

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

TEMA:

**Análisis de la Cultura Organizacional y su influencia en la
comunicación de la empresa Human Wellness.**

AUTOR

Caamaño Tagle, David Eduardo

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del título de Licenciado en Psicología Organizacional**

TUTOR

Lcdo. Bonilla Moran, Luis Antonio, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
07 de Septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Caamaño Tagle, David Eduardo**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Psicología Organizacional**

TUTOR

f. _____
Lcdo. Bonilla Moran, Luis Antonio, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Psic. Estacio Campoverde, Mariana de Lourdes, Mgs.

Guayaquil, a los 07 días del mes de Septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Caamaño Tagle, David Eduardo**

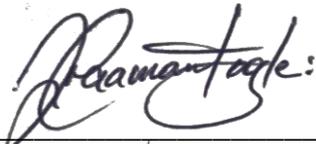
DECLARO QUE:

El el presente **componente práctico del examen complejo: Análisis de la Cultura Organizacional y su influencia en la comunicación de la empresa Human Wellness**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Psicología Organizacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 07 días del mes de Septiembre del año 2022

EL AUTOR

f. 
_____ **Caamaño Tagle David Eduardo**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Caamaño Tagle, David Eduardo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el presente **componente práctico del examen complejo: Análisis de la Cultura Organizacional y su influencia en la comunicación de la empresa Human Wellness** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 07 días del mes de Septiembre del año 2022

EL AUTOR:

f. 

Caamaño Tagle, David Eduardo



Guayaquil, 07 de Septiembre del 2022

CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

INFORME DE PLAGIO

URKUND Está compartiendo la

Documento	ANALISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACION DE LA EMPRESA HUMAN WELLNESS.doc (D143637585)
Presentado	2022-09-05 17:22 (-05:00)
Presentado por	david.caamano01@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	luis.bonilla.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 10 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Nombre del caso: Análisis de la cultura organizacional y su influencia en la comunicación de la empresa Human Wellness

Estudiante:

David Eduardo Caamaño Tagle

Docente Tutor:

Lcdo. Luis Antonio Bonilla Morán, Mgs.

Firma



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Psic. Sofía Viviana Carrillo Saldarreaga, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADA

f. _____

Psic. Efrén Eduardo Chiquito Lazo, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Psic. Alexandra Patricia Galarza Colamarco, Mgs.
DOCENTE REVISOR

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	2
2	DESARROLLO	3
	2.1 Diagnóstico de la situación en la organización.....	3
	2.1.1 Cultura Organizacional	3
	2.1.2 Comunicación Organizacional	5
3	DETERMINACION DE LAS ESTRATEGIAS.....	9
	3.1 Proceso - Estructura.....	9
	3.1.1 Proceso de cambio de Cultura Organizacional.....	9
	3.2 Personal.....	9
	3.2.1 Proceso de comunicación interna en HUMAN WELLNESS	9
4	IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS	11
5	METODOLOGÍA	12
6	CONCLUSIONES	13
7	REFERENCIAS.....	14

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: estrategias de cambio de cultura organizacional.....	11
Tabla 2: estrategias de procesos de comunicación interna	11

RESUMEN

Es inevitable que se dejen de dar comportamientos que influyan en pro de una empresa, debido a que los fundadores crean su organización y desean su posicionamiento a lo largo de los años, por ende, a pesar de las dificultades en HUMAN WELLNESS, se buscó el plan para no decaer tan fácilmente. De manera positiva, se dieron estrategias con el entusiasmo de querer que la empresa siga en el mercado, decidiendo contratar los servicios de una consultora para mantener la subsistencia de HUMAN WELLNESS, anhelando convertirse en los líderes permanentes del mercado. De connotación negativa, los comportamientos de ánimo malhumorados e inconformistas del personal y de las cabezas de la organización, aquellas emociones se hicieron presentes. Los estados de ánimo pesimistas trajeron consigo efectos negativos en el clima organizacional, desmotivando al personal al no contagiarlos de un adecuado equilibrio, llenándolos de frustración por no lograr ser los primeros, además de reducir los beneficios que los mantenían seguros y apasionados en su labor a los colaboradores.

