

Relación entre el perfil ético del relacionista público y los valores morales requeridos por las organizaciones de Arequipa, Perú

Relationship between the ethical profile of the public relations specialist and the moral values required by the organizations of Arequipa, Peru

Carmen Chirinos García. *carmen_chirinosgar@hotmail.com*

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Perú

Neysi Palmero Gómez. *neysi_uag@hotmail.com*

Universidad Autónoma de Guerrero. México

Recibido: 20/07/2023

Aprobado: 28/09/2023

Resumen

El objetivo del presente artículo fue Determinar la relación entre el perfil ético del profesional de relaciones públicas y los valores morales requeridos por las organizaciones de Arequipa, Perú. Se utilizó una metodología cuantitativa, con diseño no experimental y la técnica del cuestionario. Se indagó el perfil ético exigido por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales, así como por los profesionales de las Relaciones Públicas, en el total de 60 organizaciones y 100 profesionales de las Relacionistas Públicas, colegiados hábiles en la ciudad de Arequipa. Los resultados pusieron de manifiesto que el perfil ético del profesional de relaciones públicas se relaciona con los valores morales requeridos por las organizaciones. Sin embargo, dicho perfil ético se encuentra a un nivel medio para el 57.5% de los profesionales encuestados, mientras que un 30.6% tiene un elevado perfil ético en el ejercicio de sus funciones y un 11.9% un nivel bajo de desarrollo profesional ético en su labor de relacionista público.

Se concluye enfatizando la necesidad de realizar investigaciones que puedan dar cuenta del modelo ético requerido en la actualidad de los relacionistas públicos, de acuerdo a los valores morales formados que ya poseen, para que se pueda analizar, fortalecer y modificar, si es necesario, a fin de que el propósito de esta profesión se logre con la actuación ética de estos profesionales.

Palabras clave: Competencias profesionales, perfil profesional, valores, virtudes, comunicación, Relaciones Públicas.

Abstract

The main purpose of this article was to determine the relationship between the ethical profile of the public relations professional and the moral values required by organizations in Arequipa, Peru. A quantitative methodology was used, with a non-experimental design and the questionnaire technique. The ethical profile required by public, private and non-governmental organizations, as well as by Public Relations professionals, was investigated in a total of 60 organizations and 100 Public Relations professionals, members of a professional association in the city of Arequipa. The results showed that the ethical profile of the public relations professional is related to the moral values required by the organizations. However, this ethical profile is at a medium level for 57.5% of the professionals surveyed, while 30.6% have a high ethical profile in the exercise of their functions and 11.9% have a low level of ethical professional development in their work as public relations professionals.

It concludes by emphasizing the need to carry out research that can provide evidence and insights of the ethical model currently required of public relations professionals, according to the moral values they already hold, so that it can be analyzed, strengthened and modified, if necessary, so that the purpose of this profession can be achieved with the ethical performance of these professionals.

Key words: Professional skills, professional profile, values, virtues, communication, Public Relations.

Introducción

Todo ser humano tiene conformado un conjunto de principios y de normas, orientaciones y criterios, y se rige por ellos, que se consideran valiosos, positivos y adecuados. Igualmente, los grupos humanos se conducen por normas de vida, costumbres, obligaciones, derechos y deberes (Espinoza, 2018).

En el ámbito profesional, como el de las Relaciones Públicas, encontramos con mayor razón líneas de orientación de exigencias que determinan lo correcto o incorrecto, lo justo, lo bueno, configurando los propios códigos de ética, que, sin conformar un inventario o documento de principios, constituyen un sistema valorativo del comportamiento (Valverde, et al., 2019).

El Relacionista Público en particular, por la amplitud e importancia de sus funciones, requiere de un sentido ético en su actuar, la aplicación de principios, valores fundamentales y códigos en el ejercicio profesional, para el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades, de compromiso con la sociedad (Vargas, 2019).

En pleno siglo XXI predomina la ética pragmática: solo soy solidario, amigo fiel, justo, si hay reciprocidad; las personas en su mayoría dicen: “eres mi amigo, te ayudo, eres lo mejor si me ayudas, me respaldas”. Tienen por aliados a quienes los apoyan y los respaldan, a las autoridades; pero si un día estos observan y critican su injusticia, su manejo económico-político, u otro, entonces los considerará sus enemigos, ya no los ayudará y hasta los eliminará de su círculo social; esta no es la ética verdadera, la que se requiere (Alemán, 2022).

Pero felizmente también se puede contar con una ética ligada al ser humano en su todo integral, es la ética humanista, que se fundamenta no en los beneficios interesados y personales que se puedan obtener, sino en el hombre mismo; en el respeto, la equidad, el sentido amplio del deber cumplido, la responsabilidad plena, el servicio individual y colectivo según lo requiera la misma profesión, de justicia, solidaridad, etc.; donde importa el hombre por el hombre mismo (Scalzo, et al., 2019).

En virtud de los anteriores planteamientos los objetivos del presente estudio fueron:

- Determinar la relación entre el perfil ético del profesional de Relaciones Públicas y los valores morales requeridos por las organizaciones, Arequipa, Perú.
- Determinar el perfil ético del profesional de Relaciones Públicas, requerido por las organizaciones, Arequipa, Perú.
- Precisar los valores y virtudes inherentes al profesional de Relaciones Públicas según los propios profesionales de Arequipa – Perú.

