diseño gráfico utiliza la radio y televisión con el 31%, publicidad utilizan todos los medios de información con el 25% , quienes son profesionales de otras carreras utilizan la radio y la tv con el 50% y quienes están en proceso de estudio utilizan todos los medios de comunicación con el 25% .

2.3.11. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo a acerca de su asambleísta?

7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA BRINDAR INFORMACIÓN								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Radio	14	31%	17	29%	35	34%	59	31%
b. Tv	14	31%	17	29%	37	36%	61	32%
c. Gráfico	8	18%	13	22%	15	15%	36	19%
d. Digital	9	20%	12	20%	15	15%	34	18%
TOTAL	45	100%	59	100%	102	100%	190	100%

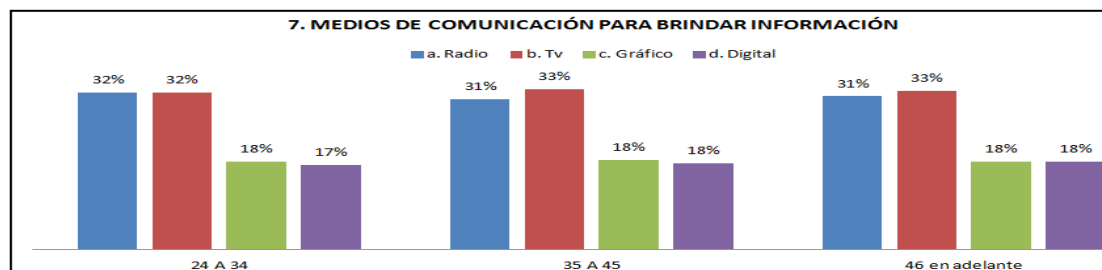


Quienes trabajan de 1 a 6 meses utilizan la radio y la tv con un 31% , quienes trabajan de 7 meses a 1 año usan la radio y la tv con el 29%, quienes trabajan de 1 a 3 años usan la radio con el 34% y la tv con el 36% finalmente quienes trabajan de 3 años en adelante usan la radio con el 31% y la tv con el 32%.

2.3.12. Cuadro Estadístico General Edad.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo a acerca de su asambleísta?

7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA BRINDAR INFORMACIÓN						
ITEMS	TOTAL	24 A 34	TOTAL	35 A 45	TOTAL	46 en adelante
a. Radio	50	32%	47	31%	28	31%
b. Tv	50	32%	50	33%	29	33%
c. Gráfico	28	18%	28	18%	16	18%
d. Digital	27	17%	27	18%	16	18%
TOTAL	155	100%	152	100%	89	100%

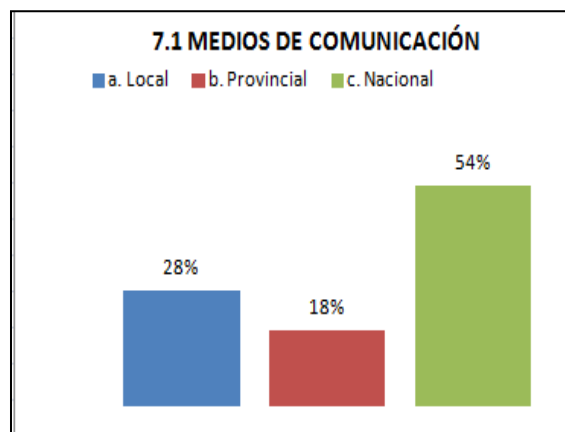


Quienes tienen de 24 a 34 años utilizan la radio y la tv con el 32%, quienes tienen de 35 a 45 años usan la radio con el 31% y la tv con el 33%, quienes tienen de 46 años en adelante utilizan la radio con el 31% y la tv con el 33%.

2.3.13. Cuadro Estadístico General.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo a acerca de su asambleísta?

7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Local	59	28%
b. Provincial	39	18%
c. Nacional	113	54%
	211	100%

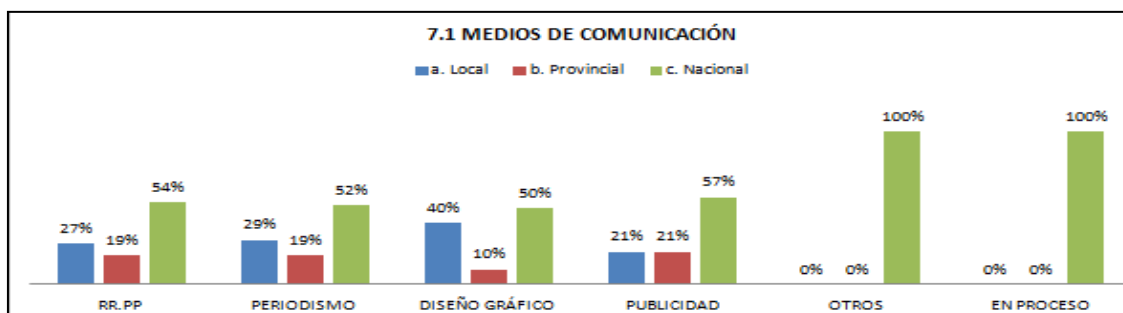


El 28% utiliza medios de comunicación locales , el 18% medios de comunicación provinciales, y el 54% nacionales.

2.3.14. Cuadro Estadístico Por Profesión.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo a acerca de su assembleísta?

7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN													
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO	TOTAL
a. Local	21	27%	31	29%	4	40%	3	21%	0	0%	0	0%	0
b. Provincial	15	19%	20	19%	1	10%	3	21%	0	0%	0	0%	0
c. Nacional	42	54%	55	52%	5	50%	8	57%	1	100%	2	100%	2
TOTAL	78	100%	106	100%	10	100%	14	100%	1	100%	2	100%	2

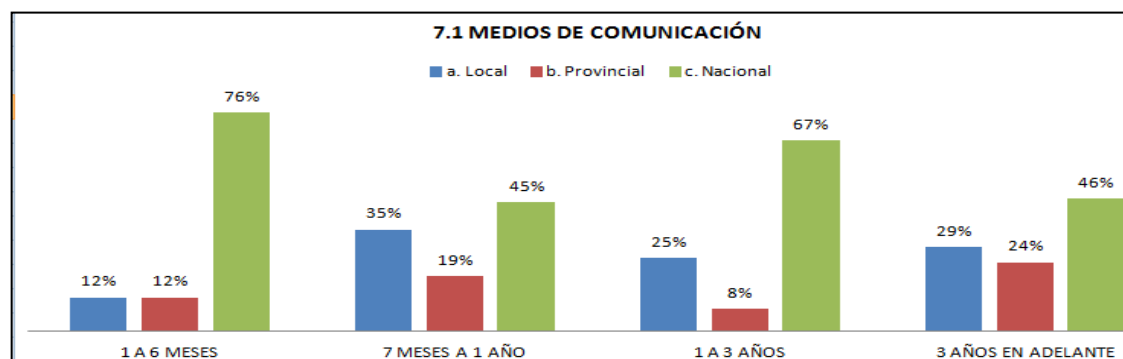


Los profesionales de RRPP usan en su mayoría los medios de comunicación nacionales con el 54%, en periodismo de igual manera con el 52% son usados los medios nacionales, en diseño gráfico el 40% usa medios locales, y el 50% nacionales, publicidad usan los medios nacionales con el 57%, y quienes se encuentran en proceso de su titulación y otras carreras utilizan los medios nacionales con el 100%.

2.3.15. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo acerca de su asambleísta?

7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES		7 MESES A 1 AÑO		1 A 3 AÑOS		3 AÑOS EN ADELANTE
a. Local	2	12%	11	35%	13	25%	33	29%
b. Provincial	2	12%	6	19%	4	8%	27	24%
c. Nacional	13	76%	14	45%	34	67%	52	46%
TOTAL	17	100%	31	100%	51	100%	112	100%

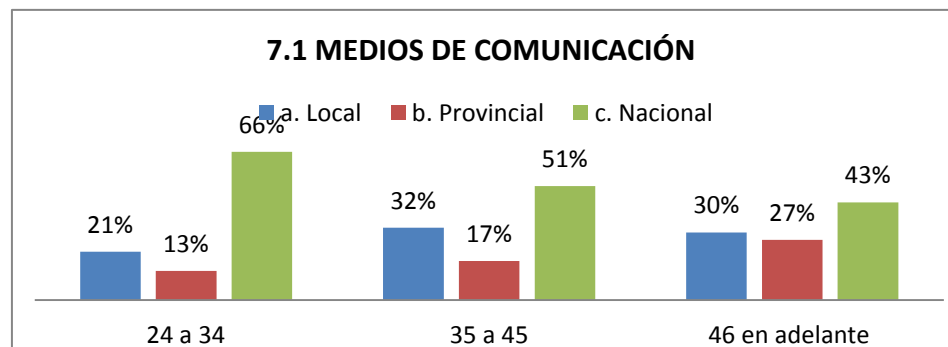


Quienes trabajan de 1 a 6 meses usan medios locales y provinciales con el 12% y nacionales con el 76%, quienes trabajan de 7 meses a 1 año usan los medios nacionales con el 45%, de 1 a 3 años en tiempo laboral usan medios nacionales con el 67%, y de tres años en adelante usan medios nacionales con el 46% .

2.3.16. Cuadro Estadístico General Edad.

¿Por qué medios de comunicación le brinda información al público interno y externo acerca de su asambleísta?

7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN						
ITEMS	TOTAL	24 a 34	TOTAL	35 a 45	TOTAL	46 en adelante
a. Local	15	21%	26	32%	18	30%
b. Provincial	9	13%	14	17%	16	27%
c. Nacional	46	66%	41	51%	26	43%
TOTAL	70	100%	81	100%	60	100%

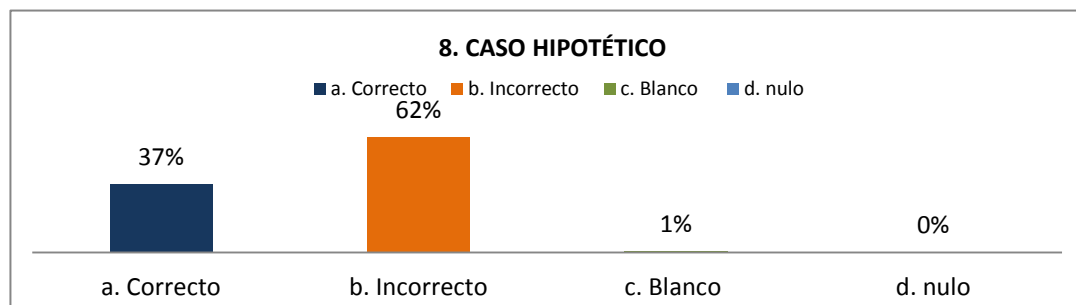


Quienes tienen de 24 a 34 años utilizan medios nacionales con el 66% , quienes tienen de 35 a 45 años de edad utilizan medios nacionales con el 51% y quienes tienen de 46 años de edad utilizan los medios nacionales con el 43% .

2.3.17. Cuadro Estadístico General.

¿Cómo actuaría usted como comunicador si la imagen de su asambleísta se encuentra afectada?

8. CASO HIPOTÉTICO		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcto	48	37%
b. Incorrecto	81	62%
c. Blanco	1	1%
d. nulo	0	0%
	130	100%

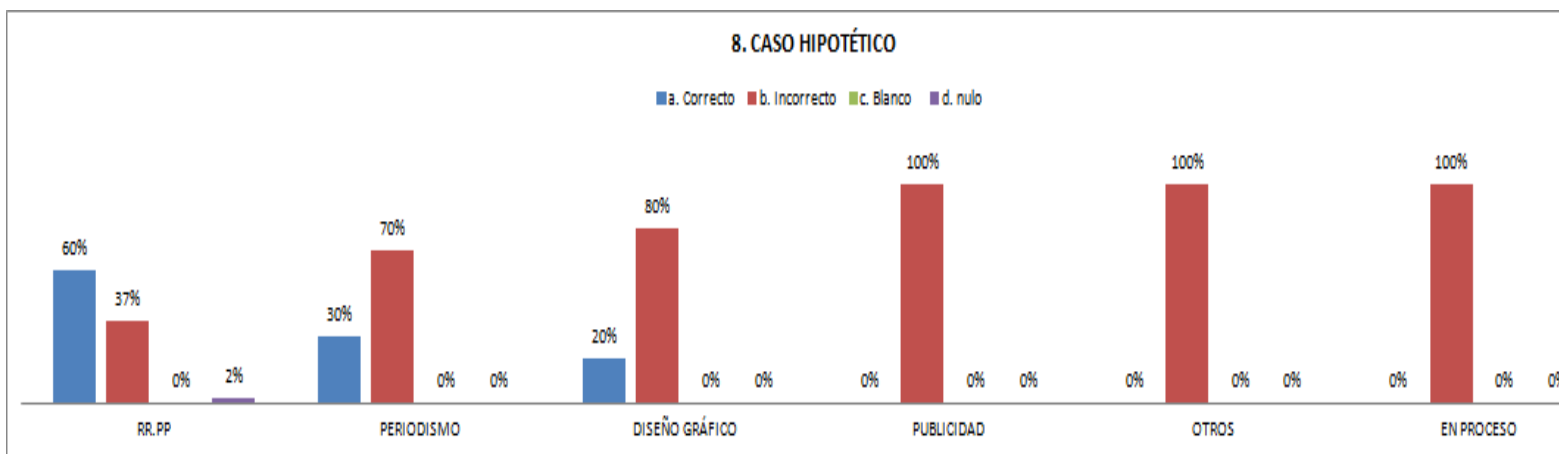


Como se puede observar el 62% de los trabajadores tomaron la opción incorrecta, mientras que el 37% tomaron la opción correcta en cuanto al caso hipotético de imagen afectada de un asambleísta.

2.3.18. Cuadro Estadístico Por Profesión.

¿Cómo actuaría usted como comunicador si la imagen de su asambleísta se encuentra afectada?

8. CASO HIPOTÉTICO													
ITEMS	TOTAL	RR,PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO	
a. Correcto	26	60%	21	30%	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	
b. Incorrecto	16	37%	48	70%	4	80%	10	100%	1	100%	2	100%	
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
d. nulo	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%	

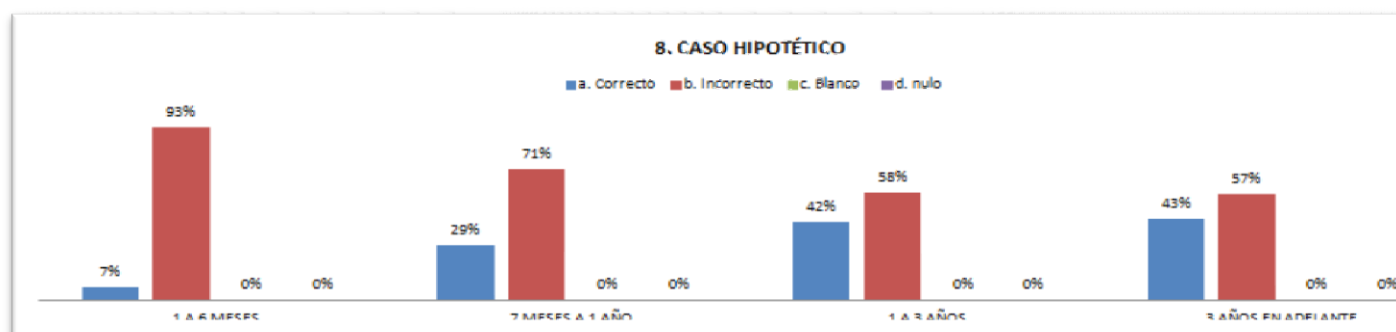


El 60% de profesionales en RRPP tomaron la respuesta correcta, mientras que el 37% lo hicieron de manera incorrecta, en periodismo el 30% de los profesionales acertaron, y con el 70% de resultados incorrectos, diseño gráfico con el 20% de aciertos y el 80% de respuestas incorrectas, publicidad, otros y en proceso obtienen un total de 0% de aciertos en la respuesta correcta, y con el 100% de respuestas erróneas.

2.3.19. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

¿Cómo actuaría usted como comunicador si la imagen de su asambleísta se encuentra afectada?

8. CASO HIPOTÉTICO									
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	
a. Correcto	1	7%	5	29%	16	42%	26	43%	
b. Incorrecto	13	93%	12	71%	22	58%	34	57%	
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
d. nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
	14	100%	17	100%	38	100%	60	100%	

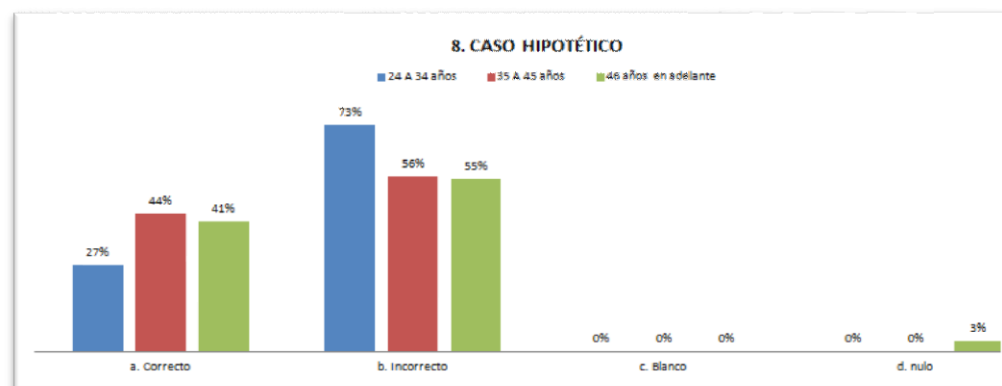


Quienes trabajan de 1 a 6 meses obtiene el 7% en la respuesta correcta mientras que el 93% es incorrecto, quienes trabajan de 7 meses a 1 año obtienen el 29% de respuesta correcta y de manera incorrecta el 71%, quienes laboran de 1 a 3 años tienen el 42% de aciertos y con el 58% de manera incorrecta, finalmente los trabajadores de 3 años en adelante tienen el 43% aciertos y el 57% incorrecto.

2.3.20. Cuadro Estadístico General Edad.

¿Cómo actuaría usted como comunicador si la imagen de su asambleísta se encuentra afectada?

8. CASO HIPOTÉTICO						
ITEMS	TOTAL	24 A 34 años	TOTAL	35 A 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Correcto	14	27%	22	44%	12	41%
b. Incorrecto	37	73%	28	56%	16	55%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%
d. nulo	0	0%	0	0%	1	3%
	51	100%	50	100%	29	100%

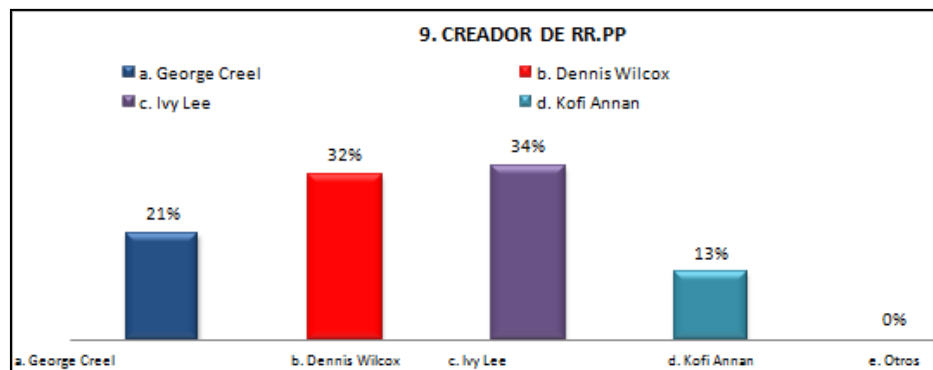


Quienes tienen de 24 a 34 años de edad hay un acierto del 27% y el 73% es incorrecto, los trabajadores de 35 a 45 años de edad tienen el 44% correcto y en un 56% incorrecto, quienes tienen de 46 años en adelante obtienen el 41% de aciertos y el 55% lo hicieron de manera incorrecta .