Palabras clave: *Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional, Talento Humano, desmotivación, desarrollo organizacional, Intervención.*

ABSTRACT

It is inevitable that behaviors that influence in favor of a company are no longer given, because the founders create their organization and want their position over the years, therefore, despite the difficulties in HUMAN WELLNESS, the plan not to decay so easily. In a positive way, strategies were developed with the enthusiasm of wanting the company to continue in the market, deciding to hire the services of a consultant to maintain the survival of HUMAN WELLNESS, longing to become the permanent leaders of the market. With a negative connotation, the moody and nonconformist behaviors of the staff and the heads of the organization, those emotions were present. Pessimistic moods brought with them negative effects on the organizational climate, demotivating staff by not infecting them with an adequate balance, filling them with frustration for not being the first, in addition to reducing the benefits that kept them safe and passionate in their work the collaborators.

KeywordS: *Organizational Culture, Organizational Communication, Human Talent, demotivation, organizational development, Intervention.*

1 INTRODUCCIÓN

HUMAN WELLNESS es una empresa que surge en el año de 1978 con un giro de negocio basado en seguros de vida. El fundador y líder de la empresa durante los 10 primeros años fue Jorge, padre de Romina, Carlos y Daniel; empresario que tomaba las decisiones oportunas a la compañía, precautelando el bienestar de ella.

Don Jorge, se sentía a gusto y además como una estrategia de confianza atendía personalmente los reclamos de seguros de los clientes, además de las ventas de pólizas de seguros que era el pilar de HUMAN WELLNESS.

Desde el primer al tercer año el patrimonio de la organización creció en un 500%, el volumen de clientes había superado las expectativas de los líderes, por lo que los incentivos hacia los colaboradores no se hicieron esperar, pero a su vez no se había medido la carga laboral que se hacía llegar día a día, por lo que Jorge vio la necesidad de contratar personal que equilibre la mayor cantidad de funciones y de responsabilidades a ejercer.

Sin embargo, se enfrentaron a un nuevo problema; dos nuevas empresas proveedoras de servicios de seguros se sumergieron en el mercado, su principal competencia LIFE & SECURITY tenía una fuerte estrategia de publicidad, habían pautado en todos los medios de comunicación y comenzaron a captar clientes de manera muy rápida, incluso a los que por más de cinco años habían sido fieles a HUMAN WELLNESS.

Ante esta situación y frustración, además del miedo de venir abajo todo el esfuerzo y logros que la empresa había conseguido, decidieron actuar rápido y acudieron a servicios externos para que identifiquen que era lo que estaba realizando la competencia para destacarse y así evitar perder la buena racha que mantenía HUMAN WELLNESS.

Contratar personal, realizar un benchmarking de la competencia, incorporar dentro del organigrama áreas con enfoque comercial hacia el cliente fueron algunas de las estrategias para mantener la subsistencia de la empresa, sin embargo, no volvieron a ser los mismos y menos superar a la competencia.

2 DESARROLLO

2.1 Diagnóstico de la situación en la organización

2.1.1 Cultura Organizacional

La Cultura Organizacional incluye formas de comportamiento establecidas en la organización para la resolución de conflictos o la toma de decisiones, estos comportamientos son transmitidos a los nuevos integrantes de la empresa como una tradición en manifiesto de los valores institucionales de la organización.

Un autor clásico que forma este constructo es Schein, quien, en 1985, nos menciona que la cultura organizacional sigue un patrón básico de creencias y códigos que el grupo adopta a través de la solución de problemas, esto mantiene la cohesión interna del grupo ya que se transmiten modos y procesos de operación o de comportamientos a las generaciones nuevas que conformen la empresa y así se crea y se extiende la cultura organizacional.

