



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN  
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**

**PROBLEMA:**

Relaciones públicas y su aporte en el desarrollo organizacional de la corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo.

**AUTORA:**

Daniela María Tamayo Aguilar

**TUTOR:**

MSC. Francisco Galarza Bravo

**BABAHOYO – 2021**

## RESUMEN

El presente estudio de caso se encuentra encaminado a analizar el aporte de las Relaciones Públicas en el Desarrollo Organizacional de la Corporación Ateneo S.A., partiendo desde la problemática presentada dentro de la institución, continuando con la teoría que respalda la investigación, para luego concluir con propuestas de soluciones factibles ante la problemática detectada. El tema resulta de gran interés puesto que en estos tiempos de globalización y auge tecnológico las relaciones públicas son indispensables para conseguir éxito; mediante estrategias, planificaciones, eficiente gestión de las comunicaciones y difusión a través de reuniones presenciales y además de la utilización de medios digitales, que a su vez beneficiará al desarrollo organizacional de la corporación. Asimismo, la investigación descriptiva permite la presentación de los temas más relevantes de cada variable que permiten analizar más a fondo la situación actual de la corporación, tomando fuentes de consultas científicas. No obstante, resultó necesario aplicar una entrevista con preguntas abiertas al personal administrativo de la institución, para así recabar la información pertinente en base a las opiniones vertidas. En dicha entrevista se destacó la utilidad de las relaciones públicas para crecer significativamente y alcanzar un desarrollo organizacional eficaz. Por tal motivo, la presente investigación ha evidenciado la problemática en torno a la implementación de estrategias actuales referente a las relaciones públicas, que deben ser perfeccionadas para incrementar su audiencia.

**Palabras claves:** Relaciones públicas, Desarrollo organizacional, Estrategias, Comunicación.

## **ABSTRACT**

This case study is aimed at analyzing the contribution of Public Relations in the Organizational Development of Ateneo Corporation, starting from the problems presented within the institution, continuing with the theory that supports the research, and then concluding with proposals of feasible solutions to the problem detected. The subject is of great interest since in these times of globalization and technological boom, public relations are essential to achieve success; through strategies, planning, efficient management of communications and dissemination through face-to-face meetings and in addition to the use of digital media, which in turn will benefit the organizational development of the corporation. Likewise, descriptive research allows the presentation of the most relevant topics of each variable that allow a more in-depth analysis of the current situation of the corporation, taking sources from scientific consultations. However, it was necessary to apply an interview with open questions to the administrative staff of the institution, in order to collect the relevant information based on the opinions expressed. In this interview, the usefulness of public relations to grow significantly and achieve effective organizational development was highlighted. For this reason, this research has highlighted the problems surrounding the implementation of current strategies regarding public relations, which must be perfected to increase their audience.

**Keywords:** Public relations, organizational development, strategies, communication.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>3. OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>4</b>
<b>4. SUSTENTO TEÓRICO</b> .....	<b>5</b>
<b>5. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</b> ....	<b>13</b>
<b>6. RESULTADOS OBTENIDOS</b> .....	<b>14</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>25</b>
<b>8. RECOMENDACIÓN</b> .....	<b>27</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>28</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>30</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación se realizó en la Corporación Ateneo S.A., perteneciente al cantón Babahoyo; un centro de capacitación continua que ha logrado posicionarse como una corporación exitosa, gracias a las Relaciones Públicas que manejan. Sin embargo, como toda empresa exitosa debe atravesar por ciertas dificultades que a futuro fortalecerá su Desarrollo Organizacional, incluyendo las debilidades que presente, lo cual implica un factor interno que se pueden superar aplicando las estrategias adecuadas al caso.

El presente estudio de caso se sustenta en la línea de investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo; Microempresa y Emprendimiento integrada a la línea de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación; Desarrollo Organizacional vinculada a la línea de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe sobre Administración, con la sub-línea; Teoría del Desarrollo Organizacional. Misma que está relacionada con el tema: Relaciones Públicas y su aporte en el Desarrollo Organizacional de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo, el cual se respalda en sus referencias bibliográficas.

El presente estudio destaca la importancia de las relaciones públicas en el desarrollo organizacional de una empresa, la cual depende de las relaciones y los vínculos que logre formar con su público interno, entidades públicas, privadas y el público en general. En la actualidad resulta imperante que las empresas implementen estrategias basadas en relaciones públicas que vayan de la mano con la publicidad. Motivo por el cual se sugirió la contratación de personal especializado

en relaciones públicas que implementen estrategias efectivas para incrementar el número de participantes a los cursos y a su vez beneficie a la corporación como tal.

## **DESARROLLO**

La Corporación Ateneo S.A., se constituyó en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos en el año 2013, bajo la razón social de: Corporación Internacional de Educación Continua y Profesional Ateneo S.A. (EDUCOMPROF), con el objetivo de ofertar servicios de capacitación a particulares, ya sean; empresas, e instituciones públicas a nivel nacional, pero con mayor relevancia en la provincia de Los Ríos, a causa de una insuficiente oferta de servicios de formación continua. Desde ese entonces muchos niños, adolescentes, jóvenes y profesionales se han formado allí, obteniendo certificados debidamente avalados por los organismos pertinentes.

Sin embargo, se ha detectado que la organización no cuenta con suficiente publicidad, porque además carece de un relacionista público que pueda diseñar e implementar estrategias requeridas, puesto que son los directivos de la corporación quienes cumplen dicho rol, que, aunque desempeñan al máximo sus funciones, existen ciertas deficiencias de relaciones públicas afectando al desarrollo organizacional de la corporación. Actualmente, es necesario que una empresa u organización que requiera elaborar y poner en marcha estrategias de comunicación y de imagen de marca cuente con un profesional en Relaciones Públicas, ya sea de forma permanente o eventual. Mediante la presente investigación se pretende que los Directivos de la corporación analicen el aporte que tienen las relaciones públicas en el ámbito organizacional.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio es de gran *importancia* dado que toda organización espera ver resultados a corto o largo plazo en el desarrollo organizacional de la misma, tal es el caso de la Corporación Ateneo S.A., que mediante un eficiente manejo de las relaciones públicas trata de conseguir más audiencia, lo cual le permitirá crecer económicamente y a su vez contratar más personal e implementar más cursos de capacitación, para así lograr ser más que una microempresa. Asimismo, la corporación será reconocida no solo por los servicios que ofrece, también lo será por la efectiva publicidad que realice y la calidez que muestre al momento de relacionarse con sus pares, generando una buena imagen ante la sociedad riosense.