2.3.21. Cuadro Estadístico General.

Señale la respuesta correcta: Las Relaciones Públicas fueron creadas por:

9. CREADOR DE RR.PP		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. George Creel	27	21%
b. Dennis Wilcox	42	32%
c. Ivy Lee	44	34%
d. Kofi Annan	17	13%
e. Otros	0	0%
	130	100%

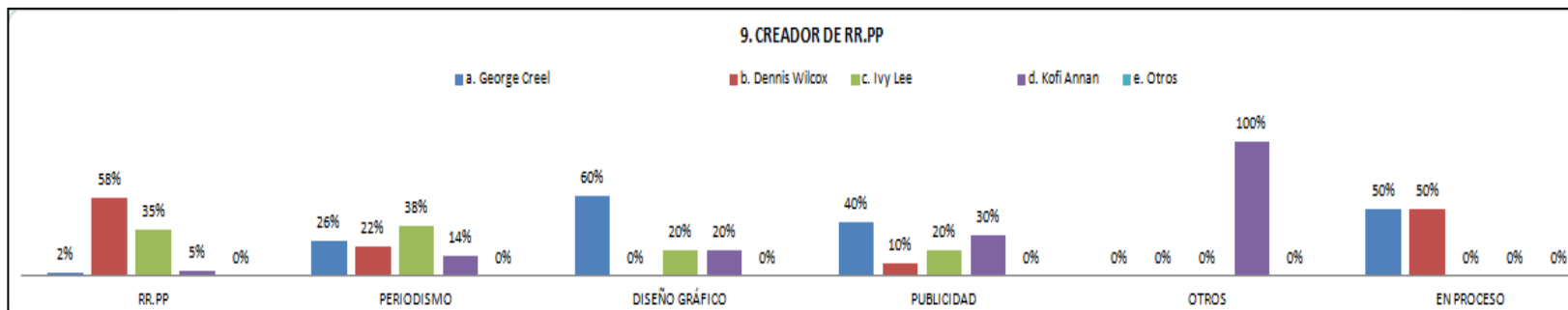


El 34% tiene conocimiento de la creación de las RRPP, mientras que el 66% desconoce por quién fue creada las RRPP.

2.3.22. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Señale la respuesta correcta: Las Relaciones Públicas fueron creadas por:

9. CREADOR DE RR.PP												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. George Creel	1	2%	18	26%	3	60%	4	40%	0	0%	1	50%
b. Dennis Wilcox	25	58%	15	22%	0	0%	1	10%	0	0%	1	50%
c. Ivy Lee	15	35%	26	38%	1	20%	2	20%	0	0%	0	0%
d. Kofi Annan	2	5%	10	14%	1	20%	3	30%	1	100%	0	0%
e. Otros	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

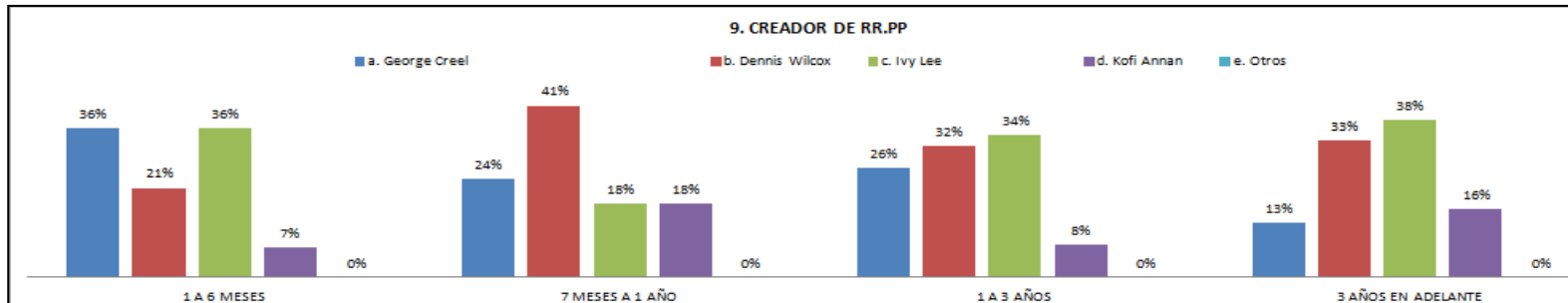


Quienes trabajan en RRPP el 35% sabe quien creó las RRPP, en periodismo el 38%; en diseño grafico el 20% y en publicidad el 20% mientras que en otras carreras y las personas en proceso de su titulación no conoce sobre quien creó las RRPP.

2.3.23. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Señale la respuesta correcta: Las Relaciones Públicas fueron creadas por:

9. CREADOR DE RR.PP								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. George Creel	5	36%	4	24%	10	26%	8	13%
b. Dennis Wilcox	3	21%	7	41%	12	32%	20	33%
c. Ivy Lee	5	36%	3	18%	13	34%	23	38%
d. Kofi Annan	1	7%	3	18%	3	8%	10	16%
e. Otros	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

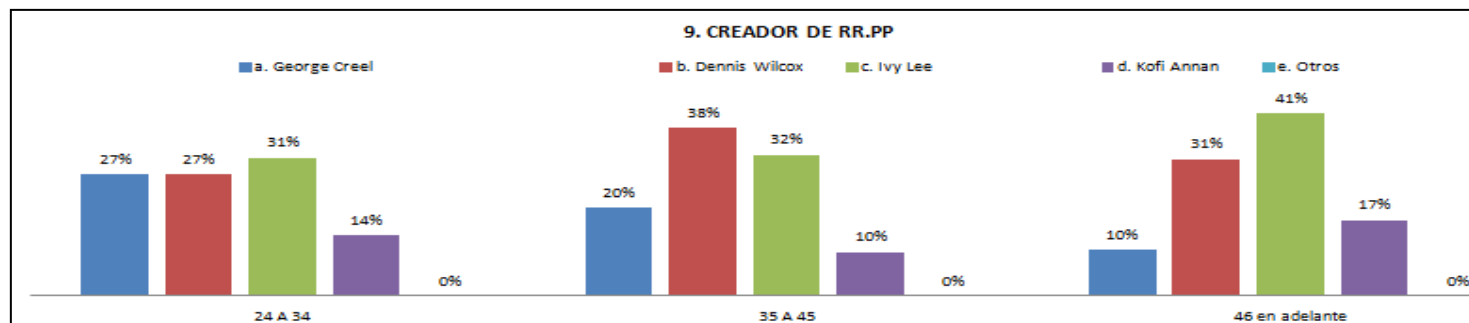


De 1 a 6 meses de tiempo laboral conoce quien creó las RRPP con el 36%, de 7 meses a 1 año el 41% cree que Dennis Wilcox creó las RRPP, de 1 a 3 años laborales sane que Ivy Lee cree las RRPP con el 34% , y de 3 años laborales con 38% de respuesta correcta.

2.3.24. Cuadro Estadístico General Edad.

Señale la respuesta correcta: Las Relaciones Públicas fueron creadas por:

9. CREADOR DE RR.PP						
ITEMS	TOTAL	24 A 34	TOTAL	35 A 45	TOTAL	46 en adelante
a. George Creel	14	27%	10	20%	3	10%
b. Dennis Wilcox	14	27%	19	38%	9	31%
c. Ivy Lee	16	31%	16	32%	12	41%
d. Kofi Annan	7	14%	5	10%	5	17%
e. Otros	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

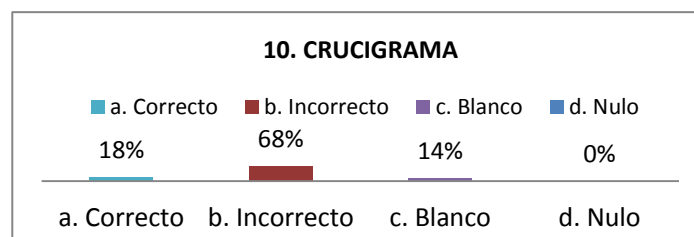


Quienes tienen de 24 a 34 años de edad conocen quien creó las RRPP con el 31%, de 35 a 45 años de edad creen que fue Dennis Wilcox quien creó las RRPP con el 38%, y de 46 años de edad sabe que Ivy Lee es el creador de las RRPP con el 41%.

2.3.25. Cuadro Estadístico General.

Coloque el número según corresponda en el siguiente cuadro sobre las herramientas de comunicación.

10. CRUCIGRAMA		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcto	24	18%
b. Incorrecto	88	68%
c. Blanco	18	14%
d. Nulo	0	0%
	130	

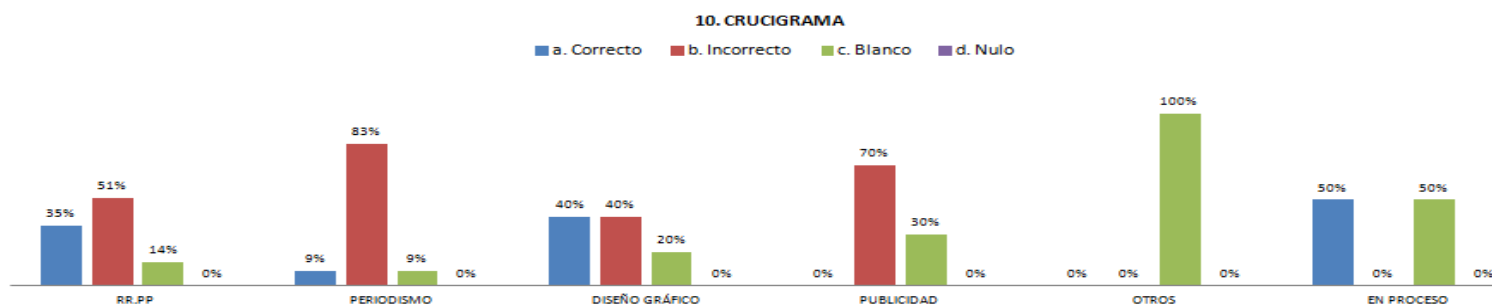


El 18% de los trabajadores contestaron de manera correcta, y el 68% de manera incorrecta acerca de las herramientas de comunicación, y el 14% en blanco.

2.3.26. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Coloque el número según corresponda en el siguiente cuadro sobre las herramientas de comunicación.

10. CRUCIGRAMA												
ITEMS	TOTAL	RR,PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Correcto	15	35%	6	9%	2	40%	0	0%	0	0%	1	50%
b. Incorrecto	22	51%	57	83%	2	40%	7	70%	0	0%	0	0%
c. Blanco	6	14%	6	9%	1	20%	3	30%	1	100%	1	50%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	43	100%	63	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

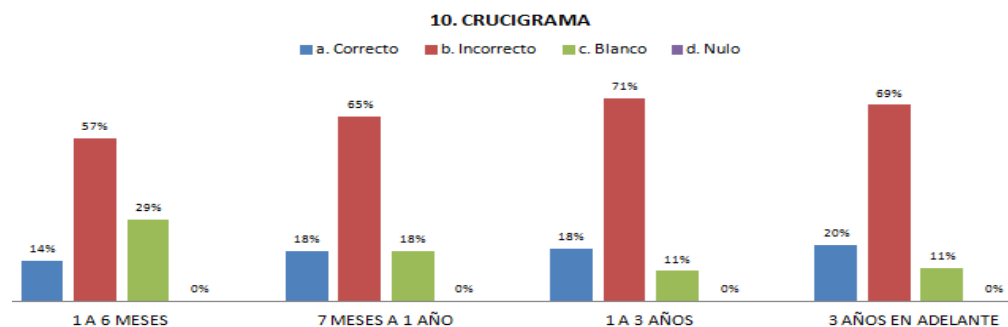


El 35% de los profesionales de RRPP respondieron de manera correcta, el 31% incorrecto, 14% blanco, los profesionales de periodismo respondieron de forma correcta el 9% ,83% incorrecto, 9% blanco, mientras que en publicidad y otras profesiones obtienen el 0% de aciertos, y quienes están proceso de su titulación obtienen el 50% de la respuesta correcta.

2.3.27. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Coloque el número según corresponda en el siguiente cuadro sobre las herramientas de comunicación.

10. CRUCIGRAMA												
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES		TOTAL	7 MESES A 1 AÑO		TOTAL	1 A 3 AÑOS		TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	
a. Correcto	2		14%	3		18%	7		18%	12		20%
b. Incorrecto	8		57%	11		65%	27		71%	42		69%
c. Blanco	4		29%	3		18%	4		11%	7		11%
d. Nulo	0		0%	0		0%	0		0%	0		0%
	14		100%	17		100%	38		100%	61		100%

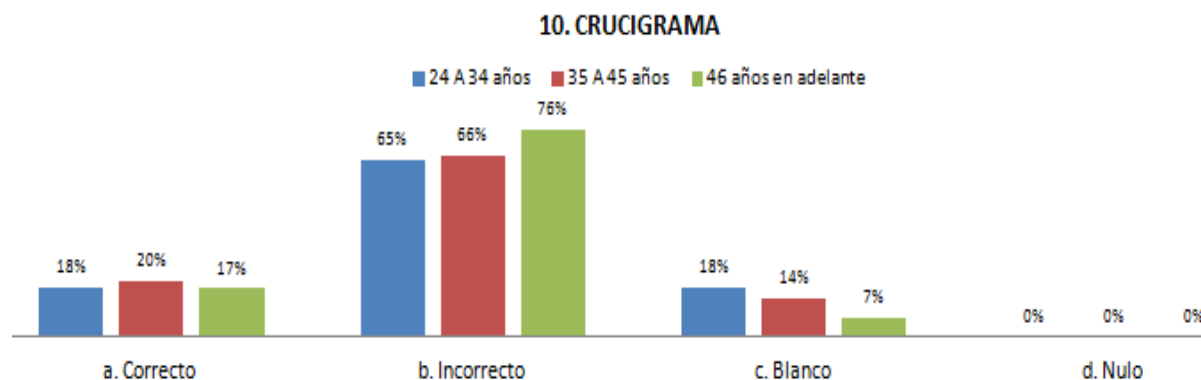


Quienes laboran de 1 a 6 meses tienen el 14% de ciertos mientras que el 57% lo hizo de forma incorrecta, quienes laboran de 7 meses a 1 año tiene el 18% de aciertos y el 65% incorrecto, quienes laboran de 1 a 3 años obtienen el 18% de manera correcta y el 71% incorrecto, finalmente las colaboradoras de 3 años en adelante obtienen el 20% correcto, y en un 69% de manera incorrecta.

2.3.28. Cuadro Estadístico General Edad

Coloque el número según corresponda en el siguiente cuadro sobre las herramientas de comunicación.

10. CRUCIGRAMA									
ITEMS	TOTAL	24 A 34 años		TOTAL	35 A 45 años		TOTAL	46 años en adelante	
a. Correcto	9		18%	10		20%	5		17%
b. Incorrecto	33		65%	33		66%	22		76%
c. Blanco	9		18%	7		14%	2		7%
d. Nulo	0		0%	0		0%	0		0%
	51		100%	50		100%	29		100%

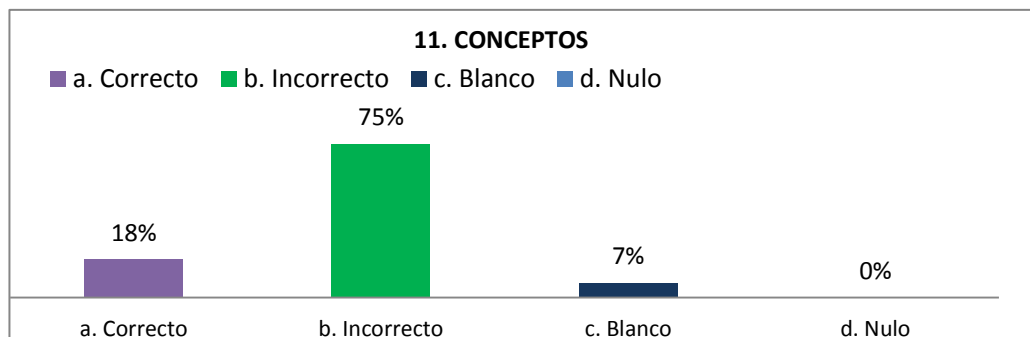


Quienes tienen de 24 a 34 años de edad tienen el 18% de aciertos, el 65% incorrecto, quienes tienen de 35 a 45 años de edad obtienen el 20% de sus respuestas correctas, y el 66% de manera incorrecta, y las personas de 46 años de edad en adelante tienen el 17% correcto y el 76% incorrecto.

2.3.29. Cuadro Estadístico General

Escriba junto a cada definición el literal del concepto al que corresponda.

11. CONCEPTOS		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcto	24	18%
b. Incorrecto	97	75%
c. Blanco	9	7%
d. Nulo	0	0%
	130	100%

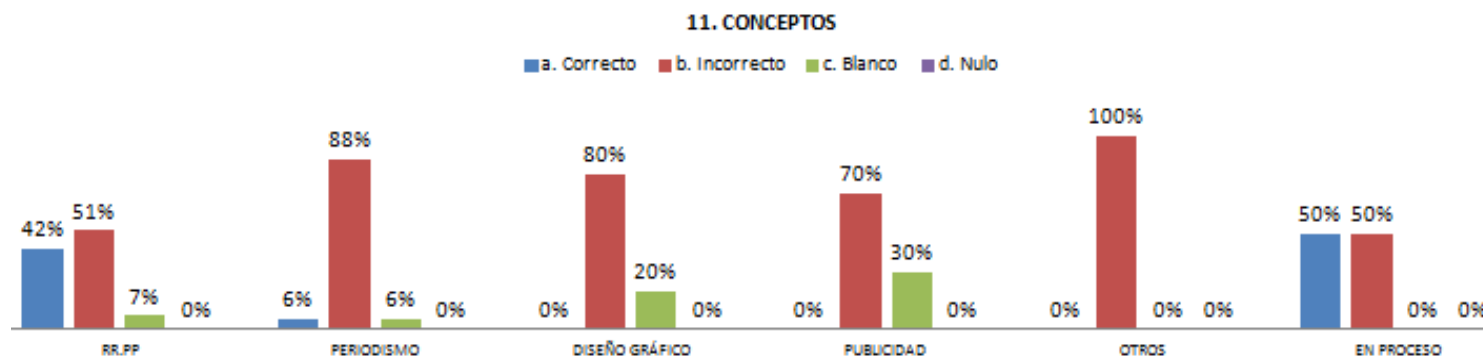


El 24% de los trabajadores respondieron de manera correcta, mientras que el 75% lo hicieron de manera incorrecta, el 7% en blanco.

2.3.30. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Escriba junto a cada definición el literal del concepto al que corresponda.

