

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

**TEMA:**

**Importancia del clima laboral y el rediseño del plan  
estratégico dentro de Rapientrega S.A.**

**AUTOR:**

**Ruiz Sánchez Janella Josenka**

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

**TUTOR:**

**Lcdo. Bonilla Morán, Luis Antonio, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador  
24 de febrero del 2021**

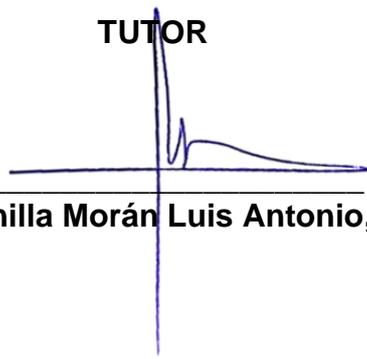


UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Ruiz Sánchez, Janella Josenka**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Psicología Organizacional**.

**TUTOR**

f.   
**Lcdo. Bonilla Morán Luis Antonio, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Psic. Galarza Colamarco Alexandra Patricia, Mgs.**

**Guayaquil, 24 de febrero del 2021**



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

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Ruiz Sánchez Janella Josenka**

### **DECLARO QUE:**

El **componente práctico del examen complejo: Importancia del clima laboral y el rediseño del plan estratégico dentro de Rapientrega S.A.** previo a la obtención del título de **Licenciada 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, 24 de febrero del 2021**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_

**Ruiz Sánchez Janella Josenka**



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

**CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Ruiz Sánchez Janella Josenka**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo: Importancia del clima laboral y el rediseño del plan estratégico dentro de Rapientrega S.A.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 24 de febrero del 2021**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_

**Ruiz Sánchez Janella Josenka**



Guayaquil, 24 de febrero del 2021

**CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**  
**INFORME DE PLAGIO**

**URKUND**

Documento	<a href="#">Importancia del clima laboral y el rediseño del plan estratégico dentro de Rapientrega S.A..doc</a> (D96390623)
Presentado	2021-02-23 22:42 (-05:00)
Presentado por	janella.ruiz@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	luis.bonilla.ucsg@analysis.orkund.com

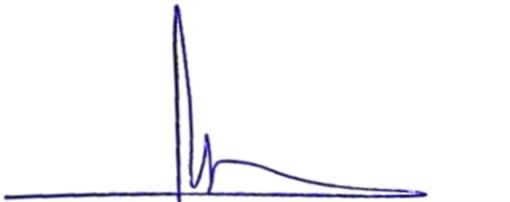
0% de estas 16 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

**Nombre del caso:** “Importancia del clima laboral y el rediseño del plan estratégico dentro de Rapientrega S.A.”

**Estudiante:**

- Janella Josenka Ruiz Sánchez

**Docente tutor:** Lcdo. Bonilla Morán Luis Antonio, Mgs.

  
**FIRMA**



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

**CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Psic. Org. Sofía Carrillo Saldarreaga, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Psic. Org. Belén Cabezas Córdova, Mgs.**  
COORDINACIÓN DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Psic. Efrén Chiquito Lazo, Mgs.**  
DOCENTE REVISOR

# Índice

resumen .....	VIII
1. Introducción.....	2
2. Desarrollo .....	4
2.1. Cultura organizacional.....	4
2.2. Clima organizacional .....	6
2.3. Comunicación organizacional .....	7
2.4. Tipo de Liderazgo.....	9
2.5. Plan estratégico.....	10
3. Determinación De Estrategias.....	12
3.1. Plan Estratégico.....	12
3.2. Gestión de la cultura organizacional .....	12
3.3. Gestión del clima organizacional .....	14
3.3.1. Comunicación organizacional .....	14
3.3.2. Gestión del liderazgo organizacional .....	15
3.4. Gestión de Talento Humano.....	15
3.4.1. Fortalecimiento del FODA.....	15
3.4.2. Procesos de selección y desarrollo.....	16
4. Implementación De Estrategias .....	18
4.1. Metodología.....	18
6. Conclusión .....	21
7. Recomendaciones .....	23
7. Referencias .....	24

## Índice de Tablas

Tabla 1 Planeación estratégica Elaboración: Propia.....	20
---	----

## Resumen

El siguiente trabajo de intervención es realizado como añadidura del componente práctico al examen complejo previo a la obtención del título de Licenciada en Psicología Organizacional, para el cual, se procedió a realizar un análisis del caso de estudio donde se narra la situación de la Empresa Rapientrega S.A. Esta organización, tiene ya sus inicios en el mercado hace 5 años, y actualmente cuenta con 5 diferentes departamentos, de los cuales se encuentran distribuidos tanto en la ciudad de Guayaquil como en la de Quito.

Desde sus inicios la organización fue una de las empresas más importantes del mercado, estando posicionada como la octava empresa de Courier con mayor nivel de facturación a pesar de ser una empresa joven. La compañía en un principio logro llegar a las metas anuales propuestas, ya que, en los dos primeros años, los socios se enfocaron en que existiera trabajo en equipo y motivación del personal mediante cursos y pagos de comisiones.

Para el tercer año sobrepasaron los objetivos comerciales aumentando con un 50% el número de clientes a comparación de los dos años anteriores dentro del mercado, debido a esto y para poder cubrir la demanda de clientes, la empresa dobló los turnos; afectando el desempeño, el compromiso y la rotación de la compañía.

Para el cuarto año se evidenció con mayor profundidad los problemas que existían en la organización, comprometiendo ya de manera general todos los subsistemas de la compañía. El problema dentro de la empresa se hace más latente cuando en el último trimestre del cuarto año, aparte de seguir sin lograr las metas comerciales, lograron darse cuenta de que sus clientes y mejores empleados se iban para la competencia. En este último año la empresa no ha podido lograr sus objetivos financieros como lo esperaba.

Con todo lo expuesto, la empresa optó por buscar ayuda a una consultora, donde se les recomendó rediseñar toda la organización, rediseñar el plan estratégico, para que, desde la gerencia, se pueda tener una visión clara y

objetiva, así también implementar un plan de acción, y plan de control con seguimiento continuo, donde se les permita lograr los objetivos planteados.

