



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



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

PROBLEMA:

**LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU CONTRIBUCIÓN EN EL
DESARROLLO DE LA CULTURA ADMINISTRATIVA DE LA SECRETARÍA DE
LA CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**

AUTORA:

SUANNY IVONNE MURILLO ZAVALA

TUTOR:

LICD. FAUSTO VIDAL HIDALGO TROYA, MSC.

BABAHOYO – 2020



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



DEDICATORIA

Primeramente, dedicar este trabajo a Dios porque me ha brindado un día más de vida, luego a mis padres ya que gracias a ellos a sus esfuerzos y paciencia han permitido que yo pueda cumplir una meta más, gracias a ellos por inculcarme buenos valores y haber criado una mujer de bien y valiente ante las adversidades.

A mis hermanos y esposo por brindarme su apoyo incondicional y estar conmigo en todo momento por brindarme cada día buenos consejos y enseñarme a no rendirme ante las adversidades, a toda mi familia por estar siempre brindarme su apoyo y estar conmigo en Cada paso que doy, cada meta que he logrado cumplir.

finalmente quiero dedicar este estudio de caso a mis amigas, por siempre apoyarme en los momentos más difíciles de mi vida, brindarme sus consejos y darme su voz de aliento que me ayudaron a seguir adelante.



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



AGRADECIMIENTO

Quiero dar primeramente gracias a Dios por haberme dado la vida por brindarme cada día que pasa buena salud y mantenerme aún con vida, agradezco a toda mi familia por estar siempre en los momentos más importantes de mi vida por haberme brindado su apoyo incondicional.

Mis más sinceros agradecimientos a todas las autoridades en donde comencé mis estudios hasta la actualidad por compartir y enseñar cada conocimiento y aprendizaje obtenido para así yo lograr ponerlos en prácticas en mi carrera profesional.

Finalmente agradecer a todas las personas que estuvieron a mi lado brindándome su apoyo, su paciencia, sus consejos y darme la mejor enseñanza de la vida que es no rendirse a pesar de las adversidades que se presente en la vida.



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



RESUMEN

El presente estudio de caso está enfocado en la comunicación estratégica y su contribución en la cultura administrativa de una secretaria. Este trabajo de investigación se lo realizó mediante una investigación descriptiva el cual nos permitió conocer las características de las variables a investigar y así conocer el desarrollo comunicativo y la cultura administrativa de la secretaria. De tal manera se aplicó como instrumento a la encuesta realizada a la secretaria de la coordinación de la Carrera De Secretariado Ejecutivo Bilingüe De La Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales Y De La Educación De La Universidad Técnica De Babahoyo para así conocer como es el desenvolvimiento y la cultura de la secretaria en el ámbito laboral. En la actualidad la secretaria como imagen principal de una empresa u organización deberá acudir a cursos de enseñanzas para obtener conocimientos y poner en práctica los procesos de la comunicación estratégica y la cultura administrativa.

La comunicación estratégica es una de las fuentes primordiales que debería practicar la secretaria para que al momento de emitir un comunicado logre que el receptor lo entienda de manera clara, por lo tanto, la secretaria deberá mostrar ante los demás ya sean compañeros, jefes o clientes el buen comportamiento o como lo conocemos la cultura o forma de actuar que debe manejar dentro de la organización.

PALABRAS CLAVES

Comunicación estratégica, desarrollo, cultura.



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



ABSTRACT

The present case study is focused on strategic communication and its contribution to the administrative culture of a secretary. This research work was carried out through a descriptive investigation which will lead us to know the characteristics of the variables to be investigated and thus know the communication development and administrative culture of the secretary. In this way, it was applied as an instrument to the survey carried out to the secretary of the coordination of the Bilingual Executive Secretariat Career of the Faculty of Legal, Social and Education Sciences of the Technical University of Babahoyo in order to know how is the development and the culture of the secretary in the workplace. At present, the secretary as the main image of a company or organization must attend teaching courses to obtain knowledge and put into practice the processes of strategic communication and administrative culture.

KEYWORDS

Strategic communication, development, culture.

1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio de caso se sustenta en la línea de investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo, PYMES integrada a la línea de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe sobre la base de Procesos Secretariales con la sub-línea de investigación comunicación dentro de las empresas, misma que está vinculada con el tema: Comunicación estratégica y su contribución en el desarrollo de la cultura administrativa de la Secretaria de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe en la Universidad Técnica de Babahoyo la misma que se respalda en sus referencias bibliográficas.

La siguiente investigación se efectuó en la coordinación de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación en la Universidad Técnica de Babahoyo, en vista que, se ha identificado que frecuentemente la secretaria no aplica los parámetros que involucra la comunicación estratégica y esta incide en la formación de su cultura administrativa, una de las posibles razones es la carencia de conocimiento por la falta de capacitaciones a partir de este tema en cuestión.