Desarrollo

Breve aproximación a los componentes de la Ética Profesional

La Competencia Profesional

La competencia profesional significa tender conjuntamente a algo, poseer las dotes necesarias para ejercer un cargo o tener capacidad para desempeñar ciertas funciones profesionales, como es el caso de las Relaciones Públicas; esto es, brindar una colaboración dinámica a la organización, que implique el accionar físico y espiritual hacia el bien común, organizacional y social (Ronquillo, et al., 2019). La competencia profesional incluye:

La competencia intelectual, base de la ciencia y de la sabiduría profesional. Gracias al intelecto se conceptualiza el mundo, se arriba a conclusiones y se obtiene el conocimiento, pero la vida profesional es mucho más, es la adquisición y la posesión de la ciencia y la sabiduría incrementada gracias al esfuerzo, por mantenerse actualizado, debiendo luchar por acrecentar el patrimonio del espíritu. Esta competencia incluye: La idoneidad intelectual que comprende: El conocimiento teórico y sistemático de las ciencias de la comunicación y Relaciones Públicas y la aplicación práctica de dichos conocimientos (Silva, 2020).

Los factores de la competencia intelectual son: La formación; calidad y eficiencia en la formación integral; la información: Libros, revistas indexadas, investigaciones, artículos, etc. y la inteligencia: trabajo – esfuerzo, método.

La competencia moral, la profesión de Relaciones Públicas es básicamente comunicación, relación y servicio, de allí que los valores profesionales por excelencia son (Ronquillo, et al., 2019):

La justicia: Voluntad perpetua y constante de dar a cada uno lo que le corresponde.

La caridad, y el amor: Que es la dinámica social en su más auténtico sentido, la cual hace circular la generosidad de las personas, en este caso de los profesionales de las Relaciones Públicas a fin de servir a los demás.

Valores Morales

Silva & Paca (2022) indican que en esta perspectiva deben abordarse los valores morales fundamentales, entre los que sobresalen: los valores propios de la persona, los Valores Sociales y las Virtudes Sociales.

Valores propios de la persona

La dignidad personal es el valor más alto relativo a la persona, que puede ser resumido como “gravedad y decoro de las personas en la manera de comportarse, excelencia, realce; dignidad en todos los actos que realiza el hombre, en su actuación profesional y en su vida social, pública y privada, donde se debe cuidar con sumo esmero la reputación y estima (Silva & Paca, 2022). Otros importantes valores propios de las personas son: **la honradez, la veracidad, la lealtad.**

Valores Sociales

En cuanto a los valores sociales se encuentran: la **Justicia**, valor social fundamental que consiste en la voluntad firme y constante de dar a cada uno lo suyo, lo que le corresponde por razón o derecho. Significa el equilibrio entre la moral y el derecho, lo justo es siempre moral, pone en orden todas las cosas y por consiguiente trae la paz y el bienestar de las personas. La conciencia moral rechaza toda acción que no busca el bien y no puede reconocer justicia en los actos que realizan deliberadamente un mal (Pacheco, 2022).

Otro valor social fundamental es **la solidaridad**, que es la armonía que emerge de la justicia y que alude a la fraternidad personal y profesional mediante el ánimo predispuesto a la colaboración y ayuda a los seres humanos. En cuanto a la solidaridad en nuestra profesión se trata de la comunidad de ideas e intereses por los que ejercen las Relaciones Públicas (Pacheco, 2022). Según Carretón-Ballester & Lorenzo-Sola (2020), en la solidaridad se distinguen:

El sentido institucional: Que corresponde a la unidad corporativa, que requiere de todos los miembros de una organización para su eficiencia y bienestar colectivo.

El sentido moral: La solidaridad debe cultivarse genuina y enérgicamente como parte de la educación, específicamente de la carrera profesional de las Relaciones Públicas, para asegurar la justicia, cuidando la reputación de los profesionales, desterrando calumnias, así como obviar los méritos ajenos; también el amor, ya que la solidaridad no debe ser entendida solo como una acción a no perjudicar a los demás, sino como una práctica de hacer el bien y la cortesía, impuesta por la ley natural, respeto, caballerosidad, etc.

Virtudes Sociales

Según Pacheco (2022) las principales virtudes sociales que los Relacionistas Públicos deben poseer, son:

Amistad, es la relación que une a dos o más personas, en el ámbito familiar o institucional, que se caracteriza por el afecto y la frecuencia en el trato, encuentra su base en la comunidad de trabajo, ya sea por los vínculos profesionales, de intereses o compenetración de sentimientos.

Bondad, es la natural inclinación a hacer el bien, es la calidad del que hace el bien o condición de bueno. La bondad no es una norma que se puede exigir a los profesionales de las Relaciones Públicas, sino una conducta, acción o acto bueno, relacionado con la moralidad que repercute favorablemente en su perfil profesional.

Cortesía, es la demostración o acto con que se manifiesta la atención, el respeto y el afecto que tiene una persona hacia otra. Es una demostración de urbanidad, trato adecuado y socialmente aceptado, según reglas de educación y respeto. La cortesía es inherente al perfil profesional de los Relacionistas Públicos.

La cortesía debe estar presente en todo desenvolvimiento profesional del Relacionista Público, en su interacción con los públicos internos y externos de la organización.

Metodología

La hipótesis de la que partió el trabajo fue que Existe relación entre el perfil ético del relacionista público y los valores morales que muestra en el desarrollo de su profesión. Se utilizó el método de triangulación, sistémico – abductivo con enfoque cuantitativo y el diseño no experimental, transeccional correlacional, pues las variables objeto de estudio no se manipulan.