**Palabras claves:** *Clima laboral, plan estratégico, comunicación, motivación, productividad organizacional, liderazgo.*

# 1. Introducción

Rapientrega S.A, es una empresa que tiene sus orígenes ya hace 5 años y que actualmente cuenta con 5 diferentes departamentos distribuidos en la ciudad de Quito como en la de Guayaquil. La empresa fue fundada por Luis González, quién es el gerente general, seguido de su primo Ricardo Avilés, que aparte de ser su socio es el subgerente de la organización.

Durante los primeros 3 años, la empresa logró llegar a las metas anuales sobre cumpliendo los objetivos comerciales. Dentro de este tiempo, se incrementó el número de colaboradores a 50 personas, y se reestructuro su organigrama en 5 departamentos. A pesar de ser una empresa joven, se estableció en el mercado posicionándose en el octavo lugar de servicios de Courier, donde los dueños pudieron recuperar el dinero invertido, siguiendo con el mismo ritmo comercial.

Sin embargo, empezaron los problemas en Rapientrega a medida que la empresa crecía, ya que, para poder cubrir la demanda de clientes, la organización tuvo que doblar los turnos, afectando de esta manera a los departamentos de logística y distribución. Para ese tiempo, el clima laboral se encontraba tenso por la mala comunicación corporativa entre las dos ciudades; la falta de liderazgo había generado descontento entre los colaboradores, y se evidenciaba con resultados de baja productividad y motivación.

Para el quinto año la empresa no logró llegar a sus objetivos financieros; seguido de una gran rotación de colaboradores, y un bajo clima organizacional, por el cual, se cuestionó la gestión del área de talento humano, donde se pensaba que el personal seleccionado, no contaba ni con las experiencias ni con los valores requeridos dentro de la organización.

Dentro de este caso de estudio, se procedió a la creación de una planeación estratégica, en base al análisis de la comunicación corporativa, motivación del personal, el tipo de liderazgo, cultura, y gestión del talento humano de la empresa Rapientrega. Con lo anterior mencionado, se podrá gestionar una visión futura para mejorar el desempeño y la productividad de la

organización, donde se logre cumplir con los objetivos planeados, y de esta manera se pueda solucionar los problemas hablados anteriormente.

## 2. Desarrollo

### 2.1. Cultura organizacional

La cultura organizacional es una de las herramientas más importantes dentro de toda empresa, ya que la misma está conformada por lo que son valores, creencias, y tradiciones que logran ser parte fundamental de toda organización, siendo una de las bases esenciales de la compañía. Los dueños de cada organización primero forman la cultura de la empresa, y a medida que van ingresando las personas a laborar en esa organización, se los va adaptando a la cultura de la misma.

La cultura organizacional es fundamental en toda organización ya que guía el rumbo de la empresa y orienta la forma en la que esta debe conducirse. También direcciona el trato que debe darse a los empleados, clientes y a la sociedad en general. (Raffino, 2020, p. 20).

Es decir, que las personas al ingresar a un puesto de trabajo se deben sentir identificados, ya que llegan a portar con sus propias creencias, valores y tradiciones. Esto es uno de los motivos por el cual cada organización llega a las metas deseadas, esperando que los trabajadores interactúen entre ellos mismos y con el exterior.

Dentro de lo que es la cultura organizacional se conoce también que existe una cultura interna y una cultura externa, esto es lo que hace importante a una empresa; la cultura interna es todo lo relacionado con todas las personas que forman tanto el organigrama como a la organización, conocido también como el clima laboral; mientras que la cultura externa se encuentra relacionada con la comunidad de las competencias.

Dentro de Rapientrega, no existía una cultura definida, ya que la empresa no tenía clara una misión y visión, mucho menos sus objetivos a largo plazo; se caracterizaba por mantener el mismo ritmo comercial con la idea de vender lo mayor posible, sin considerar la sobre carga de trabajo, ni las actualizaciones de las tendencias del mercado. Al principio Rapientrega se inclinaba a una cultura de mercado; si nos guiamos al modelo de Cameron y Quinn; en el que su principal enfoque era los factores externos de la

compañía, como la competencia, proveedores, clientes y el mercado; sin embargo, fue cuestión de poco tiempo que la empresa, al no poseer estructura ni objetivos, se desviara de su enfoque inicial.

En sus inicios, la empresa tenía varios objetivos a corto plazo, uno de sus principales fue poder dar un correcto servicio al cliente, para de esta manera ir generando ganancias favorables. Se tenía en mente ser la mejor empresa a nivel nacional, contando con una cantidad de clientes estables, pasando a segundo plano la estabilidad y motivación de sus colaboradores, y poniendo como prioridad la rentabilidad de la organización.

“Una cultura positiva es aquella que hace énfasis en el desarrollo de las fortalezas de sus empleados, recompensa en vez de castigar, y destaca la vitalidad y el crecimiento individuales” (Robbins y Judge, 2013, p. 527).

La sobrecarga de trabajo y el crecimiento en clientes, sacrificó la motivación y el desempeño de los colaboradores de Rapientrega. Poco a poco, la competencia fue ganando terreno, gracias a la constante innovación de sus servicios, mientras que la compañía de estudio, solo dedico su tiempo en los primeros años, con capacitaciones que se realizaron solo para el personal que ingresó en sus inicios, ignorando las posibilidades que actualmente ellos ya no sigan en la nómina, y que el nuevo talento humano no se encuentre capacitado con los recursos actuales que exige el mercado.

La cultura si bien es cierto, es el estilo de vida que una compañía pretende seguir e inculcar a sus colaboradores; sin cultura la organización es un barco a la deriva en medio de tantas industrias potenciales, que asechan los mejores talentos y gran espacio dentro del mercado. Hay códigos no escritos en toda compañía que definen su conducta, ideales, y costumbres, esto al igual que una sociedad, da estructura y alineamiento a las bases que sostienen la organización y eso es, el propósito de su existencia.