La comunicación estratégica es considerada como un proceso de intervención participativo que ayudará a cumplir todos los objetivos al momento de emitir alguna información importante, la secretaria deberá dar la información de manera clara a los demás funcionarios de la organización o empresa.

Para que la secretaria logre esa adecuada planificación es necesario reforzar su imagen de liderazgo en la organización o empresa y así establecer la mejora de atención al público interno y externo demostrando en si la cultura administrativa que es la forma de comportamiento de los funcionarios dentro o fuera de una empresa u organización.

Es relevante aplicar la comunicación estratégica como una plan de acción que permita a los funcionarios de una organización en especial a las secretarias, en vista que, estas se encuentran en constante comunicación con los usuarios o colaboradores de la institución a exponer sus ideas de una forma coherente, sencilla y eficaz; y de esta forma contribuya al desarrollo de la cultura administrativa y en la armonía laboral de los empleados y de la corporación.

La metodología aplicada es la investigación descriptiva, permitió la descripción de las estrategias, técnicas y factores involucrados dentro de la comunicación estratégica y como está

contribuye a la evolución de la cultura administrativa, empleando el inductivismo de la situación particular hasta detectar conclusiones generales. Empleando la encuesta a través de un formulario enviado vía On- line, para obtener la información de nuestro de estudio.

DESARROLLO

El presente estudio de caso se ejecutó en la Universidad Técnica de Babahoyo, creada el 5 de octubre de 1971 en la Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación fundada en la misma fecha en la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe instaurada en el año 1975 en el departamento de Coordinación de la carrera, misma que gestiona las actividades organizacionales de la carrera y de la dirección de sus procesos administrativos.

Misma que tiene como misión la formación del talento humano a través del ejercicio docente, la investigación y la vinculación de la comunidad con capacidades para responder de manera eficiente las necesidades de las instituciones públicas y privadas a nivel nacional regional, nacional e internacional. Y como visión hasta el 2013 se constituirá en un verdadero soporte de las actividades que se ejecuten en la oficina moderna con egresado altamente competente que le permitan poner de manifiesto su personalidad su competencia y excelente comportamiento, sustentado en valores humanos, morales, éticos y físicos.

JUSTIFICACIÓN

El propósito de esta investigación es demostrar la importancia de las técnicas y procedimientos que conlleva la comunicación estratégica a contribuir en el desarrollo de la cultura administrativa que debe tener la secretaria de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad De Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo.

El presente estudio tiene como aporte exponer los beneficios que conlleva la aplicación de una comunicación estratégica activa dentro de una organización, así como también, mejorar las condiciones laborales y los procesos organizacionales en base a un buen uso de una comunicación asertiva y de la exposición concreta de ideas políticas, administrativas y tecnológicas a favor del desarrollo de la organización.

La comunicación estratégica es una herramienta que ayuda a los funcionarios de una empresa, en especial a la secretaria que permita desarrollar la mejor forma de expresar sus ideas al transmitir la información y así logre dar a comprender a los demás lo que quiere informar, además es necesario que la secretaria tenga en claro los conocimientos de lo que es una cultura administrativa para que así analice, interprete, ponga en práctica y muestre a los demás su buen comportamiento.

Hoy en día la secretaria se ve en la necesidad de poner en práctica la comunicación estratégica puesto que debe desenvolverse de forma adecuada al comunicar datos relevantes que involucran a la corporación y demostrar su comportamiento o cultura administrativa. Es indispensable que la secretaria fortalezca su imagen de liderazgo y así determine en cómo mejorar la atención al público.

La factibilidad de este trabajo recae en que, por medio de la aplicación de las técnicas de comunicación estratégicas, así como la de los factores que se involucran en ella, proveerán al departamento en el que se aplica, un proceso organizado de ideas y estrategias que conllevarán a la mejora del ambiente laboral y a la eficacia y eficiencia de procesos administrativos y esta mejorara la cultura administrativa del departamento.

Los beneficiarios serán los administrativos, secretaria y usuarios del departamento de la de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad De Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, debido a que las técnicas planificadas y el proceso de comunicación estratégica incrementaran la eficacia y la eficiencia de los procedimientos que se realizan en el departamento contribuyendo notablemente en la cultura en la que se basa la administración de la misma y obtener los conocimientos adecuados para lograr un mejor desempeño laboral y la satisfacción a los usuarios

OBJETIVO

Determinar la importancia de la comunicación estratégica en el desarrollo de la cultura administrativa de la secretaria de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo.

Mediante el análisis de la comunicación estratégica la secretaria deberá poner en práctica todo lo aprendido ya que es de gran importancia plasmar el buen desenvolvimiento al

informar o comunicar algo, además la secretaria deberá mostrar el buen comportamiento ante los demás y así brindar la mejor atención al público.