Peiró, en los años 1990 expone su teoría, aunque no define de una forma explícita, el concepto de cultura organizacional abarcando los aspectos que próximamente varios autores tomarán para desarrollar su propio concepto.

En primer lugar, el concepto hace referencia a unos contenidos culturales, en segundo lugar, implica unos límites sociales, o, dicho de otro modo, una colectividad que la configura; en tercer lugar, supone un proceso de configuración que fundamentalmente consiste en el aprendizaje de significados compartidos y, en cuarto lugar, hace referencia a dimensiones históricas implicadas en la transmisión intergeneracional de sus contenidos. (Carreto, 2018, p.111)

La cultura es un concepto que ha estado presente desde las últimas décadas hasta la actualidad, comprender la cultura organizacional es la mejor herramienta para medición de la efectividad organizacional. A partir de

datos empíricos, propone una clasificación de culturas, definidas a continuación:

a) Orientación al poder

En general las empresas alineadas a la cultura en mención buscan delimitar la autoridad, la legitimidad debe estar establecida en visión y misión, además manejan su información de manera muy reservada, es rígida y categorizada bajo parámetros y lineamientos.

b) Orientación al rol o a la función.

Las organizaciones que manejan este tipo de cultura se enfocan en que cada colaborador de los diferentes subsistemas del área ejerza su rol adecuadamente, son medidos bajo evaluaciones de desempeño y su eficacia en las funciones para garantizar resultados eficaces.

c) Orientación a resultados

La filosofía que tiene esta cultura es el alcance de las metas, se busca que los indicadores evidencien el logro de resultados bajo estándares establecidos en las políticas organizacionales.

d) Orientación a las personas.

Las empresas orientadas en las personas alinean su cultura al bienestar, desarrollo y crecimiento de su gente, para ellos su personal es la fuente de rentabilidad en el giro de negocio.

Claramente HUMAN WELLNESS es una empresa que se encuentra alineada a una cultura orientada a los resultados, en sus inicios al mantener una estabilidad y fidelización de clientes basada en una correcta inversión y estrategias lograron poco a poco su visión organizacional, pero debido a la llegada de su competencia LIFE & SECURITY, decidieron buscar diferentes opciones pero enfocadas solo a sus clientes y ser líderes del mercado, cuando aquello, no es posible si sus variables no se encuentran en correcta sinergia.

Dejándose llevar por la frustración, buscaron cómo no perder lo que hasta ese momento la empresa había construido, es un voto a favor encontrar respuestas para salir de la situación que se hacía presente en HUMAN WELLNESS, pero enfocarse en resultados no significa que son capaces de conseguirlos si la fuerza (sus colaboradores), que lleva al logro de los mismos no se encuentra tomada en cuenta en esas estrategias.

Es esencial mantener un equilibrio interno con la organización desde la directiva basado en la planificación, gestión al alcance de objetivos y hacia la estabilidad y motivación en los colaboradores para generar ese engagement que de seguro HUMAN WELLNESS buscaba que su personal lo demuestre en su desempeño al pasar momentos negativos en la empresa, pero al descuidar ese bienestar y desarrollo de su gente, es donde se evidenciaron los resultados que describe el caso.

Es por ello, que las empresas deben definir una cultura que las diferencie y las categorice como únicas, enfocada en una subsistencia de la empresa bajo un esquema organizacional de ganar- ganar tanto en la rentabilidad organizacional, como en sus colaboradores, que son quienes llegan a conseguirlo.

2.1.2 Comunicación Organizacional

La comunicación es la parte de interacción y relacionamiento del individuo que le permite conversar con los demás y comprender la información. En una organización, la comunicación permite el intercambio de información de una persona a otra, posibilitando la comprensión de emociones, percepciones y opiniones para que la organización fluya de esta forma.

Según Figueroa (2018): "El estigma de la comunicación expresa en parte la actividad mental que posibilita la adquisición y difusión del conocimiento. Además, tiene un papel muy importante en el accionar del personal general en la organización " (p.10).

