



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

TEMA:

**Importancia de la comunicación y cultura organizacional para
mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la
empresa Human Wellness.**

AUTOR:

Arcos Carrasco, Daleska Chelsea

**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
07 de septiembre del 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 **Arcos Carrasco Daleska Chelsea**, 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. Estacio Campoverde, Mariana, Mgs.

Guayaquil, a los 07 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, **Arcos Carrasco, Daleska Chelsea**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, **Importancia de la comunicación y cultura organizacional para mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la empresa Human Wellness** 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, a los 07 del mes de septiembre del año 2022

EL AUTORA

f.

Arcos Carrasco, Daleska Chelsea



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Arcos Carrasco, Daleska Chelsea**

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 de la comunicación y cultura organizacional para mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la empresa Human Wellness** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 07 del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA:

f.

Arcos Carrasco, Daleska Chelsea



Guayaquil, 07 de septiembre del 2022

Carrera de Psicología Organizacional Informe de plagio

URKUND	
Documento	Importancia de la comunicación y cultura organizacional para mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la empresa Human Wellness.docx (D143597101)
Presentado	2022-09-04 23:07 (-05:00)
Presentado por	daleska.arcos@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: Importancia de la comunicación y cultura organizacional para mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la empresa Human Wellness

Estudiante:

Daleska Chelsea Arcos Carrasco

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. Estacio Campoverde, Mariana, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Psic. Carrillo Saldarreaga, Sofía, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Psic. Chiquito Lazo, Efrén, Mgs.

DOCENTE REVISOR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
DESARROLLO	3
DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	3
1. Comunicación organizacional	3
2. Cultura organizacional.....	6
3. Comportamiento organizacional	9
DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	11
1. Proceso – Personal	11
2. Proceso – Estructura	12
IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	13
METODOLOGÍA	15
CONCLUSIONES	16
BIBLIOGRAFÍA	17

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tipos de cultura organizacional.....	8
Gráfico 2: Niveles de comportamiento organizacional.....	10

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estrategias de plan de comunicación externa- interna en la empresa HUMAN WELLNESS.....	.13
Tabla 2: Estrategias de plan de cambio de cultura Clan en la empresa HUMAN WELLNESS	14

RESUMEN

HUMAN WELLNESS fue fundada con el propósito de ayudar, facilitar y mejorar el mercado, en sus inicios la empresa tuvo un gran crecimiento y siempre quisieron mantener el liderazgo, pero tuvo un problema que los llevo a contratar los servicios de una consultora externa, todo esto debido para no proporcionar el decaimiento de la organización y poder mejorar la mala temporada que estaban teniendo, ya que había mucha ambición de ser los mejores en el mercado. Esta misma situación de obsesión por ser los mejores en el mercado y líderes generalizando el área, causan mucha presión en las personas que estaban envueltas en el mejoramiento de la organización que no permitían un adecuado desempeño laboral, de esta manera hubo personal desmotivado, presionado, hubieron problemas y no había solución, habían perdido todo el enfoque de todo lo que se había planeado, todos esto problemas causaron todo lo contrario a lo que se quería concebir en la organización, teniendo un bajo rendimiento, bajos valores y estadísticas de la organización, de esta manera disminuyeron de manera drástica todo lo que ofrecían como servicios por eso se ha diseñado un plan de comunicación tanto interna como externa en la organización y cuál es el tipo de cultura ideal para el bienestar de los colaboradores.

Palabras claves: Decaimiento, plan de comunicación, desempeño laboral, cultura y valores.

ABSTRACT

HUMAN WELLNESS was founded with the purpose of helping, facilitating and improving the market. In the beginning, the company had great growth and they always wanted to maintain leadership, but they had a problem that led them to hire the services of an external consultant. All of this was necessary due to avoid the decline of the organization and to be able to improve the bad season they were having, since there was a lot of ambition to be the best in the market. This same situation of obsession with being the best in the market and leaders generalizing the area, cause a lot of pressure on the people who were involved in the improvement of the organization that did not allow an adequate work performance, in this way there were unmotivated personnel, pressured, there were problems without solutions , they had lost all the blur of everything that had been planned, all these problems caused the opposite of what they wanted to conceive in the organization, having low performance, low values and statistics of the organization, In this way, they drastically reduced everything they offered as services, that is why a communication plan has been designed both internally and externally in the organization and what is the ideal type of culture for the well-being of collaborators.