Se aplicó la técnica de la encuesta, a través del cuestionario estructurado como instrumento, que fue validado con las pruebas piloto (pertinencia y comprensión) y Alfa de Cronbach (confiabilidad). La población estuvo constituida por 60 organizaciones (públicas, privadas y no gubernamentales), y 100 profesionales de Relaciones Públicas, colegiados hábiles (Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú, Consejo Regional de Arequipa); por ser una población pequeña, susceptible de ser estudiada en su totalidad, no se consigna muestra, se estudia a toda la población en ambos casos: 60 organizaciones y 100 profesionales de las Relacionistas Públicas, colegiados hábiles; (que se aplicó virtualmente).

Los datos correspondientes a las variables fueron procesados mediante la estadística descriptiva; mientras que para el establecimiento de la relación entre ellas se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson y Rho de Spearman, medida no paramétrica de la correlación de rango.

Resultados y discusión

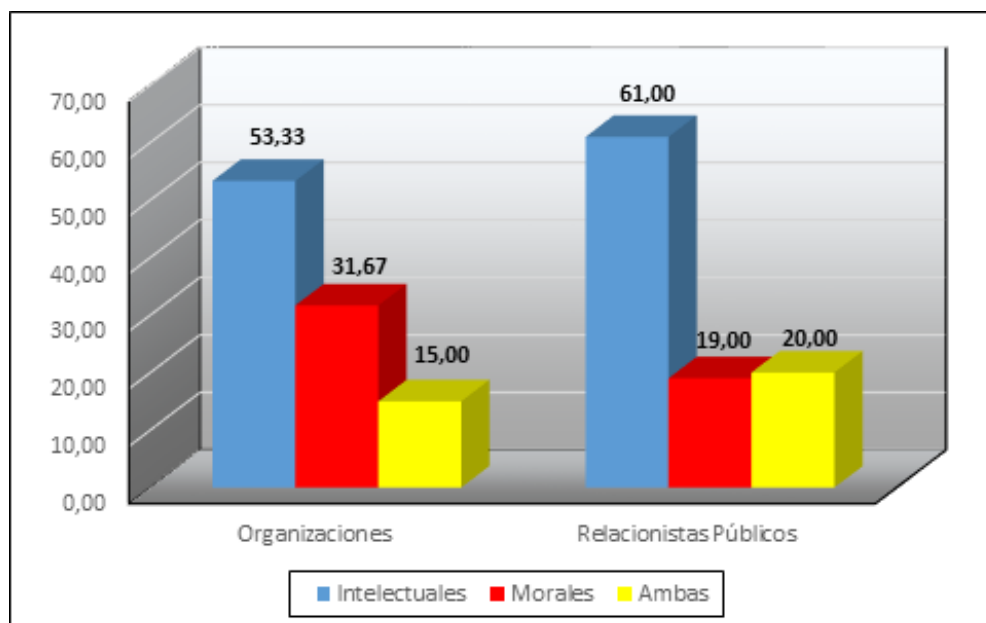
Se presentan los resultados más significativos obtenidos en la investigación, a través de la encuesta:

Tabla 1. Competencias profesionales requeridas de los Relacionistas Públicos

Alternativas	Organizaciones		Relacionistas Públicos		Total	
	f	%	f	%	f	%
Intelectuales	32	53.33	61	61.00	93	58.13
Morales	19	31.67	19	19.00	38	23.75
Ambas	9	15.00	20	20.00	29	18.13
Total	60	100.00	100	100.00	160	100.00

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 1. Competencias profesionales requeridas de los Relacionistas Públicos



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En referencia a las competencias profesionales requeridas de los relacionistas públicos, se puede observar que según el 53.33% de las organizaciones estos profesionales deben presentar competencias intelectuales; el 31.67% considera las competencias morales y sólo el 15% señala que deben poseer ambas competencias. Respecto a los datos de los relacionistas públicos, el 61% señala que las organizaciones les exigen competencias intelectuales, el 20% ambas competencias

y el 19% competencias morales.

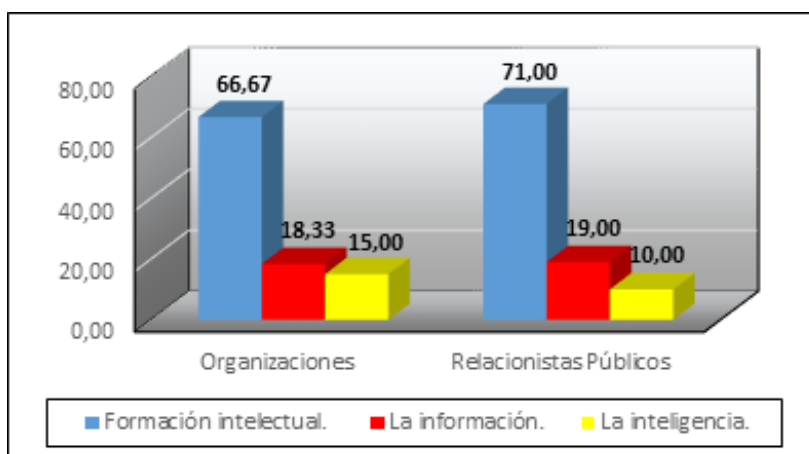
Se observa que, según las organizaciones y los relacionistas públicos, encuestados, la competencia profesional más requerida de estos profesionales es la competencia intelectual.