SUSTENTO TEÓRICO

La Comunicación Estratégica

La comunicación estratégica” se ha hecho más conocida en las últimas dos décadas. Su significado es crear esfuerzos comunicativos que acompañen una libreta y un plan común, por lo general, esa planificación suele implicar las promociones de marca en una organización y así el público pueda efectuar determinadas acciones, inclusive respaldando un derecho. Se trata de un concepto es muy extenso y sutil, por lo tanto, hay varias definiciones acerca de éste término, ya sean oficiales o no, y divididas entre sí ya se centren en el desarrollo, la suficiencia y los resultados esperados de la comunicación estratégica. (Salvador, 2013)

Esta definición ha sido utilizada para definir el término de comunicación estratégica, es información o desarrollo que lleva a la obtención de un objetivo planificado, por un plazo prolongado en una organización de dos modos facilitando una estrategia anticipada, o factibilizando comunicaciones de larga distancia por medio de la internacionalización de comunicaciones o a emplearse como red global de factores dedicados a organizar una serie de actividades y acciones comerciales o no comerciales, logísticas o militares o estrategias de guerras políticas. Además, se refiere a la función que se aplica dentro de una institución, a través de procedimientos internos y externos de comunicación.

La comunicación estratégica aporta de un denominado “paraguas conceptual” que provee al corporativo la oportunidad de compendiar sus esmeros en la comunicación que de otra forma se hallarían dispersas. Esto les facilita innovar, clasificar y distribuir toda tipo de comunicaciones, que siendo distintos en forma, contenido o logro, mantienen lógica dirigida hacia un todo. Este sostenimiento que se desglosa de ella actúa como un eco que afianza el mensaje corporativo u organizacional e incluso el sello.

La Estrategia de la Comunicación tiene como meta transformar la unión de los corporativos u organizaciones con su ambiente social, cultural y político en una interrelación pacífica y positiva desde un foco de vista de sus objetivos e intereses. (Peña, 2019)(Tironi, 2012)

El deber principal de la misma es ejecuta y planifica integralmente la identidad Corporativa de las organizaciones: para unir y jerarquizar la labor de credibilidad y prestigio que toda corporación requiere. Aunque está relacionada estrechamente con la publicidad, el marketing, el desarrollo organizacional, relaciones públicas, la publicidad, y el lobby no tienen las mismas características.

Se considera a la Comunicación estratégica sobre encima a todas estas, porque es deber primordial ejecutar los planes y estrategias de la comunicación, que posteriormente señala cómo ejecutar las estrategias ya mencionadas. Con ideas de saber las semejanzas y diferencias de Comunicación estratégicas, los autores señalan de lo que se encarga cada una. (Tironi, 2012)

La Comunicación Estratégica se interesa en el afianzamiento y aseguramiento corporativo, todos los planes del corporativo, la dimensión identitaria de las organizaciones, la interrelaciones de no-mercado, y La publicidad es la clasificación de la comunicación social que están encargadas de vender servicios y productos. Esta pretende la innovación del mensaje, para hacerlo memorable y atractivo para las masas públicas, logros, y la estratificación de medios. (Tironi, 2012)

De otro modo, la Comunicación Estratégica labora anticipada y posterior de la publicidad: de forma anticipada, realiza el resumen planificado con la información, el público objetivo, y el comportamiento o transformación que quiere causar; de manera posterior, en el control de la campaña. Las habilidades organizacionales son destrezas que posee como objetivo encontrar, formalizar, ordenar y modernizar la cultura interior que crea la identidad de una organización. Un experto en la Comunicación Estratégica requiere de un resultado y plan interno que disponga el experto en las habilidades organizacional. (Tironi, 2012)

El vestíbulo es la presentación privada y honesta de una organización ante una institución regulador o principales representante, con la finalidad de anunciarle acerca de un tema en específico y convencerlo a beneficio de definida decisión. La dirección de esta labor son personas determinadas que aportan en ciertas decisiones, empleando material privados como cartas, convenciones uno a uno, minutas, entre otros. (Tironi, 2012)

La Estrategia de la comunicación, en ciertas ocasiones ocupan el vestíbulo, dispone como centro la opinión pública en absoluto o determinados grupos de personas más compartidas, pero siempre concurridamente masivas. Sus materiales son de régimen público, para transmitir la información a conjuntos amplios. Las conexiones gubernamentales son el factor elemento operativa de la estrategia de la Comunicación. Ella se determina con labores al

servicio de la prestigiosa guía de las organizaciones: regalos corporativos, fiestas, recepciones, protocolo y otras actividades parecidas. (Tironi, 2012)

La estrategia de la comunicación posee como deber determinar los objetivos que las ejecuciones de las relaciones públicas buscan, y cómo se relacionan en un plan más mundial. Indudablemente, el principal requerimiento de los materiales operativos de la secundaria, y ésta de la estrategia de la principal. (Tironi, 2012)