Keywords: Decline, communication plan, labour performance, culture and value

INTRODUCCIÓN

La organización HUMAN WELLNESS fue fundada en 1978, son destinados a atender los inconvenientes de cobertura que había en el mercado de Seguros de vida de la nación. Don Jorge y sus hijos Romina, Carlos y Daniel invirtieron todo su patrimonio en la construcción de la compañía que en el primer año contaba con un contador, un jurista, 2 asesores comerciales. Con el tiempo, la organización creció en un 500%, el número de consumidores superado las expectativas, pero hubo muchas demandas de seguros que la carga laboral que tenían todos puso el ambiente en tensión.

Contrató a una organización consultora para agregar a 2 personas que ocuparan el puesto de asesores comerciales y la otra para atender los casos de reclamos de cobertura de seguros. En el transcurso del año la compañía LIFE & SECURITY tenía una profunda táctica publicitaria, habían pautado en todos los medios de comunicación y empezaron atraer consumidores bastante rápido, inclusive consumidores que por más de 5 años fueron fieles a HUMAN WELLNESS. Don Jorge realizó un análisis de mercado que indica que la competencia usaba tácticas de comunicación, además ofrecían seguros de vehículos y seguros de salud que él no podría ofrecer. Debido a la situación pasó 15 personas creando cargos de jefaturas, contrató a Alberto que era colaborador de la consultora como líder de mercadeo.

Don Jorge comenzó a estar malhumorado por no poder alcanzar a la competencia que eso comenzó a afectar a los colaboradores Alberto, se posicionó de la empresa y realizando algunos cambios como una profunda inversión que iba a influir el sistema de bonos, incentivos y comisiones que venían usando para indemnizar a su personal. Aparentemente existían 2 inconvenientes, que había varios desacuerdos que generaban un cuello de botella para el progreso de las ocupaciones de la compañía. En el transcurso de los años la empresa la manejaba Carlos que decide contratar a una consultora de recursos humanos, pero sin el presupuesto para poder invertir cualquier cambio de la empresa ya que no se encontraba bien de salud y no le iba tan bien, queriendo dejar a cargo a Alberto por antigüedad.

DESARROLLO

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

1. Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad, nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo. El estudio de la comunicación organizacional está cada vez más en auge y la experiencia afirman que las organizaciones que la llevan a cabo presentan un mayor crecimiento pues se tiene en cuenta complejos factores especialmente humanos que se miden entre los comportamientos y objetivos, políticas y metas de la organización para que de esta manera existan lineamientos que permitan el correspondiente crecimiento de la organización. (RAMOS, 2017)

En el caso de la empresa HUMAN WELLNESS con una estrategia de comunicación puede hacer que la empresa gane eficiencia y se mejore la calidad en los resultados, aparte se involucra el entorno de trabajo, que debe facilitar los procesos de flujo de información entre equipos y se sientan felices con sus funciones aumentando la satisfacción del cliente como el del trabajador.

La implicación del personal significa mantener una relación entre el individuo y la empresa para conseguir que cumpla sus expectativas en el seno de la empresa o institución, de manera que asocie la mejora de la empresa a su propia mejora. Esto se consigue gracias a la motivación, poniendo en práctica un plan de comunicación con los trabajadores de la empresa, con lo cual se conseguirá que el trabajador se sienta motivado, y que se le reconozca un lugar dentro de la empresa. (Guzman, 2012)

1.1. El flujo de la comunicación en las organizaciones

El flujo de mensajes entre estas personas sigue caminos específicos llamados redes de comunicación. Este camino existe ya sea que involucre a dos personas

o toda una organización. Muchos factores afectan la naturaleza y el alcance de las redes de comunicación.

- **La comunicación descendente**

Nos referimos a todos los mensajes que fluyen de la gerencia a los empleados. *Smith "Considera la comunicación descendente como el aspecto más estudiado de los canales formales."* La fama, la autoridad y la tradición se manifiestan en la comunicación descendente. Los que están en la cima de la organización están naturalmente preocupados por la eficacia de sus comunicaciones con sus empleados.