La elaboración de este estudio de caso, representa un *aporte* fundamental para la corporación, puesto que se destacan diversos temas relacionados a la actividad económica que desempeña. Notablemente, hoy en día con el auge de las redes sociales se puede dinamizar la relación entre la empresa y su público objetivo, aunque, por el contrario, contar con un profesional capacitado en Relaciones Públicas hará que la organización sea más exitosa y cumpla con las metas establecidas mediante un trabajo en conjunto con los demás miembros de la organización. De acuerdo a los resultados, los directivos decidirán si es necesario contar con una asesoría más especializada en temas de relaciones públicas.

La ejecución del presente estudio de caso muestra como *beneficiarios* a los directivos y empleados de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo, que con años de trayectoria siguen posicionados como una institución respetable en donde las relaciones públicas han sido un

factor determinante para lograrlo. Al mismo tiempo, aunque de forma indirecta será beneficiado también el público en general, como resultado de una mayor difusión sobre los cursos de capacitación continua que muchos jóvenes y profesionales necesitan para actualizar conocimientos e incluirlos en su hoja de vida.

Esta investigación resulta *factible*, ya que se dispone de la información pertinente para su respectivo desarrollo, además de ello, se cuenta con acceso a los recursos tecnológicos, incluyendo también los recursos materiales y económicos necesarios para la ejecución del proyecto, que no generan costos elevados, sino más bien asequibles a la situación. Asimismo, los miembros de la corporación se encuentran predispuestos a colaborar con datos relevantes sobre la organización y a su vez tomar en cuenta las recomendaciones acerca de la utilidad que tienen las relaciones públicas en el desarrollo organizacional.

### **3. OBJETIVO GENERAL**

Analizar el aporte de las relaciones públicas en el desarrollo organizacional de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo.

#### **4. SUSTENTO TEÓRICO**

##### Relaciones Públicas

Las relaciones públicas son imprescindibles para una empresa, puesto que generan una imagen corporativa adecuada que influye en su desarrollo económico y empresarial. Citando a Mackay et al. (2018) consideran que, “Las relaciones públicas son una manera de establecer relación entre una organización o institución y sus diversas audiencias objetivas, para incrementar el posicionamiento, las ventas y facilitar la comunicación entre ellos” (p. 13). En ese sentido, los autores creen que la adecuada conexión que exista entre la institución y el público hará que la organización se posicione en el mercado objetivo al cual desea llegar.

Las relaciones públicas, a más de conquistar la opinión de las personas en base a productos o servicios, tienen como objetivo lograr resultados favorables tanto para los clientes internos y externos de la empresa. Resulta lógico pensar que solo la audiencia externa posee relevancia al momento de las relaciones públicas, sin embargo, un factor primordial sería el público interno, quienes deben conocer e indagar a fondo sobre la empresa u organización a la que representan. De tal modo, serán los voceros de la misma y así lograrán llegar a una mayor audiencia y así hacer conocida a la institución a nivel local e inclusive a nivel nacional.

## Retos actuales de las Relaciones Públicas

Dejando a un lado la situación por la que muchas empresas se vieron afectadas a causa de la pandemia, es necesario agregar que hoy en día se presentan distintos retos que debe enfrentar un relacionista público. Citando a Almansa y Ruiz (2020)

En la actualidad, las Relaciones Públicas, en este mundo cambiante, tienen nuevos retos: la apuesta por la planificación estratégica, la calidad, la transparencia, la igualdad, la inclusión, la necesidad de evaluar y medir resultados; y la necesaria formación especializada para los profesionales del sector. (p. 2)

Esto indica que, quien asuma el cargo de relacionista pública debe estar especializado en afrontar y superar con éxito las vicisitudes y mediante sus estrategias comunicacionales podrá ser un excelente vocero de su organización.

## La identidad corporativa

Aunque resulten similares los términos identidad e imagen corporativas presentan sus diferencias. Por ello, se debe tener claro el concepto de cada palabra para comprender mejor su vínculo y contrastes. Como señala Vire (2019):

La identidad corporativa es la manera como una empresa va a presentarse frente a sus públicos, es el cúmulo de características que la representan, la distinguen y con las que la organización busca posicionarse en la mente de las personas e instituciones con quienes se relaciona directa o indirectamente. (p. 192)

Entonces, la identidad corporativa se trata más bien de la misión, visión y objetivos que establezca la organización. Es decir, cómo quiere ser reconocida en la sociedad, aquello especial o innovador que la distingue del resto.

## Imagen Corporativa

Desde la posición de Vire (2019) enfatiza que, la imagen corporativa se trata más bien del punto de vista que tiene un grupo determinado de personas sobre la organización. Las percepciones pueden ser numerosas, puesto que en ciertos individuos se haya generado un impacto positivo, mientras que en otros no tanto. Dado que la imagen corporativa es un tema relevante para los directivos de la empresa, no escatiman esfuerzos para crear buenas críticas porque ostentar una imagen corporativa positiva conlleva a obtener altos porcentajes de desarrollo económico, social, credibilidad y aceptación.

## Comunicación corporativa

Como es de conocimiento, la comunicación corporativa se basa en acciones para comunicarse con su audiencia, es así que “La comunicación corporativa contribuye a la construcción, mantenimiento y protección de la reputación de una compañía ya que la sostenibilidad y el éxito de la misma dependen de cómo sea vista por sus principales actores” (Sierra Amoedo, 2016, p. 11). Como expresa la autora, este tipo de comunicación sirve como

instrumento para gestionar las maneras en las que se dará a conocer a la organización, buscando siempre hacerlo de una forma eficiente y eficaz. El mensaje debe ser congruente y a su vez atractivo para orientar las conductas del consumidor y establecer relaciones interpersonales entre la empresa y el público.

### Comunicación interna

Aquellos integrantes de la organización encargados de la comunicación interna, tienen como tarea establecer un sistema de libre acceso a la información, diseñando los elementos apropiados y que determine los flujos de la comunicación, debido a que todos los empleados deben estar al tanto de las disposiciones, cambios o implementación de nuevas estrategias para que aporten en el correcto funcionamiento de la empresa. Deberá también realizar una investigación a fondo sobre los antecedentes corporativos y organización de campañas de difusión y coordinación conjunta de los miembros de la organización (Sierra Amoedo, 2016). Es decir, la comunicación fluye en las diferentes áreas o secciones con las que cuenta la organización.