Pautas De La Comunicación Estratégica

Entender el rol del comunicador

El comunicador es el estratega de la organización: debe comprender que su trabajo no es solo realizar el buen dominio de las palabras para llamar la atención del redactor de un medio de información, sino que su trabajo es producir impacto social. El comunicador no debe andar en busca de popularidad sino ser racional y realista con lo que pasa a su alrededor y así entienda como esto afecta al país. (Peña, 2019)

Aceptar la innovación

La especialista afirma que en venir de los años habrá mejores emprendimientos, no porque las personas quieran sino porque no les queda otra alternativa, ya que “es formar una empresa o es no tener trabajo”. Por eso, se necesita persona capaz de innovar que se enfrenten a los obstáculos que se relacionan con las nuevas costumbres de los consumidores. (Peña, 2019)

Crear tu planificación estratégica personal

Antes de comenzar un trabajo, el informante debe realizar su disposición estratégica personal: deberá determinar cuál sería su visión, cuáles son sus debilidades y platicar con personas allegadas que puedan describir las visiones positivas de él y así, encontrar cual es la imagen en que se proyecta. “No dejes que alguien venga a quitarte tu esencia. Cuando trabajas demasiados años para una compañía aprendes principios y valores además todo lo que se realiza

en la compañía y así pierdes tus propios valores. Por eso, debes tener en claro tu autenticidad que te ayudara a convertir en un líder. (Peña, 2019)

Generar propuestas de valor

Las empresas no comprenden la comunicación, simplemente lo ven como algo corriente que se realiza día a día. Por eso muchos comunicadores creen que solo deberían poner en venta sus proyectos para poder sustentarse, pero deben transformarse en líderes con ética que procreen propuestas de valor. La especialista señala que el comunicador no solo debe cumplir su función informante si no que debe estar comprometido con su misión: lograr que la empresa gane reputación y dé a saber lo que es de gran importancia en la era de la “sobreinformación”, en la que hay mucha información que entretiene al usuario. (Peña, 2019)

Ser proactivo

“Ser líder no es sentarse y dialogar. El verdadero líder oye, mira y anota lo que los demás están diciendo. Ser líder es aprender a oír”, manifestó la especialista en comunicación estratégica quien enseño que los comunicadores deben manifestar las crisis antes de que ocurran. (Peña, 2019)

En este punto también es importante que la persona jurídica aprenda continuamente, a buscar cursos de educación que le permitan tener un mejor desenvolvimiento, pueda comprender que las encuestas ya no son métodos confiables, sino que mandan más la conducta de una persona ante un computador, los factores que delimitan sus gustos y la adquisición de conocimientos de Big Data (datos masivos de Internet) para llegar a más usuarios. (Peña, 2019)

El concepto “comunicación estratégica” es interdisciplinaria, es decir, abarca áreas como las relaciones públicas, la comunicación organizacional, la comunicación digital, el marketing y la publicidad. Su finalidad es orientar a la comunicación hacia un propósito decretando, orientando todos los elementos disponibles hacia el éxito anhelado. (Peña, 2019)

Importancia de la Comunicación Estratégica

Una vez examinados dos de los aspectos más importantes de esta era de la información, veremos cuál es el papel fundamental que puede tener la comunicación y cómo puede ser

utilizada para herramienta de la defensa del Estado, o como arma para el vencimiento del enemigo. Se observa que la comunicación ayuda en la resolución de los conflictos. Por lo tanto, se debe plantear una táctica, para que haya una comunicación activa y estructurada. (Cambria, 2016)

Claves de la Comunicación Estratégica

Este tipo de planificación se debe acompañar de una alta carga de liderazgo, el cual, a pesar de ser distinguido como intocable, es importante para que una organización logre sus objetivos. En el mundo de la comunicación estratégica y de las relaciones públicas, los líderes deben comprender que su responsabilidad está sujeta en conciliar sus necesidades y los objetivos de la organización con lo que realmente es de interés público.

En esa disposición, entender a la audiencia, así como desarrollar buenas tácticas en comunicación son fundamentales para lograr con las metas planeadas. (Bayona, claves de la comunicacion estrategica, 2018) A continuación, se mostrará cinco puntos clave en los que las compañías deberían concentrarse al momento de implementar su estrategia en comunicaciones:

Percepción y Realidad

Asegúrese de que la estrategia inicial sea la adecuada para obtener sus objetivos. Muchas veces, por estar concentrados en lo que nos sucede día a día, no recordamos hacer una pausa para verificar que estamos siguiendo la ruta indicada. En esa medida, es necesario confirmar que nuestro plan sigue siendo el indicado para obtener los mejores resultados. (Bayona, claves de la comunicacion estrategica, 2018)