Tabla 2. Factores de la competencia intelectual requeridos de los Relacionistas Públicos

Alternativas	Organizaciones		Relacionistas Públicos		Total	
	f	%	f	%	f	%
Formación intelectual	40	66.67	71	71.00	111	69.38
La información	11	18.33	19	19.00	30	18.75
La inteligencia	9	15.00	10	10.00	19	11.88
Total	60	100.00	100	100.00	160	100.00

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 2. Factores de la competencia intelectual requeridos de los Relacionistas Públicos



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En referencia a los factores de la competencia intelectual que se requieren de los relacionistas públicos, los datos de las organizaciones reflejan que el 66.67% de los encuestados considera como principal factor la formación intelectual, el 18.33% señala el factor de la información, mientras un 15% indica la inteligencia. Los datos de los relacionistas públicos muestran que el 71% señala que le son requeridos por las organizaciones, como factor principal, su formación intelectual, mientras el 19% señala la información, y solo el 10% indica la inteligencia.

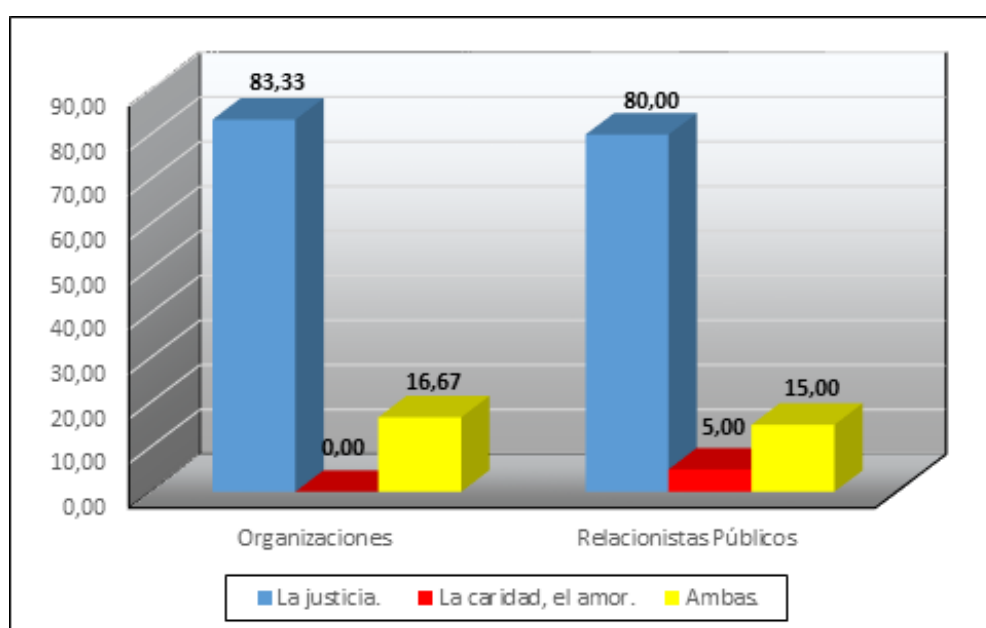
En estos datos se aprecia que, según la mayoría de encuestados, tanto de las organizaciones como de los propios relacionistas públicos, la competencia intelectual más requerida de estos profesionales es la formación intelectual, por encima de la información y la inteligencia.

Tabla 3. Competencias morales requeridas de los Relacionistas Públicos

Alternativas	Organizaciones		Relacionistas Públicos		Total	
	f	%	f	%	f	%
La justicia	50	83.33	80	80.00	130	81.25
La caridad, el amor	0	0.00	5	5.00	5	3.13
Ambas	10	16.67	15	15.00	25	15.63
Total	60	100.00	100	100.00	160	100.00

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 3. Competencias morales requeridas de los Relacionistas Públicos



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Respecto a las competencias morales que se requieren de los relacionistas públicos, se observa que el 83.33% de las organizaciones señalan como principal competencia moral la justicia, seguida del 16.67% que consideran ambas competencias, la justicia y la caridad, el amor; según los datos de los relacionistas públicos el 80% indica que la competencia moral exigida por las organizaciones es la justicia, mientras el 15% menciona ambas competencias y sólo el 5% la caridad, el amor.

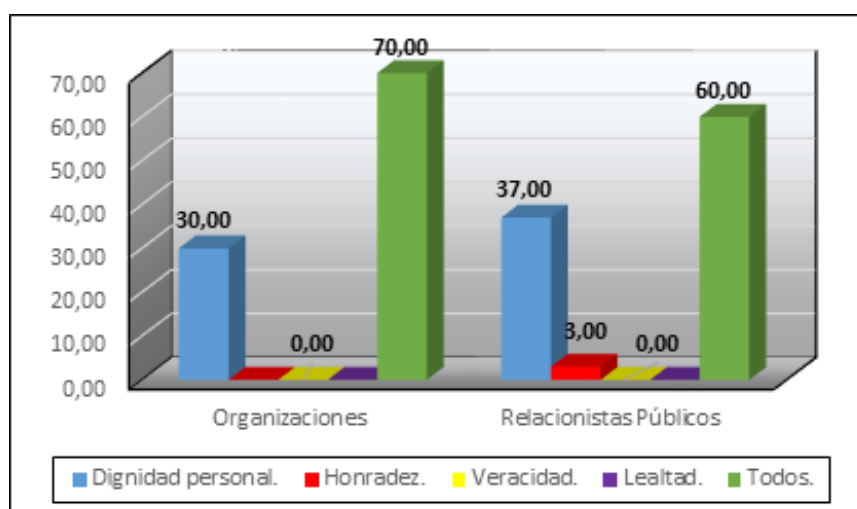
Estos datos reflejan que tanto las organizaciones como los relacionistas públicos indican que la competencia moral más requerida de estos profesionales es la justicia.