11. CONCEPTOS													
ITEMS	TOTA	RR.PP	TOTA	PERIODISMO	TOTA	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO	
a. Correcto	18	42%	4	6%	0	0%	0	0%	0	0	0%	1	50%
b. Incorrecto	22	51%	61	88%	4	80%	7	70%	1	100%	1	50%	
c. Blanco	3	7%	4	6%	1	20%	3	30%	0	0%	0	0%	
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%	

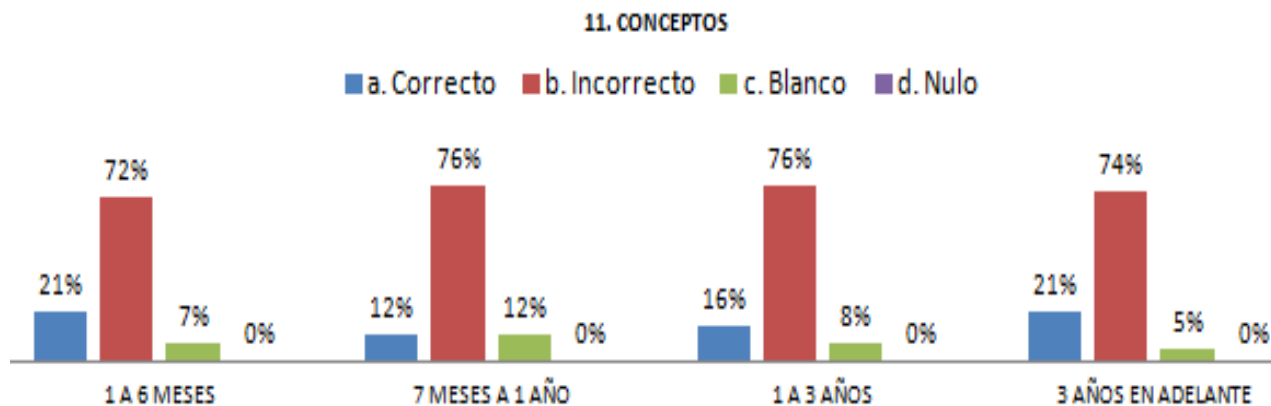


El 42% de los profesionales de RRPP contestaron de manera correcta mientras que el 51% lo hicieron de manera incorrecta, los profesionales de periodismo acertaron con el 6% , y 88% incorrecto, mientras que diseño gráfico , publicidad y otros tienen un 0% de aciertos, finalmente el 50% de aciertos lo obtienen las personas que están en proceso de su titulación.

2.3.31. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Escriba junto a cada definición el literal del concepto al que corresponda

11. CONCEPTOS									
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	TOTAL
a. Correcto	3	21%	2	12%	6	16%	13	21%	
b. Incorrecto	10	72%	13	76%	29	76%	45	74%	
c. Blanco	1	7%	2	12%	3	8%	3	5%	
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%	

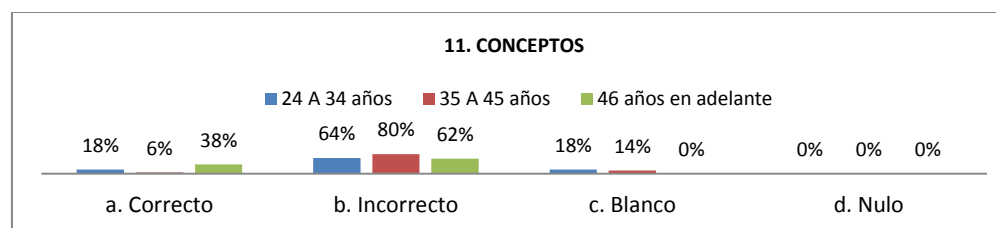


El personal que labora que 1 a 6 meses tiene el 21% de sus respuestas correctas, y el 72% incorrectas, el personal que labora de 7 meses a 1 año tiene el 12% de aciertos y un 16% incorrecto, el tiempo laboral de 1 a 3 años acierta en un 16% mientras que el 76% es incorrecto, en el tiempo laboral de 3 años en adelante tienen un 21% de sus respuestas acertadas y el 74% incorrecto.

2.3.32. Cuadro Estadístico General Edad.

Escriba junto a cada definición el literal del concepto al que corresponda.

11. CONCEPTOS						
ITEMS	TOTAL	24 A 34 años	TOTAL	35 A 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Correcto	9	18%	3	6%	11	38%
b. Incorrecto	33	64%	40	80%	18	62%
c. Blanco	9	18%	7	14%	0	0%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%
	51	100%	50	100%	28	100%

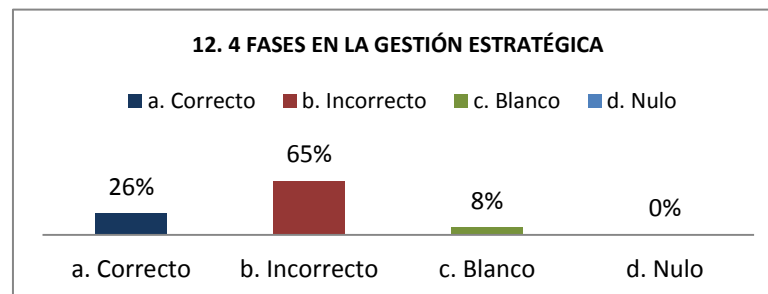


Entre las edades de 24 a 34 años de edad acertaron en un 18%, y con el 64% de manera incorrecta, en las edades de 35 a 45 años de edad obtienen el 6% de las respuestas correctas, mientras que en forma incorrecta se tiene el 80%, en las edades de 46 años en adelante tenemos el 38% en forma correcta y el 62% de manera incorrecta.

2.3.33. Cuadro Estadístico General.

Según el autor Dennis Wilcox, relacionista público, en Gestión Estratégica de Conflictos existen 4 fases, y los conceptos de cada fase se los pone a continuación, coloque la letra según corresponda.

12. 4 FASES EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcto	34	26%
b. Incorrecto	85	65%
c. Blanco	11	8%
d. Nulo	0	0%
	130	100%

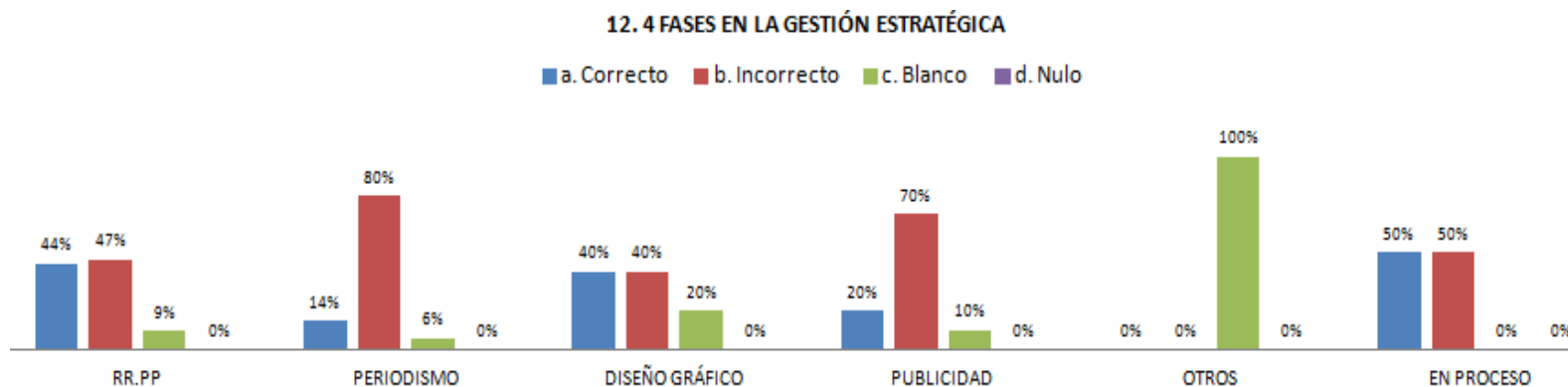


El 26% del personal contesta de manera correcta las fases de gestión estratégica, mientras que el 65% es incorrecto, el 8% en blanco.

2.3.34. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Según el autor Dennis Wilcox, relacionista público, en Gestión Estratégica de Conflictos existen 4 fases, y los conceptos de cada fase se los pone a continuación, coloque la letra según corresponda.

12. 4 FASES EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Correcto	19	44%	10	14%	2	40%	2	20%	0	0%	1	50%
b. Incorrecto	20	47%	55	80%	2	40%	7	70%	0	0%	1	50%
c. Blanco	4	9%	4	6%	1	20%	1	10%	1	100%	0	0%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

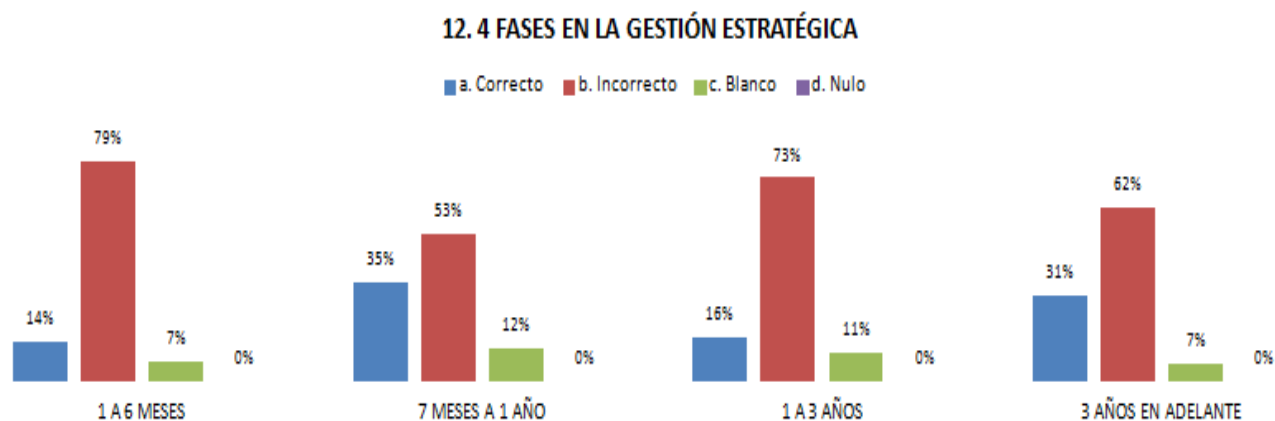


El 44% de los profesionales de RRPP aciertan en las fases de la gestión estratégica, mientras que el 47% lo hace de manera incorrecta, los profesionales de periodismo aciertan con el 14% ,y con el 80% de manera incorrecta, los profesionales de diseño gráfico aciertan con el 40% y a su vez con el 40% de manera incorrecta , publicidad obtiene el 20% de aciertos y el 70% erróneo , otras profesiones tienen el 0% de respuestas acertadas , las personas en proceso de su titulación tienen el 50% de aciertos.

2.3.35. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Según el autor Dennis Wilcox, relacionista público, en Gestión Estratégica de Conflictos existen 4 fases, y los conceptos de cada fase se los pone a continuación, coloque la letra según corresponda.

12. 4 FASES EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Correcto	2	14%	6	35%	6	16%	19	31%
b. Incorrecto	11	79%	9	53%	28	73%	38	62%
c. Blanco	1	7%	2	12%	4	11%	4	7%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

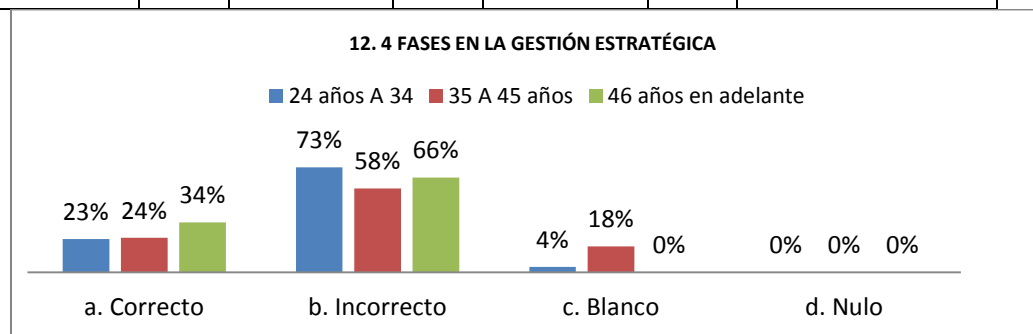


Las personas que laboran de 1 a 6 meses tienen el 14% de forma correcta, el 79% incorrecto, de 7 meses a 1 año el 35% contestó de manera correcta y el 53% incorrecta, de 1 años a 3 años laborables obtienen el 16% la respuesta correcta y el 73% incorrecta, de 3 años laborables en adelante el 31% es correcto y 62% incorrecto.

2.3.36. Cuadro Estadístico General Edad.

Según el autor Dennis Wilcox, relacionista público, en Gestión Estratégica de Conflictos existen 4 fases, y los conceptos de cada fase se los pone a continuación, coloque la letra según corresponda.

12. 4 FASES EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA						
ITEMS	TOTAL	24 años A 34	TOTAL	35 A 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Correcto	12	23%	12	24%	10	34%
b. Incorrecto	37	73%	29	58%	19	66%
c. Blanco	2	4%	9	18%	0	0%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%
	51	100%	50	100%	29	100%

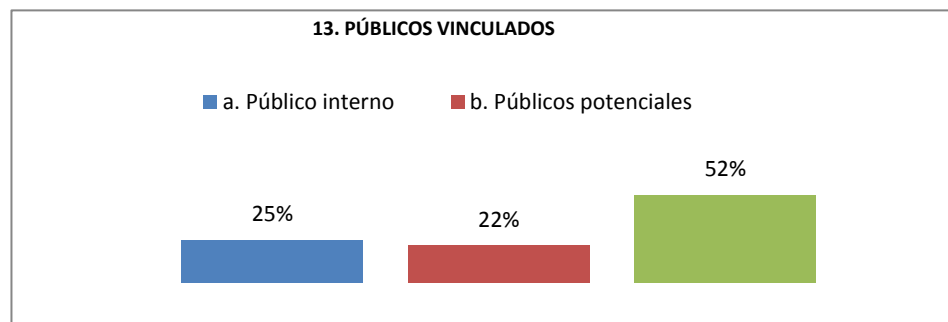


Entre las edades de 24 a 34 años de edad de forma correcta respondió el 23% en cuanto a las fases de gestión estratégica , el 73% respondió de manera incorrecta, de 35 a 45 años de edad el 24% acierta y el 58% lo hace de manera incorrecta , en las edades de 46 años en adelante el 34% acierta y el 66% lo hace de manera incorrecta.

2.3.37. Cuadro Estadístico General

¿Subraye la respuesta correcta En términos de comunicación, cómo se los llama a los públicos vinculados?

13. PÚBLICOS VINCULADOS		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Público interno	33	25%
b. Públicos potenciales	29	22%
c. Stakeholders	68	52%
	130	100%

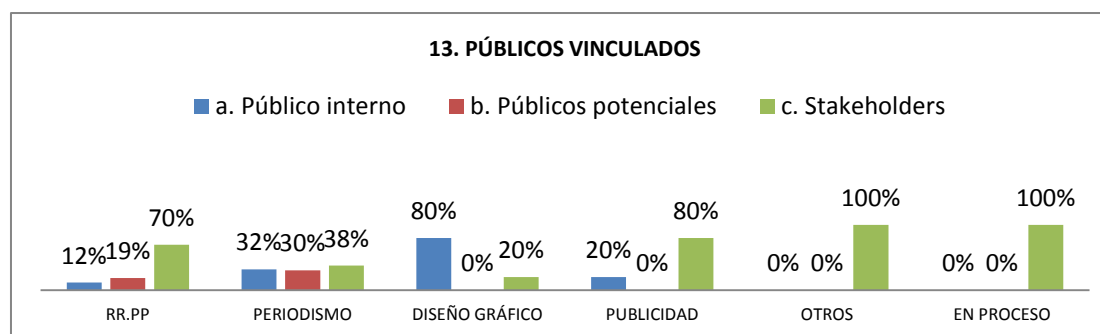


El 52% de los trabajadores conocen la terminología de los públicos vinculados.

2.3.38. Cuadro Estadístico Por Profesión.

13. PÚBLICOS VINCULADOS												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Público interno	5	12%	22	32%	4	80%	2	20%	0	0%	0	0%
b. Públicos potenciales	8	19%	21	30%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
c. Stakeholders	30	70%	26	38%	1	20%	8	80%	1	100%	2	100%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

¿Subraye la respuesta correcta En términos de comunicación, cómo se los llama a los públicos vinculados?

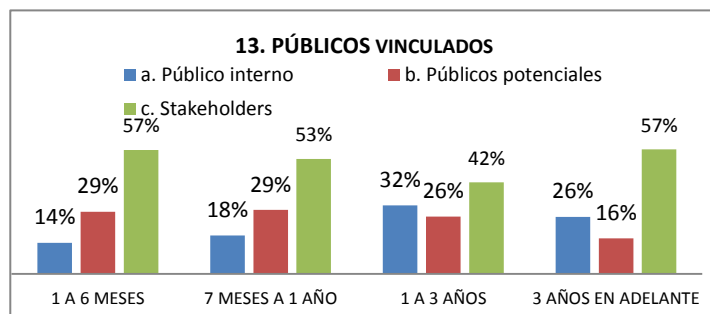


Los profesionales de RRPP responden acerca de la terminología de públicos vinculados en 70% de manera correcta, mientras que en periodismo tenemos un porcentaje del 32% de aciertos recalcando que el 80% es incorrecto, diseño gráfico con 20%.

2.3.39. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

¿Subraye la respuesta correcta En términos de comunicación, cómo se los llama a los públicos vinculados?

13. PÚBLICOS VINCULADOS								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Público interno	2	14%	3	18%	12	32%	16	26%
b. Públicos potenciales	4	29%	5	29%	10	26%	10	16%
c. Stakeholders	8	57%	9	53%	16	42%	35	57%
TOTAL	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

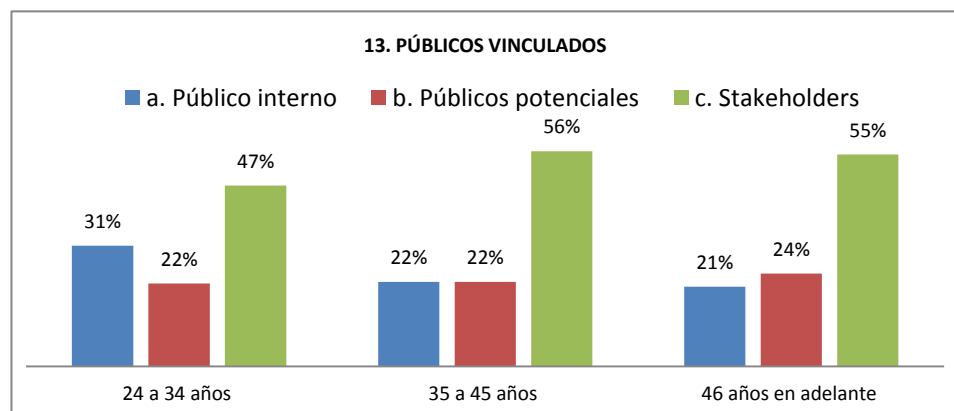


El personal de 1 a 6 meses con el 57% de resultados positivos y con un 43% de respuestas erróneas, entre el personal de 7 meses a 1 año obtiene en 53% de conocimiento de la terminología de stakeholders, mientras que el 42% del personal que labora de 1 año a 3 años acierta en la terminología, finalmente el personal de 3 años laborables acierta con el 57% en terminología.