En una organización, existen diferentes tipos de comunicación que nos permiten transmitir información a los públicos internos y externos de manera auténtica y efectiva. Para lograrlo, las empresas utilizan diferentes tipos de canales o medios con los que suelen transmitirla. A continuación, se mencionan los diferentes tipos de comunicaciones que existen;

Comunicación Externa

La información que se da a conocer de forma externa está estratégicamente planeada, debido a que esta información tiene por objetivo posicionar a la organización en un espacio privilegiado en los diferentes espacios en la que la compañía desee impactar. “La comunicación externa se refiere al grupo de comunicaciones que la organización produce con actores externos a ella. Es el sistema de colaboraciones que conserva la organización con los medios, el régimen, la sociedad y sus clientes” (Contreras, 2020, p.78).

Comunicación Interna

Es la que produce un ambiente de confianza, con la que el personal se identifica en conjunto con las metas organizacionales; se da al interior de la empresa con el personal directivos, mandos medios y bajos.

Comunicación Descendente

Esta clase de comunicación sirve para mandar los mensajes a sus subordinados, uno de sus fines más frecuentes es el de conceder indicaciones suficientes y concretas de trabajo. Los primordiales medios usados en la comunicación descendente son escritos tales como: cartas, informes, folletos, manuales, reportes, entre otras.

Comunicación Ascendente

Es la que se presenta desde el subordinado hacia sus líderes. El primordial beneficio de esta comunicación es constituirse en el medio por el que la gestión conoce las opiniones de los subordinados y tener información del clima organizacional que existe.

Comunicación Horizontal

La comunicación horizontal se realiza entre gente del mismo grado jerárquico; la mayor parte de los mensajes horizontales poseen como fin la unión y coordinación del personal del mismo grado. Esta clase de comunicación es fundamental para que exista un óptimo conocimiento entre los equipos de trabajo. Esto ayudará al desempeño eficaz de los procesos de la organización.

Comunicación Diagonal

Esta clase de comunicación pasa por diferentes niveles, canales de mando, funcionalidades y niveles de las empresas, para lograr transmitir una comunicación veraz y positiva. La Comunicación diagonal está establecida entre miembros de diferente grado jerárquico, donde no existe presencia de autoridad. Se usa en juntas, informes, asambleas, etcétera.

La compañía HUMAN WELLNESS, maneja una comunicación externa hacia sus consumidores para su fidelización y atracción basada en su dinámica empresarial, la cual es otorgar seguros de vida, generando pólizas a través de personal competente que les ofrezca un conjunto de su interés, para que de esta forma HUMAN WELLNESS sea su elección para escoger. Además, manejan una comunicación interna, basada en los sucesos al interior de la compañía, en las metas alcanzadas y a las novedades surgidas, en donde los colaboradores se mantenían informados de sus resultados y de lo cual se hacía presente en la organización.

Y finalmente se manejaba una comunicación descendente, por parte de los mandos altos, daban a conocer a sus subordinados y colaboradores en general de la empresa las noticias importantes que debían conocer y mantener al tanto de manera transparente. Es cierto que la organización manejaba comunicación en la empresa, pero no necesariamente eficaz, existía una comunicación externa enfocada en sus grupos de interés que buscaba generar esa fidelización de sus clientes, pero, no precautelaron que la misma se mantenga en una línea creativa, innovadora, que genere esa confianza cada día más, es por ello que cuando su competencia señaló

información con una escala de gran impacto, las personas querían optar por LIFE & SECURITY, prefiriendo hasta despegarse de HUMAN WELLNESS, solo por el efecto que habían logrado en ellos.

La empresa no visualizó que el crecimiento no es lineal y más bien al ir de manera efectiva, debían seguir dando más. Para mantenerse como líderes de mercado y prevenir que no suceda lo que vivió HUMAN WELLNESS, el realizar benchmarking es una herramienta que otorga gran aporte para las empresas que necesitan trazar estrategias que las levanten, pero los que los haría desarrollarse y ser la opción número uno en el mercado, es su autenticidad hacia ellos mismos y hacia sus clientes.