- **La comunicación ascendente**

Generalmente se define como un mensaje que un empleado transmite a un gerente con la intención de hacer una pregunta, brindar comentarios o hacer una sugerencia. La comunicación ascendente mejora la moral y la actitud de los empleados. Esta es la razón por la que los mensajes que siguen las redes ascendentes se clasifican como inclusivos o humanos.

- **La comunicación diagonal**

Esta se lleva a cabo entre personas y departamentos que no están en el mismo nivel jerárquico. De naturaleza informal, a menudo se usa entre grupos de colaboradores, funciones de pares y en organizaciones de proyectos. Este es otro aspecto de la comunicación multidireccional que a menudo ocurre cuando la comunicación fluye en todas las direcciones a la vez. La comunicación diagonal permite que personas con diferente información trabajen en la resolución de problemas con personas en otros niveles de la organización.

Comunicación interna

Es aquella que busca el logro de los objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior, de relaciones

satisfactorias entre sus miembros, un ambiente de trabajo agradable, entre otras cosas. (RAMOS, 2017)

- **Comunicación formal**

Incluye los protocolos, manuales y reglamentos que definen como deben actuar las persona dentro de la organización, los flujos de comunicación y el flujo de información en la empresa.

- **Comunicación informal**

Surge espontáneamente durante la convivencia de los empleados. Una de sus funciones es permitir a la directiva conocer mejor las circunstancias del ambiente de trabajo dentro de la empresa.

Comunicación externa

La comunicación externa de una organización se refiere a la información que se intercambia con el público en general, clientes y otras corporaciones; principalmente para fortalecer la estructura interna y consolidar la imagen. (Silva, 2022)

- **Comunicación comercial**

Se establece a través de interacciones con empresas que actúan en el mismo sector, proveedores de insumos, clientes potenciales y medios de comunicación.

- **Comunicación publica**

Se establece a través de interacciones con las instituciones públicas responsables de los tributos fiscales, el control y reglamentar actividades financieras, el seguimiento de las transacciones comerciales, la evaluación del medio ambiente, la protección de los derechos de los trabajadores y la garantía de la calidad del servicio.

En el caso HUMAN WELLNESS podemos diagnosticar la problemática existente en la comunicación, factor de gran relevancia en las organizaciones, en la empresa de seguros médicos no existe una comunicación formal, periódica ni ascendente, lo que imposibilita a los colaboradores a ser escuchados, a fomentar la retroalimentación que motiva y forma a todo el personal, en base a la productiva en sus funciones y a las oportunidades de mejora de las mismas.

Las reuniones entre directivos y colaboradores tienen una carencia de seguimiento y monitoreo, no son continuas, esto hace que el personal no se encuentre orientado a la información y acontecimientos que suceden dentro de HUMAN WELLNESS, generando ruidos de pasillo que no son positivos a la interna de la organización sino más bien de sentimientos de angustia e incertidumbre.

La ineficiente comunicación entre las cabezas de la empresa es evidente, no existe una delegación de responsabilidad bajo un mando eficaz, se centra en la continua actividad del negocio, pero no en el crecimiento y desarrollo de su personal, ni en una enfocada visión en HUMAN WELLNESS ni de una subsistencia adecuada de la empresa, lo que está llevando a que decaiga todo lo que con esfuerzo han conseguido: fidelización de clientes, colaboradores eficientes y posicionamiento en el mercado, por las inadecuadas estrategias de intervención.

2. Cultura organizacional

La cultura organizacional es dinámica, cambia a largo plazo, se ajusta a las necesidades del contexto en el que se encuentra inmersa la organización. Si la empresa no cambia y se ajusta a las demandas del mercado perecerá. Si la empresa cambia y genera ventajas competitivas, permanecerá en el mercado. El cambio es inherente a la cultura organizacional, por lo que es importante que las organizaciones identifiquen sus características culturales y corroboren, previo análisis del entorno, si son las necesarias para su supervivencia. (Cruz, 2014)

Se identifica tres elementos claves para explicar la cultura organizacional:

- Creencias

- Valores
- Costumbres y rituales

Los autores Cameron y Quinn utilizaron una metodología que mide la situación cultural de la empresa sobre cuatro dimensiones de cultura que tienen ventajas y desventajas y que beneficios les represente depende de los objetivos de la organización.