### Comunicación externa

De la comunicación externa se puede indicar que está compuesta, al igual que la interna, de redes o canales de difusión y mensajes, pero que en este caso fluyen hacia fuera de la empresa, es decir, el público externo. Su propósito es conservar y mejorar sus relaciones con sus aliados la

influencia de una imagen optimista y la promoción de sus productos o servicios. Por lo cual, el relacionista público debe hacer que la empresa comunique bien y, para ello los mecanismos de comunicación externa que utiliza son fundamentalmente las relaciones públicas y la publicidad (Sierra Amoedo, 2016). Tanto clientes, proveedores, accionistas deben ser priorizados con una comunicación asertiva para mejorar la publicidad de la corporación como tal.

### Relaciones públicas y publicidad digital

Evidentemente los avances tecnológicos han conseguido un cambio revolucionario en la sociedad en general, y que a su vez ha transformado la forma de hacer negocios y lógicamente al momento de hacer publicidad. Vázquez (2019) en su estudio afirma que hoy en día empresas y consumidores se han actualizado y las organizaciones han incursionado en el entorno digital. Aplicaciones como Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp favorece la difusión del mensaje, habrá un contacto más cercano y de rápida respuesta. Porque si bien es cierto, el relacionista crea la marca, pero es el publicista quien la vende, pero en este caso, son los mismos miembros de la organización quienes desempeñan ambos roles.

### Desarrollo Organizacional

Se puede señalar que una de las cuestiones más importantes de una organización es su desarrollo. Como afirma Segredo et al. (2017):

El Desarrollo Organizacional (DO) surge de las exigencias de un ambiente cambiante y del conocimiento originado por la evolución de las ciencias sociales aplicadas. Los cambios rápidos dentro del entorno organizacional exigen procesos y estructuras que sean mucho más flexibles y que brinden mayor capacidad de respuesta que las estructuras tradicionales. Se requieren nuevas capacidades individuales y organizacionales que puedan impulsar las iniciativas individuales y la disposición para asumir riesgos. (pág. 89)

Esto significa que el desarrollo organizacional se dirige mediante sólidos valores humanísticos existentes en toda organización. Además, se centra en un trabajo colaborativo de todos los niveles jerárquicos.

### Importancia del Desarrollo Organizacional

La eficacia y vitalidad en los procesos de una organización dependen de un sistema bien definido, de modo que mejore la productividad dentro de la organización.

El desarrollo organizacional indaga cómo alcanzar un cambio planeado de la organización de acuerdo con las necesidades, requerimientos o peticiones de la organización misma. Así, la atención se puede enfocar en las características de acción de determinados grupos, en renovar las relaciones humanas, en los factores económicos y de costos, en las relaciones entre grupos, en el desarrollo de los equipos humanos y en el liderazgo. Se centra casi siempre en los valores, las actitudes, las relaciones y el clima organizacional. (Hernández et al., 2019, pp. 11-12)

Aunque el desarrollo organizacional surgió hace mucho tiempo, se sabe que está evolucionando consecutivamente, puesto que es necesario satisfacer las nuevas exigencias de las organizaciones, en donde la tecnología y el comercio aportan a su desarrollo económico y social.

## Etapas del Desarrollo Organizacional

El desarrollo organizacional (OD) implica una serie de etapas, de forma sistemática y a largo plazo que permita promover una organización más estable y colaborativa. Es así como en el blog (Recursos Humanos TV, 2019) se mencionan las siguientes etapas, las cuales son:

1. **Diagnóstico y recolección de datos:** La etapa inicial identifica los problemas que se presentan o presentarán en la organización para así poder determinar cuáles son los objetivos a alcanzar e implementar las soluciones apropiadas. (párr. 3)
2. **Planificación:** En esta segunda fase, se define el plan de contingencia, es necesario considerar los aspectos que se pueden presentar y excluir las barreras de comunicación, de modo que se encuentren soluciones a problemas específicos. (párr. 3)
3. **Implementación:** Este proceso establece y ejecuta el plan de acción que se adapta a las necesidades de la organización, que permitirá solventar el problema y a su vez alcanzar los objetivos establecidos. (párr. 3)
4. **Evaluación:** Una vez hecha la implementación, se revisan los planes y objetivos de la organización, se modifican ciertos aspectos contemplados en el plan de acción para cumplir las metas establecidas. (párr. 3)

Precisamente el desarrollo organizacional (DO), se enfoca en mejorar la capacidad de una organización mediante estrategias, estructuras, personas, valores, y etapas. Cada una de ellas refleja un esfuerzo en conjunto lo cual tendrá un impacto significativo en la dirección inicial del grupo.

### Cultura organizacional

Un componente importante dentro del desarrollo organizacional es la cultura organizacional presente en cualquier empresa. Según Llanos et al. (2016), “La cultura organizacional es considerada la personalidad de la organización, el conjunto de características que le proporcionan su propia identidad y le permiten diferenciarse de las otras” (p. 3). Los autores consideran que la cultura organizacional involucra las percepciones de los directivos y subordinados acerca de los valores, actitudes, creencias, tradiciones y la forma en cómo interactúan todos sus miembros en ella.

### Comportamiento organizacional

Complementando el tema antes expuesto, el comportamiento organizacional se encamina a la forma en que se comportan los individuos, cómo trabajan, cómo se interrelacionan entre sí y qué aportan a la empresa mediante sus actitudes, por ende, se vincula estrechamente con la cultura organizacional. Empleando las palabras de Molina-Sabando (2016):

El resultado de un buen comportamiento organizacional dependerá de la manera como se ha gestionado el capital humano en la organización, como están integrados los miembros que la forman, cuál es su identificación con la institución, como se manifiesta su crecimiento personal y profesional, cómo se da la motivación, la creatividad, la productividad, la identificación y la pertenencia, por mencionar algunos de los elementos que influyen en los comportamientos humanos. (p. 501)

Lo cual expresa que la capacidad que tenga un líder para guiar, construir equipos y manejar conflictos hará que una organización logre administrar eficientemente sus recursos, el más importante de ellos; el humano.

## **5. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Para la realización del estudio de caso presente, se emplea la investigación descriptiva, porque mediante ella se puede obtener la información requerida a partir de diversas fuentes y a su vez permite describir cada uno de los conceptos o definiciones en base a las relaciones públicas y el desarrollo organizacional. Asimismo, se aplica el método deductivo en su ejecución, puesto que permite obtener conclusiones a partir de varios antecedentes, teniendo en cuenta que va de lo general a lo específico. Es decir, mediante un razonamiento lógico se puede determinar si la corporación debe implementar nuevas estrategias de relaciones públicas para lograr un exitoso desarrollo organizacional, que beneficie a sus directivos, empleados y el público que accede a los servicios ofertados por la misma.