La comunicación descendente es una herramienta poderosa en todas las organizaciones, el personal necesita que sus líderes les comuniquen lo que sucede en la empresa, mantenerlos en calma bajo la transparencia de la dinámica que se presenta día a día en HUMAN WELLNESS y de su desarrollo como colaboradores, es por ello que debe existir ese feedback positivo de líder hacia colaborador para identificar que tan bueno es su aporte y a su vez las oportunidades de mejora para colaboradores aún más competentes, tomando en cuenta siempre el desarrollo organizacional hacia ellos.

Es por esto por lo que las reuniones deben ser mínimas mensuales con su gente, para generar ese valor de líder hacia el colaborador, para mantenerlos enfocados y así además en conjunto con una comunicación ascendente y diagonal, escuchar y adaptar las ideas de parte de todos los colaboradores y adoptar aquellas que sumen a la empresa.

3 DETERMINACION DE LAS ESTRATEGIAS

Con base a lo dicho en la situación se han reconocido estrategias para la organización HUMAN WELLNESS a fin de lograr la optimización en los procesos internos enfocados a la visión de Talento Humano, para impulsar el desarrollo de la organización, tomando en cuenta dos cambios fundamentales como son: cultura y comunicación organizacional.

3.1 Proceso - Estructura

3.1.1 Proceso de cambio de Cultura Organizacional

El cambio de cultura organizacional es esencial para levantar la racha que vive HUMAN WELLNESS, los líderes manejarán una visión, el cambio y junto a eso el empuje y fuerza de su gente, desarrollándolos y ejerciendo una mentoría adecuada para su motivación y satisfacción laboral, su desempeño ya no será de ausencia hacia la organización ni enfocado en la competencia sino más bien de levantar con estrategias a la organización.

El proceso se realizará a través de:

- Establecer en la empresa el cambio de cultura organizacional
- Definir la misión, visión y valores alineados a la nueva cultura organizacional
- Diseñar las políticas y lineamientos direccionados a la cultura organizacional
- Socializar el cambio de cultura con sus elementos propios de adaptación
- Hacer seguimiento y monitoreo del proceso de cambio de cultura organizacional
- Evaluar el proceso de adaptación de cultura organizacional

3.2 Personal

3.2.1 Proceso de comunicación interna en HUMAN WELLNESS

Responsables de influenciar y motivar al proceso mejorado de comunicación interna es el área de Recursos Humanos, bajo el aporte de todo el personal para conseguir el fin deseado a través de:

- Onboarding con metodología teórica práctica los nuevos ingresos
- Uso adecuado de la intranet para intercambiar la información hacia todas las áreas de los sucesos de la organización
- Monitoreo y mejora de los canales internos que ofrece HUMAN WELLNESS
- Plataforma de acercamiento con los clientes de la organización
- Feedback positivo ante necesidades de comunicación

Estas estrategias redundarán en una mejor comunicación, clara y fácil para los colaboradores de los diferentes departamentos. También habrá más flexibilidad entre zonas, por lo que el ambiente será mejor. Los diferentes canales de comunicación serán la mejor opción para una correcta interacción con el personal, dando como resultado una sensación de comodidad y de clima idóneo para comunicarse ampliamente.

La retroalimentación o feedback genera empoderamiento en expresar las ideas del personal de una organización estableciendo interacción entre los diferentes niveles jerárquicos, siendo así motivados a que el brainstorming traiga consigo estrategias en pro a la empresa, una buena comunicación en los equipos de trabajo y manejando una comunicación transparente para la reducción de incertidumbre y un clima laboral idóneo.