“Cada cuadrante representa los supuestos básicos, las orientaciones y los valores, los mismos elementos que comprenden la cultura organizacional” (Cameron & Quinn, 1999)

2.1. Cultura de clan

Se llama clan por el tipo de organización familiar que caracteriza a esta cultura. La organización es un lugar muy amigable para trabajar y donde las personas comparten muchas cosas entre sí. En general, es como una familia. Los líderes o líderes de la organización son vistos como mentores y quizás padres influyentes dentro de la organización. La organización se mantiene unida por lealtad o tradición. En general, el nivel de compromiso de los miembros es alto. La organización enfatiza el interés a largo plazo en el desarrollo de los recursos humanos y la cohesión de valores y la moral. El éxito de la organización se define en base a la satisfacción del cliente y la consideración de todos. La organización premia el trabajo en equipo, la participación y el consenso.

2.2. Cultura Adhocrática

Las personas ven a la organización como un lugar dinámico para trabajar, con un espíritu emprendedor y un ambiente innovador. Así que la gente tiende a ser creativa y a correr riesgos. Los líderes también son vistos como innovadores y tomadores de riesgos. Lo que sostiene a la organización en el tiempo es experimentar con nuevos productos o servicios, innovar, crecer continuamente y adquirir nuevos recursos. El éxito de la organización significa obtener beneficios sustanciales de la venta de nuevos productos o servicios, convirtiéndose en líder del mercado en su campo. La organización alienta a personas a ser proactivas y de espíritu libre.

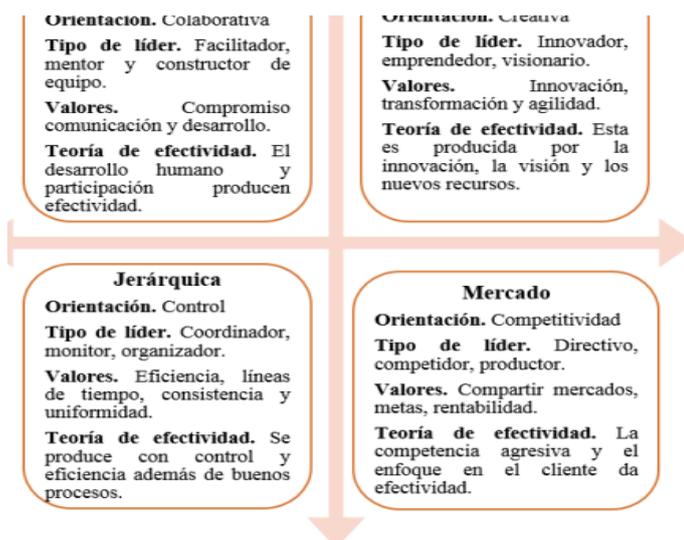
2.3. Cultura jerárquica

Una organización es un lugar de trabajo estructurado y formal. Los procedimientos rigen e instruyen a las personas sobre qué hacer en la vida cotidiana. A los líderes organizacionales les interesa ser buenos operadores y organizadores, manteniendo una cohesiva en que las reglas y políticas juegan un papel dominante. La principal preocupación de la Junta Directiva de es la estabilidad y el funcionamiento eficiente de la organización con un alto grado de control. El éxito se define en la entrega confiable de, la planificación adecuada y el bajo costo. La gestión de recursos humanos basada en proporciona un trabajo seguro y predecible, donde las recompensas para los empleados de se otorgan principalmente a través de promociones y aumentos salariales.

2.4. Cultura de mercado

El término se aplica a una organización que opera como un mercado. Concéntrese en el entorno en lugar de sus problemas internos, funciona principalmente a través de la gestión de transacciones con otros mercados para crear una ventaja competitiva. La única preocupación de la organización es hacer bien su trabajo. Los trabajadores son competitivas y orientadas a resultados o metas.

Gráfico 1: Tipos de cultura organizacional



Fuente: Diagnosing and Changing.(Cameron, 2006)

HUMAN WELLNESS tiene una cultura orientada al mercado ya que se enfocó solo en el ambiente externo como los clientes y los competidores por eso la empresa tiene una imagen competitiva y de productividad.