## **2.2. Clima organizacional**

Una vez terminado el concepto de cultura organizacional y lo que abarca, podemos abordar el tema sobre el clima organizacional; que se deriva en expresar las percepciones que los colaboradores y directivos tienen de su propia empresa, donde sus desempeños, serán el resultado de la interacción de ese ambiente de trabajo.

El clima organizacional es otra de las herramientas fundamentales dentro de cada organización, ya que de esto se basa cómo los trabajadores pueden desempeñar sus funciones, logrando así las metas deseadas. El correcto funcionamiento, permite que quienes conforman la empresa se encuentren motivados, consiguiendo así, que su desenvolvimiento pueda llegar al rendimiento máximo.

Un mal clima laboral perjudica a sus trabajadores y toda la estructura que complementa la empresa, y esto se debe a que, al no sentirse motivados, la producción baja, afectando la economía y el beneficio de la compañía. Dentro de Rapientrega existen anomalías; la extensión de horarios originados por la sobrecarga de trabajos, tiene como consecuencia el agotamiento físico y mental en sus empleados. La falta de estructura y cultura ha cambiado la perspectiva de los colaboradores, donde expresan su malestar en su desempeño, en la comunicación y en el ambiente laboral.

Se entiende como clima laboral a todo lo que conforma el medio en el que desarrollan las actividades cotidianas relacionadas con el trabajo. El clima es en sí, los aspectos que permiten o no, la correcta interrelación entre los involucrados. El clima laboral apunta directamente al cumplimiento de objetivos empresariales, lo contrario a esto solo puede traer consigo conflictos, malestar y bajo rendimiento. (González, 2017, p. 76)

El clima laboral es uno de los factores más importantes en el desarrollo de una empresa, debido a esto es importante reconocer cada factor que pueda ayudar o arriesgar al entorno de la compañía. Una empresa sin estructura, políticas, y practicas administrativas, crea un escenario de desequilibrio e incertidumbre para los miembros de una empresa, afectando sus comportamientos y objetivos dentro de la misma.

Expone que los factores y estructuras del sistema organizacional dan lugar a un determinado clima, en función a las percepciones de los miembros. Este clima resultante induce determinados comportamientos en los individuos y dichos comportamientos inciden en la organización y en el clima, y así se completa el circuito. (Goncalves, citado por García Solarte 2000, p. 47)

La medición y el desarrollo de un clima organizacional dentro de una empresa, es posible a través de la observación, la gestión y comunicación. La buena comunicación entre el equipo de trabajo y sus superiores hará que la empresa fluya de manera correcta, creando metas y objetivos para alcanzar el éxito. Aquí deberá existir disciplina, colaboración y entrega. Cumpliendo estos parámetros se puede solucionar los desequilibrios existentes.

### **2.3. Comunicación organizacional**

La comunicación dentro de la organización es de vital importancia, ya que esta hace que los trabajadores indistintamente del puesto que se encuentren laborando, puedan crear vínculos con los demás subsistemas de la organización, aquí se dará a conocer sus opiniones o puntos de vista y necesidades relacionadas a su trabajo, y el de cada miembro que conforma la empresa.

La comunicación tiene alta influencia en el comportamiento organizacional; deficiencias o barreras en la comunicación dan origen a problemas y conflictos que, si no se solucionan, pueden formar una “bola de nieve” y poner en peligro la existencia de la organización. Una buena comunicación es sinónimo de eficiencia, organización y coordinación, mientras que una mala comunicación puede ser motivo de ineficacia, desorden y conflictos internos. (Komilla, 2012, p. 40)

Dentro todas las organizaciones este instrumento es de completa importancia para que exista un buen clima laboral, no solo ayuda a que haya una relación favorable entre cada uno de los miembros que la forman, sino que también, permite el correcto funcionamiento de procesos de roles, políticas, y estructura que conforma la organización. Entre más grande sea la empresa, mayor grado de comunicación necesita, para poder abarcar todos los departamentos de su organigrama, donde permita la participación de todos sus colaboradores, tanto internos como externos de la compañía.

Las organizaciones hoy en día necesitan mantenerse actualizadas, cumpliendo tendencias e innovando en productos y servicios, lo cual permite su permanencia en el mercado con el dinamismo correspondiente de las empresas altamente efectivas; y de esta forma cumplir con las demandas de los mercados actuales. Para eso es necesario comprometerse a nivel corporativo que permita darle el valor que realmente se debe a los procesos vitales de comunicación de las empresas que le permiten alcanzar los objetivos institucionales y ser competitivos en relación a las demás organizaciones. (King, 2012, p. 21)

En la actualidad, la comunicación organizacional es fundamental para dar a conocer nuestras ideas y opiniones con respecto a algún tema que se pueda presentar, tanto en la empresa como en el día a día de cada persona. Al tener una eficiente comunicación no solo con los compañeros de trabajos, sino también con los fundadores, se logra tener una motivación óptima, ya que, al conocer los objetivos y metas claras de la compañía, es más fácil que se interiorice la cultura y políticas de la empresa.

Es obligación de toda compañía conocer y tomar en cuenta las opiniones de cada colaborador, de esta manera la empresa puede hacer consciencia de las necesidades de sus trabajadores; poder identificar las oportunidades de mejoras de cada departamento; optimizar los procedimientos internos entre los subsistemas y afianzar el conocimiento de roles de cada individuo que conforma la compañía.

En el caso de Rapientrega, la comunicación es descendente, se basa en hacer ejercer normas y políticas por parte de los jefes hacia sus subordinados. No existe una retroalimentación por ambas partes de los involucrados, tampoco existe una buena comunicación interna y externa de la empresa. A nivel corporativo la organización carece de una comunicación sana entre las oficinas regionales, desconociendo la actividad de cada uno y sus avances, provocando falta de objetividad y ambigüedad de funciones entre los departamentos de ambas sucursales. En síntesis, dentro de la compañía de estudio, no hay un mensaje claro sobre la objetividad de la empresa, ni el tipo de canal apropiado para gestionar la comunicación, se desconoce el tipo de líder que mantiene, y los canales que esta conserva para clasificarla como informal o formal.