4 IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS

Actividad	Tareas	Involucrados	Responsable
Misión- visión y valores alineados a la nueva cultura de la empresa	Analizar cultura nueva a adaptarse en la organización	Adm. RRH H	Consultora y RRHH
	Establecer y evaluar una nueva misiónvisión y valores en HUMAN WELLNESS	Adm. RRHH	Consultora y RRHH
Diseño de normas/políticas y lineamientos.	Normas y políticas de la nueva cultura	Adm. RRHH	Consultora y RRHH
	Lineamientos nuevos a segur del personal	Adm. RRH H	Consultora y RRHH

Tabla 1: estrategias de cambio de cultura organizacional

Proceso de comunicación interna

Realizar el correcto proceso de comunicación interna	Onboarding	Adm. RRHH	Consultora y RRHH
	Actualización de canales internos de la organización	Adm. RRHH	Consultora y RRHH
	Potencialización de redes sociales	Adm. RRHH	Consultora y RRHH

Tabla 2: estrategias de procesos de comunicación interna

5 METODOLOGÍA

En el presente proyecto se empleó la metodología cualitativa, a través de la cual se recolectó datos de manera directa basados en la problemática que se buscaba diagnosticar; para ello se ejecutó la realización de un grupo focal para analizar la perspectiva entre los colaboradores, bajo el objetivo de identificación de la cultura organizacional actual de la empresa y de la comunicación interna que se maneja entre los diferentes subsistemas de HUMAN WELLNESS.

A través de la medición de las variables mencionadas se logró comprobar las falencias que la cultura organizacional trae de la mano como son; la percepción y el comportamiento, el personal al expresar su inconformidad basada en la dispersión de visión y desconocimiento compartido que no surgirían si HUMAN WELLNES en su génesis como empresa hubiera tenido establecido una adecuada cultura empresarial.

La comunicación interna de la empresa se manejó también a través de focus grupal, debido a la eficacia de esta herramienta directa hacia el personal, evitando sesgos, se pudo obtener información precisa y clara de la situación a indagar, obteniendo como resultados que los canales internos que maneja HW no son socializados ni direccionados hacia la principal función que deben de enfocarse y que se encuentran totalmente desactualizados, desmotivando a su gente a usarlos.

Es evidente las oportunidades y acciones de mejora que en la cultura organizacional debe de surgir un cambio, es ese giro de aliento y direccionamiento de su personal para levantarse de los desafíos que actualmente viven y siempre estarán expuestos, pero a través de estas estrategias generarán comportamientos orientados a cumplir y llegar a la meta y por medio de la comunicación interna, mantener a su equipo de trabajo seguro, motivado y en conocimiento de lo que sucede a la interna, para reconocer siempre qué paso dar , cabe recalcar que el monitoreo y seguimiento a través de metodología cualitativa o en algún momento cuantitativa, en el caso de ser necesario, es esencial para corroborar que las estrategias a llevarse a cabo han tenido el fin deseado.

6 CONCLUSIONES

La empresa HUMAN WELLNESS es el claro ejemplo de que pueden existir empresas que surgen poco a poco y en su crecimiento hasta llegar a convertirse en líderes de mercado en su giro de negocio, creyendo erróneamente que su posicionamiento va a ser lineal y que se mantendrán a ese nivel de subsistencia al pasar de los años, cuando claramente eso no es así, el benchmarking, la tecnología, la formación y desarrollo del personal de una empresa demanda cambios en pro a la misma y que si no son observables, planificados y gestionados la competencia puede en semanas lograr lo que una organización lo ha construido a largo plazo.

Intentar mantenerse, seguir posicionándose y no dejarse sobre todo vencer, es clave, pero tomando decisiones bajo estrategias acertadas, HUMAN WELLNESS se dejó llevar por emociones negativas, es por ello por lo que se debe estructurar las ideas para saber levantarse como empresa, sobre todo desde los líderes, que son quienes orientan y contagian a los colaboradores del hacer y saber cómo hacerlo.