El no querer dejarse vencer por la competencia los llevo a buscar soluciones aceleradas y desenfocadas a lo que son y buscan como empresa, se centraron en respuestas dispersas, pero más no a eliminar las causas, que seguían afectando a HUMAN WELLNESS. Esto se debe a que la organización no mantenía una cultura definida, es cierto que era orientada al mercado, pero bajo las mismas acciones inadecuadas que realizaban, debido a que, si hubiera sido una cultura establecida, aquella genera conductas que posibiliten el alcance de metas y sostenible en el giro del negocio, lo que HUMAN WELLNESS estaba perdiendo.

3. Comportamiento organizacional

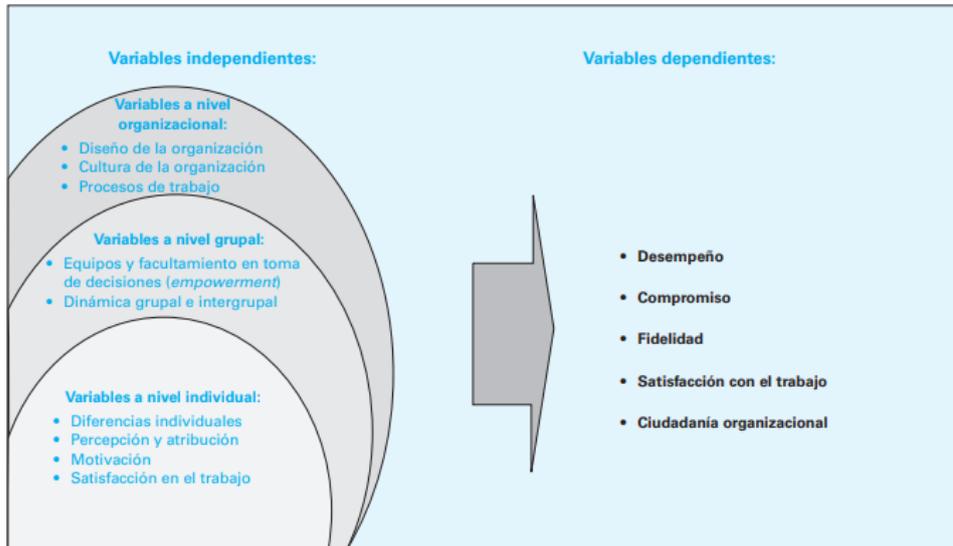
Es una disciplina que depende de las contingencias y las situaciones, así como de la mentalidad que existe en cada organización y de la estructura organizacional que se adopte como plataforma para las decisiones y las operaciones. Además, también está influida por el contexto ambiental, el negocio de la organización, sus procesos internos, el capital intelectual involucrado e innumerables variables importantes más. Y depende en gran medida de las personas que participan en cada organización. El comportamiento organizacional también se relaciona con el comportamiento de los grupos, es decir, incluye temas como normas, funciones, formación de equipos y manejo de conflictos (Chiavenato, 2017)

El CO tiene algunas características como:

- Es una disciplina científica aplicada
- Se enfoca en las contingencias
- Utiliza métodos científicos
- Sirve para administrar a las personas en las organizaciones
- Se enriquece con aportaciones de varias ciencias del comportamiento
- Está íntimamente relacionado con diversas áreas de estudio

3.1. Niveles de comportamiento organizacional

Gráfico 2: Niveles de comportamiento organizacional



Fuente: Comportamiento Organizacional. 2a. Edición. McGraw Hill. México, D.F. (Chiavenato, 2017)

- **Variables a nivel organizacional:** Involucra a todo el sistema entero, como el diseño, la cultura organizacional y los procesos de trabajo
- **Variables a nivel de grupo:** Las personas trabajan den equipo y se el comportamiento grupa.
- **Variables a nivel individual:** Se ve las características de las personas que laboran en la organización, tales como personalidad, antecedentes personales, educación, habilidades, valores, actitud, y la motivación

El modelo convencional del CO utilizado por la mayoría de los autores incluye tres niveles de análisis: el individual, el grupal y el organizacional, los cuales tienen grados crecientes de complejidad y cada uno se elabora a partir del nivel anterior, es decir, se superponen como si fueran bloques de construcción dinámicos e interactivos. Los tres niveles funcionan como variables

independientes que determina la forma de las variables dependientes que son los principales indicadores que se pretende evaluar o medir.