Coherencia en el mensaje

Si bien los logros corporativos son importantes, también es necesario recalcar que las audiencias requieren que una compañía pueda beneficiarlos. El mensaje varía en servicio al tipo de público. A los consumidores les importa saber cómo su organización va a satisfacer sus necesidades. En cambio, a un ente gubernamental probablemente le importe el crecimiento laboral que hubo en su empresa por encima de las iniciativas de otros mercados que no tienen mayor impacto en su gestión. (Bayona, claves de la comunicacion estrategica, 2018)

Rigor en el análisis

La reputación de su compañía depende de las opiniones de múltiples grupos de interés: desde empleados e inversionistas, hasta periodistas, clientes y la sociedad. Antes de crear mensajes para las audiencias, no se comenta el error de predecir cuáles son sus intereses. Es importante el desarrollo de herramientas de medición y análisis que logren medir la reputación de su compañía con estas audiencias para tener mayor confianza al momento de plantearlas. (Bayona, claves de la comunicacion estrategica, 2018)

Construcción de confianza

Para asegurarse de que sus asociados se conviertan en validadores de su marca, se debe realizar un balance entre la construcción de reputación y la confianza hacia ellos. Las audiencias son más receptivas a ser validadoras de una compañía si hay confianza en ellas, pueden lograr tener una reputación favorable. Al incrementar el nivel de confianza, es factible transformar a los grupos de interés en socios, algo que no puede lograr únicamente la reputación. (Bayona, claves de la comunicacion estrategica, 2018)

Impacto apropiado

Tener en claro la importancia de como conectarse con las audiencias esta define, en gran medida, el éxito de su estrategia. En vista de que cada mercado es diferente, es necesario saber convencer a cada público para cumplir con los objetivos de negocio y de comunicación. Un acometimiento previo puede ser identificado para las personas con el mayor potencial para intervenir y comunicar. Esto le ayudara a ejecutar un plan para fidelizarlos frecuentemente. (Bayona, claves de la comunicacion estrategica, 2018)

Objetivos De La Comunicación Estratégica

La comunicación estratégica tiene como objetivo realizar actos para transformar la relación de las organizaciones con su entorno social, cultural y político en una conexión armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos. Es decir, esta busca llegar a todos los públicos de interés tanto interno como externo de la mejor manera, favoreciendo el logro de las metas y objetivos organizacionales.

El principal logro de la comunicación estratégica se basa en la obtención de un mapa de referencia para conocerse a sí misma como organización, del ambiente en que se mueve y la interrelación que existe y que tiene que existir en la empresa y su entorno. La comunicación puede ayudar en la optimización de los beneficios y recursos que ayudan a convertir a la comunicación en un procedimiento estratégico.

La comunicación estratégica es la interacción disciplinaria que permite trabajar con una empresa en situación y proyección. La magnitud y complejidad de semejante tarea, exige la instrumentación de un resumen de hecho particular, en el cual se logra evidenciar el fundamento del nombre "comunicación estratégica". La comunicación estratégica comprende los siguientes niveles de acción:

- Nivel estratégico.
 - Nivel logístico.
 - Nivel táctico.
 - Nivel técnico.
-
- ✓ Nivel estratégico: debes tomar en cuenta que la estrategia es un plan de actuación global que ejecuta en el campo especulativo, con las decisiones que no se estructuran, a través del método de prueba y error. La estrategia es el proceso que permite facilitar información de inteligencia, que facilita información en dónde es que se está y hacia donde se está yendo.
 - ✓ Nivel logístico: Hace una aproximación mental a la empresa, para guiar la producción y sustento de todos los recursos importantes para la obtención de los fines estratégicos comunicacionales.
 - ✓ Nivel Táctico: refiere a todo lo que tiene que ver con la destreza. La táctica es el arte de implementar los mejores recursos para un empleo, así como también es detectar el momento más importante para su ejecución.
 - ✓ Nivel Técnico: hace referencia a todos los movimientos operacionales que, desde cada una de las herramientas tácticas, serán llevadas a cabo.
 - ✓ La comunicación estratégica se debe comprender como un proceso de cooperación que permitirá trazar una línea de metas que determina el cómo se pretende lograr los objetivos.

Cultura Administrativa

La cultura administrativa indica la captación, el estudio y la comprensión del comportamiento de los funcionarios públicos. Los patrones de comportamiento se pueden demostrar en lo interno de las organizaciones (entre colegas y la relaciones con los superiores) y externo de las organizaciones (con otros organismos, en la política, con los ciudadanos y los medios de comunicación).

De la misma manera que en la vida personal de los seres humanos, la cultura consiste en el aprendizaje de los valores, la moralidad y el entorno. La cultura administrativa es un conjunto de valores, normas y reglas de organización que se reflejan en fenómenos psicológicos específicos que se manifiestan entre los funcionarios de una empresa u organización, y se presenta al mundo de manera similar.