2.3.40. Cuadro Estadístico General Edad.

¿Subraye la respuesta correcta En términos de comunicación, cómo se los llama a los públicos vinculados?

13. PÚBLICOS VINCULADOS						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Público interno	16	31%	11	22%	6	21%
b. Públicos potenciales	11	22%	11	22%	7	24%
c. Stakeholders	24	47%	28	56%	16	55%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

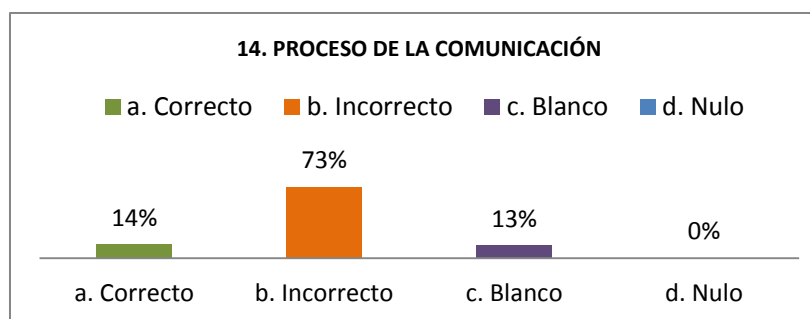


Entre las edades de 24 a 34 años el 53% responde de manera errónea, de 35 q 45 años de edad el 44% es erróneo, en las edades de 46 años en adelante el 45% de sus respuestas son equivocadas.

2.3.41. Cuadro Estadístico General.

Ordene en forma ascendente iniciando desde el numeral 1 al 5 el proceso de la comunicación.

14. PROCESO DE LA COMUNICACIÓN		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcto	18	14%
b. Incorrecto	95	73%
c. Blanco	17	13%
d. Nulo	0	0%
	130	100%

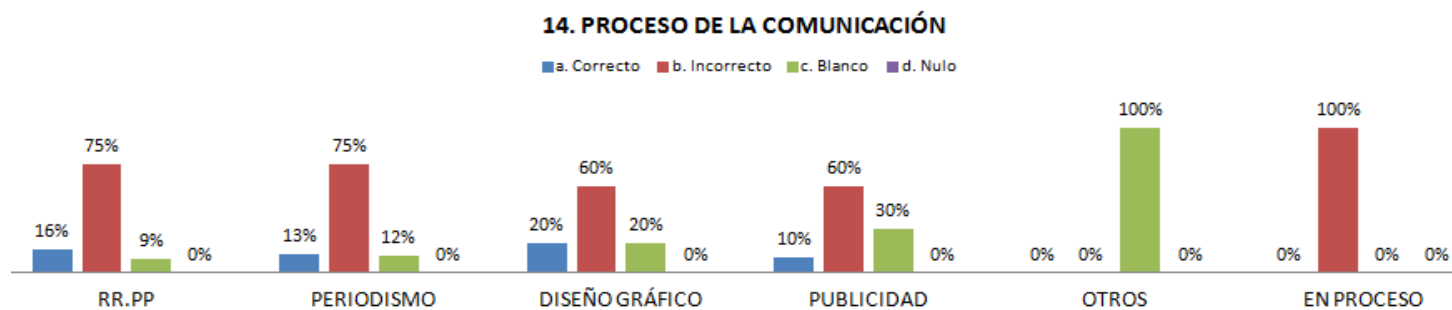


Se tiene el 14% de respuestas correctas, un 73% incorrectas en el proceso de comunicación, finalmente el 13% blancos.

2.3.42. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Ordene en forma ascendente iniciando desde el numeral 1 al 5 el proceso de la comunicación.

14. PROCESO DE LA COMUNICACIÓN												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Correcto	7	16%	9	13%	1	20%	1	10%	0	0%	0	0%
b. Incorrecto	32	75%	52	75%	3	60%	6	60%	0	0%	2	100%
c. Blanco	4	9%	8	12%	1	20%	3	30%	1	100%	0	0%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

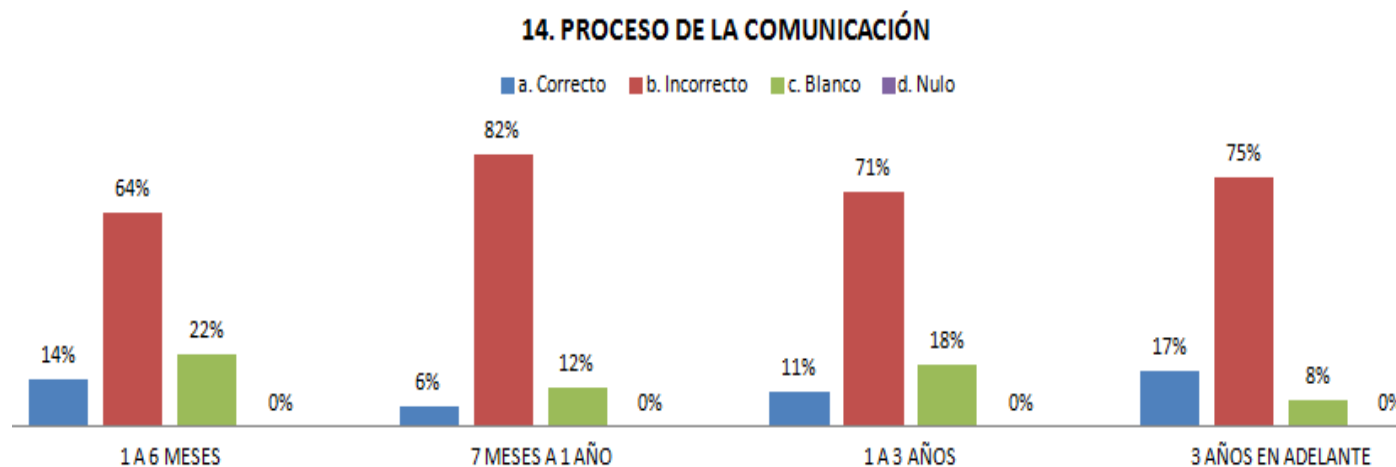


Los profesionales de RRPP aciertan con el 16% en el proceso de comunicación, periodistas obtienen un 13% de aciertos, diseño gráfico tiene un 10% correcto, profesionales de otras carreras y en proceso de su titulación obtienen el 0% de aciertos.

2.3.43. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Ordene en forma ascendente iniciando desde el numeral 1 al 5 el proceso de la comunicación.

14. PROCESO DE LA COMUNICACIÓN									
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	
a. Correcto	2	14%	1	6%	4	11%	10	17%	
b. Incorrecto	9	64%	14	82%	27	71%	46	75%	
c. Blanco	3	22%	2	12%	7	18%	5	8%	
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%	

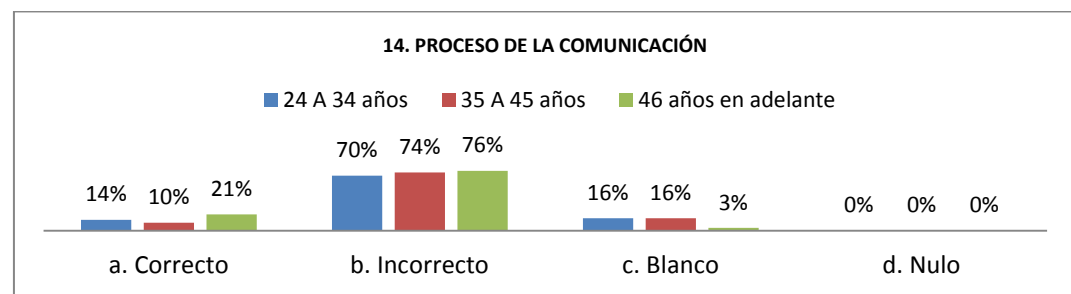


El personal que labora de 1 a 6 meses obtienen el 64% de sus respuestas erróneas, quienes laboran de 7 meses a 1 año obtienen el 82% incorrecto, el tiempo laboral de 1 a 3 años obtienen el 71% de error, finalmente quienes laboran de 3 años en adelante cuentan con el 75% de error en la pregunta planteada del proceso de comunicación.

2.3.44. Cuadro Estadístico General Edad.

Ordene en forma ascendente iniciando desde el numeral 1 al 5 el proceso de la comunicación.

14. PROCESO DE LA COMUNICACIÓN						
ITEMS	TOTAL	24 A 34 años	TOTAL	35 A 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Correcto	7	14%	5	10%	6	21%
b. Incorrecto	36	70%	37	74%	22	76%
c. Blanco	8	16%	8	16%	1	3%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%
	51	100%	50	100%	29	100%

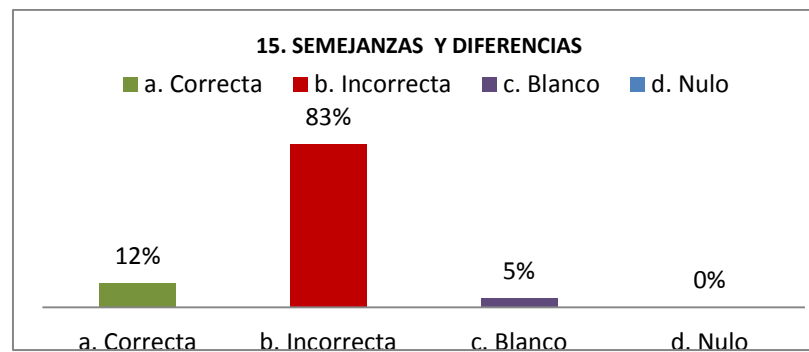


Entre las edades de 24 a 34 años el 70% respondió de manera incorrecta, su acierto fue tan solo del 14% , el personal de 35 a 45 años de edad tiene el 74% de error en la pregunta planteada , finalmente quienes tienen 46 años de edad en adelante tiene el 76% incorrecto en el proceso de comunicación.

2.3.45. Cuadro Estadístico General.

Señale una semejanza y una diferencia entre Imagen e Identidad corporativa.

15. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcta	16	12%
b. Incorrecta	108	83%
c. Blanco	6	5%
d. Nulo	0	0%
	130	100%

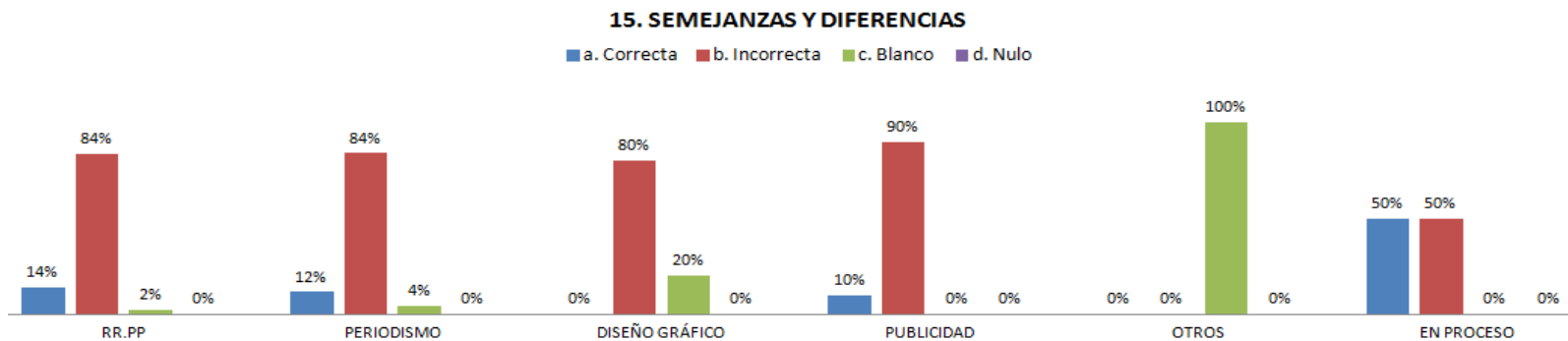


El 12% de los trabajadores responden de manera correcta, mientras que el 83% es erróneo, el 5% blanco.

2.3.46. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Señale una semejanza y una diferencia entre Imagen e Identidad corporativa.

15. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Correcta	6	14%	8	12%	0	0%	1	10%	0	0%	1	50%
b. Incorrecta	36	84%	58	84%	4	80%	9	90%	0	0%	1	50%
c. Blanco	1	2%	3	4%	1	20%	0	0%	1	100%	0	0%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

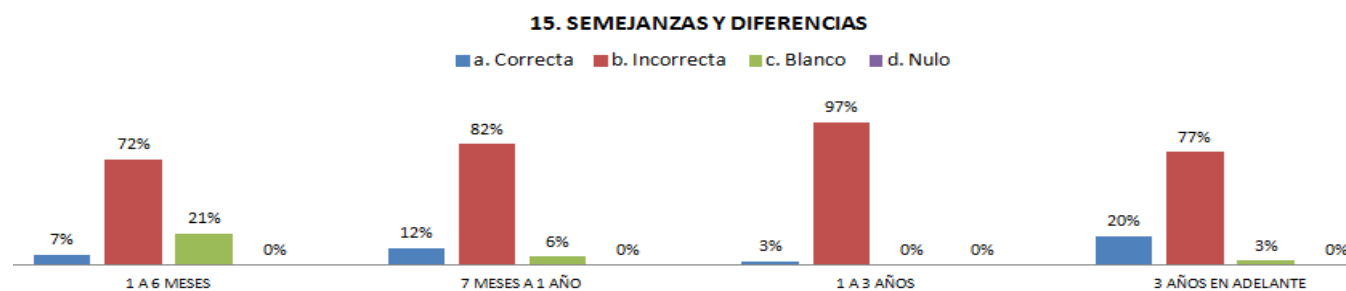


Los profesionales en RRPP tienen el 14% de sus respuestas en forma correcta, mientras tanto los profesionales en periodismo obtienen un 84% de error en la pregunta de imagen e identidad corporativa, profesionales de diseño gráfico obtienen el 0% de respuestas correctas, publicistas tienen el 90% de error en la pregunta, los profesionales de otras carreras obtienen el 100% de respuestas en blanco, y un 50% de error obtienen los trabajadores que están en proceso de su titulación.

2.1.1. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Señale una semejanza y una diferencia entre Imagen e Identidad corporativa.

15. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Correcta	1	7%	2	12%	1	3%	12	20%
b. Incorrecta	10	72%	14	82%	37	97%	47	77%
c. Blanco	3	21%	1	6%	0	0%	2	3%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

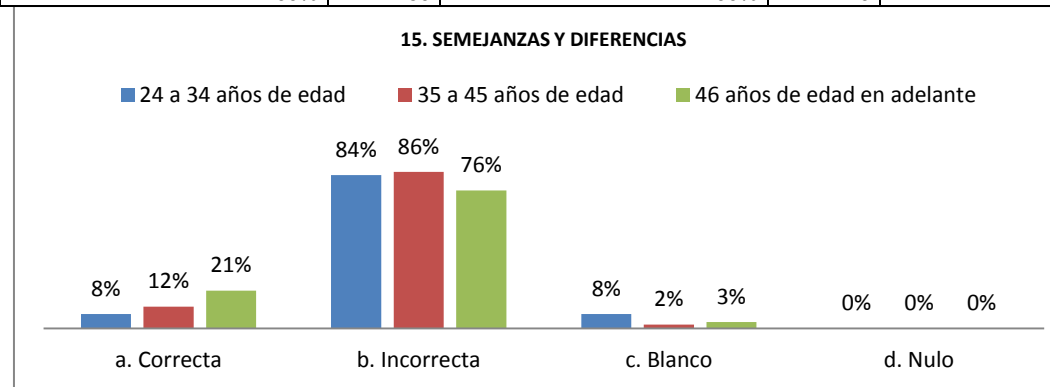


Quienes laboran de 1 a 6 meses obtienen el 72% incorrecto, el personal que labora de 7 meses a 1 año tiene como resultado el 82% de sus respuestas de manera incorrecta, en el tiempo laboral de 1 a 3 años obtienen el 97% incorrecto, finalmente quienes laboran 3 años en adelante obtienen el 77% de las respuestas de forma incorrecta.

2.1.2. Cuadro Estadístico General Edad.

Señale una semejanza y una diferencia entre Imagen e Identidad corporativa.

15. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años de edad	TOTAL	35 a 45 años de edad	TOTAL	46 años de edad en adelante
a. Correcta	4	8%	6	12%	6	21%
b. Incorrecta	43	84%	43	86%	22	76%
c. Blanco	4	8%	1	2%	1	3%
d. Nulo	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

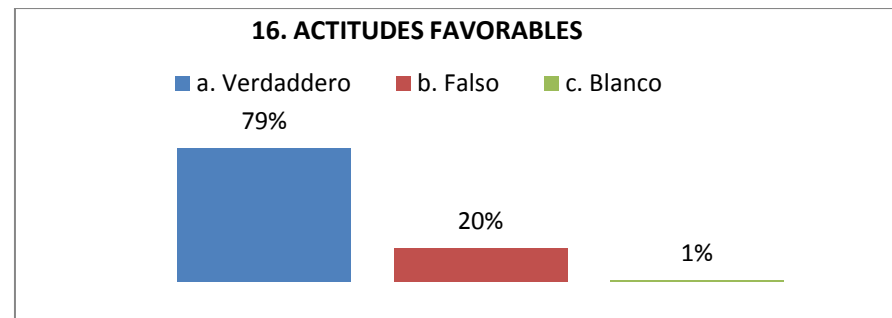


Entre las edades de 24 a 34 años el 84% es incorrecto, entre las edades de 35 a 45 años el 86% respondieron de manera incorrecta, para finalizar entre las edades de 46 años en adelante obtuvieron en 76% de sus respuestas erróneas en cuanto a semejanzas y deferencias entre imagen e identidad corporativa.

2.1.3. Cuadro Estadístico General.

¿Las relaciones públicas tienen como objetivo promover actitudes favorables de los diversos tipos de públicos hacia la organización?

16. ACTITUDES FAVORABLES		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Verdadero	103	79%
b. Falso	26	20%
c. Blanco	1	1%
	130	100%

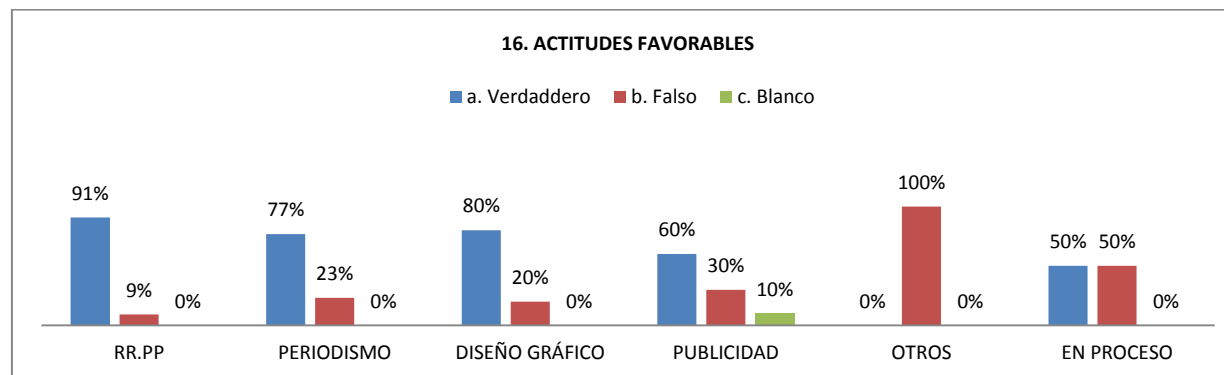


El 79% del personal respondió verdadero, el 20% del personal respondió falso que las Relaciones Públicas tienen por objetivo promover actitudes favorables de los diversos tipos de públicos hacia la organización, el 1% dejó en blanco.