## **2.4. Tipo de Liderazgo**

Cuando hablamos de líder, nos referimos a la persona responsable de gestionar, comunicar, y guiar en base de un objetivo en común a su equipo de trabajo. Un buen líder analiza las aptitudes y habilidades de sus colaboradores, incrementándolas y potenciándolas para lograr el grado de desempeño que la empresa necesita.

Los líderes poseen unas cualidades o rasgos de la personalidad intrínsecos, que los determinan dentro de un rol específico en sus organizaciones de acuerdo con sus capacidades para influir en el cambio o adaptarse a situaciones complejas. (Avolio, 1999)

El líder es el responsable de integrar los valores y objetivos de la empresa hacia sus colaboradores, se encarga de sociabilizar la cultura organizacional y mejorar la gestión de cada departamento dentro de la compañía. Su misión siempre será velar por los objetivos de la empresa, y fomentar un ambiente propio y armónico.

El autor define a “el liderazgo como “una influencia interpersonal ejercida en determinada situación, para la consecución de uno o más objetivos específicos, mediante el proceso de la comunicación humana” (Chiavenato, citado por Preciado Hoyos y Monsalve Gómez, 2008, p. 81).

Es evidente que la empresa de estudio no cuenta con un tipo de líder dentro de su estructura organizacional, ya que aún se basan con el prototipo de jefe y subordinado, donde la relación y el ambiente laboral se ha vuelto inconforme y nocivo para los colaboradores, causado una incorrecta comunicación, y retroalimentación dentro de los procesos de evaluación. Para ello, la empresa debe incorporar un tipo de líder idóneo al mercado y compañía, donde promocióne y recompensen los retos de sus subordinados, y que, de esta manera, se pueda integrar gran parte de la cultura que la empresa desee implementar.

## **2.5. Plan estratégico**

El diseño de un plan estratégico dentro de cada organización es fundamental, permite que, con el pasar del tiempo, la empresa se vaya fortaleciendo, teniendo como base los objetivos claros para poder lograr la meta deseada, no solo por parte de los trabajadores que conforman la organización, sino también por los fundadores de la empresa.

Se conoce al plan estratégico como una bitácora anual, con la que cada empresa cuenta, y detalla las metas que se quieren cumplir tanto interna como externamente dentro de la compañía, logrando sus objetivos a largo o mediano plazo. Es decir, se basa en establecer una secuencia de pasos claros y objetivos para llevar a cabo una gestión, para ello la empresa debe tener claro el rumbo que desea direccionarse, y cuál es el propósito de existencia.

La Planificación Estratégica, PE, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen. (Armijos, 2010, p. 9)

Una empresa que no cuente con un plan estratégico está condenada al fracaso inminente, no solo por la falta de visión y objetivos a largo plazo, sino por la mala planificación de sus proyectos de incluso a corto plazo. Mientras más crece la organización, mayor es el alineamiento estratégico que esta necesita tener, las compañías trabajan con individuos que mantienen su propio ritmo de trabajo, sin embargo, la planificación ayudará que los colaboradores de una empresa sepan la secuencia de una gestión, el tiempo y los objetivos a cumplir; evitando así la ambigüedad del trabajo, la sobrecarga de trabajo, la baja motivación, y el bajo rendimiento laboral.

La carencia de un plan estratégico dentro de Rapientrega, sale a la luz desde sus inicios, cuando no se establecieron metas ni proyecciones a largo plazo, así mismo, los objetivos a corto plazo fueron en un enfoque de despegue y esfuerzo máximo de personal y recursos; olvidándose del continuo mantenimiento tanto del personal, como de los instrumentos y

procesos de gestión. Al no contar con ciertos aspectos que afectarían a la organización, Rapientrega actualmente no tiene una base fuerte para a futuro lograr las expectativas deseadas.

Dentro de la empresa de estudio no solo se debe replantear la planificación estratégica, sino crear un modelo general que enlace a todos los subsistemas de la compañía en plan global, donde se pueda identificar después de manera más específica, las oportunidades de mejora de cada departamento y su gestión.

### **3. Determinación de estrategias**

#### **3.1. Plan Estratégico**

Con lo anteriormente mencionado, podemos determinar cuáles son las oportunidades de mejora que presenta Rapientrega, el enfoque general de este trabajo de investigación es proponer un plan estratégico que permita solventar y dar a conocer las gestiones y departamentos que necesitan mejorar. Para este análisis se tocará puntos importantes como; el tipo de modelo de cultura que maneja la empresa, esto será con el objetivo de poder promover dicha cultura a los trabajadores, afianzando los valores, objetivos, misión y visión de la empresa.

Así mismo, dentro del plan estratégico, se abordará el clima organización; tocando los puntos como la comunicación corporativa y gestión del liderazgo, que son factores importantes dentro de la empresa de estudio, ya que enlazan la cultura organizacional y como sociabilizarla a sus colaboradores. A su vez, la propuesta del fortalecimiento del FODA dentro de los departamentos de la organización permitirá conocer los puntos de declive y ámbitos fuertes que cada departamento mantiene dentro de la empresa.

Este plan estratégico debe ser gestionado por los miembros de la compañía, fundadores, y departamento de Talento Humano quienes son los responsables por el bienestar y el compromiso de la empresa, este último departamento, también será tratado dentro de la planificación estratégica, con el objetivo de poder fortalecer su gestión y dar una mejor propuesta a sus procesos de selección y capacitación para la compañía de estudio.

#### **3.2. Gestión de la cultura organizacional**

Sabemos que Rapientrega no mantiene actualmente una cultura definida y pura, sin embargo, dentro de sus rasgos se puede observar indicios de pretender tener una cultura inclinada al mercado, ya que muestra características de orientación de los resultados a corto plazo, de alcanzar los objetivos sin importar los medios para hacerlo; promoviendo así la agresividad a sus colaboradores con un espíritu ganador.