Al mismo tiempo, se aplicó una entrevista con preguntas abiertas, la cual fue dirigida específicamente al personal administrativo de la Corporación Ateneo, teniendo como propósito el acceso a una información en tiempo real y sobre todo precisa de acuerdo al manejo de las relaciones públicas dentro y fuera de la institución y cómo esta ha contribuido al desarrollo organizacional desde su fundación en el año 2013. En base a la información obtenida, se logró recabar datos necesarios para entender más a fondo la situación actual de la corporación y si es necesario la contratación de personal capacitado en el área de relaciones públicas, lo cual debe ir alineado a los requerimientos de la empresa sobre su desarrollo organizacional como tal. En consecuencia, las técnicas empleadas durante la investigación permitirán plantear las soluciones más apropiadas para el estudio de caso presentado.

## **6. RESULTADOS OBTENIDOS**

Tal como se mencionó previamente, el instrumento utilizado en el presente estudio de caso fue la entrevista, la cual estuvo dirigida concretamente a la Directora y a la Secretaria de la Corporación, quienes estuvieron predispuestas a responder las interrogantes planteadas con suma responsabilidad y sinceridad, lo cual se vio reflejado al momento de la conversación. No obstante, para ellas la presente investigación es de suma relevancia debido a que, en su actividad económica, es necesario la implementación constante de las relaciones públicas para formar alianzas estratégicas y por ende crecer como organización, ya sea a corto o largo plazo.

Por ello, en la presente investigación se realizaron dos entrevistas detalladas de la siguiente forma:

- a) La primera entrevista fue dirigida a la Dra. Cumandá Campi Cevallos; Directora de la Corporación Ateneo S.A. La entrevista se realizó de forma virtual, mediante la plataforma Google Meet. Dicha entrevista se efectuó a las 2:36 pm, el día viernes, 10 de septiembre de año en curso.
  
- b) La segunda entrevista estuvo dirigida a la Lcda. Yomira Montecé Cerezo; Secretaria General de la Corporación Ateneo S.A. De la misma forma, la entrevista se realizó a través de Google Meet, en el mismo enlace de la reunión anterior. De tal forma, se procede a un análisis estadístico de acuerdo a la entrevista realizada para una mayor comprensión del caso:

### **PREGUNTA N° 1**

1. ¿De qué manera han beneficiado las relaciones públicas en la identificación de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo desde su fundación en el año 2013?

**TABLA N° 1 Relaciones Públicas**

<b>Pregunta</b>	<b>Opciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje %</b>
1. ¿De qué manera han beneficiado las relaciones públicas en la identificación de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo desde su fundación en el año 2013?	Mucho	2	100%
	Medianamente	0	0%
	Poco	0	0%
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>100%</b>

## GRÁFICO N° 1 Relaciones Públicas



**Análisis de datos:** Se puede concluir que el 100 % de las entrevistadas consideran que las Relaciones Públicas han beneficiado mucho a la Corporación Ateneo S.A.

## PREGUNTA N° 2

2. ¿Considera factible la contratación de personal especializado en el área de Relaciones Públicas para brindar mejor asesoramiento en la institución?

**TABLA N° 2 Relaciones Públicas**

Pregunta	Opciones	Cantidad	Porcentaje %
2. ¿Considera factible la contratación de personal especializado en el área de Relaciones Públicas para brindar mejor asesoramiento en la institución?	Sí	1	50%
	No	1	50%
	Tal vez	0	0%
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>100%</b>

## GRÁFICO N° 2 Relaciones Públicas



**Análisis de datos:** Se concluye que existen opiniones divididas acerca de la contratación de un personal capacitado en Relaciones Públicas, el 50 % considera que “Sí”, y el otro 50 % considera que “No”.

### PREGUNTA N° 3

3. ¿Cree Usted que en algún momento el desarrollo organizacional o imagen de esta corporación han resultado afectadas por el bajo desempeño o mal comportamiento de sus colaboradores?

**TABLA N° 3 Desarrollo Organizacional**

Pregunta	Opciones	Cantidad	Porcentaje %
3. ¿Cree Usted que en algún momento el desarrollo organizacional o imagen de esta corporación han resultado afectadas por el bajo desempeño o mal comportamiento de sus colaboradores?	No han resultado afectadas	2	100%
	Sí han resultado afectadas	0	0%
	Tal vez	0	0%
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>100%</b>

### GRÁFICO N° 3 Desarrollo Organizacional



**Análisis de datos:** Se concluye que el 100 % de las entrevistadas afirman que el desarrollo organizacional o imagen de la Corporación Ateneo no han resultado afectadas por un bajo desempeño o mal comportamiento en ningún momento.

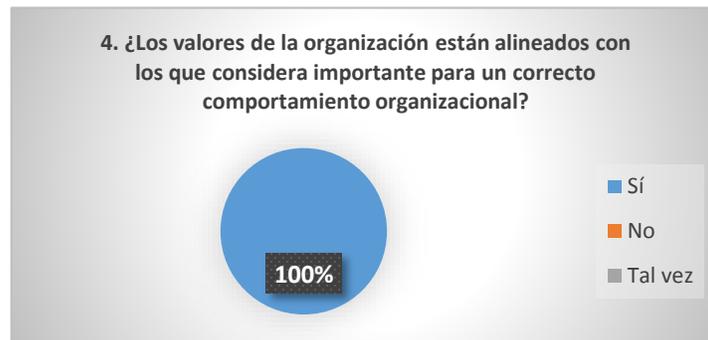
#### PREGUNTA N° 4

4. ¿Los valores de la organización están alineados con los que considera importante para un correcto comportamiento organizacional?

**TABLA N° 4 Desarrollo Organizacional**

Pregunta	Opciones	Cantidad	Porcentaje %
4. ¿Los valores de la organización están alineados con los que considera importante para un correcto comportamiento organizacional?	Sí	2	100%
	No	0	0%
	Tal vez	0	0%
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>100%</b>

## GRÁFICO N° 4 Desarrollo Organizacional



**Análisis de datos:** Se concluye que el 100 % de las entrevistadas afirman que, los valores de la organización sí están alineados con los que consideran importantes para un correcto comportamiento organizacional.