2.1.4. Cuadro Estadístico Por Profesión.

¿Las relaciones públicas tienen como objetivo promover actitudes favorables de los diversos tipos de públicos hacia la organización?

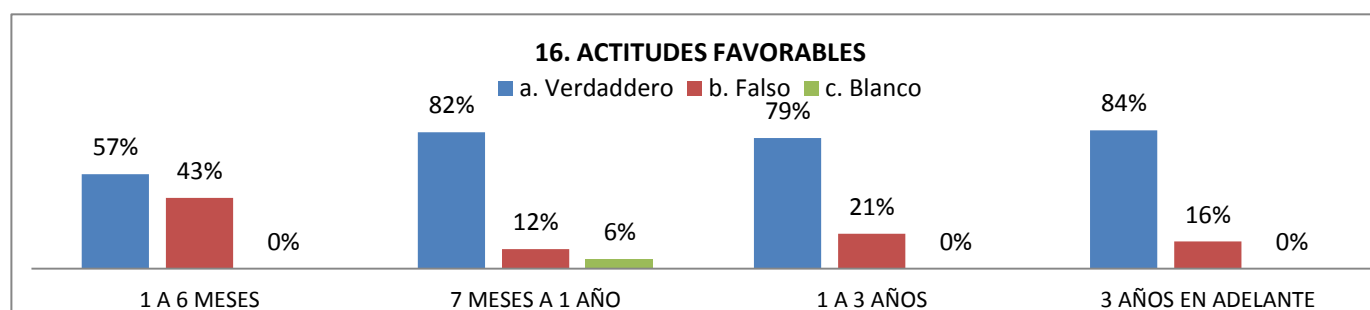
16. ACTITUDES FAVORABLES												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Verdadero	39	91%	53	77%	4	80%	6	60%	0	0%	1	50%
b. Falso	4	9%	16	23%	1	20%	3	30%	1	100%	1	50%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%	0	0%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%



Los profesionales en relaciones públicas el 9% respondieron falso, el 23% de los profesionales de periodismo respondieron de forma incorrecta, diseño gráfico obtiene el 20% falso en sus respuestas, publicidad con el 30% de respuestas falsas, otras carreras obtienen el 100% falso en sus respuestas, los trabajadores en proceso de su titulación obtienen el 50% de respuestas falsas.

2.1.5. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

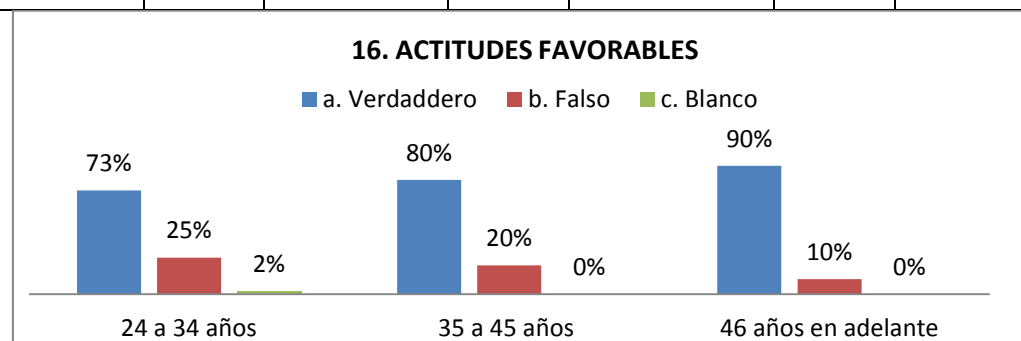
16. ACTITUDES FAVORABLES								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Verdadero	8	57%	14	82%	30	79%	51	84%
b. Falso	6	43%	2	12%	8	21%	10	16%
c. Blanco	0	0%	1	6%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%



Quienes laboran de 1 a 6 meses tienen el 43% incorrecto, quienes tienen de 7 meses a 1 año laborando obtienen un resultado erróneo del 12%, quienes laboran de 1 a 3 años tienen el 21% falso en sus respuestas, quienes laboran de 3 años en adelante obtienen el 16% de error en las respuestas.

2.1.6. Cuadro Estadístico General Edad.

16. ACTITUDES FAVORABLES						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 en adelante en adelante
a. Verdadero	37	73%	40	80%	26	90%
b. Falso	13	25%	10	20%	3	10%
c. Blanco	1	2%	0	0%	0	0%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

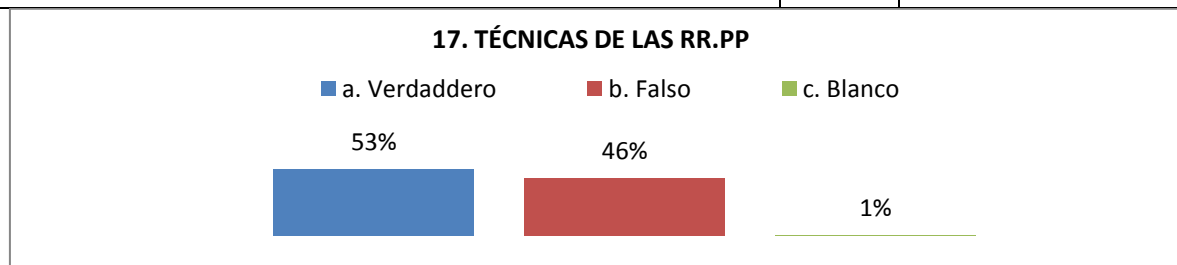


En las edades de 24 a 34 años el 25% responde de manera incorrecta, mientras quienes tienen de 35 a 45 años de edad obtienen el 20% de respuestas erróneas, finalmente entre las edades de 46 años en adelante obtienen el 10% de respuestas incorrectas.

2.1.7. Cuadro Estadístico General.

Los orígenes de las técnicas de relaciones públicas datan de principios del siglo XX.

17. TÉCNICAS DE LAS RR.PP		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Verdadero	69	53%
b. Falso	60	46%
c. Blanco	1	1%
	130	100%

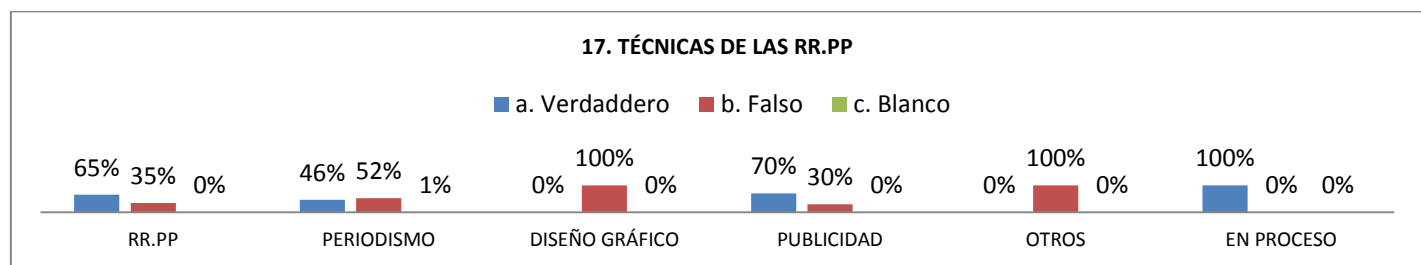


El 53% del personal respondió de manera correcta, mientras que el 46% respondió de manera incorrecta, finalmente el 1% dejó en blanco.

2.1.8. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Los orígenes de las técnicas de relaciones públicas datan de principios del siglo XX.

17. TÉCNICAS DE LAS RR.PP												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Verdadero	28	65%	32	46%	0	0%	7	70%	0	0%	2	100%
b. Falso	15	35%	36	52%	5	100%	3	30%	1	100%	0	0%
c. Blanco	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

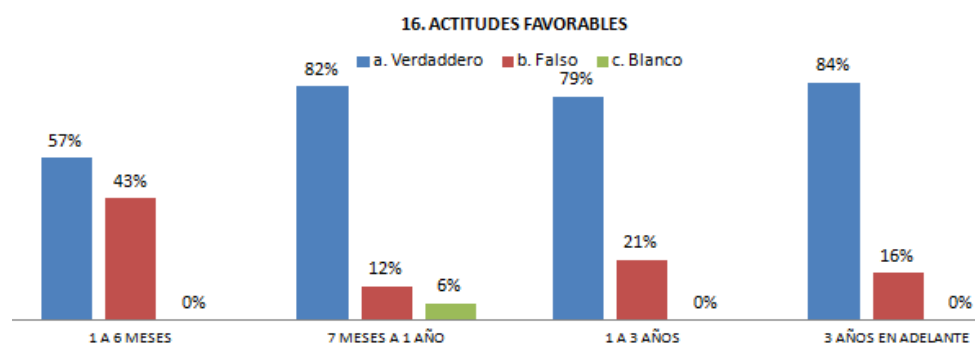


El 35% de los profesionales de relaciones públicas respondieron de manera incorrecta, mientras que los profesionales del periodismo obtienen el 52% de manera errónea, diseñadores gráficos obtienen el 100% de respuestas incorrectas , publicistas tienen el 30% erróneo , profesionales de otras carreras tienen el 100% de errores .

2.1.9. Cuadro Estadístico por Tiempo Laboral.

Los orígenes de las técnicas de relaciones públicas datan de principios del siglo XX.

16. ACTITUDES FAVORABLES												
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES		TOTAL	7 MESES A 1 AÑO		TOTAL	1 A 3 AÑOS		TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	
a. Verdadero	8	57%		14	82%		30	79%		51	84%	
b. Falso	6	43%		2	12%		8	21%		10	16%	
c. Blanco	0	0%		1	6%		0	0%		0	0%	
TOTAL	14	100%		17	100%		38	100%		61	100%	

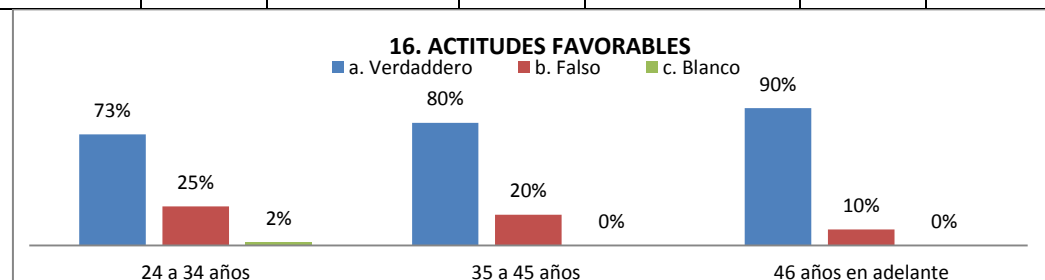


Quienes laboran de 1 a 6 meses obtienen el 43% de respuestas incorrectas, el personal que labora de 7 meses a 1 año obtienen el 12% incorrecto, el personal que labora de 1 a 3 años tienen el 21% de manera incorrecta, finalmente quienes tienen laborando 3 años en adelante obtienen un 16% de error.

2.1.10. Cuadro Estadístico General Edad.

Los orígenes de las técnicas de relaciones públicas datan de principios del siglo XX.

17. TÉCNICAS DE LAS RR.PP						
ITEMS	TOTAL	24a 34años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 en adelante
a. Verdadero	30	59%	24	48%	15	52%
b. Falso	20	39%	26	52%	14	48%
c. Blanco	1	2%	0	0%	0	0%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

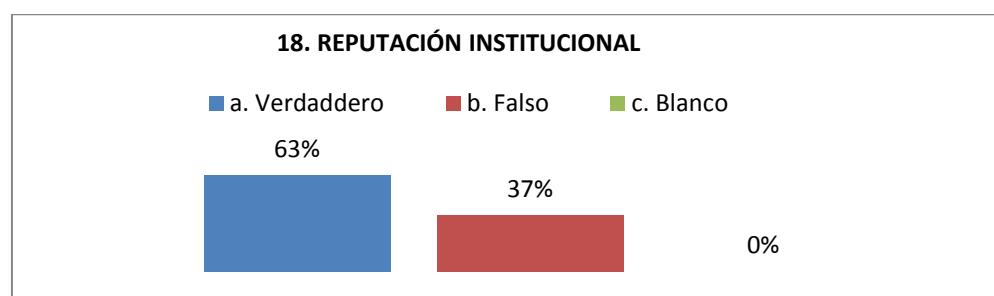


El personal entre las edades de 24 a 34 años obtienen el 39% de respuestas falsas, el personal de 35 a 45 años tienen el 52% de respuestas erróneas, el personal de 46 años en adelante tiene en forma errónea sus respuestas con el 48%.

2.1.11. Cuadro Estadístico General.

La reputación institucional o corporativa es un capital de confianza, solvencia financiera y solvencia ética

18. REPUTACIÓN INSTITUCIONAL		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Verdadero	82	63%
b. Falso	48	37%
c. Blanco	0	0%
	130	100%

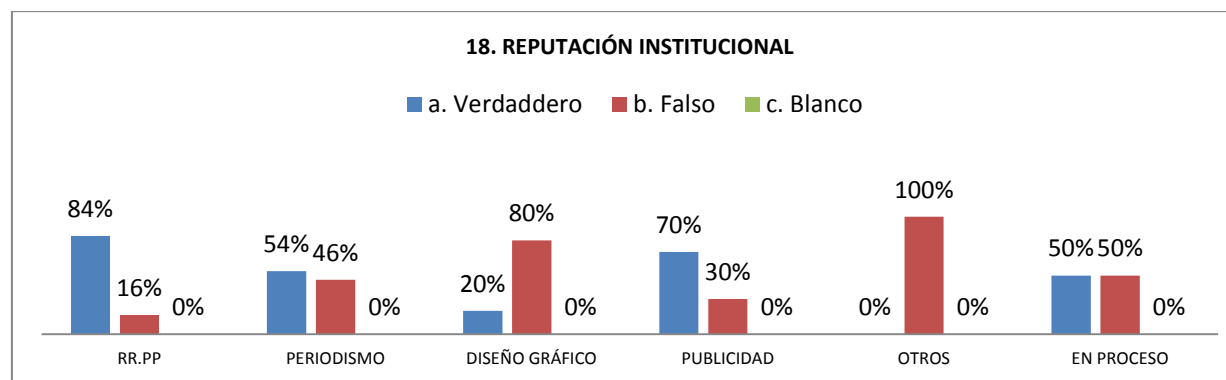


El 63% del personal respondió de manera correcta, mientras que el 37% de los trabajadores respondieron de manera incorrecta.

2.1.12. Cuadro Estadístico Por Profesión.

La reputación institucional o corporativa es un capital de confianza, solvencia financiera y solvencia ética.

18. REPUTACIÓN INSTITUCIONAL												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Verdadero	36	84%	37	54%	1	20%	7	70%	0	0%	1	50%
b. Falso	7	16%	32	46%	4	80%	3	30%	1	100%	1	50%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

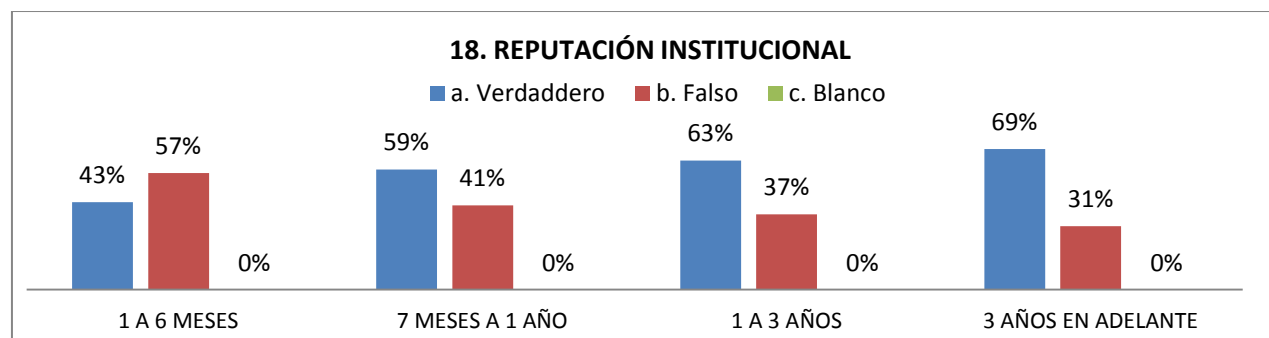


Los profesionales en relaciones públicas respondieron en un 16% de manera correcta, mientras que periodistas obtienen el 46% de manera errónea, diseñadores gráficos tienen el 80% de errores, publicistas el 30% de errores, profesionales de otras carreras tienen el 100% de errores en sus respuestas, y los profesionales en proceso de su titulación obtienen el 50% de errores en sus respuestas.

2.1.13. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

La reputación institucional o corporativa es un capital de confianza, solvencia financiera y solvencia ética.

18. REPUTACIÓN INSTITUCIONAL								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Verdadero	6	43%	10	59%	24	63%	42	69%
b. Falso	8	57%	7	41%	14	37%	19	31%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

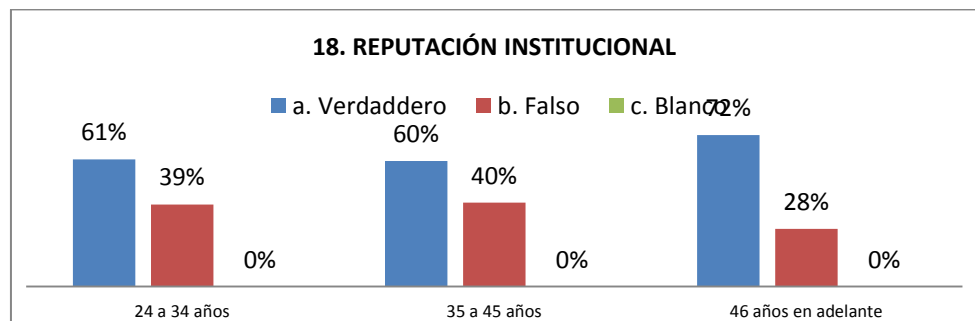


El personal que labora de 1 a 6 meses tiene el 57% de manera errónea, quienes se encuentran laborando de 7 meses a 1 año tienen el 41% de errores, el personal que labora de 1 a 3 años obtiene el 37% de respuestas equivocadas, y quienes laboran 3 años en adelante el 31% tienen errores en sus respuestas.

2.1.14. Cuadro Estadístico General Edad.

La reputación institucional o corporativa es un capital de confianza, solvencia financiera y solvencia ética.