Tabla 4. Valores morales propios de la persona requeridos de los Relacionistas Públicos

Alternativas	Organizaciones		Relacionistas Públicos		Total	
	f	%	f	%	f	%
Dignidad personal	18	30.00	37	37.00	55	34.38
Honradez	0	0.00	3	3.00	3	1.88
Veracidad	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Lealtad	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Todos	42	70.00	60	60.00	102	63.75
Total	60	100.00	100	100.00	160	100.00

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 4. Valores morales propios de las personas requeridos de los Relacionistas Públicos



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En relación a los valores morales propios del individuo que se requieren en las organizaciones de los relacionistas públicos, se observa que el 70% de encuestados consideran todos los valores morales: dignidad personal, honradez, veracidad y lealtad, mientras que el 30% señala el valor de la dignidad personal; mientras que los relacionistas públicos, en un 60%, señalan que le son requeridos por las organizaciones todos los valores morales, el 37% menciona la dignidad personal y sólo el 3% la honradez.

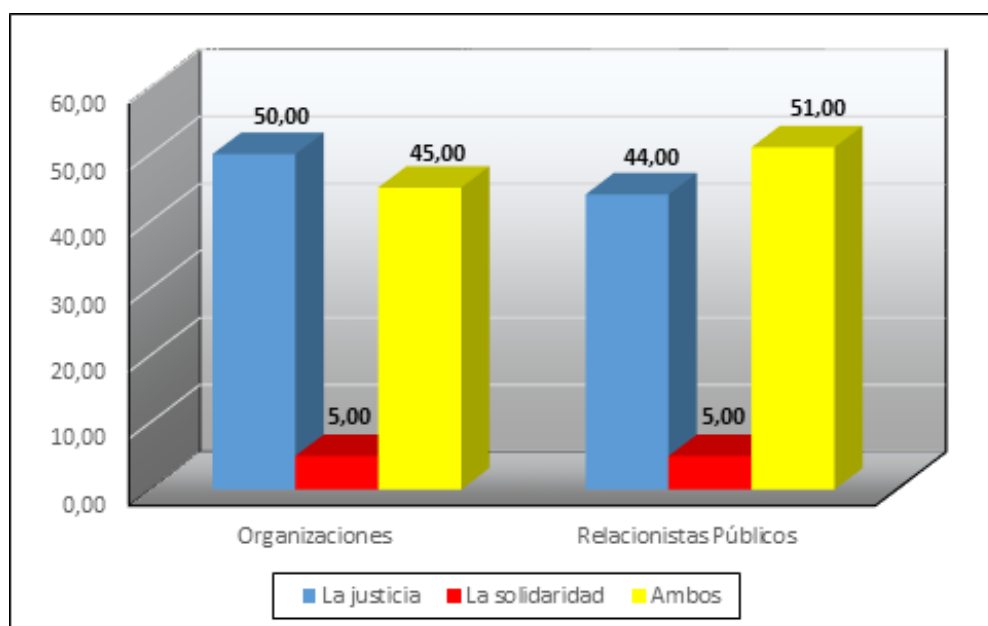
Los resultados de ambos estratos, organizaciones y relacionistas públicos, muestran que, según la mayoría de encuestados, todos los valores morales propios de la persona son requeridos por las organizaciones de los profesionales de las relaciones públicas.

Tabla 5. Valores sociales requeridos de los Relacionistas Públicos

Alternativas	Organizaciones		Relacionistas Públicos		Total	
	f	%	f	%	f	%
La justicia	30	50.00	44	44.00	74	46.25
La solidaridad	3	5.00	5	5.00	8	5.00
Ambos	27	45.00	51	51.00	78	48.75
Total	60	100.00	100	100.00	160	100.00

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 5. Valores sociales requeridos de los Relacionistas Públicos



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En referencia a los valores sociales requeridos por las organizaciones de los relacionistas públicos, se observa que un 50% de los encuestados menciona la justicia, seguido del 45% que señala ambos valores sociales: la justicia y la solidaridad y sólo un 5% indica la solidaridad; sobre los datos de los relacionistas públicos, el 51% indica que las organizaciones requieren de ellos tanto la justicia como la solidaridad, mientras que el 44% señala la justicia y solo el 5% la solidaridad.