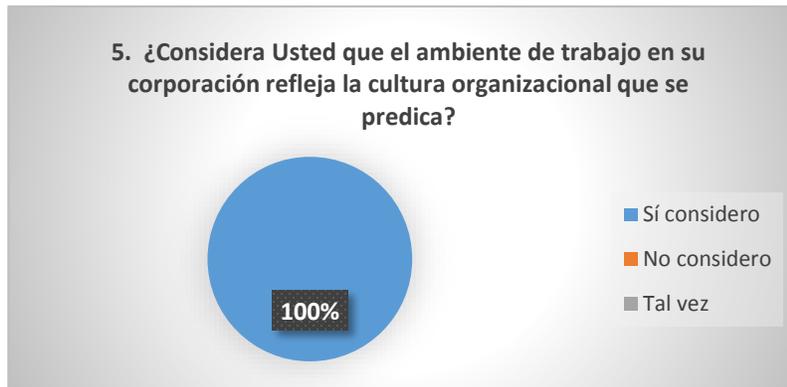
### PREGUNTA N° 5

5. ¿Considera Usted que el ambiente de trabajo en su corporación refleja la cultura organizacional que se predica?

TABLA N° 5 Desarrollo Organizacional

Pregunta	Opciones	Cantidad	Porcentaje %
5. ¿Considera Usted que el ambiente de trabajo en su corporación refleja la cultura organizacional que se predica?	Sí considero	2	100%
	No considero	0	0%
	Tal vez	0	0%
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>100%</b>

## GRÁFICO N° 5 Desarrollo Organizacional



**Análisis de datos:** Se concluye que el 100 % de las entrevistadas consideran que el ambiente de trabajo en la corporación refleja la cultura organizacional que en ella se predica.

### SITUACIONES DETECTADAS

Como antecedentes, se encontró que en el año 2019 se realizó una investigación en la Corporación Ateneo S.A., en aquellos momentos existían bajos niveles de desempeño laboral. Es así como el investigador, hizo énfasis en la gestión del talento humano para incrementar el desempeño laboral de sus miembros. En dicho estudio se sugirió implementar un modelo de gestión en donde se establecieron medios de comunicación adecuados para receptar sugerencias desde los distintos niveles jerárquicos para el bien de la empresa, misma que fue tomada en cuenta por la Dirección. Lo cual hace relación al desarrollo organizacional expuesto en el presente estudio de caso. Por ello, resulta necesario destacar que la Corporación Ateneo ha estado dispuesta a

corregir ciertas dificultades presentadas en cualquier momento de su vida institucional, lo cual refleja un compromiso por parte de sus autoridades y demás miembros.

Retomando el tema de estudio actual, con base a la técnica utilizada; la cual fue una entrevista online relacionada a las dos variables que conforman el tema de investigación (relaciones públicas y desarrollo organizacional), se obtuvo la información pertinente en torno a los criterios y opiniones vertidas por las entrevistadas. Mediante la entrevista se pudo detectar los factores que dan lugar a ciertas problemáticas, mismas que representan un riesgo para la corporación si no se logran corregirlas a tiempo. Entre las situaciones detectadas se muestran que, el proceso de las relaciones públicas es efectuada por el personal de la corporación, el cual solo ha recibido capacitaciones, pero que a largo plazo resulta una desventaja ya que, solo un profesional del área conoce sobre la implementación de estrategias para vincular la empresa con su audiencia y además cuidar y mejorar aún más su imagen corporativa.

Otra situación detectada es que existe diferentes criterios sobre la contratación de personal especializado en Relaciones Públicas, esto se debe a que la Dirección considera que basta con su personal porque confía firmemente en sus habilidades y capacidades para gestionar adecuadamente sus labores de publicidad. Sin embargo, Secretaría General cree que sí sería necesario contratar una persona profesionalizada en dicha área, porque es necesario mantenerse actualizados debido a que cada día, mes o año surgen nuevos retos para las empresas en relación a las relaciones públicas.

Además de lo anterior expuesto se detectó que, para la Dirección de la Corporación Ateneo, es de suma importancia los valores personales como institucionales que rigen el comportamiento organizacional. No obstante, afirma que la lealtad es la base fundamental para formar parte de la institución y una de las exigencias para brindarles confianza a los clientes externos. Lo cual es un problema, porque se dice que la lealtad empresarial es muy perseguida, pero a su vez poco alcanzada, ya que, al surgir problemas de cualquier índole dentro de la institución, ciertos empleados optarían por desvincularse de la misma, sin siquiera aportar con soluciones e inclusive podría afectar a la imagen de la corporación con comentarios errados.

Finalmente, en base a la teoría desarrollada durante la investigación, se manifestó que no existe una adecuada publicidad por medios digitales que funcionan como canales de difusión asequibles y efectivos, disminuyendo así las posibilidades de atraer a más clientes. Durante la entrevista se mencionó la gran utilidad de las relaciones públicas y la confianza que tiene el público babahoyense, pero no se indicó el uso de publicidad, que funciona como herramienta para ampliar el mercado objetivo al cual se desea llegar y no solo abarcar a la ciudad de Babahoyo, sino más bien a toda la provincia e inclusive cubrir más ciudades en el país.

## SOLUCIONES PLANTEADAS

A través de las técnicas de recolección de datos usada, la cual se trató de una entrevista dirigida a la Directora y Secretaria de la empresa, sumado al desarrollo de la teoría de ambas variables, se logró analizar la situación actual de la Corporación Ateneo S.A. Por ende, se plantean

soluciones para perfeccionar las relaciones públicas y así conseguir un óptimo desarrollo organizacional, de modo que entre las soluciones más factibles se encuentran las siguientes:

Contratar de forma permanente o temporal a un profesional del área de Relaciones Públicas si así lo requiere la Dirección de la Corporación, puesto que como cabeza principal de la organización tiene la potestad de tomar las decisiones más acertadas para su institución. Teniendo en cuenta que un Relacionista Público certificado, está capacitado para elaborar estrategias que le permita a la corporación ser más sólida y competitiva. Además, debe encargarse de gestionar la comunicación interna, con el objetivo de dar a conocer todo lo relevante acerca de políticas y asuntos que le conciernen a la empresa. Asimismo, debe encargarse de la comunicación externa para mantener una relación estable con clientes, proveedores, medios de comunicación y público en general. Por ello, un relacionista público, es de suma importancia si se quiere lograr un dominio perfecto de las relaciones públicas.

Otras de las posibles soluciones sería capacitar anualmente al personal que conforma la Corporación Ateneo, esto a que hoy en día el mundo está en constante evolución y por ende existen nuevos retos que toda empresa debe afrontar, y para ello deben estar preparados con la capacidad de afrontar riesgos y a su vez resolver los inconvenientes trabajando en equipo. Se debe tener en cuenta que las relaciones públicas no solo involucran comunicaciones o estrategias, también conlleva mantener una buena reputación, ser prósperos y a medida que una empresa crece debe destacarse aún más, lo cual no es un problema para la Corporación Ateneo, porque desde sus inicios ha recibido una gran acogida por el público gracias a su administración, valores

institucionales, una adecuada cultura organizacional y sobre todo a la buena imagen corporativa que los distingue del resto.