La cultura representa a cierta comunidad, refleja las relaciones y acciones entre los seres humanos, si observamos la cultura y las relaciones entre personas, podemos ver que, el valor de cada persona está creciendo, las personas están más conscientes de los derechos humanos y las libertades, los acuerdos reemplazan cada vez más a la violencia.

Características de la cultura administrativa

La cultura administrativa de cualquier lugar del mundo refleja la particularidad y complejidad de la variedad de realidades regionales, nacionales y locales; sus experiencias históricas únicas; sus formas de inserción (subordinación o dominación) en el sistema de relaciones regionales y globales; y sus niveles de desarrollo y fragmentación.

Tales culturas son obras históricas, donde las experiencias del pasado, los mitos y tradiciones han fundido las orientaciones psicológicas actuales.

- ✓ Toda cultura administrativa está también condicionada por las situaciones y desafíos fundamentales y ocasionales existentes.
- ✓ La cultura administrativa forma parte de una matriz de postura más extensa, que tiene valores, prácticas y orientaciones hacia el entorno físico.
- ✓ Las culturas administrativas, como todas las culturas, son activas y están sujetas a cambios.

- ✓ Una cultura administrativa es el efecto de un proceso de inmersión y vinculación cuyos motores estructurales son tanto tácitos como lógicos.

La cultura administrativa es un trabajo que debe ser aplicado por la gerencia de las instituciones, vinculando todos los activos humanos de la institución lo que le facilitará lograr las metas y objetivos. La organización es un sistema que hace posible la interrelación de los elementos que la integran, que debe estar fundamentada en valores corporativos que la definan e identifican en los que podemos hallar: su visión, su misión y valores.

La formación organizacional de la corporación tiene como metas generales las siguientes:

- ✓ aportar al administrador la realización de los objetivos primordiales de la empresa a manera eficiente y la utilización del mínimo esfuerzo.
- ✓ descartar duplicación en el trabajo.
- ✓ Direccionar a cada integrante de la corporación a una autoridad y responsabilidad para el planteamiento eficiente de su labor.
- ✓ Plantear medios de comunicación respectivas para que los objetivos y políticas ya planteados se ejecuten de manera eficaz.
- ✓ Corporación informal: son medios de esferas o alianza de persuasión, que se dan lugar en la corporación, aunque no se hayan tomado en cuenta en el organigrama formal.

Las corporaciones reflejan en su parte interna una gran parte de cambios e innovaciones, y esto es la resolución de adquirir de cultura, valores y conocimientos, es decir la información aprendida de los individuos que la conforman y es una tarea de la corporación impulsar un aprendizaje que le permita adaptarse y generar. En este proceso de aprendizaje se busca:

- ✓ Conocer más del individuo, de los grupos y del mundo.
- ✓ Adquirir habilidades nuevas.
- ✓ Desarrollar nuevas destrezas.
- ✓ Cambiar de perspectiva y personalidad.

La aprehensión de conocimiento inhibe un compromiso, que la organización pueda aprender de sus propias experticias, lo que requiere de acciones tácticas y que esta aprehensión tenga como objeto principal no ser singular sino integrarse toda la organización.

La cultura administrativa es la columna de la organización, está presente en cada acción y función que efectúan sus miembros. Esta se funda en la sociedad, se gobierna a partir de los factores que la comunidad le ofrece y se sustenta en un elemento activo que afianza el desarrollo de esa sociedad. La cultura identifica la manera cómo actúa una organización, ésta se proyecta en los planes estructuras estrategias y sistemas que expone la misma es aprendida, y desarrolla con nuevas experticias, y puede ser transformada para un beneficio, si se comprende la interacción del medio de aprendizaje.

La mayor parte de líderes y ejecutivos de los departamentos de talento humano conocemos que la cultura administrativa es una herramienta indispensable para toda institución, por lo tanto, tiene que ser cuidada de una buena forma. Para muchos individuos sigue siendo un tema difícil, no es fácil de entender y tampoco de realizar. Esta falta de conocimiento es por diferentes elementos.

Proyecciones de la cultura administrativa

En base al impacto definido que tienen en los alcances de las organizaciones, ya sea para beneficio o perjuicio. Así la cultura puede transformarse en un generador potente de éxitos organizacionales, su primordial barrera es la contrastación en el aprendizaje estratégico que poseamos del mismo. Por tal motivo la cultura administrativa es analizada como un elemento estratégico que viabiliza a las instituciones a cumplir sus metas de negocio.

Se toma como objetivo primordial y real la portación de valores a la organización factibilizando el logro del objetivo con estrategia, de no lograrlo que esto sea la motivación que nos lleve a lograr resultados proyectados, abordar el tema desde una mala perspectiva comúnmente ni se suele tomar como una táctica ni una operación.