A pesar de lo anterior, se puede observar que la cultura de Rapientrega no tiene las bases para mantenerse, la empresa se ha enfocado en proyecciones de trabajos en periodos cortos, sin considerar en fortalecer sus bases, como los valores a compartir, las políticas y reglas a seguir, tampoco en mejorar las vías de comunicación, y la gestión en programas de inducción, ni de las personas responsables en el proceso. Con la falta de una cultura definida, aumenta las posibilidades de generar una contracultura en ambas sucursales, afectando de manera consecuyente la comunicación y objetividad de la compañía.

Rapientrega no cuenta con sus bases fortalecidas y firmes para poder crecer de manera favorable en un futuro; al no poseer esto, los trabajadores no tienen bases específicas de cultura y no logran cumplir las metas deseadas, por ende, se generó más sobrecarga de trabajo y tensión para todos los departamentos, ya que la alta rotación del personal, hacía aumentar la sobrecarga de trabajo dentro de los subsistemas más críticos, como lo era comercial, logística y distribución. La demanda de los clientes cada vez era mayor al número de empleados contratados. Esto provocó el descontento y a baja motivación del personal comercial, seguido de la baja productividad como resultado de éste.

Para ello, Rapientrega deberá realizar un estudio a fondo de la cultura organizacional que posee, donde se permita que las personas que la integran puedan adaptarse dentro de la misma cultura, permitiéndoles conocer los valores y principios que la empresa desea compartir, y los objetivos que deben cumplir. El fortalecimiento de la cultura organizacional accederá a la organización, crear un ambiente más sólido para su crecimiento, donde sus colaboradores puedan sentirse identificados y comprometidos con la misma.

El establecer una cultura más fuerte en la organización, consentirá conocer su rumbo y lo que desea abarcar dentro de los próximos 5 a 10 años, así mismo les ayudará a implementar estrategias de gestión para su equipo y mejorar su estructura organizacional. Esta cultura tendrá como objetivo,

seguir generando innovación dentro del mercado competitivo que maneja la empresa de estudio, sin olvidar las necesidades de sus colaboradores.

### **3.3. Gestión del clima organizacional**

#### **3.3.1. Comunicación organizacional**

Como comunicación interna, podemos analizar, que la empresa de estudio maneja una estructura descendente dentro de su organigrama, donde no solo se desconoce el tipo de comunicación que se opera, sino también los canales que esta utiliza en la actualidad. Si consideramos que es una empresa pequeña con sucursales en dos regiones, podremos inferir que la compañía, deberá mantener una comunicación mixta, donde se permita utilizar las dos formas de canales tanto tradicionales como tecnológicos.

Debido al tamaño de la compañía y su estructura, recomendamos mantener una comunicación informal dentro de Rapientrega, ya que se permitirá así realizar gestiones mucho más rápidas y eficaces. La empresa actualmente no posee una estructura grande, ni burocrática para manejar una comunicación formal, por otro lado, si mantenemos una vía informal, ayudará a que departamentos como logística y distribución puedan mantener el constante flujo de información entre sus pares y sus jefes, dando a notar sus necesidades, y brindándoles soluciones más objetivas,

Esta comunicación trabaja de la mano de la cultura organizacional del mercado, donde todos podrán tener acceso de información y conocimientos de los objetivos de la empresa. No obstante, este tipo de comunicación deberá ser promovida por canales de calidad que la complementen, esto enlaza las vías tecnológicas para mantener la comunicación con las demás sucursales del país.

Por otro lado, la empresa también deberá gestionar la comunicación externa de la compañía, y esto hace referencia en la promoción, e imagen de su servicio. Debido a la mala gestión en el ultimo año, la imagen de Rapientrega decayó, perdiendo la confianza tanto en sus nuevos clientes como potenciales. Para ello, La compañía de estudio tendrá que enfocarse en una comunicación externa estratégica, donde analice los aspectos

estratégicos del mercado y la competencia, donde tendrá que promocionar y limpiar su imagen y servicio

### **3.3.2. Gestión del liderazgo organizacional**

Al tener una comunicación descendente, los líderes o jefes son los encargados de promover la comunicación a los diferentes departamentos de la empresa. Dentro de Rapientrega, se maneja un esquema de jefe y subordinados, donde no se posee un personal capacitado para esta gestión, ni se mantiene una constante motivación para sus colaboradores.

la capacitación e integración de líderes, permitirá gestionar una adecuada comunicación y sociabilización de la cultura organizacional. La empresa de estudio necesita trabajar con líderes que se encarguen de dar a conocer los objetivos que se necesitan lograr en cada departamento en el presente, encaminando a la organización a un futuro estable y correcto; también se recalca lo que es la misión, visión y valores notando si se está cumpliendo con cada uno de ellos, sin afectar la cultura de esta misma.

Para ello, Rapientrega deberá pasar por un mapeo de talentos estructura, donde califique a su personal en base a las aptitudes y competencias que un líder debe poseer, de esa manera poder identificar un liderazgo idóneo que compagine con la cultura y el tipo de mercado que mantiene. Un correcto tipo de liderazgo en la organización permitirá que su personal alcance los objetivos y reciban un correcto feedback de su desempeño y resultado, ya que, de esta manera, dará a conocer las ventajas y oportunidades de mejora para cada subordinado.

## **3.4. Gestión de Talento Humano**

### **3.4.1. Fortalecimiento del FODA**

Para la empresa de estudio, un análisis FODA, permitirá conocer las fortalezas con las que cuenta cada departamento, las debilidades que presentan no solo la empresa sino de cada cargo y cada persona que conforma la misma, y por último un estudio a fondo de las amenazas,

conociendo así, los pros y los contras de cada una de ellas, para que de esta manera puedan llegar a la meta deseada.