Cabe destacar que, para la Corporación Ateneo, la lealtad es uno de los valores más apreciados, ahora bien, no siempre se pueden conseguir empleados leales hacia la institución, por lo cual se sugiere ser enfáticos en dicho tema, ya que la lealtad empresarial implica cumplir un compromiso incluso en la adversidad. Resulta necesario realizar charlas sobre la lealtad institucional y además de ello motivar a los colaboradores a formar vínculos de confianza y respeto entre los distintos niveles jerárquicos, mientras que se genera unidad en los equipos de trabajo, además de una calidad en la comunicación de sus miembros. Es importante hacerles saber a los colaboradores, que ellos son parte fundamental de la corporación y que en las situaciones desfavorables se debe trabajar para encontrar soluciones, aportando ideas, lo cual será de gran beneficio para el desarrollo organizacional a corto y largo plazo.

Referente al tema de publicidad digital, sería necesario que la Administración y los demás miembros de la institución realicen campañas de difusión sobre los servicios que ofertan a través de sus redes sociales personales y delegar por periodos a un encargado de manejar las cuentas de la Corporación Ateneo en redes sociales, para así conseguir más clientes y obtener más reconocimiento a nivel local y nacional. Dicha idea, no generarían costos elevados para la institución y sus empleados, puesto que actualmente, todos contamos con internet en casa.

## 7. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la entrevista realizada a dos de los miembros del personal administrativo, tomando en cuenta las situaciones detectadas y las soluciones planteadas para resolver la problemática actual de la corporación, se concluye lo siguiente:

- La Corporación Ateneo S.A., es una institución de educación continua y profesional en donde las Relaciones Públicas han sido de mucha utilidad para crecer significativamente, logrando así vincularse con la comunidad que por muchos años ha conseguido el respeto y reconocimiento esperado por la corporación. Asimismo, en base a la teoría se puede describir que la institución es capaz de enfrentar los retos actuales en torno a las relaciones públicas en donde la competitividad obliga a las empresas a estar al día en cuestiones de dirección, planificación, organización, control eficiente y eficaz para mantener una sólida estabilidad en el mercado.
- Aunque el personal que labora en la corporación realiza muy bien su trabajo y la Dirección se encarga de que estén constantemente capacitados, no es garantía de que dominen perfectamente las Relaciones Públicas. Razón por la cual, es necesario contar con personal especializado en el tema, siendo capaz de poner en marcha planes estratégicos que permitan atraer a un mayor número de audiencia. Si bien es cierto, existen muchas empresas que ofrecen servicios de asesoramiento profesional, lo cual resultaría factible para la Corporación Ateneo contar con algún tipo de asesoramiento nacional o, de hecho,

internacional mediante conferencias online aprovechando la tecnología y las diversas plataformas digitales de videoconferencias.

- Resulta lógico pensar que, siendo una corporación reconocida en la ciudad de Babahoyo, posee un extenso reconocimiento en redes sociales, pero a diferencia de ello, se evidencia que la difusión de sus actividades y ofertas académicas en diferentes áreas es deficiente. Para ello se debe realizar mayor transmisión de los servicios que oferta y crear contenido agradable y sugestivo mediante Facebook, Instagram y WhatsApp, de tal forma que las inscripciones incrementen y además sea necesario la contratación de más personal para cubrir la demanda de los cursillistas y demás asistentes.
- Para finalizar, es indispensable recalcar que la Corporación Ateneo S.A., cuenta con un personal idóneo y capacitado, dispuesto a enfrentar las adversidades con profesionalismo, se enfatizan mucho los valores institucionales, éticos y morales. De tal manera que poseen una eficiente cultura organizacional, en donde la comunicación interna permite un acercamiento entre jefes y subordinados, dando paso a la recepción de sugerencias sobre asuntos internos o externos de la institución. Es así como el desarrollo organizacional resulta una prioridad día a día, cuidando cada detalle al momento de tratar al público interno y externo.

## **8. RECOMENDACIÓN**

Se recomienda que la Corporación Ateneo S.A., debe implementar estrategias de relaciones públicas actualizadas para así captar mayor audiencia, sin olvidar el uso de redes sociales para abarcar mayor territorio. Asimismo, se recomienda que la Dirección continúe realizando un óptimo trabajo cuidando a sus empleados a través del buen trato, capacitaciones y una comunicación efectiva y afectiva que logra fidelizar no solo a su público interno, sino también al externo, logrando potenciar su desarrollo organizacional e imagen corporativa.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Almansa Martínez, A., & Ruiz Mora, I. (2020). Las relaciones públicas en el nuevo milenio: retos y oportunidades. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1-4.
- Hernández, J., Gallarzo Manuel, & Espinoza, J. (3 de Noviembre de 2019). *Desarrollo Organizacional, enfoque latinoamericano*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: [https://www.pucesa.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/3\\_Desarrollo-organizacional.pdf](https://www.pucesa.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/3_Desarrollo-organizacional.pdf)
- Llanos, M., Pacheco, M., Romero, E., Coello, F., & Armas, Y. (2016). *La cultura organizacional: eje de acción en la gestión humana*. Samborondón: Universidad Ecotec.
- Mackay Castro, C., Andrade Zamora, F., Medrano Freire, E., Santamaría Yagual, J., & Silva Guerrero, B. (2018). *Relaciones públicas; teorías y casos ecuatorianos*. Guayaquil: Live Working S.A.
- Molina-Sabando, L., Briones-Véliz, Í., & Arteaga-Coello, H. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 498-510.
- Recursos Humanos TV. (14 de Mayo de 2019). *El desarrollo organizacional y su importancia dentro de las empresas*. Obtenido de [recursoshumanos.tv](https://recursoshumanos.tv) : <https://recursoshumanos.tv/articulos/el-desarrollo-organizacional-y-su-importancia-dentro-de-las-empresas/>
- Segredo Pérez, A., García Milian, A., León Cabrera, P., & Perdomo Victoria, I. (2017). Desarrollo organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *INFODIR*, 86-99.