El desafío de la cultura administrativa es determinar la gestión, liderazgo, comunicación, valores, practicas, personas e identidad; factores imprescindibles para tener una cultura estratégica, la misma debe generar e integral todo el componente de la organización laboren en armonía y lleguen a ser la herramienta fructífera y jerarquizada sobre la cual se cree y se promueva el logro de objetivo es decir una lineación administrativa.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Investigación: como se mencionó anteriormente el tipo de investigación utilizada en este estudio, es la investigación descriptiva, misma que permitió a través de la observación y el análisis de los datos obtenidos la información, la cual da a conocer los hechos reales de la situación del problema que se está suscitando en el departamento que esta siendo objeto de estudio.

Método: el método utilizado es el inductivo puesto que permitió el análisis de los resultados a partir de hechos particulares llegando a una conclusión general, misma que se dio a partir del análisis y descripción del hecho problemático expuesto en la fase de la investigación descriptiva llevando a un amplio conocimiento de las situaciones suscitados en el presente estudio.

Técnica de investigación: como técnica de investigación se tomó a la encuesta mediante él envió de un formulario que sirvió para la extracción de información directa al objeto de estudio y así obtener datos fidedignos de la información recabada, para así evitar falsas conclusiones. Esta técnica se afianza con el método y tipo de investigación anteriormente expuesta.

Instrumento: el instrumento que utilizamos en este estudio cualitativo es la encuesta, basada en un formato afirmativo y negativo de si y no, dirigidas a la secretaria del departamento de Coordinación de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, de forma cerrada permitiendo categorizar las respuestas y facilitar el proceso de las tabulaciones, llevándonos a detectar las situaciones en las que existen falencias en base a las variables expuestas.

Situaciones detectadas

El análisis de los hechos planteados permitió detectar el carecimiento de información en base a las variables, comunicación estratégica y como la aplicación de esta puede o no mejorar el desarrollo de la cultura administrativa de la institución y en tal caso en el departamento en donde la secretaria se desenvuelve así como el carecimiento de capacitaciones en base al tema y la falta de técnicas y herramientas que se integran en la comunicación y que

direccionan a corto o largo plazo hacia un ambiente positivo y la viabilizarían de procedimientos administrativos sin tener barreras administrativas de por medio.

En vista que la comunicación estratégica tiene como objetivo realizar actos para transformar la relación del departamento con su entorno social, cultural y administrativo en una conexión armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos. De esta manera, busca llegar a todos los usuarios de interés tanto interno como externo de la mejor manera, favoreciendo el logro de las metas y objetivos organizacionales y departamentales

De tal forma se debe incluir la aplicación de las técnicas, herramientas y planes que se integran en la comunicación estratégica ya que de esta forma permitirá que la cultura administrativa lleve a la comprensión del comportamiento de los administrativos públicos que laboraran en este departamento mejorando los valores, normas y reglas de organización.

Y a su vez se pueda solucionar las falencias detectadas en vista que secretaria considera que no es indispensable la comunicación estratégica en la gestión administrativa debido a que crea vinculo de confianza con los demás funcionarios administrativos, además se pudo notar que en la coordinación de la carrera no cuenta con procesos correctos para la gestión de procesos administrativos.

Soluciones planteadas

La solución que se plantea ante esta problemática es que la secretaria actualice sus conocimientos puesto que al no comunicarse de forma asertiva ni mejorar los procedimientos de comunicación y administrativos se ha visto relacionada en diferentes quejas por los usuarios de estos procesos, ralentizando las actividades propias del departamento de Coordinación.

Implementación de charlas en base a los temas comunicación estratégica y cultura administrativa, puesto que ampliara los conocimientos y las habilidades de la secretaria para que así la secretaria pueda mostrar el buen comportamiento ante los demás y así brindar la mejor atención al público es decir a los usuarios.

Resultados obtenidos

La encuesta fue orientada a la secretaria del departamento de Coordinación de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, consecuentemente exponemos los resultados de dos preguntas basadas específicamente en sus variables estudiadas, representadas a través de tablas y gráficos respectivamente.

Tabla 1 la comunicación estratégica

¿Considera usted que es indispensable la comunicación estratégica en la gestión administrativa?			
Parámetros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
SI	0	0%	0%
NO	1	100%	100%
total	1	100%	100%