Se implementará una matriz para realizar un análisis a fondo de la organización, este estudio será de manera global como por áreas, y se aplicará anualmente; esto permitirá tomar en cuenta las estrategias de la organización, seguido de la visión y misión que proyecten para ese tiempo. Su implementación ayudará a prevenir, y corregir las necesidades o punto de mejoras que presente la empresa, evitando desfases en gestión que perjudiquen al personal y la estabilidad económica global de la compañía.

### **3.4.2. Procesos de selección y desarrollo**

Dentro de la planificación estratégica se implementará mejoras para el departamento Humano, quien es el encargado junto con los líderes, y dueños de la empresa, de gestionar todas las estrategias asignadas para la compañía. Se puede observar que, dentro de la estructura, dicha área no cuenta con un departamento de reclutamiento y selección, comunicación interna, ni tampoco capacitación y desarrollo.

La falta de estos departamentos ha complicado la gestión del área de Talento Humano, quien ha sido responsable de sostener las falencias de la empresa y sus consecuencias como tal. Al no tener una cultura establecida y políticas claras, hace ambiguo el tipo de target o perfiles que la compañía necesita contratar, el personal que ingresa a la compañía no identifica los objetivos de su puesto de trabajo, no recibe una inducción pertinente, y tampoco se la capacita en el transcurso del camino. Estas inconsistencias, provocan en los trabajadores ambigüedad y descontento, además que no se mantiene una relación sana con los jefes por la baja producción que ellos perciben y el manejo de la retroalimentación en sus evaluaciones.

La empresa al aumentar su nómina no invirtió en recursos para que estos puedan trabajar, descuido el enfoque de su equipo, y al solo querer generar ingresos, olvidó desarrollar y potenciar a su área comercial, lo que produjo mal servicio a los clientes, creando una gran sobrecarga de trabajo, sin

contar con la mala comunicación entre sus departamentos y jefes, incitando a un mal clima laboral.

Es, por ende, que el área de Talento Humano deberá pasar por un proceso de reestructuramiento dentro de sus gestiones y lineamientos. La empresa deberá incrementar su nómina en dicho espacio, sin olvidar la renovación e inversión de recursos para gestionar las estrategias pertinentes en su equipo de trabajo. El mejoramiento de este departamento permitirá reducir los niveles de rotación, captar los perfiles idóneos que la compañía necesita, y a su vez crear un espacio de estabilidad y comunicación dentro de su clima laboral.

## **4. Implementación de estrategias**

### **4.1. Metodología**

Para la implementación de las estrategias, el departamento de recursos humanos se encargará de rediseñar el plan estratégico, teniendo así un ajuste de los valores, de la misión, y visión de la compañía, esto se hará en base al fortalecimiento de una cultura enfocada al mercado y las estrategias comerciales. La empresa deberá sociabilizar la cultura organizacional de la mano con la comunicación y el liderazgo.

Para la sociabilización de la cultura, se deberá también identificar a los candidatos potenciales a través de un mapeo de talento, con el objetivo de poder capacitarlos y desarrollarlos en un tiempo determinado, su fin será forjar líderes que puedan manejar un equipo de trabajo ideal para la empresa. Estos talentos, deberán ser los encargados de llevar la gestión motivacional de su equipo de trabajo, creando espacios sociales para que sus colaboradores puedan interactuar y participar en ideas y conocimientos para el área.

Para eso, se deberá trabajar en el tema de la comunicación organizacional, donde se abordará con las fuentes de canales tradicionales de comunicación, como lo son; la cartelera, reuniones semanales, en cuentas y buzones de sugerencia, comunicados, memos y capacitaciones de ingresos, así mismo se tocarán canales digitales como; emails, y la intranet.

Estos medios de comunicación se deberán implementar tanto en Quito como en Guayaquil, estos variaran dependiendo el área de cada compañía y sus necesidades, ajustándose al tipo de trabajo que mantiene cada colaborador; esto hace énfasis a las áreas de los operadores, donde no se manejen con computadoras, sino carteleras, y celular por el tipo de trabajo que se mantiene, mientras que las áreas administrativas serán manejadas por las dos fuentes de comunicación.

Para ello, los líderes deberán tener reuniones semanales con todos los miembros de la empresa y así conocer si tienen claro las misión y visión de la compañía, ya que esto ayudará a que puedan fluir una buena

comunicación formando un equipo comprometido, motivado y enfocado en lograr cada meta que disponga la organización. Ayudando así a que ellos crezcan como profesionales dentro de su área laboral y como personas en su día a día.

En cuanto al fortalecimiento del FODA, se deberá tener reuniones semanales o quincenales que involucren líderes y colaboradores, donde se puedan expresar y aportar sus opiniones e ideas, siendo de esta manera de ayuda para Rapientrega conocer su análisis general, y también que cada uno de los trabajadores, conozcan y se sientan parte de aportar con la organización. Esto permitirá a cada persona desempeñar de manera correcta sus funciones, sintiéndose escuchados e importantes en su área de trabajo.

Es necesario esta implementación, ya que podremos conocer tanto las oportunidades, amenazas, fortalezas, y desventajas de la empresa, por parte de la matriz y regional, para así, poder generar estrategias de implementación. Una vez establecido los puntos externos de la compañía, también podremos conocer las ventajas y desventajas de cada departamento a nivel interno.

En cuanto al departamento de Talento humano, se deber de trabajar con las fuentes de reclutamiento actuales según el mercado, así mismo, manejar un perfil de acuerdo con la necesidad de la compañía, su cultura y alineamiento, por otro lado, se deberá implementar el área de desarrollo, donde se abordará la inducción y capacitación del personal a ingresar, así como capacitaciones trimestrales con su debido seguimiento, y evaluación.

Se deberá de tener un programa de inducción dependiendo los ingresos planificados por cada mes, en dicha reunión se deben de tratar ciertos temas como lo son la presentación, la cultura, política, y valores de la compañía. Así mismo, realizar charlas motivacionales junto con los líderes de cada área, los fundadores y colaboradores. Esta gestión hará que los empleados tengan motivación y se sientan a gustos laborando dentro de la empresa y compartiendo día a día con sus compañeros de trabajo.