Sierra Amoedo, M. (1 de Abril de 2016). *El desarrollo de la comunicación corporativa y su influencia en la creación de la identidad corporativa*. Obtenido de Repositorio Universidad

Pontificia

Comillas

Madrid:

<https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/15312/1/TFG001483.pdf>

Vázquez, C. E. (6 de Diciembre de 2019). *ResearchGate.net*. Obtenido de (PDF) La publicidad digital como influencia en la evolución del consumidor y en la sociedad.:

[https://www.researchgate.net/publication/337800838\\_La\\_publicidad\\_digital\\_como\\_influencia\\_en\\_la\\_evolucion\\_del\\_consumidor\\_y\\_en\\_la\\_sociedad](https://www.researchgate.net/publication/337800838_La_publicidad_digital_como_influencia_en_la_evolucion_del_consumidor_y_en_la_sociedad)

Vire Riascos, J. (2019). Identidad e imagen corporativas. Relación entre los perfiles de identidad e imagen de la Feria de Loja. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 189-208.

# ANEXOS

## ANEXO N° 1

### OFICIO DE ASIGNACIÓN DE DOCENTE TUTOR



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE



OFICIO-091.S.E.B.-FCJSE.  
Babahoyo, 19 agosto del 2021

Señor (ita)  
**TAMAYO AGUILAR DANIELA MARÍA**  
ESTUDIANTE DE LA CARRERA SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE  
Presente

#### De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo en base a lo resuelto H. Consejo Directivo de esta Facultad en sesión ordinaria celebrada el **2 de agosto del 2021**, mediante resolución N° **CD-FAC.C.J.S.E-SE-012-RES-001-2021** se designa como tutor(a) al Msc. Francisco Galarza Bravo, para desarrollo del caso/problema **RELACIONES PÚBLICAS Y SU APORTE EN EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN ATENEO S.A., DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

Particular que comunico para trámites de ley pertinentes.

Atentamente,



  
Lic. María Elena Salazar-Sánchez, MSc.  
**COORDINADORA**  
**CARRERA SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**

## ANEXO N° 2

### EVIDENCIA DEL RECIBIDO POR PARTE DE LA GERENCIA DE LA CORPORACIÓN ATENEO S.A., EN DONDE SE ME PERMITIÓ REALIZAR EL ESTUDIO DE CASO.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE

Babahoyo, 1 de septiembre del 2021

Ingeniera  
Carolina García Villalva, MAE.  
**Gerente General de la Corporación "Ateneo S.A."**  
García Moreno y Roldós  
En su despacho -

De mis consideraciones:

Reciban un cordial saludo de quien suscribe, la presente tiene la finalidad de darle a conocer que la Srta. **TAMAYO AGUILAR DANIELA MARÍA**, con cédula de identidad # **1207701226**, egresada de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, se encuentra en el proceso de TITULACION, por tal motivo solicito a Ustedes, de la manera más comedida se le permita a la mencionada estudiante realizar su trabajo de investigación de la empresa que Ustedes acertadamente dirigen, además que se le brinde información de la empresa como son: misión, visión, organigrama, actividad económica, valores institucionales, número de empleados que laboran y áreas departamentales de la empresa; asimismo se le brinde la facilidad para realizar la respectiva encuesta para su proceso de investigación. La investigación se enfocará exclusivamente en el área Administrativa con el tema: **"RELACIONES PÚBLICAS Y SU APORTE EN EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN "ATENEO S.A.", DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

Por la atención favorable que sirvan dar a la presente, reciban mis agradecimientos personales.

De Ustedes, muy atentamente;



  
Lic. María Elena Salazar Sánchez, MSc.  
COORDINADORA DE LA CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE

*Recibido  
1-sept-2021  
Carolina*

## ANEXO N° 3

**CUESTIONARIO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CORPORACIÓN ATENEO S.A., A QUIENES SE ENTREVISTÓ DE FORMA VIRTUAL MEDIANTE GOOGLE MEET, PARA LUEGO PROCEDER A LA REDACCIÓN DE SUS RESPUESTAS INCLUYENDO LA FIRMA DE LAS ENTREVISTADAS**

	<p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN</b> <b>SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE</b> <b>MODALIDAD PRESENCIAL</b></p>	
<p><b>CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CORPORACIÓN ATENEO S.A.</b></p>		
<p><b>Tema:</b> Relaciones públicas y su aporte en el desarrollo organizacional de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo.</p>		
<p><b>Objetivo:</b> Analizar el aporte de las relaciones públicas en el desarrollo organizacional de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo.</p>		
<p><b>Nombre del entrevistado(a):</b> Dra. Cumandá Campi Cevallos</p>		
<p><b>Función que desempeña:</b> Directora de la Corporación</p>		
<p>1. <b>¿De qué manera han beneficiado las relaciones públicas en la identificación de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo desde su fundación en el año 2013?</b></p>		
<p>Muy bien Srta. Estudiante, gracias por esta entrevista, yo podría responder que las RR. PP, han sido de gran utilidad en Ateneo, pues hemos crecido significativamente, nos hemos vinculado a toda la sociedad babahoyense y de ella hemos alcanzado el beneplácito por la buena atención en los aspectos educativos y culturales que hemos ofrecido y que seguimos ofreciendo.</p>		
<p>2. <b>¿Considera factible la contratación de personal especializado en el área de Relaciones Públicas para brindar mejor asesoramiento en la institución?</b></p>		
<p>Claro, siempre es necesario, sin embargo, el personal interno y externo de Ateneo que labora aquí es excelente. Yo por ejemplo soy una ferviente seguidora de las relaciones públicas, yo sé que son tan necesarias, tan importantes para acompañar al trabajo que hace una institución, que hace una empresa. E tal manera que, efectivamente hay que preparar bien al personal, para que pueda desarrollare adecuadamente y vincularse muy bien a la sociedad.</p>		
<p>3. <b>¿Cree Usted que en algún momento el desarrollo organizacional o imagen de esta corporación han resultado afectadas por el bajo desempeño o mal comportamiento de sus colaboradores? ¿Cómo pudo mejorar dicha situación?</b></p>		
<p>Bien, Ateneo es una corporación que está bien posicionada en la sociedad babahoyense, precisamente por contar con un personal idóneo. Siempre estamos capacitándolo, siempre todos capacitamos recibiendo asesoramiento de personas muy especializadas y eso ha hecho que nosotros podamos avanzar, podamos desarrollamos como personas, como profesionales y ayudar de esta manera a que la Corporación Ateneo vaya creciendo como debe de ser; adecuadamente.</p>		
		

4. **¿Los valores de la organización están alineados con los que considera importante para un correcto comportamiento organizacional? Mencione los más relevantes.**

Claro, cuando nosotros enseñamos, cuando nosotros practicamos la cultura organizacional allí están implícitos los valores tanto personales como los valores institucionales. Entonces, los valores que nosotros podemos señalar de mucha importancia son: la responsabilidad, la honestidad, la lealtad, que son los valores que más se necesitan poner en práctica para que no solamente llevarlos consigo, sino que también ponerlos en práctica. Como ya dije, para que la gente, los de adentro y los de afuera puedan entender que sin esos valores no puede una institución crecer. Pues nosotros tenemos que darles esa seguridad a nuestros clientes, a las personas que siempre nos buscan, para que los atendamos con los cursos, los seminarios, con las charlas, con los encuentros, etc. Allí está la responsabilidad, la honestidad y también eso que yo mucho exijo; la lealtad.