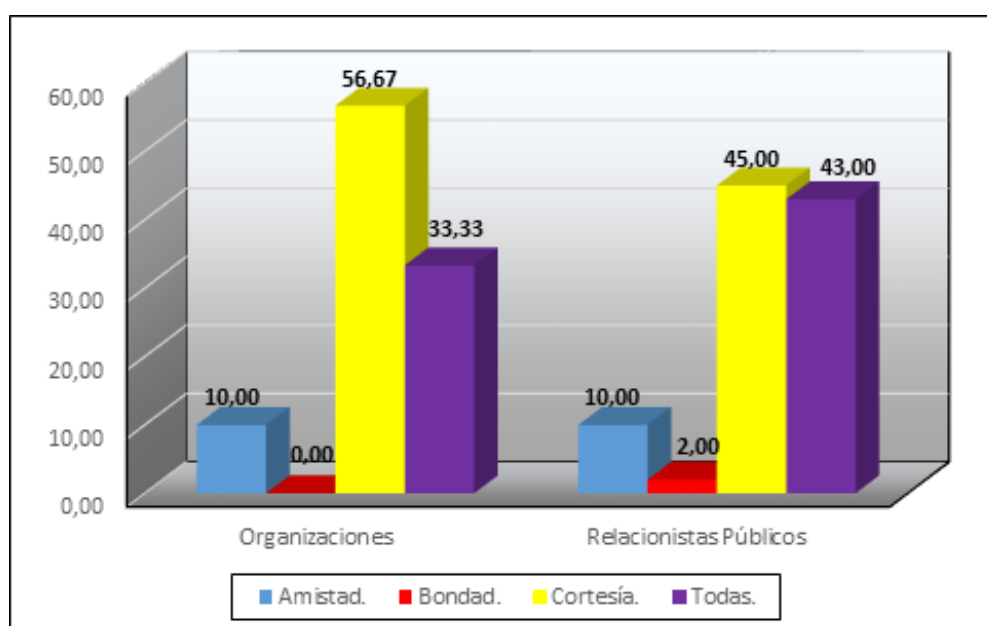
Se aprecia que en el caso de las organizaciones el valor social más requerido de los relacionistas públicos es la justicia, mientras que los relacionistas públicos señalan que los valores sociales más requeridos por las organizaciones son tanto la justicia como la solidaridad; sin embargo, la diferencia porcentual no es significativa, en ambos casos.

Tabla 6. Virtudes sociales requeridas de los Relacionistas Públicos

Alternativas	Organizaciones		Relacionistas Públicos		Total	
	f	%	f	%	f	%
Amistad	6	10.00	10	10.00	16	10.00
Bondad	0	0.00	2	2.00	2	1.25
Cortesía	34	56.67	45	45.00	79	49.38
Todas	20	33.33	43	43.00	63	39.38
Total	60	100.00	100	100.00	160	100.00

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 6. Virtudes sociales requeridas de los Relacionistas Públicos



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

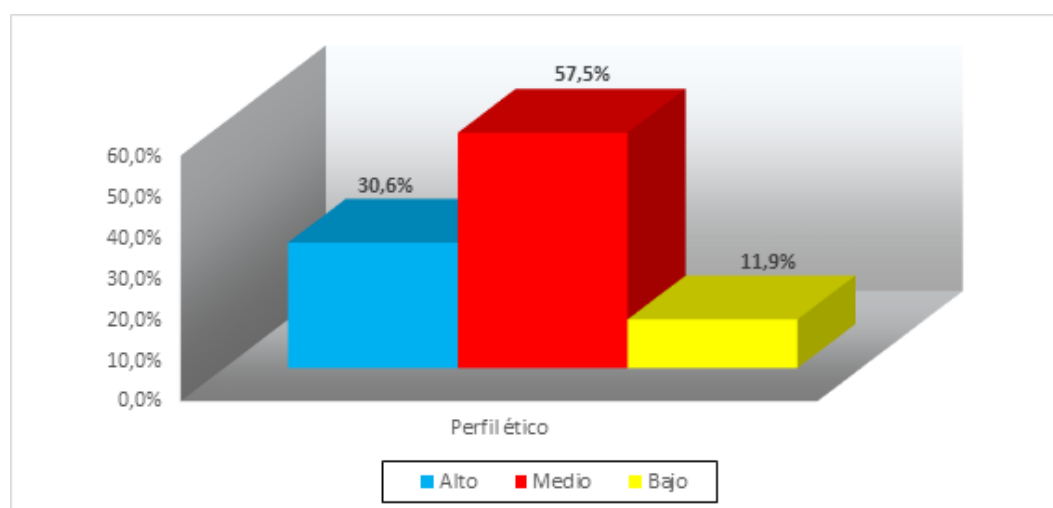
Respecto a las virtudes sociales que se requieren dentro de las organizaciones de los relacionistas públicos el 56.67% de los encuestados menciona la cortesía, el 33.33% señala todas las virtudes: Amistad, bondad y cortesía y sólo el 10% la amistad. Los datos obtenidos de los relacionistas públicos evidencian que un 45% de los encuestados indica que las organizaciones les exigen la cortesía, el 43% menciona todas las virtudes: amistad, bondad y cortesía, el 10% señala la amistad y solo el 2% la bondad. Los datos reflejan que, tanto para las organizaciones como para los relacionistas públicos, la virtud social más requerida de estos profesionales es la cortesía, lo que puede estar relacionado con la función de Protocolo que llevan a cabo estos profesionales.