Tabla 1: Planeación estratégica

ESTRATEGIAS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS
<b>Gestión de la cultura organizacional</b>	Implementación de estrategias a nivel corporativo	Fundadores, líderes, y Talento Humano	reuniones semanales, papelería, encuestas, espacio físico
	Creación de las políticas y normas corporativas	Fundadores, líderes, y Talento Humano	reuniones semanales, papelería, encuestas, espacio físico
	Proyecciones sobre la misión y visión de la empresa	Fundadores, líderes, y Talento Humano	reuniones semanales, papelería, encuestas, espacio físico
	Selección de los valores y aspectos culturales de la organización	Fundadores, líderes, y Talento Humano	reuniones semanales, papelería, encuestas, espacio físico
	Sociabilización de la cultura organizacional	Líderes, y Talento Humano	reuniones semanales, canales de comunicación, aforos papelería, encuestas, espacio físico
<b>Gestión de la comunicación organizacional</b>	Innovación de los canales de comunicación	Líderes de cada área, Fundadores y Talento Humano	Carteleras, reuniones semanales, memos, capacitaciones, buzones de sugerencia, emails y la intranet
	Gestión de la comunicación externa	Líderes de cada área, Fundadores y Talento Humano	Redes sociales, colaboradores, actualizaciones del servicio, charlas dentro de universidades, convenciones.
<b>Gestión del liderazgo organizacional</b>	Mapeo de talento	Líderes de cada área, y Talento Humano	Matriz de desempeño, evaluaciones de desempeño anual, análisis de perfiles de cargo, entrevistas.
	Capacitación de estilos de liderazgos	Líderes de cada área, y Talento Humano	Cronograma de evaluaciones, inducción de participantes, espacio físico, Mentor, foros recreativos, Assessment
<b>Fortalecimiento del FODA</b>	Análisis de estrategias, misión y visión de la empresa	Líderes de cada área, y Talento Humano	Reuniones departamentales, espacio físico, encuestas.
	Cronograma de Implementación de la matriz	Líderes de cada área, y Talento Humano	Reuniones departamentales, espacio físico, aforos recreativos.
<b>Procesos de selección y desarrollo</b>	Reclutamiento y selección	Líderes de cada área, y Talento Humano	Bases de reclutamiento, Manual de cargos, perfiles de cargo, pruebas técnicas, anuncios, técnicas de selección
	Capacitación e inducción	Líderes de cada área, Talento Humano y empleados	Políticas organizacionales, actividades recreativas, presentación de la imagen corporativa, papelería, evaluaciones.
	Reuniones recreativas	Líderes de cada área, Talento Humano y empleados	Charlas motivacionales, actividades recreativas, ejercicios de desarrollo laboral. Coaching

Elaboración: Propia

## 6. Conclusión

- En sus inicios, Rapientrega fue una de las empresas más importantes dentro del mercado de Courier, ya que buscaba la competitividad del mercado y la satisfacción de sus clientes. Sin embargo, la proyección de objetivos a corto plazo, género en la organización un desfase de enfoque, y estrategias a medida que crecía, afectando en si al desempeño de los colaboradores.
- Para mejorar el enfoque de estrategias, y objetivos, se recomendó fortalecer la cultura organizacional, para que, de esta manera, la empresa y su personal tenga conocimientos de su visión y misión, y objetivos que desea abarcar en los próximos años, generando integrar sus valores, y objetivos a su equipo de trabajo. De esta manera, los nuevos ingresos podrán conocer mejor la organización, e identificarse con la misma.
- Así mismo para sociabilizar la cultura organización, se deberá innovar la gestión de comunicación organizacional, en donde la compañía deberá optar por las vías tradicionales y digitales dentro de sus canales de comunicación convencionales. Esto permitirá que la información llegue a todo su equipo de trabajo, mejorando el enfoque de objetivos, así mismo como permitirá conocer las necesidades de su empresa por área en las distintas sucursales.
- La comunicación es lo primordial no solo dentro de cada departamento, sino en toda la empresa en general, ya que de eso se dará un correcto clima laboral con compañerismos y objetivos definidos por cumplir. Esa comunicación deberá ser realizada por los líderes de cada área, que serán los encargados de gestionar la cultura en las vías correctas de comunicación organizacional.
- Para la gestión de líderes, la empresa deberá captar sus mejores talentos capacitándolos de acuerdo con las competencias que necesita su equipo de trabajo. Estos líderes deberán motivar a su

personal con las vías correctas de trabajo en equipo. Para ello, se deberá trabajar a la par con el área de Talento Humano, quien se deberá encargar de implementar capacitaciones e inducciones al nuevo personal que ingrese a la organización, así como charlas quincenales, y capacitaciones trimestrales para los miembros más antiguos, lo que permitirá actualizarlos de manera constante, de acuerdo con las necesidades que presentan el mercado.

- Esta gestión permitirá disminuir el número de rotación en sus colaboradores, evitando la expansión de horarios laborales, que perjudican no solo su desempeño, sino a la productividad de la misma. Para ello, se deberá incrementar el área de talento humano en departamentos como nomina, capacitación y desarrollo, y selección del personal. Así mismo se deberá realizar un análisis FODA de manera global e interna en la organización, para conocer a fondo sus puntos clave de mejora, y destrezas.
- Recordemos que toda organización indistintamente de querer generar ingresos debe tener un enfoque firme donde pueda hacer caminar a su equipo de trabajo, debe fundarse en base de valores y políticas que su personal pueda integrar e identificarse. Esto hará que la organización sea deseada, y la imagen de esta sea competitiva tanto por profesionales como a nivel de clientes.