18. REPUTACIÓN INSTITUCIONAL						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Verdadero	31	61%	30	60%	21	72%
b. Falso	20	39%	20	40%	8	28%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

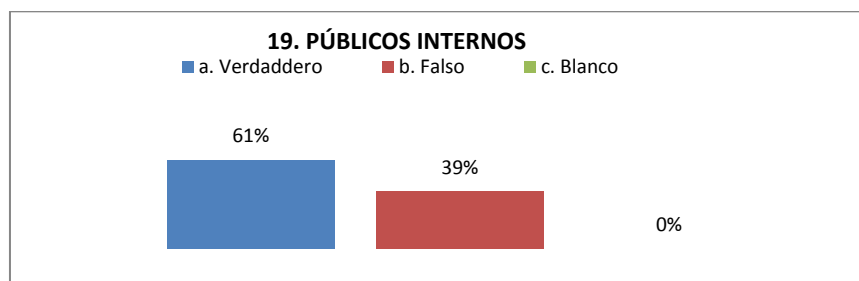


Entre las edades de 24 a 34 años obtuvieron el 39% incorrectas, quienes tienen de 35 a 45 años tuvieron el 40% de sus respuestas erróneas, el personal de 46 años en adelante tuvo un resultado del 28% de manera incorrecta.

2.1.15. Cuadro Estadístico General.

¿Los públicos internos involucran a todos los sectores que actúan dentro y fuera de la organización?

19. PÚBLICOS INTERNOS		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Verdadero	79	61%
b. Falso	51	39%
c. Blanco	0	0%
	130	100%

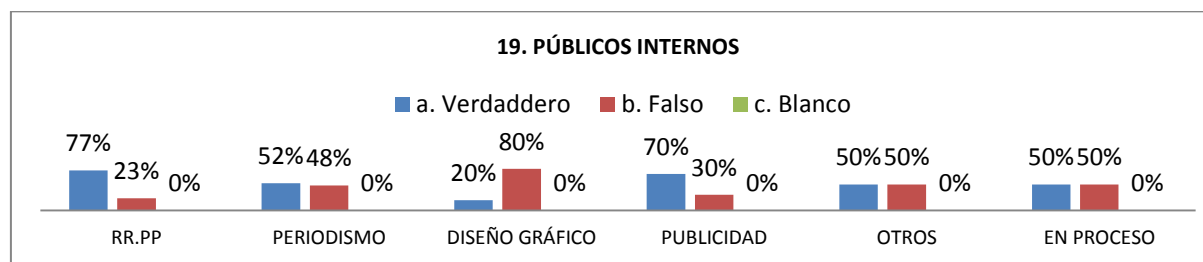


El 61% del personal tiene conocimiento de que los públicos internos involucran a los sectores que actúan dentro y fuera de la organización, mientras que el 39% no sabe o no tiene conocimiento.

2.1.16. Cuadro Estadístico Por Profesión.

¿Los públicos internos involucran a todos los sectores que actúan dentro y fuera de la organización?

19. PÚBLICOS INTERNOS												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Verdadero	33	77%	36	52%	1	20%	7	70%	1	50%	1	50%
b. Falso	10	23%	33	48%	4	80%	3	30%	1	50%	1	50%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	2	100%	2	100%

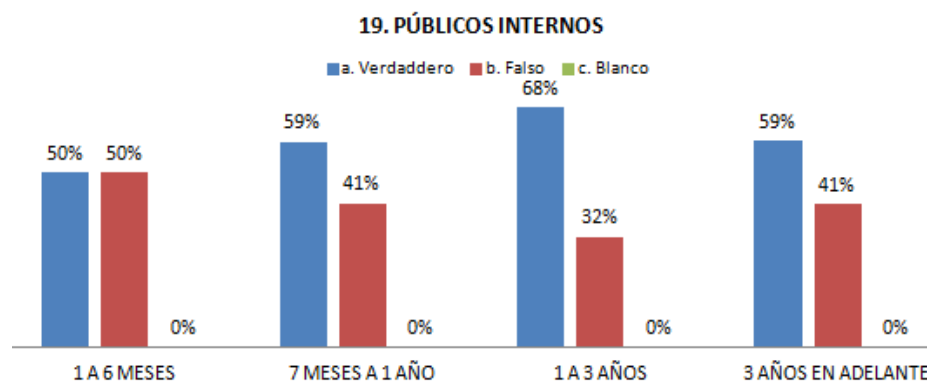


El 23% de los profesionales en relaciones públicas no conocen que los públicos internos involucran a todos los sectores que actúan dentro y fuera de la organización, mientras que periodistas obtienen el 48% incorrecto, diseño gráfico erra en un 80% , publicidad tiene incorrecta la respuesta con el 30%, profesionales de otras carreras obtienen el 50% de errores, finalmente el personal en proceso de su titulación obtienen el 50% de desconocimiento acerca de los públicos internos.

2.1.17. Cuadro Estadístico por Tiempo Laboral.

¿Los públicos internos involucran a todos los sectores que actúan dentro y fuera de la organización?

19. PÚBLICOS INTERNOS												
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES		TOTAL	7 MESES A 1 AÑO		TOTAL	1 A 3 AÑOS		TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE	
a. Verdadero	7		50%	10		59%	26		68%	36		59%
b. Falso	7		50%	7		41%	12		32%	25		41%
c. Blanco	0		0%	0		0%	0		0%	0		0%
TOTAL	14		100%	17		100%	38		100%	61		100%

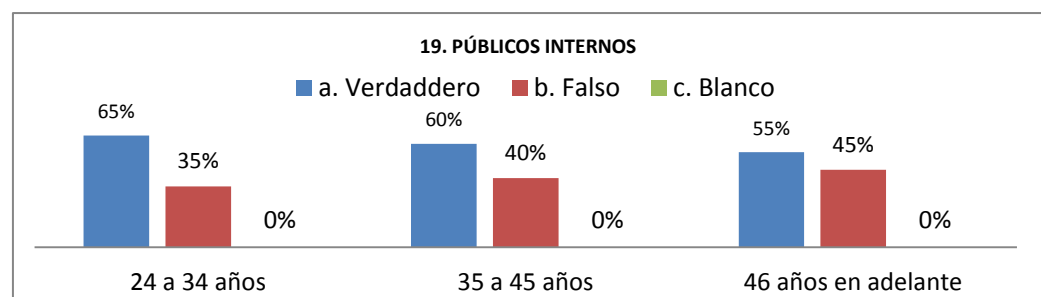


Quienes laboran de 1 a 6 meses tienen conocimiento del 50% acerca de los públicos internos que involucran a todos los sectores, quienes laboran de 7 meses a 1 año obtienen el 41% de desconocimiento, el personal de 1 a 3 años laborables obtuvo el 32% incorrecto, los trabajadores de 3 años laborables en adelante tienen el 41% de sus respuestas incorrectas.

2.1.18. Cuadro Estadístico General Edad.

¿Los públicos internos involucran a todos los sectores que actúan dentro y fuera de la organización?

19. PÚBLICOS INTERNOS						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Verdadero	33	65%	30	60%	16	55%
b. Falso	18	35%	20	40%	13	45%
c. Blanco	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

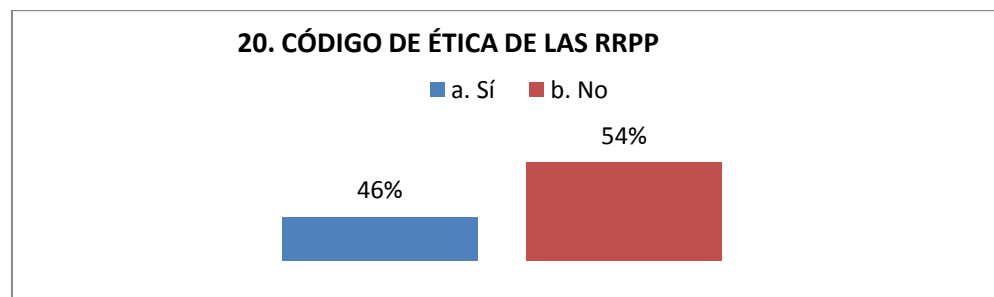


Entre las edades de 24 a 34 años obtienen el 35% de respuestas incorrectas, quienes tienen 35 a 45 años el 40% desconoce acerca de los públicos internos que actúan dentro y fuera de la organización, los trabajadores de 46 años en adelante tienen el 45% de respuestas erróneas.

2.1.19. Cuadro Estadístico General.

Conoce usted acerca del Código de Ética de RRPP?

20. CÓDIGO DE ÉTICA DE LAS RRPP		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Sí	60	46%
b. No	70	54%
	130	100%

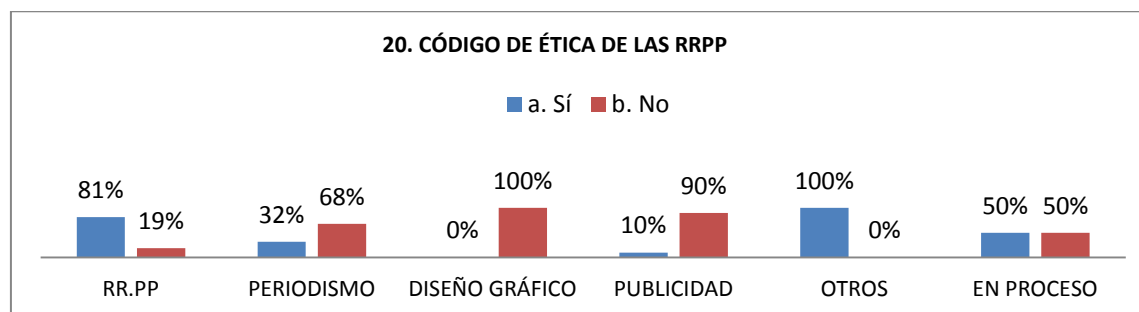


El 54% del personal no tiene conocimiento acerca del Código de Ética, mientras que 46% conoce.

2.1.20. Cuadro Estadístico Por Profesión.

¿Conoce usted acerca del Código de Ética de RRPP?

20. CÓDIGO DE ÉTICA DE LAS RRPP												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Sí	35	81%	22	32%	0	0%	1	10%	1	100%	1	50%
b. No	8	19%	47	68%	5	100%	9	90%	0	0%	1	50%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

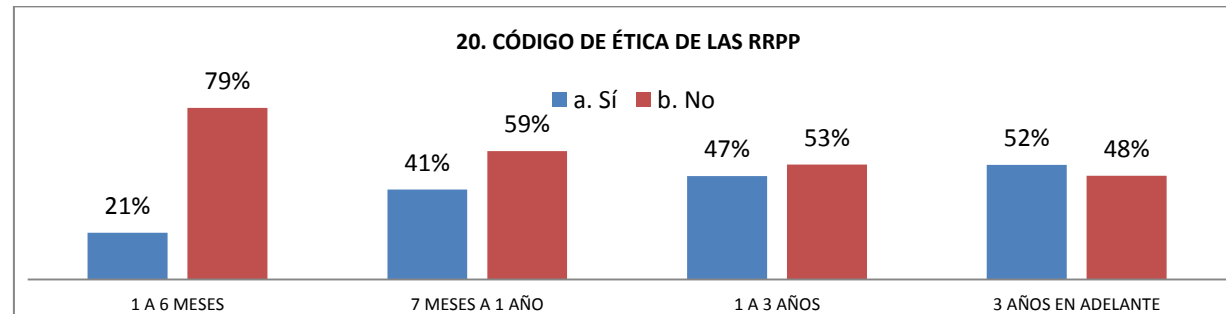


El 19% de los profesionales de relaciones públicas no conocen el Código de Ética, mientras periodistas obtienen el 68% de desconocimiento del Código de Ética, diseñadores gráficos desconocen en un 100%, publicistas con el 90% de respuestas incorrectas, trabajadores en proceso de su titulación no conocen del Código en un 50%.

2.1.21. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

¿Conoce usted acerca del Código de Ética de RRPP?

20. CÓDIGO DE ÉTICA DE LAS RRPP								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Sí	3	21%	7	41%	18	47%	32	52%
b. No	11	79%	10	59%	20	53%	29	48%
TOTAL	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

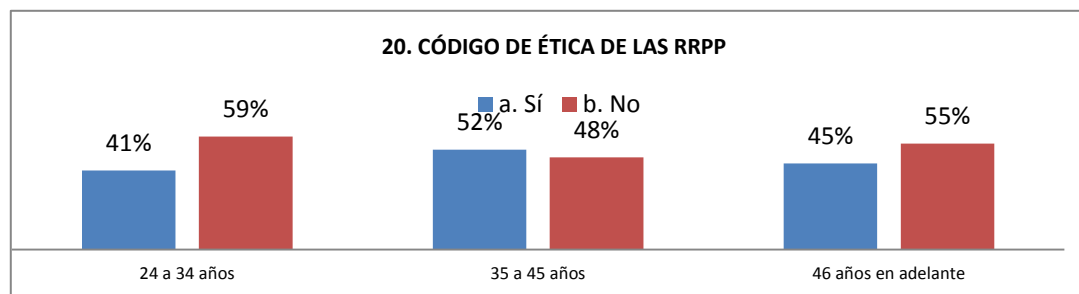


Quienes laboran de 1 a 6 meses no conocen el Código de Ética con el 79% , los trabajadores de 7 meses a 1 año tiene el 59% incorrecto, el personal que trabaja de 1 a 3 años tienen 53% de desconocimiento del Código, finalmente con el 48% in correcto pertenece a los trabajadores de 3 años laborables en adelante.

2.1.22. Cuadro Estadístico General Edad.

¿Conoce usted acerca del Código de Ética de RRPP?

20. CÓDIGO DE ÉTICA DE LAS RRPP						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Sí	21	41%	26	52%	13	45%
b. No	30	59%	24	48%	16	55%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%

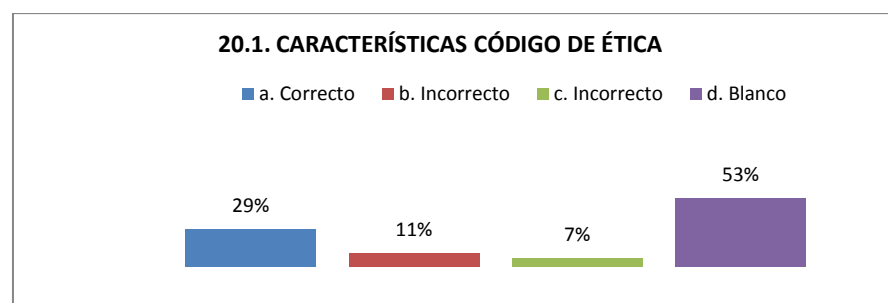


Entre las edades de 24 a 34 años el 59% no sabe acerca del Código de Ética, quienes tienen 35 a 45 años de edad obtuvieron el 48% de error en sus respuestas, finalmente quienes tienen 46 años en adelante el 55% desconoce del Código.

2.1.23. Cuadro Estadístico General.

Señale la característica correcta del contenido del Código de Ética de RRPP.

20.1. CARACTERÍSTICAS CÓDIGO DE ÉTICA		
ITEMS	TOTAL	PORCENTAJE
a. Correcto	38	29%
b. Incorrecto	14	11%
c. Incorrecto	9	7%
d. Blanco	69	53%
	130	100%

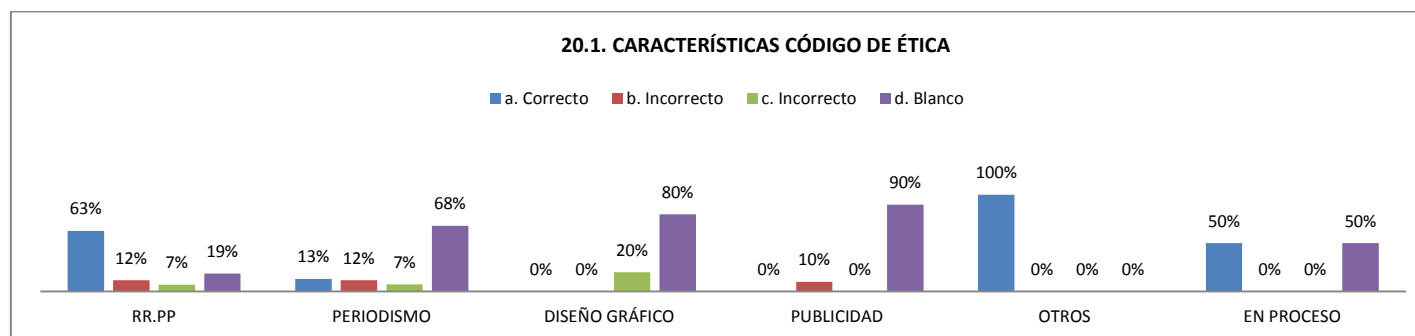


Entre el 11 y el 7% del personal desconoce las características que contiene el código de ética de RRPP, mientras el 53% dejó en blanco.

2.1.24. Cuadro Estadístico Por Profesión.

Señale la característica correcta del contenido del Código de Ética de RRPP.

20.1. CARACTERÍSTICAS CÓDIGO DE ÉTICA												
ITEMS	TOTAL	RR.PP	TOTAL	PERIODISMO	TOTAL	DISEÑO GRÁFICO	TOTAL	PUBLICIDAD	TOTAL	OTROS	TOTAL	EN PROCESO
a. Correcto	27	63%	9	13%	0	0%	0	0%	1	100%	1	50%
b. Incorrecto	5	12%	8	12%	0	0%	1	10%	0	0%	0	0%
c. Incorrecto	3	7%	5	7%	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%
d. Blanco	8	19%	47	68%	4	80%	9	90%	0	0%	1	50%
TOTAL	43	100%	69	100%	5	100%	10	100%	1	100%	2	100%

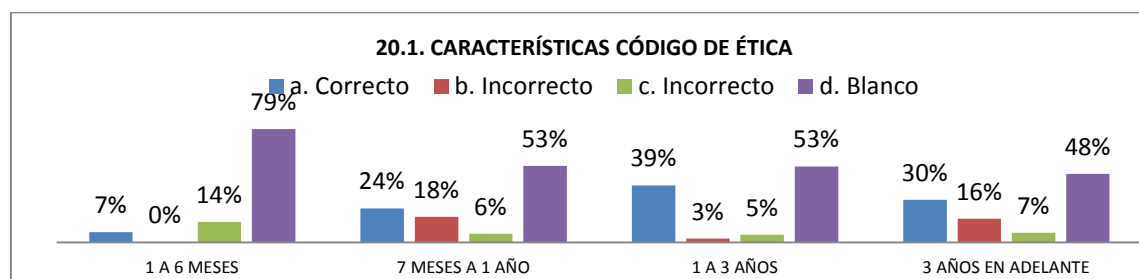


El 63% de los profesionales en RRPP ejecutan su trabajo de manera correcta con los lineamientos que contiene el Código de Ética, mientras que los profesionales en periodismo, diseño gráfico y publicidad no trabajan con los lineamientos establecidos en el Código de Ética.

2.1.25. Cuadro Estadístico Por Tiempo Laboral.

Señale la característica correcta del contenido del Código de Ética de RRPP.