Tabla 7. Perfil ético del profesional de Relaciones Públicas

Niveles	f	%
Alto	49	30,6
Medio	92	57,5
Bajo	19	11,9
Total	160	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 7. Perfil ético del profesional de Relaciones Públicas



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

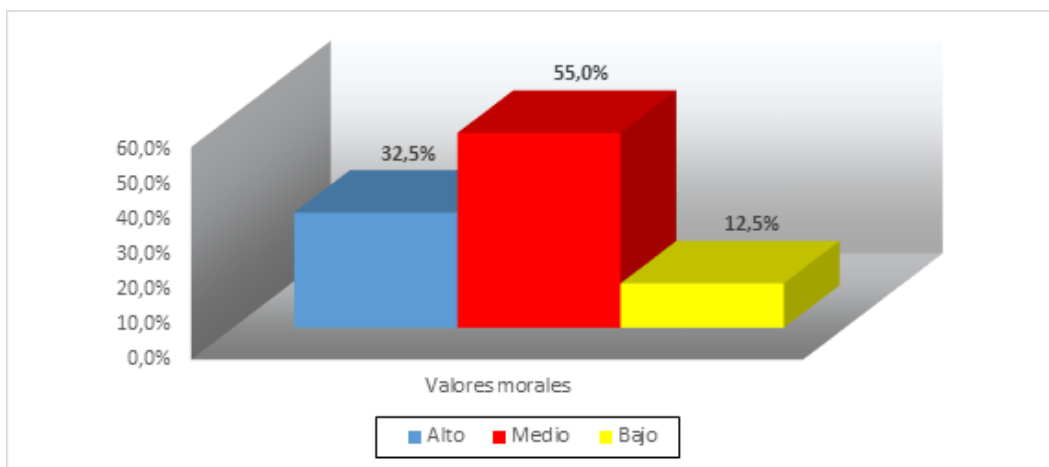
Respecto al perfil ético del profesional de las relaciones públicas se aprecia que este se encuentra en un nivel medio según el 57,5% de los profesionales encuestados; mientras que el 30,6% indica tener un alto perfil ético en el ejercicio de sus funciones profesionales como relacionistas públicos y un 11,9% manifiesta estar en un nivel bajo de desarrollo profesional ético en su labor de relacionista público.

Tabla 8. Nivel de los valores morales del profesional de Relaciones Públicas

Nivel	f	%
Alto	52	32,5
Medio	88	55,0
Bajo	20	12,5
Total	160	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Figura 8. Nivel de los valores morales del profesional de Relaciones Públicas



Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

Respecto a los niveles de los valores morales que presentan los profesionales de las relaciones públicas, se puede observar que el 55% de la muestra presenta un nivel medio de los valores morales que se requieren de estos profesionales, mientras que un 32.5% muestra un alto nivel de este tipo de valores y sólo un 12.5% un bajo nivel de valores morales, en el desarrollo de su profesión.

Tabla 9. Prueba de hipótesis

Medidas simétricas					
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0,651	,115	,341	0,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0,631	,123	,652	0,000 ^c
N de casos válidos		160			
a. No se presupone la hipótesis nula. b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula. c. Se basa en aproximación normal.					

De acuerdo a los valores obtenidos del estadígrafo de relación de R de Pearson que fue de $r=0.651$, se demuestra que el perfil ético del relacionista público se asocia moderadamente a sus valores morales, ratificado a través de los resultados de la Rho de Spearman de $\rho=0.631$, por lo que el perfil ético del relacionista público se asocia a los valores morales que posee.

En el análisis de la significancia se puede apreciar que los resultados encontrados dan a conocer el valor de $p = 0.000$, el cual es menor al valor de la significancia límite p menor a 0.05 , lo que ratifica la relación de las variables y se acepta la hipótesis planteada de relación moderada entre el perfil ético del relacionista público y los valores morales que muestra en el desarrollo de su profesión.

Discusión

En el nivel profesional, como el de las Relaciones Públicas, se encuentra con mayor razón líneas de orientación de exigencias que determinan lo correcto o incorrecto, lo justo, lo bueno, configurando los propios códigos de ética, que, sin conformar catálogos o documentos de principios, constituyen un sistema valorativo del comportamiento (Medinas, et al., 2019). Por lo tanto, el cumplimiento de las funciones del relacionista público debe enmarcarse en un modelo ético y de valores morales que reflejen su adecuada actuación.

A pesar de la importancia de esta realidad, son pocos los estudios que se orientan a verificar cómo se aplican la ética y los valores morales en el ejercicio de la profesión de relacionista público, de allí que se propone este estudio cuyo objetivo fue determinar la relación entre el perfil ético del profesional de relaciones públicas y los valores morales requeridos por las organizaciones de Arequipa, Perú, comprobando, de acuerdo a los valores obtenidos del estadígrafo de relación de R de Pearson que fue de $r=0.651$, que el perfil ético del relacionista público se asocia moderadamente a sus valores morales y ratificado por el valor de $p = 0.000$ el cual es menor al valor de la significancia límite p menor a 0.05 .

Al respecto, estos resultados se confirman con los planteamientos de Vargas (2019) quien indica que el Relacionista Público, en particular, por la amplitud e importancia de sus funciones, requiere de un sentido ético en su actuar, la aplicación de principios, valores fundamentales y códigos en el ejercicio profesional, para el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades, de compromiso con la sociedad.

Adicional a ello, se corroboró, respecto al perfil ético del profesional de las relaciones públicas, que este se encuentra en un nivel medio en el 57.5% de los profesionales encuestados, mientras que un 30.6% considera tener un elevado perfil ético en el ejercicio de sus funciones profesionales como relacionista público y un 11.9% se encuentra en un nivel bajo de desarrollo profesional ético, en su labor de relacionista público.

De igual forma, se determinó sobre las competencias profesionales requeridas de los relacionistas públicos, que en las organizaciones el 53.33% señaló la competencia intelectual, el 31.67% la competencia moral y solo el 15% ambas competencias.