## 7. Recomendaciones

- Rapientrega deberá generar interés no solo en servicio al cliente, sino también en el bienestar de los colaboradores.
- Deberá realizar un análisis de FODA anual para ir teniendo un control y seguimiento de su gestión como empresa.
- Se deberá motivar a los empleados con charlas que sirvan de ayuda con respecto al compañerismo.
- Tendrá que rediseñar el plan estratégico obteniendo así una misión y visión correcta, y la implementación de valores conocidos tanto para los fundadores como para las personas que conforman la organización.
- Deberá proyectar la ampliación del área comercial, logística y distribución, evitando de esta manera la sobre carga de trabajo. Esto deberá ser trabajado con talento humano y financiero, en base a una dotación por cada fuerza de trabajo.
- Para la comunicación externa, se deberá proyectar a futuro, la inclusión del área de marketing, quien podrá gestionar los anuncios y contenidos de propaganda para la organización.

## 7. Referencias

Aljure, A. (2016) El plan estratégico de comunicación método y recomendaciones prácticas para su elaboración recuperado de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=K5HLDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=plan+estrategico+y+la+comunicacion+&ots=268oHXDJyA&sig=4ipGCEnZTATiNaezFiJLaGyiVwM#v=onepage&q&f=](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=K5HLDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=plan+estrategico+y+la+comunicacion+&ots=268oHXDJyA&sig=4ipGCEnZTATiNaezFiJLaGyiVwM#v=onepage&q&f=)

Armijos, M. (2010). Planeación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Recuperado de:

[https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30\\_04\\_manual\\_completo\\_de\\_abril.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_manual_completo_de_abril.pdf)

Belalcázar, S. (2010). Cultura organizacional. obtenido de: <file:///C:/Users/Valeria/Downloads/Dialnet-CulturaOrganizacional-5229778.pdf>

Castro, A. (2014) Comunicación organizacional recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WyKVBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=comunicacion+organizacional&ots=edtDWNz4JV&sig=nujwxu0nt3t3h1lhtlGsqQoQbKk#v=onepage&q=>

Pérez, M. (2012) Diseño de un plan estratégico comunicacional para el fortalecimiento y visibilizarían de las practicas organizacionales. Recuperado de: <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/2670/1/32816.pdf>

Cipriano, A. (2016) Plan estratégico de negocios tomado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KBchDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=que+es+un+plan+estrategico&ots=1RhJTWemOR&sig=8EGzF8XQmKfZaD8GV8KOICpiDHQ#v=>

García Solarte, Mónica (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración, (42),43-61. [fecha de Consulta 22 de febrero de 2021]. ISSN: 0120-4645. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2250/225014900004>

King, K. (2012). Comunicación organizacional tipos, flujos, barreras y auditorias. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>

Martínez, D. (2017) Elaboración de un plan estratégico y su implementación a través del cuadro tomado de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=qGUOpeifd\\_UC&oi=fnd&pg=PA140&dq=plan+estrategico&ots=woawGTJmO&sig=ESRptWjByQp2CMY1EKfFrnZiPsw#v=onepage&q=plan+estrategico](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=qGUOpeifd_UC&oi=fnd&pg=PA140&dq=plan+estrategico&ots=woawGTJmO&sig=ESRptWjByQp2CMY1EKfFrnZiPsw#v=onepage&q=plan+estrategico)

Preciado Hoyos, Ángela, & Monsalve Gómez, María Fernanda (2008). El liderazgo en la gestión de la empresa informativa. Revista Ciencias Estratégicas, 16(19),79-96. [fecha de Consulta 22 de febrero de 2021]. ISSN: 1794-8347. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1513/151312831006>

Raffino, M. (2020). “cultura oorganizacional” recuperado de: <https://concepto.de/cultura-organizacional/#ixzz6lC2Bms6R>

Sainz, J. (2017). Plan estratégico en la práctica recuperado de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=69YzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=que+es+un+plan+estrategico+en+ventas&ots=z2vwjnzsKt&sig=2U\\_RWUlrMo7lyU4wX38LiSecY#v=onepage&q=](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=69YzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=que+es+un+plan+estrategico+en+ventas&ots=z2vwjnzsKt&sig=2U_RWUlrMo7lyU4wX38LiSecY#v=onepage&q=)



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ruiz Sánchez Janella Josenka**, con C.C: #0924549819 autora del **componente práctico del examen complejo: Importancia del clima laboral y el rediseño del plan estratégico dentro de Rapientrega S.A.**, previo a la obtención del título de **Licenciada 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, 24 de febrero del 2021

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Ruiz Sánchez Janella Josenka

C.C: 0924549819



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Importancia del clima laboral y el rediseño del plan estratégico dentro de Rapientrega S.A.		
<b>AUTORA</b>	Janella Josenka Ruiz Sánchez		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcdo. Luis Antonio, Bonilla Morán, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Psicología Organizacional		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Psicología Organizacional		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	24 de febrero del 2021	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	25
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Cultura organizacional, Clima organizacional, Comunicación organizacional, Tipo de liderazgo, Plan estratégico		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Clima laboral, plan estratégico, comunicación, motivación, productividad organizacional, liderazgo.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>La Empresa Rapientrega S.A. inició en el mercado hace 5 años y cuenta con 5 diferentes departamentos, los cuales se encuentran distribuidos tanto en la oficina de Quito como en la de Guayaquil. Desde sus inicios fue una de las empresas más importantes del mercado estando posicionada como la octava empresa de courier con mayor nivel de facturación siendo una empresa joven. En el último año la empresa no ha podido lograr sus objetivos financieros como lo esperaba; en el tercer año sobrepasaron los objetivos comerciales aumentando con un 50% el número de clientes a comparación de los 2 primeros años de la empresa dentro del mercado, debido a esto y para poder cubrir con la demanda de clientes la empresa dobló los turnos de los trabajadores, afectando así el desempeño de los mismos, por la sobrecarga de trabajo; de esta manera se recomendó rediseñar el plan estratégico, para que se pueda tener una visión y misión clara y un plan de acción correcto el cual permitirá lograr los objetivos planteados.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b>	<b>Teléfono:</b> +593980523635	E-mail: janella.ruiz@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Carrillo Saldarreaga Sofía Viviana, Mgs.		
	<b>Teléfono:</b> +593-4- 2209210 ext. 1413 - 1419		
	<b>E-mail:</b> sofia.carrillo@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO:</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL:</b>			