En relación al nivel individual cada colaborador sentía desmotivación e insatisfacción en su puesto de trabajo, las funciones se volvían monótonas y su amor por la empresa cada más se iba disminuyendo, debido a que a nivel grupal se dieron cuenta que no existe ninguna relevancia al desarrollo de su personal, no existían ya capacitaciones y los intereses ya no eran llamativos ni favorables a nivel ni individual ni grupal. Aquello trajo consigo a nivel organizacional que los procesos internos en HUMAN WELLNESS sean ineficientes e ineficaces por prevalecer la fidelización de sus clientes, pero sin lograr un equilibrio con la retención de su talento.

DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Dicho lo acontecido en el presente caso de estudio, se determinan las siguientes estrategias desde la visión de Talento Humano alineadas a la cultura y comunicación organizacional para discernir el riesgo de que HUMAN WELLNESS decaiga como empresa y poder crecer y seguir siendo líder en el mercado.

1. Proceso – Personal

Plan de comunicación externa- interna en la empresa HUMAN WELLNESS

Dentro de la organización HUMAN WELLNESS, debe centrarse en un manejo de comunicación asertiva y efectiva con el personal de ambas vías interna y externa trazado y establecido bajo los siguientes parámetros:

Comunicación Interna

Retroalimentación bajo modalidad formal a través de resultados de evaluaciones desempeño, programas de desarrollo, de grupos focales bajo intervenciones de mejora en clima, motivación, crecimiento del personal para una adecuada comunicación y estrategia en pro a HUMAN WELLNESS.

Sesiones de comunicación entre pares, subordinados, jefes cada mes, como foco de ideas innovadores y planes de innovación y potencialización de la marca con el cliente.

Uso efectivo y monitoreo de los canales internos de la empresa (correo electrónico, páginas web, plataforma de la empresa, intranet)

Capacitaciones internas hacia los líderes de la empresa, para saber comunicarse y obtener esa llegada hacia el personal, para la adaptación de nuevas soluciones adecuadas y contribuir a la subsistencia de la empresa.

Talleres de comunicación enfocada a los colaboradores de la empresa para reconocer como intercambiar información entre los diferentes subsistemas de la empresa, equipos de trabajo y efectivas relaciones interpersonales, propiciando un saludable clima de trabajo y satisfacción laboral.

Comunicación Externa

Potencializar el manejo de redes sociales para obtener una llegada ágil hacia los clientes y se mantengan conectados con HUMAN WELLNESS.

Reinventarse como marca para generar un match nuevo de ideas innovadoras y atractivas para la fidelización e incrementación de los clientes, queriendo elegir a HUMAN WELLNESS como opción #1.

Promociones, nuevos productos, beneficios que solo la empresa pueda brindar para generar una llegada masiva de clientes.

Monitoreo y seguimiento de los canales externos de HUMAN WELLNESS para que los clientes se mantengan informados y generen esa comunicación directa, una experiencia única enfocado a un buen servicio para el agrado y satisfacción del cliente.

2. Proceso – Estructura

Cambio de cultura Organizacional - Clan

El tipo de cultura Clan va alineada a la colaboración y fortalecimiento de equipos de trabajo, uno de los mayores problemas que suscita en HUMAN WELLNESS es que su personal con gran expertos, fiel a la empresa y que han hecho del giro del negocio uno de los mejores del mercado, se encuentre desmotivado y ya no quiere ser parte de la empresa.

Cada colaborador ha sido un fuerte recurso para aquella meta, el descuido de su personal ha sido un gran error que la organización se encuentra

evidenciando actualmente, es cierto que el querer no perder a sus clientes y desear esa fidelización permanente hacia ellos es vital, pero no dejando de lado a su personal debido a que, su gente es quien trabaja para la dinámica del negocio y al alcance de su resultado y sin ellos la rentabilidad organizacional no existirá.