Estos resultados se afianzan en los planteamientos de Ronquillo, et al. (2019), quien expone que la competencia profesional significa tender conjuntamente a algo, poseer las dotes necesarias para ejercer un cargo o tener capacidad para desempeñar ciertas funciones profesionales, como es el caso de las Relaciones Públicas, esto es, brindar una colaboración dinámica a la organización, que implique el accionar físico y espiritual hacia el bien común, organizacional y social.

En pleno siglo XXI predomina la ética pragmática: solo soy solidario, amigo fiel, justo, si hay reciprocidad; las personas en su mayoría dicen: “eres mi amigo, te ayudo, eres lo mejor si me ayudas, me respaldas”. Tienen por amigos a quienes los apoyan y los respaldan, a las autoridades; pero si un día estos observan y critican su injusticia, su manejo económico-político, u otro, entonces si los considerará sus enemigos, ya no los ayudará y hasta los eliminará de sus amigos; esta no es la ética verdadera, la que se requiere (Alemán, 2022).

En referencia a los valores morales propios de la persona, requeridos de los relacionistas públicos en las organizaciones, el 70% de los encuestados señala todos los valores morales: dignidad personal, honradez, veracidad y lealtad, necesiéndolos a diario en su gestión y trato con los públicos, mientras que el 30% indica el valor de la dignidad personal, mientras que los relacionistas públicos consideran en un 60% que las organizaciones les exigen todos los valores morales, el 37% indica el valor de la dignidad personal y sólo el 3% señala la honradez.

Conclusiones

- 1) El perfil ético del profesional de relaciones públicas se relaciona con los valores morales requeridos por las organizaciones en Arequipa, Perú, comprobado de acuerdo a los valores obtenidos del estadígrafo de relación de R de Pearson que fue de $r=651$, y un valor de significancia de $p = 0.000$ el cual es menor al valor límite p menor a 0.05.

- 2) El perfil ético del profesional relacionista público se encuentra a un nivel medio en el 57.5% de los profesionales encuestados, mientras que un 30.6% tiene un elevado perfil ético en el ejercicio de sus funciones y un 11.9% un nivel bajo de desarrollo profesional ético, en su labor de relacionista público.
- 3) Los valores morales que se requiere en las organizaciones del profesional de relaciones públicas, según los propios profesionales de Arequipa, Perú, son: para el 60% todos los valores: dignidad personal, honradez, veracidad y lealtad, el 37% señala la dignidad personal y solo el 3% la honradez; mientras que en el caso de las organizaciones el 70% también indica todos los valores morales y el 30% la dignidad personal.
- 4) Se requiere seguir realizando investigaciones que puedan dar cuenta del modelo ético requerido en la actualidad de los relacionistas públicos, de acuerdo a los valores morales formados que ya poseen, para que se pueda analizar, fortalecer y modificar, si es necesario, a fin de que el propósito de esta profesión se logre con la actuación ética de los relacionistas públicos.

Referencias bibliográficas

- Alemán, E.A. (2022). Herramientas tecnológicas: el nuevo método de investigación para el relacionista público. *Revista Contacto*, 2 (2), 173-189. <https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/3247>
- Carretón-Ballester, C., & Lorenzo-Sola, F. (2020). *Redefiniendo el perfil profesional de relaciones públicas*. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. 10 (19): 7-28. doi: 10.5783/RIRP-19-2020-02-07-28
- Espinoza, L.J. (2018). *El rol de las relaciones públicas en la administración de la controversia pública. Análisis Caso Proyecto Río Blanco* (Tesis de licenciatura en Comunicación). Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDEP_2a88880230f7e81314658fcce6f227aa
- Kovács, I. (2007). *Relaciones Públicas: Ética, Valores y Teorías*. Unióni.
- Mut, M. (2006). El Director de Comunicación. Perfil de una nueva figura. *FISEC-Estrategias*, II (5), 3-23. https://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/319/fisec_estrategias_m7_pp3_23.pdf
- Pacheco, L.P. (2022). *Los Valores Humanos*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Centro de Publicaciones PUCE. <https://edipuce.edu.ec/wp-content/uploads/2022/07/Los-valores-humanos.pdf>
- Ronquillo, L.E., Cabrera, C. C., & Barberán, J. P. (2019). Competencias profesionales: Desafíos en el proceso de formación profesional. *Opuntia Brava*, 11 (Especial 1), 1-12.
- Scalzo, G., Galbán-Lozano, S.E., & Ortega-Barba, C.F. (2019). Significado de la ética profesional: el caso de estudiantes de ciencias empresariales. *Revista de Humanidades*, (36), 233-252. <https://doi.org/10.5944/>

rdh.36.2019.20197

- Silva, C. (2020). *Percepción de los empleadores sobre las competencias de los futuros publicistas*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653091>
- Silva, U., & Paca, F.R. (2022). *Ética del servidor público: revisión sistemática*. *Igobernanza*, 5 (17), 90 - 106. DOI: <https://doi.org/10.47865/igob.vol5.n17.2022.169>
- Tobón, S. (2006). *Formación basada en competencias*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- Valverde, L.M., Quiñonez, C., & Caicedo, C. (2019). Perfil público relacionista del gerente educativo universitario. *CIENCIAMATRIA*, 5 (9), 501-516. DOI: <https://doi.org/10.35381/cm.v5i9.154>
- Vargas, F. (2019). *Informe de experiencia profesional como relacionista público en la Municipalidad Provincial de Urubamba del 2015 al 2017*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5151/253T20190861.pdf?sequence=1&isAllowed=y>