Es fundamental para la empresa crecer, no disminuir en ninguna circunstancia su fidelización de clientes, aquello se debe de dar al implementar las estrategias mostradas en tablas 1 y 2, debido a que direccionan eficazmente a la solución que la organización necesita, pero siempre y cuando deberá existir un monitoreo y seguimiento continuo sobre la adaptación de la nueva cultura dentro de HUMAN WELLNESS.

Asentar bases desde la cultura organizacional hace que se dirija el comportamiento organizacional, bajo políticas y lineamientos y definidos, por eso siempre es necesario para su óptima aceptación realizar el plan de manera piloto para verificar su adaptabilidad y eficacia, así como también establecer respuestas claras al existir fallos en la mejora de las condiciones de la comunicación interna, manteniendo la socialización y cercanía con los colaboradores, para estar en radar en general con todas las áreas.

7 REFERENCIAS

Carreto, J. (2018). Elementos de la Comunicación. Recuperado <http://uprotgs.blogspot.com/2008/01/elementos-de-la-comunicacin.html>

Chiavenato, I. (2019). Gestión Del Talento Humano. 3era ed. [Ebook] México: McGraw Hill, pp. 123. Obtenido de: <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed>

Contreras, H. (2020). Modelo de Gestión de Comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional. de Modelo de Gestión de Comunicación para el cambio organizacional: <http://www.rppnet.com.ar/comorganizacional.htm>

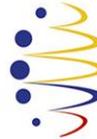
Figueroa, M. (2018). Teorías Grupales y Organizacionales. Recuperado el 18 de 8 de 2019, de Teorías Grupales y Organizacionales: <http://marfire.espacioblog.com/post/2006/03/07/teorias-grupales-y>



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

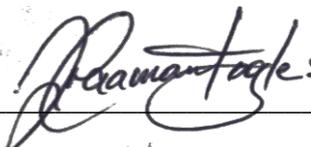
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Caamaño Tagle, David Eduardo**, con C.C: # **0927827899** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Análisis de la cultura organizacional y su influencia en la comunicación de la empresa Human Wellness** previo a la obtención del título de **Licenciado en psicología organizacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 07 días del mes de Septiembre del año 2022

f. 

Nombre: **Caamaño Tagle, David Eduardo**

C.C: **0927827899**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de la cultura organizacional y su influencia en la comunicación de la empresa Human Wellness		
AUTOR(ES)	Caamaño Tagle, David Eduardo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Bonilla Moran, Luis Antonio, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Psicología Organizacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Psicología Organizacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	07 de Septiembre del 2022	No. DE PÁGINAS:	14
ÁREAS TEMÁTICAS:	psicología ocupacional, vida activa, condiciones de trabajo		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional, Talento Humano, desmotivación, desarrollo organizacional, Intervención		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Es inevitable que se dejen de dar comportamientos que influyan en pro de una empresa, debido a que los fundadores crean su organización y desean su posicionamiento a lo largo de los años, por ende, a pesar de las dificultades en HUMAN WELLNESS, se buscó el plan para no decaer tan fácilmente. De manera positiva, se dieron estrategias con el entusiasmo de querer que la empresa siga en el mercado, decidiendo contratar los servicios de una consultora para mantener la subsistencia de HUMAN WELLNESS, anhelando convertirse en los líderes permanentes del mercado. De connotación negativa, los comportamientos de ánimo malhumorados e inconformistas del personal y de las cabezas de la organización, aquellas emociones se hicieron presentes. Los estados de ánimo pesimistas trajeron consigo efectos negativos en el clima organizacional, desmotivando al personal al no contagiarlos de un adecuado equilibrio, llenándolos de frustración por no lograr ser los primeros, además de reducir los beneficios que los mantenían seguros y apasionados en su labor a los colaboradores.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 98 294 6638	E-mail: eduardotagle1991@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Carrillo Saldarreaga, Sofía Viviana, Mgs.		
	Teléfono: +593-4- 2209210 ext. 1413 – 1419		
	E-mail: sofia.carrillo @cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			