20.1. CARACTERÍSTICAS CÓDIGO DE ÉTICA								
ITEMS	TOTAL	1 A 6 MESES	TOTAL	7 MESES A 1 AÑO	TOTAL	1 A 3 AÑOS	TOTAL	3 AÑOS EN ADELANTE
a. Correcto	1	7%	4	24%	15	39%	18	30%
b. Incorrecto	0	0%	3	18%	1	3%	10	16%
c. Incorrecto	2	14%	1	6%	2	5%	4	7%
d. Blanco	11	79%	9	53%	20	53%	29	48%
TOTAL	14	100%	17	100%	38	100%	61	100%

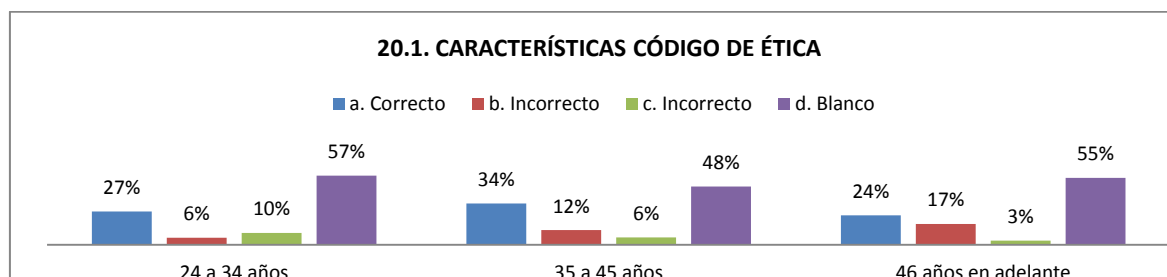


El 79% del personal que maneja las RRPP de 1 a 6 meses desconoce el contenido del Código de Ética, mientras que del 53% al 48% con un tiempo de 7 meses a 3 años tiene una referencia sobre el Código de Ética.

2.1.26. Cuadro Estadístico General Edad.

Señale la característica correcta del contenido del Código de Ética de RRPP.

20.1. CARACTERÍSTICAS CÓDIGO DE ÉTICA						
ITEMS	TOTAL	24 a 34 años	TOTAL	35 a 45 años	TOTAL	46 años en adelante
a. Correcto	14	27%	17	34%	7	24%
b. Incorrecto	3	6%	6	12%	5	17%
c. Incorrecto	5	10%	3	6%	1	3%
d. Blanco	29	57%	24	48%	16	55%
TOTAL	51	100%	50	100%	29	100%



El personal entre las edades de 35 a 45 años con el 34% tienen un leve conocimiento del contenido del Código de Ética, a su vez se refleja menos del 50% del personal de todas las edades desconocen en su totalidad el contenido del Código de Ética.

2.2. CONCLUSIONES

- Desde una investigación cuantitativa se determinó que menos del 33% del personal que desempeñan las Relaciones Públicas dentro de la Asamblea Nacional del Ecuador son profesionales titulados en esta área, por lo tanto el trabajo que realiza el personal restante lo hace de manera empírica.
- El personal titulado en RRPP muestran la capacidad en manejar la imagen en crisis del asambleísta ya que son los únicos que pueden implementar estrategias innovadoras y acorde al problema que se atraviese, especificando en un caso de crisis.
- Los resultados que arrojaron la encuesta muestra que los titulados en RRPP tienen un conocimiento amplio sobre esta profesión y su aplicación debida a que han tenido un proceso de educación, lo que no sucede con otros profesionales que carecen de bases sobre las RRPP para usarlas dentro de cada despacho.
- Las encuestas presentadas demuestran la falta de profesionales titulados en el ámbito de las RRPP para el trabajo dentro de los diferentes despachos y con sus asambleístas, de esta manera se puede determinar que se subestima al profesional en RRPP sin tomar en cuenta que son ellos, quienes manejan al 100% una organización o una persona.
- La aplicación de este método cuantitativo ha permitido conocer el inadecuado manejo de las RRPP ocupados por personas empíricas dentro de los despachos, puesto que el rol del mismo no se lo toma con seriedad e importancia, dando como resultado en la mayoría de casos una imagen afectada y deteriorada de los legisladores.

	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
COMUNICACIÓN	Subestimación del rol del relacionista.	Se limitan las funciones propias del relacionista.	La ejecución de la profesión por personal empírico.	Contratación estricta de profesionales titulados en Relaciones Públicas.
IMAGEN	Carencia de profesionales en RRPP, para el adecuado manejo de la imagen del Asambleísta.	No se sigue lineamientos en área de RRPP, para proyectar una correcta imagen del despacho y del Asambleísta	No existe un posicionamiento positivo de cada Asambleísta.	Aplicación de estrategias útiles para el manejo correcto de la imagen de cada legislador.
HERRAMIENTAS	Personal empírico con poco conocimiento sobre el manejo correcto de las herramientas de RRPP	La incorrecta aplicación de herramientas de RRPP por parte de personas empíricas dentro de la Asamblea Nacional del Ecuador.	La falta de conocimiento en la aplicación exclusiva de cada herramienta de RRPP para cada caso	Establecer reglas para el uso de cada herramienta dentro del despacho y fuera del mismo
DESPACHO	Compromisos políticos por parte de los asambleístas, es decir contratar a personas sin título y experiencia en RRPP	La falta de profesionales titulados en RRPP para cada despacho.	Falencias existentes en el ámbito comunicacional dentro y fuera del despacho.	Análisis de cada profesional de RRPP para incluir en el equipo del despacho.

Tabla 9. Matriz Causa – Efecto

Fuente: Investigación Propia

CAPÍTULO III

DESEMPEÑO DEL RELACIONISTA Y COMUNICADOR ORGANIZACIONAL EN LA ASAMBLEA NACIONAL

Al recopilar los datos de la investigación cuantitativa, se puede analizar la importancia de las RRPP dentro de organizaciones en especial cuando se trata del sector público. La aplicación de un instructivo en cada despacho se convertirá en una herramienta útil para el profesional en RRPP y para cada legislador, dándole importancia y funciones correctas al comunicador que maneje las RRPP.

Para establecer un instructivo útil acorde a las necesidades de los despachos en la Asamblea se analiza dentro de una matriz Causa-Efecto para determinar los lineamientos correctos que debe aplicarse dentro del mismo. Para este instructivo se llevan a cabo cuatro fases de análisis: comunicación, imagen, herramientas y despacho.

Sumario. Definición del perfil

Antiperfil: Cuando se define el perfil partiendo de la descripción de una persona y no de un puesto de trabajo, cuando se realiza la recolección de información para definir el perfil de la persona que seleccionar deberá preguntarse cuál es su mínimo aceptable en materia de requerimientos –conocimientos en Comunicación, lo que compete en Redacción , Manejo de crisis, Análisis Político, auditorías de Comunicación, Organización de Eventos, Campañas de Relaciones Públicas y de suma importancia experiencia en el sector público o privado y competencia- en relación con los eventuales postulantes.

Descriptivo de puesto y perfil no son lo mismo. Aun si la organización posee una descripción de puestos actualizada, deberá realizarse la recolección de datos sobre el perfil que seleccionar y bajo estos parámetros el Asambleísta cumplir con este requerimiento.

El especialista de Recursos Humanos o Selección, usualmente, debe llevar a cabo un delicado papel al imponer un cierto equilibrio entre los requerimientos que la línea o cliente interno fija o determina como necesarios y las reales posibilidades de conseguir ese perfil en el mercado.

El responsable de la selección deberá desempeñar varios roles simultáneos para realizar bien su tarea: ser un asesor del Legislador conocer las tareas de las otras áreas. Además, deberá por sobre todo, generar confianza.

En el relevamiento del perfil deben definirse los requisitos excluyentes y no excluyentes y las competencias dominantes en el campo de la Comunicación.

El término competencia hace referencia a características de personalidad, devenidas en comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas o mercados distintos.

Las competencias en los descriptivos de puestos se indican con su nombre y grado o nivel. La definición de las competencias, así como su apertura en grados, se encuentran en el documento denominado diccionario o catálogo de competencias, confeccionado a la medida de cada organización.

En función del mencionado diccionario de competencias se definen, luego, ejemplos de comportamientos, que se registran en un documento denominado diccionario de comportamientos, que también se prepara a la medida de cada organización.

3.1. Competencias Y Habilidades Representativas Del Relacionista Público En La Asamblea Nacional Del Ecuador.

Ética

Interiorización de normas y principios morales que hacen responsable al individuo.

Liderazgo

Capacidad para dirigir a las personas y lograr que éstas contribuyan de forma efectiva y adecuada a la consecución de los objetivos.

Capacidad para establecer redes complejas con públicos estratégicos internos y externos , líderes de opinión y toda la comunidad en general. Implica un esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutua entre el Legislador o Asambleísta y sus públicos internos/externos, consolidando así la imagen del asesorado. Esta habilidad le permitirá al trabajador realizar una imagen idónea del Legislador, promoviendo y haciendo conocer aspectos determinados y a su vez de la Institución.

Capacidad de análisis

Identificar, comprender y evaluar las diferentes variables que inciden en la consecución de un objetivo en el entorno en el que se desempeña el Legislador es de vital importancia que el Relacionista maneje un análisis político para de esta manera poder solventar las necesidades del asesorado

Competencias comunicacionales.

Búsqueda de información ya que el relacionista público debe dominar cualquier tema para poder desempeñar un rol importante y este se haga indispensable de su asesorado.

Habilidades de redacción.

La redacción es indispensable ya que el rol del relacionista está siempre inmerso en temas de elaboración de discursos, boletines de prensa, notas de prensa, resúmenes políticos, ayuda memoria de sesiones de pleno las cuales se ejecutan en la Asamblea Nacional del Ecuador.

Se entiende por Competencias: Aquellas combinaciones de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a una persona ser “competente” en la función que realiza, es decir, lograr un desempeño superior y de acuerdo a los estándares de calidad definidos por la Asamblea Nacional del Ecuador y los Asambleístas. En el Diccionario cada competencia se presenta con la siguiente estructura:

1. Título de la Competencia: corresponde al nombre de la competencia, y engloba los comportamientos que deben tener los ocupantes de un determinado cargo en este caso el de relacionista público.

2. Definición: corresponde a una explicación genérica de la competencia.

3. Niveles: son los comportamientos específicos asociados a la competencia, es decir, son los elementos que evidencian la presencia de la competencia en la persona.

A continuación se presenta un modelo de Diccionario de Competencias que puede ser de ayuda para los despachos de los Legisladores en el rol del relacionista público de la Asamblea Nacional del Ecuador, esperando que sea un apoyo al desarrollo de la Institución y de los Legisladores.

3.2. Definición de competencias.

3.2.1. Grupo de competencias cognitivas

Las competencias cognitivas son una versión intelectual de las competencias de acción: para entender una situación o tarea, problema, oportunidad o cuerpo de conocimientos. Este grupo mide la intensidad con que se manifiesta la inteligencia práctica o aplicada y cómo una persona no acepta una situación crítica y procura construir su propia comprensión.

3.2.2. Pensamiento analítico

Es la capacidad de separar sistemáticamente problemas, situaciones o procesos complejos en sus partes componentes, y de establecer lógicamente relaciones de causa y efecto entre ellas. Implica ser capaz de comparar, relacionar y priorizar las partes identificadas, estableciendo series temporales, secuencias causales y tendencias relevantes en el ámbito político en el cual se desarrollan los Legisladores y de esta manera el Relacionista Público pueda solventar cualquier tipo de inquietud y a su vez lograr el posicionamiento del Asambleísta.

3.2.3. Pensamiento conceptual

Es la capacidad de comprender y sintetizar una situación o problema juntando las partes que la componen, viendo el cuadro global con precisión y claridad en el ámbito de las Relaciones Públicas. y aspectos clave o subyacentes en asuntos complejos, simplificando lo complejo.

3.2.4. Experiencia técnico/profesional

Expertise y maestría en el conocimiento profesional de las Relaciones Públicas, siendo reconocido por la solidez técnica y el liderazgo intelectual que ejerce dentro de su propio campo profesional de la comunicación.

3.2.5. Orientación estratégica

Habilidad para relacionar visiones, estrategias y conceptos de gran amplitud con el trabajo diario. Implica desarrollar una comprensión global de las estrategias comunicacionales y cómo éstas afectan las alternativas disponibles. Es la habilidad de vincular visiones, orientaciones y conceptos de largo plazo al trabajo diario.

3.2.6. Liderazgo de equipo

Voluntad de asumir el rol de líder de un equipo u otro grupo. Implica motivación por dirigir, influir y cuidar al equipo a cargo, clarificando sus metas compartidas, organizando sus actividades y promoviendo su motivación y sinergia para construir sentido de equipo en los despachos.

3.2.7. Iniciativa

Preferencia por actuar por adelantado ante posibles eventos o condiciones relevantes para el cumplimiento de metas. Implica hacer más de lo requerido o esperado en un trabajo dado, emprender acciones que no se han solicitado, actuar con anticipación ante nuevas oportunidades y/o prepararse para enfrentar problemas futuros.

3.2.8. Desarrollo de relaciones

Trabaja para crear o mantener relaciones de trabajo amistosas y redes de contactos con gente que es o puede ser útil para el logro de las metas. Implica generar redes, conseguir recursos, desarrollar contactos y orientarse a las relaciones con profesionales de la Asamblea Nacional de Ecuador y del entorno relevante.

3.2.9. Competencias específicas

Compromiso

Definición:

Niveles:

A) Demuestra un alto compromiso en el desarrollo de su trabajo en comunicación, el cual se caracteriza por cumplir con elevados estándares de calidad, llegando a superar las expectativas del legislador. Cumple responsablemente con realizar su trabajo dentro de los plazos establecidos.

B) Su desempeño alcanza los estándares de calidad requeridos. En ciertas ocasiones podría demorar en entregar su trabajo dentro del plazo que se le ha indicado, aunque ello no es algo usual.

C) Es consciente de la importancia de su trabajo, pero ante tareas que podrían resultar complicadas, su desempeño puede no alcanzar los estándares de calidad requeridos si en caso no es un profesional de Relaciones Públicas.

3.2.10. Credibilidad técnica

Definición:

Implica generar credibilidad en otros teniendo como base los conocimientos técnicos de su especialidad en este caso específico el de comunicación o Relaciones Públicas.

Niveles:

A) Es considerado el referente técnico clave en relación a las labores que realiza y es habitualmente consultado para tomar decisiones.

B) Participa en las discusiones que se encuentren en relación a las labores técnicas que realiza. Goza de cierta credibilidad y ello lo convierte en uno de los referentes técnicos del despacho se los cada uno de los legisladores de la Asamblea Nacional del Ecuador.

C) Demuestra tener cierto dominio de los conocimientos técnicos que se relacionan con el servicio que presta. Goza de menor credibilidad y en oportunidades no es considerado al tomar decisiones clave dentro del despacho esto sucedería en el caso de que este puesto lo ejecute una persona no entendida en materia de Relaciones Públicas en los despachos de los Asambleístas.

3.3. Pensamiento estratégico

Definición:

Habilidad para asimilar rápidamente los cambios del entorno, oportunidades y amenazas, y para identificar las características propias del legislador, debilidades y fortalezas. Es poder traducir estos cambios y características a la ejecución de acciones y planes concretos que permitan el desarrollo del Asambleísta.

Niveles:

A) Comprende rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades , las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de asesorado y cuál sería la mejor propuesta estratégica. Presenta alta capacidad para adaptarse a los cambios y para trabajar enérgicamente. Anticipa y responde positivamente a las variaciones del entorno específicamente en el político. Comprende las implicaciones y consecuencias de los cambios. Prevé las ventajas y desventajas de cada modificación.

B) Comprende los cambios del entorno y las oportunidades, detecta oportunidades crear alianzas estratégicas siempre que sean de fácil acceso.

- C) Experimenta dificultad al tratar de percibir los cambios del entorno. No se encuentra en la capacidad de proponer acciones o programas para que el legislador se adecue al medio.

3.3.1. Relaciones Públicas

Definición: Capacidad para establecer redes complejas de personas: con clientes, líderes en el mercado de interés, proveedores y toda la comunidad en general. Implica un esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutua entre la organización y sus clientes internos/externos, consolidando así la imagen de la empresa. Esta habilidad le permitirá al trabajador realizar el posicionamiento del legislador y a su vez la publicidad institucional de Asamblea Nacional del Ecuador, promoviendo y haciendo conocer aspectos determinados de la misma.

Niveles:

A) El trabajador posee amplios recursos para consolidar la imagen del legislador, comunicando las distintas facetas de ésta a diversos receptores: clientes internos y externos, proveedores, y comunidad. Tiene una alta capacidad para realizar la publicidad del legislador a través de dichas relaciones.

B) El trabajador posee recursos para dar a conocer las facetas e imagen del legislador sólo a ciertos receptores. En ocasiones se le podrían presentar dificultades para dar a conocer en su real dimensión la imagen que se quiere publicitar del legislador.

C) La llegada del trabajador a los receptores y al entorno es escasa, ya que no posee las habilidades suficientes para establecer las relaciones interpersonales requeridas.

**PERFIL DEL RELACIONISTA PÚBLICO PARA LA
ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL
ECUADOR**



INTRODUCCIÓN

A través del presente documento se pretende definir el perfil profesional del Relacionista Público, competencias profesionales, importancia, funciones y acciones a ejecutarse dentro y fuera de la organización.

Las Relaciones Públicas son acciones que proyectan procesos de comunicación, a través de estrategias coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, cuya finalidad es establecer y/o fortalecer vínculos con los públicos externos e internos.

El trabajo del relacionista público se adecua al perfil de la empresa a la que presta sus servicios, así entonces puede estar dentro de una oficina la mayor parte del tiempo, o fuera de ella, viajando, interactuando con los potenciales públicos externos afines a la entidad.

Para llevar a cabo el diseño del mencionado perfil para la Asamblea Nacional de la República del Ecuador es importante tomar en cuenta algunos puntos como los valores, la ética profesional, recursos importantes a tomar en cuenta para la elaboración del perfil profesional de la persona encargada de ésta área.

La Asamblea Nacional cuenta con 130 asambleístas, quienes a su vez trabajan con un equipo conformado por cuatro personas (para cada legislador), un asesor principal, asesor secundario, asesor político, asesor de comunicación o asistente administrativo. En ésta entidad, el período de legislación es de cuatro años consecutivos con opción a reelección a través de un proceso democrático y libre.

En el interior de dicha institución aún no se ha definido la importancia e injerencia que tiene el Relacionista Público en las actividades políticas que se ejecutan diariamente.

Ello impide la visibilización del profesional, como un elemento clave y determinante en la construcción y sostenimiento de la imagen del asesorado, y por ende saber que ello no sólo lo proyecta como sujeto individual sino como parte de una entidad pública que en corto o mediano plazo podría consolidar con mayor firmeza su imagen y reputación institucional ante los públicos internos y externos por la gestión de actividades que desarrolla a nivel profesional.

JUSTIFICACIÓN

La influencia e importancia que tiene las Relaciones Públicas a nivel interno de la entidad, ya sea ésta pública, privada o mixta radica en la promoción y socialización del conocimiento a los trabajadores para fomentar una buena relación entre los mismos.

Además, busca establecer un buen clima laboral y conseguir en los empleados el espíritu e imagen que la empresa pretende en el exterior.

También se ocupa de los problemas, de que éstos no alteren o perjudiquen la imagen de la entidad en el ámbito social y por supuesto crear acciones internas que permitan mejorar la relación entre el trabajador y la autoridad.

Entonces, contar con un perfil profesional adecuado permite desarrollar una visión general del profesional, conocer las funciones que tiene a su cargo, las habilidades que debe poseer, los conocimientos, valores y actitudes que rigen el desarrollo de su profesión.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar el perfil del relacionista público a partir del diseño de competencias y actividades a realizarse con públicos internos y externos para proyectar y consolidar su imagen y reputación institucional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las áreas de competencia del relacionista público mediante una guía secuencial delimitada, para establecer actividades y criterios de realización con los públicos.
- Definir los preceptos de ética, deberes profesionales y habilidades del profesional de ésta área para conocer el nivel de capacidad para desempeñar sus funciones laborales.