5. **¿Considera Usted que el ambiente de trabajo en su corporación refleja la cultura organizacional que se predica? Explique el porqué.**

Sí, sí refleja, porque nuestra conducta es compatible con lo que se hace, lo contrario sería no aplicar la cultura organizacional, como ya lo dije anteriormente. Entonces, hay que ser y hay que parecer también en todos los momentos de nuestra vida personal, de nuestra vida institucional. Aquí en Ateneo nosotros siempre estamos procurando que los que nosotros pidamos, exijamos que se lo haga pensando en que sus directivos son eso, son personas que manejan muy bien los valores morales, los valores institucionales y de esa manera pues entonces la gente entiende. Nosotros hemos logrado mantener la credibilidad en la gente que siempre nos busca, en esos sectores, los padres de familia, en esos profesionales que siempre están buscándonos para que nosotros los preparemos aún más.





CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE  
LA CORPORACIÓN ATENEO S.A.

**Tema:** Relaciones públicas y su aporte en el desarrollo organizacional de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo.

**Objetivo:** Analizar el aporte de las relaciones públicas en el desarrollo organizacional de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo.

**Nombre del entrevistado(a):** Leda Yomira Montecé Cerezo

**Función que desempeña:** Secretaria General de la Corporación

1. ¿De qué manera han beneficiado las relaciones públicas en la identificación de la Corporación Ateneo S.A., de la ciudad de Babahoyo desde su fundación en el año 2013?

Bueno, si, las relaciones públicas han beneficiado mucho nuestra empresa y también nos beneficia tener personal de esa élite de relaciones públicas porque nos ayuda a publicar nuestra marca.

2. ¿Considera factible la contratación de personal especializado en el área de Relaciones Públicas para brindar mejor asesoramiento en la institución?

Si, contratar personal para siempre mantenernos actualizados referente a todos los temas que son de relaciones públicas. Como sabemos cada año, cada mes, día a día vamos actualizando muchas cosas, entonces necesitamos estar actualizados.

3. ¿Cree Usted que en algún momento el desarrollo organizacional o imagen de esta corporación han resultado afectadas por el bajo desempeño o mal comportamiento de sus colaboradores? ¿Cómo pudo mejorar dicha situación?

Bueno, la Corporación Ateneo es una empresa que tiene muy bien organizado todos sus departamentos, todo su personal y llevamos una buena organización, por lo cual, hasta aquí no hemos tenido inconvenientes.

4. ¿Los valores de la organización están alineados con los que considera importante para un correcto comportamiento organizacional? Mencione los más relevantes.

Claro que si está alineada, los más relevantes son el respeto y la responsabilidad, son los valores más necesarios para que una empresa pueda tener éxito y pueda tener una buena organización.

5. ¿Considera Usted que el ambiente de trabajo en su corporación refleja la cultura organizacional que se predica? Explique el porqué.

Si lo considero, porque la corporación ATENEO tiene muy buena organización y planificación y todos trabajamos en conjunto para obtener éxito.

*Leda Yomira Montecé Cerezo*  
10 Septiembre 2021

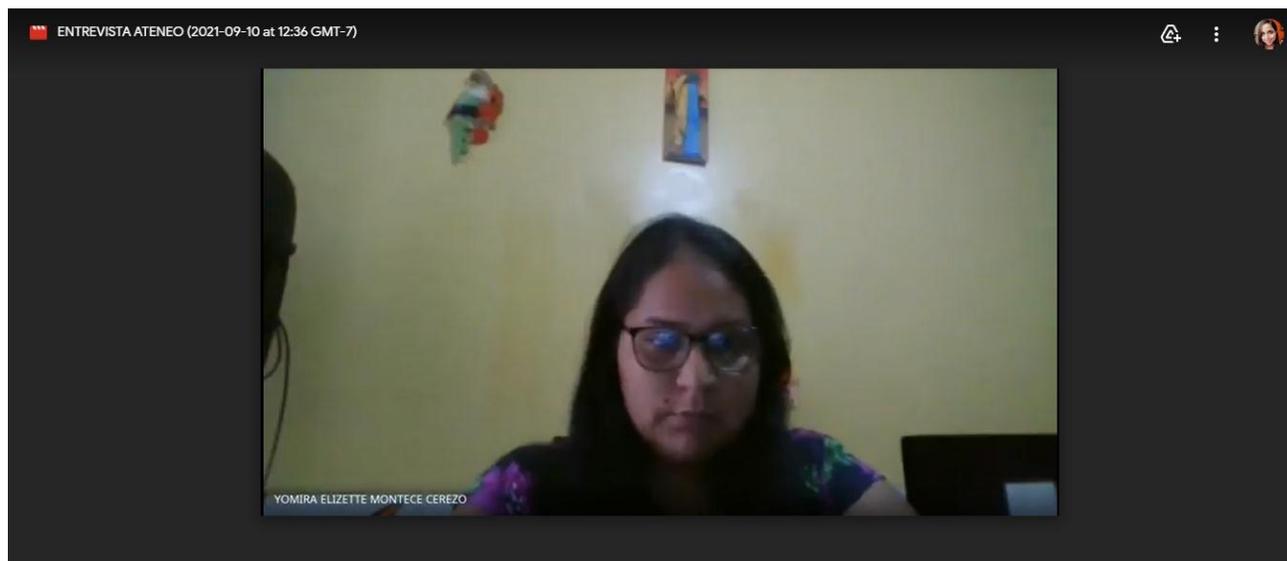
## CAPTURAS DE LA ENTREVISTA REALIZADA MEDIANTE GOOGLE MEET

Link de acceso a la entrevista realizada:

<https://drive.google.com/file/d/1K7JRbjsZFiE1diVRTDVrLJVI7m3Pfsf3/view?usp=sharing>



**Primera entrevistada:** Dra. Cumandá Campi Cevallos – Directora de la Corporación



**Segunda entrevistada:** Lcda. Yomira Montecé Cerezo – Secretaria General de la Corporación