Nota: Información obtenida de la encuesta



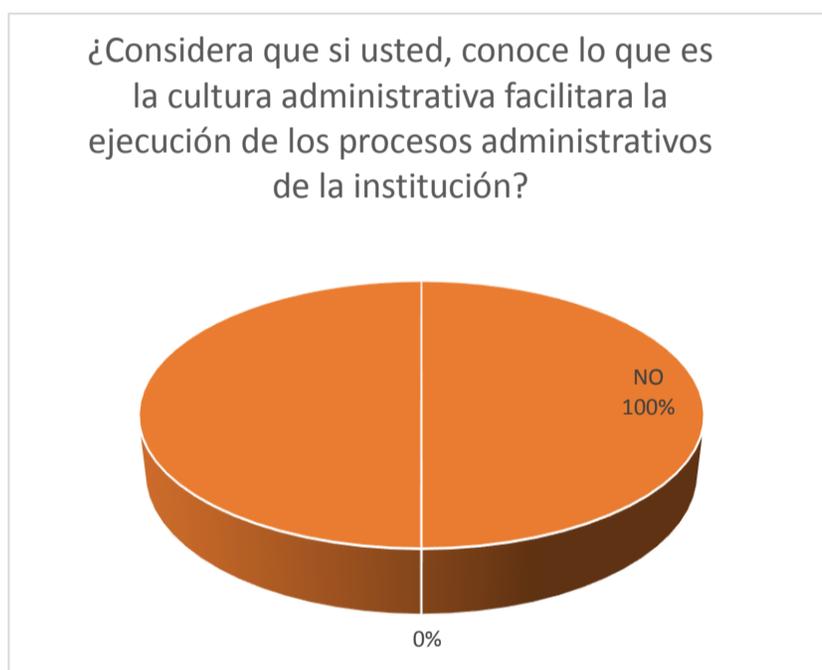
Ilustración 1 la comunicación estratégica

Con la aplicación de la encuesta se pudo evidenciar que el 100% del resultado obtenido la secretaria considera que no es de gran importancia la comunicación estratégica en la gestión administrativa debido a que en la mayoría de las ocasiones las relaciones interpersonales de la secretaria con los demás funcionarios de la empresa u organización conlleva la amistad que se puede malinterpretar y por eso no es muy importante ponerla en práctica.

Tabla 2 cultura administrativa

Considera que si usted, conoce lo que es la cultura administrativa facilitara la ejecución de los procesos administrativos de la institución			
Parámetros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
SI	0	0%	100%
NO	1	100%	0%
total	1	100%	100%

Nota: Información obtenida en la investigación



Con la aplicación de la encuesta se pudo determinar que el 100% de los resultados obtenidos dieron una respuesta negativa ante la pregunta emitida sobre la cultura administrativa que si facilita en los procesos administrativos ya que la secretaria cree que su comportamiento demostrado ante los demás funcionarios de la empresa u organización es sujeta a cuestionamientos en especial ante su jefe.

3. CONCLUSIONES

1. La secretaria de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, no posee el conocimiento adecuado con lo que respecta a la comunicación estratégica ni como este influye directamente en cultura administrativa llevando a la organización a mejorar en sus procesos, y gestionar las actividades concernientes al departamento de una forma optima

2. La comunicación estratégica y la cultura administrativa son dos conceptos muy diferentes, pero si no van unidos no pueden enlazarse en la personalidad de la secretaria ya que estos actos permiten a que la secretaria demuestre una personalidad intachable ante las demás personas ya sea sus jefe, compañeros o usuarios y esto por medio de las técnicas comunicacionales reflejara una cultura administrativa optima y adecuado para el desarrollo de su secretaria.

3. En el departamento de Coordinación de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe se aplicara como medida correctiva la comunicación estratégica a manera herramienta fundamental que permite alcanzar los objetivos en el momento de emitir información a los demás ya sea a los funcionarios o administrativos de otros departamentos o a los usuarios que hacen uso de los procesos administrativos de la organización, además para que la comunicación estratégica se enlace de la mejor manera en la secretaria deberá mostrar el buen comportamiento y la cultura administrativa dentro o fuera del departamento.

4. De tal manera se recomienda la implementación de estrategias, aplicación de los parámetros o técnicas de la comunicación ya sea oral o escrita como un proceso que debe poner en práctica los funcionarios o la secretaria para así poder estar al pendiente de todo lo que pasa dentro de la organización o el departamento de Coordinación De La Carrera De Secretariado Ejecutivo Bilingüe.

Bibliografía

- Bayona, A. (12 de octubre de 2018). *claves de la comunicacion estrategica*. Obtenido de claves de la comunicacion estrategica: <https://www.forbes.com.mx/las-cinco-claves-en-la-comunicacion-estrategica/>
- Bayona, A. (12 de octubre de 2018). *claves de la comunicacion estrategica*. Obtenido de claves de la comunicacion estrategica: <https://www.forbes.com.mx/las-cinco-claves-en-la-comunicacion-estrategica/>
- Cambria, A. (2 de mayo de 2016). *importancia de la comunicacion estrategica*. Obtenido de importancia de la comunicacion estrategica: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEEO42-2016_Comunicacion_Estrategica_AntonioCambria.pdf
- Peña, C. (9 de septiembre de 2019). *pautas de la comunicacion estrategica*. Obtenido de pautas de la comunicacion estrategica: <https://noticias.utpl.edu.ec/5-pautas-de-la-comunicacion-estrategica-para-el-exito-empresarial>
- Salvador. (2013). Estrategia competitiva: Tecnicas de Analisis industrial con su entorno externo. *Revista Educacion*.