LA ÉTICA EN LAS RELACIONES PÚBLICAS

A partir del código deontológico se determina que todo profesional debe considerar los ideales y funciones de su profesión y considerar el resultado de su accionar ante cualquier suceso y a la vez debe evitar realizar aquellas actividades que vayan en detrimento de su profesión.

Es decir, el profesional debe estar siempre regido al cumplimiento cabal de la normativa moral y ética para sostener y mantener su imagen.

Existen valores que deben ser cultivados y perennizados como: la honestidad, lealtad, integridad, respeto, discreción, ética, esfuerzo, amabilidad, responsabilidad, solidaridad.

El Relacionista Público debe mostrar siempre un nivel elevado de moralidad, puesto que la verdad, el trabajo y el decoro son componentes fundamentales e inquebrantables en el ejercicio profesional, porque contribuyen de manera directa con la formación de la opinión pública.

Ante ello es importante mencionar y destacar algunos sucesos que no pueden pasar por alto:

- Presentar los hechos con honradez y sin omisiones.
- Sacar conclusiones objetivas de los hechos expuestos, basándolas en el peso de la obediencia y en el concepto bien meditado del mayor bien.
- El Relacionador Público debe estar motivado por un interés personal.
- Debe comprender que no es infalible y debe permitir que se oiga la voz de aquellos que están en desacuerdo con él, en la columna de las cartas del público y por otros medio apropiados.
- Revisar sus propias conclusiones y corregirlas si encuentra que se basan en conceptos erróneos previos.
- Retener el valor de sostener sus convicciones bien fundadas y nunca escribir nada contrario a su conciencia.

- Respetarse las opiniones individuales bien meditadas.
- Apoyar a sus colegas cuando éstos defiendan las normas más altas de la Integridad Profesional. (YÁÑEZ ROJAS, Eugenio 2007)

Con respecto al tema ético del profesional, existen diez deberes que son inevitables en el desarrollo profesional y laboral.

- Decir siempre la verdad.
- Usar un lenguaje decente y depurado.
- Ser justo e imparcial.
- Colocar el interés social por encima del particular.
- Servir con diligencia y optimismo.
- Conducirse honorablemente en todos sus actos.
- Actuar independientemente, conforme a sus ideas de bien.
- Ser sincero y responsable.

- Mejorar su cultura leyendo buenas obras. (YÁÑEZ ROJAS, Eugenio 2007)

Para que el servicio a la sociedad sea el adecuado y el mejor es importante que el Relacionista Público se desempeñe con capacidad, decencia y pro actividad. Su posición intachable hace de él un sujeto admirable e influyente, capaz de dar realce y valor a la empresa en la que realiza sus funciones.

El trabajo realizado y la actitud desarrollada acorde a los postulados mencionados anteriormente es la garantía tanto para la empresa como para los públicos que se ven influenciados por el profesional que pone a prueba su prestigio con frecuencia.

VALORES PROFESIONALES

Cada profesional a más de contar con beneficios profesionales también cuenta con deberes ineludibles, de cuyo cumplimiento depende el bienestar de aquellos a los que presta sus servicios y genera algún tipo de beneficio o estabilidad.

Como deberes fundamentales del Relacionista Público se detalla a los siguientes:

- **Honradez.-** La honradez es la principal cualidad del profesional, la cual está presta para toda persona respetuosa de su propia dignidad y condición, cuya finalidad es no engañarse ni engañar.

Es la rectitud de ánimo, integridad en el obrar y el respeto por las normas que se consideran adecuadas, conociendo que en el desempeño de cualquier actividad están en juego intereses ajenos.

- **Honestidad.-** Evidencia el proceder del individuo. Es un estado del ser humano compuesto por elementos que denotan decencia, compostura y buen

comportamiento. Dentro de este factor también está considerada la modestia como parte de la humildad.

- **Investigación.-** La investigación continua es clave para el crecimiento profesional puesto que el conocimiento está en constante transformación y avance. La dinámica social es la que impulsa al ser humano a estudiar, investigar y prepararse constantemente para estar acorde con las necesidades sociales. Este aspecto es una contribución del profesional desarrollada bajo la presión del avance científico para el bienestar de la humanidad.

- **Cortesía.-** Es el acto en el que se demuestra atención, respeto o afecto en el trato social para distinguirse de los demás sujetos sociales. Los términos amables y educados, los ademanes moderados y las maneras gentiles de referirse son elementos que denotan cortesía, factores que nunca debe estar exentos del profesional.

- **Probidad.-** Es el reflejo de la honradez, rectitud, honestidad e integridad de comportamiento. Mientras el nivel de probidad profesional sea más elevado, más perdurable será el recuerdo de moralidad aplicado en las relaciones sociales.

- **Discreción.-** Es la prudencia, la reserva, la sensatez y el tacto para referirse u obrar hacia otras personas. Implica saber cuándo guardar silencio y cuándo no. Es una virtud que se caracteriza por el nivel de prudencia que desarrolla el ser humano ante hechos con carácter reservado.

- **Puntualidad.-** Es la virtud de coordinar cronológicamente las actividades, para cumplir una tarea o satisfacer una necesidad en el tiempo establecido o acordado con o hacia otra persona. La puntualidad es un signo de consideración hacia la otra persona o personas que se encuentran en espera. Entonces, la puntualidad es un acto que exige estar a tiempo en el sitio determinado para cumplir con las obligaciones propuestas. Este valor denota personalidad, carácter, orden y eficacia.

ÁREAS DE COMPETENCIA

Las áreas de competencia del Relacionista Público son las siguientes:

1. Desarrollar análisis estratégicos de la situación comunicacional interna y externa:

- Auditoría de comunicación.
- Estudios de opinión.

2. Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación relacional:

- Consultoría en estrategias y campañas de comunicación.
- Relaciones corporativas y sociales a partir de la organización de reuniones con analistas, personas afines a proyectos desarrollados.
- Relaciones con la comunidad, desde las autoridades locales, asociaciones de consumidores hasta la ciudadanía en general.

3. Diseñar y planificar estrategias de medios coherentes a una táctica comunicacional predefinida:

- Orientación de la estrategia organizacional hacia la propuesta empresarial (*issues managment*)

4. Comunicar y vender un plan comunicacional a nivel estratégico y táctico:

- Campañas de responsabilidad social corporativa a través del apoyo y proyectos sociales llevados a cabo.
- Búsqueda de toma de conciencia (Lo que se es y análisis de la situación)

5. Crear, desarrollar y difundir mensajes comunicacionales funcionales a la estrategia adoptada, en los ámbitos externos e internos de la entidad:

- Establecer relaciones con los medios de comunicación a partir de ruedas de prensa, gabinetes, viajes de medios, gestión de entrevistas, seguimiento de medios, entre otros.
- Comunicación electrónica a través de páginas web, salas de prensa online, notas y convocatorias de prensa en html, blogs, redes sociales.

6. Producir y administrar eventos de la estrategia comunicacional:

- Llevar a cabo las estrategias de comunicación interna a partir de convenciones, *focus group*, realización de revistas internas, intranet, entre otros.
- Desarrollo de la comunicación integral de marketing, realizando el lanzamiento de productos corporativos.
- Diseño, gestión y realización de eventos.

7. Diseñar y aplicar parámetros comunicacionales para optimizar el proceso de difusión de labores cumplidas o en proceso:

- Formación de portavoces, es decir, ingresar al mundo de los medios de comunicación, preparación para entrevistas, discursos o presentaciones.
- Compromiso institucional (es lo que el relacionista puede hacer por la persona y/o entidad)

DESARROLLO DEL PERFIL PROFESIONAL

Las actividades y criterios de realización determinan el alcance de las competencias desarrolladas en el presente documento, en conjunto con las

actividades a realizarse y los respectivos criterios de realización sobre la base de éstas últimas.

ÁREA DE COMPETENCIA 1 Desarrollar análisis estratégicos de la situación comunicacional interna y externa:	
ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auditoría de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recopilar técnicamente antecedentes sobre la situación comunicacional de la entidad en sus ámbitos internos y externos. ▪ Verificar datos, registros o información existente para determinar el tipo de comunicación y estrategias aplicadas. ▪ Determinar el nivel de impacto de las estrategias o mecanismos de comunicación desarrollados, analizando el material obtenido, mediante el cual se dio a conocer a los públicos los procesos de legislación que se han llevado adelante.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudios de opinión. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar análisis situacionales sobre la identidad e imagen de la institución, desde la perspectiva interna y externa. ▪ Analizar el nivel de aceptación que tiene la Asamblea como institución y los legisladores en su condición individual, por parte de la ciudadanía ecuatoriana y sectorial (provincias que los eligieron). ▪ Aplicar encuestas a los funcionarios directos (públicos internos), desarrollar entrevistas directas en otros casos y sesiones de grupo con el personal encargado de desarrollar las actividades comunicacionales.
--	--

Elaborado por: Araceli Valencia

ÁREA DE COMPETENCIA 2	
Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación relacional:	
ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consultoría en estrategias y campañas de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar el tipo de campaña comunicacional que se debe realizar y los conceptos comunicacionales ejes de la misma para impulsar y proyectar la imagen institucional de la mano del legislador. ▪ Definir las estrategias comunicacionales acorde a los propósitos y objetivos trazados.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones corporativas y sociales a partir de la organización de reuniones con analistas, personas afines a proyectos desarrollados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar las necesidades e intereses de comunicación relacional de acuerdo a los objetivos corporativos y al gap entre identidad (lo que la organización quiere ser) e imagen (lo que la entidad proyecta a través de sus legisladores). ▪ Manejar crisis con determinación de los cursos de acción que se deben seguir, y asumir la vocería con propiedad y capacidad comunicativa.

<ul style="list-style-type: none">▪ Relaciones con la comunidad, desde las autoridades locales, asociaciones de consumidores hasta la ciudadanía en general.	<ul style="list-style-type: none">▪ Definir y perfilar locacional, demográfica y sociológicamente los públicos estratégicos de la entidad, detectando sus expectativas, intereses y grados de influencia.▪ Analizar las necesidades de los sectores estratégicos para los que se trabaja y de zonas de influencia directa, para dar soluciones breves y eficaces.
--	--

Elaborado por: Araceli Valencia

ÁREA DE COMPETENCIA 3 Diseñar y planificar estrategias de medios coherentes a una táctica comunicacional predefinida:	
ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Orientar la estrategia organizacional hacia la propuesta empresarial (<i>issues management</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encaminar la estrategia de medios diseñada, con la filosofía de la entidad y de la política del asesoramiento, basándose en el presupuesto predefinido. ▪ Evaluar los medios y canales que facilitarán el desarrollo de la estrategia organizacional, así como su viabilidad y factibilidad.

Elaborado por: Araceli Valencia

ÁREA DE COMPETENCIA 4

Comunicar y vender un plan comunicacional a nivel estratégico y táctico:

ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none">▪ Campañas de responsabilidad social corporativa a través del apoyo y proyectos sociales llevados a cabo.	<ul style="list-style-type: none">▪ Coordinar actividades de RSE con entidades encargadas de promover el desarrollo sustentable y sostenible, para contribuir al mejoramiento ambiental, social y económico.▪ Difundir la importancia de la Responsabilidad Social a través de material informativo entre los públicos internos, para impulsar los niveles de compromiso social.
<ul style="list-style-type: none">▪ Búsqueda de toma de conciencia (Lo que se es y análisis de la situación)	<ul style="list-style-type: none">▪ Exponer campañas comunicacionales en forma persuasiva y clara, enfocándolas a las necesidades de la ciudadanía, haciendo uso de elementos tecnológicos de apoyo adecuados.▪ Evidenciar las gestiones sociales desarrolladas a partir de material comunicacional elaborado con claridad y consistencia.

Elaborado por: Araceli Valencia

ÁREA DE COMPETENCIA 5 Crear, desarrollar y difundir mensajes comunicacionales funcionales a la estrategia adoptada, en los ámbitos externos e internos de la entidad:	
ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer relaciones con los medios de comunicación a partir de ruedas de prensa, gabinetes, viajes de medios, gestión de entrevistas, seguimiento de medios, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar y desarrollar mensajes comunicacionales para todos los medios y soportes definidos y supervisar el desarrollo de sus piezas. ▪ Crear todo tipo de material gráfico, audiovisual y multimedia para proyectar la imagen a todos los medios.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación electrónica a través de páginas web, salas de prensa online, notas y convocatorias de prensa en html, blogs, redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generar y obtener publicaciones de mensajes de <i>publicity</i> (crónicas y menciones no pagadas en medios). ▪ Mantener informada a la comunidad digital sobre las actividades que se realiza y la toma de decisiones, con permanente abastecimiento noticioso, a través de publicaciones, boletines, notas periodísticas, posteos, entre otras herramientas.

Elaborado por: Araceli Valencia

ÁREA DE COMPETENCIA 6 Producir y administrar eventos de la estrategia comunicacional:	
ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevar a cabo las estrategias de comunicación interna a partir de convenciones, <i>focus group</i>, realización de revistas internas, intranet, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar eventos para socializar actividades encaminadas, medidas a tomar y resoluciones posibles. ▪ Coordinar la ejecución de programas con carácter social, político, económico o cultural. ▪ Difundir los procesos sociales por los que atraviesa la entidad asistida a partir de material comunicacional diseñado previamente.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de la comunicación integral de marketing, realizando el lanzamiento de productos corporativos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir, contratar y supervisar la ejecución de subcontratos para eventos diversos: banquetería, iluminación, sonido, montaje y apoyo logístico para el lanzamiento de campaña. ▪ Determinar los productos claves para proyectar la imagen de la institución a la que pertenece o de la persona asesorada de manera individual.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir el perfil de posibles organizaciones y agrupaciones que puedan tener interés con la actividad que se realiza.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño, gestión y realización de eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar ferias, congresos, lanzamientos, conferencias de prensa, inauguraciones, aniversarios, paneles y simposios para promover la imagen del asesorado y la entidad a la que pertenece. ▪ Dirigir y producir eventos de una campaña comunicacional para impulsarla y posicionarla en los públicos a los que va dirigida. ▪ Diseñar y aplicar sistemas de ceremonia y protocolo organizacional.

Elaborado por: Araceli Valencia

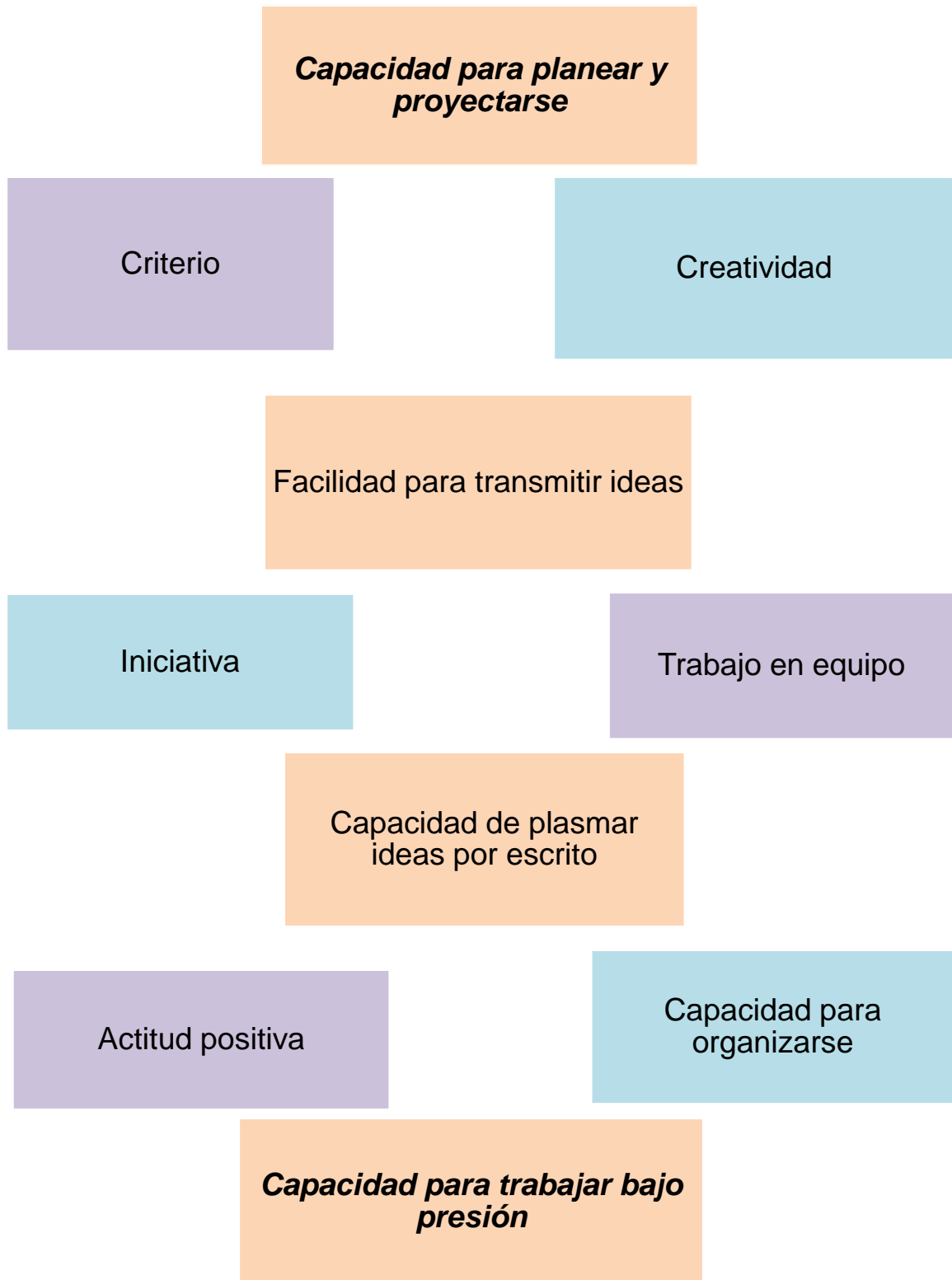
ÁREA DE COMPETENCIA 7

Diseñar y aplicar parámetros comunicacionales para optimizar el proceso de difusión de labores cumplidas o en proceso:

ACTIVIDADES:	CRITERIOS DE REALIZACIÓN:
<ul style="list-style-type: none">▪ Formación de portavoces, es decir, ingresar al mundo de los medios de comunicación, preparación para entrevistas, discursos o presentaciones.	<ul style="list-style-type: none">▪ Capacitar a personas de <i>front</i> y <i>back desk</i> e inducción laboral en aspectos comunicacionales.▪ Diseñar la estructura comunicacional: mensajes estandarizados, formas y estilo comunicacional y organizacional interno y externo.
<ul style="list-style-type: none">▪ Compromiso institucional (es lo que el relacionista puede hacer por la persona y/o entidad)	<ul style="list-style-type: none">▪ Realizar seguimiento de planes comunicacionales y estrategias diseñadas por medio de sondeos específicos.▪ Administrar los recursos y presupuestos con oportunidad y efectividad.▪ Supervisar la aplicación de estructura y formas comunicacionales predefinidas.

Elaborado por: Araceli Valencia

HABILIDADES PROFESIONALES



Elaborado por: Araceli Valencia