El líder en esta cultura tiene un rol de mentor, lo que hace que exista una definición de legitimidad y de toma de decisiones precautelando el bienestar, el desarrollo y satisfacción d su personal, dándose un giro total de solución a uno de los factores que está perjudicando a HUMAN WELLNESS. Este tipo de cambio de cultura a Clan es ideal para direccionar un comportamiento marcado bajo la innovación, la socialización, el manejo de grupos y sobre todo el equilibrio de lo interno y externo para la rentabilidad y permanencia de la empresa.

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS

1. Plan de comunicación externa- interna en la empresa HUMAN WELLNESS

ACTIVIDAD	INVOLUCRADOS	PRESUPUESTO
Sesiones de retroalimentación y grupo focales	Talento Humano, colaboradores, director general.	\$600
Capacitaciones de lideres y colaboradores	Talento Humano, colaboradores, director general.	\$750
Manejo y seguimiento de canales internos y externos	Talento Humano	\$600
Potencialización de las redes sociales	Marketing, relaciones públicas	\$1200

Comunicación efectiva a través de los recursos internos y externos.	Marketing, relaciones públicas, Talento Humano, colaboradores, director general.	\$900 Total: \$4.050
---	--	------------------------------------

Tabla 1. Estrategias de plan de comunicación externa- interna en la empresa HUMAN WELLNESS

2. Plan de cambio de cultura Organizacional - Clan

ACTIVIDAD	INVOLUCRADOS	PRESUPUESTO
Definición de cultura Clan	Talento Humano, director general.	\$500
Rediseño de políticas, lineamiento y objetivos alineados a la nueva cultura	Talento Humano, director general.	\$700
Socialización de la cultura Clan	Talento Humano, director general.	\$600
Determinación de elementos de adaptación de cultura Clan a HUMAN WELLNESS	Talento Humano, director general.	\$1000 Total: \$2800 Presupuesto general de estrategias: \$6850

Tabla 2. Estrategias de plan de cambio de cultura Clan en la empresa HUMAN WELLNESS

METODOLOGÍA

EL proyecto en mención debido al giro en su problemática debe de mantener una investigación de tipo mixta, ya que así podemos medir resultados de una forma más precisa, a través de la recolección de datos, aquello sirve fundamentalmente para la recolección de la información a su totalidad. Una de las herramientas a emplear es el diseño y a aplicación de encuesta, para identificar con el personal de las diferentes áreas y con el otro grupo de interés que son los clientes externos que sucede dentro y fuera de HUMAN WELLNESS.

A través de entrevistas de enfoque cualitativo pudimos identificar las grande problemáticas que desde los directivos de la empresa han surgido, conductas inadecuadas y desequilibrio en la toma de decisiones, esto debido a no delimitar una cultura organizacional acorde a las contingencias y visión de la empresa.

Mediante un enfoque cuantitativo, se diseñó y aplicó encuestas, para obtener resultados cuantificables de lo que sucede en la comunicación interna y externa de ambos grupos de interés, trayendo como reflexión el inadecuado uso de canales, redes sociales, intranet y demás que deberían ser una potente arma para comunicarse, socializar, fortalecer el clima junto a los grupos de trabajo, así como la fidelización de clientes, además de atraer nuevos grupos de interés que influyen positivamente en la empresa.

Realizar evaluaciones luego de los 3 a 6 meses al personal y hacer un acercamiento con los colaboradores y los clientes, identificara al impacto que ha surgido a través de las estrategias en mención, para el bienestar de cada persona que aporta hacia el fin organizacional que tiene HUMAN WELLNESS, para su subsistencia, posicionamiento en el mercado y rentabilidad organizacional.

CONCLUSIONES

La empresa se caracteriza por ser líder en el mercado y generar esa fidelización del cliente permanente, pero al pasar de los años no todo continúa igual, los nuevos negocios, el posicionamiento de las redes, el apogeo y crecimiento en las eras tecnológicas hace que las empresas se mantengan activas a estos cambios, que manejen planes de contingencia y se encuentren preparados para que su negocio jamás se vea afectado.

Es cierto que a veces existen situaciones adversas que no pueden ser medidas en tiempo y espacio, pero es responsabilidad y misión de los directivos generar estrategias que velean por el bienestar de su personal y rentabilidad de la organización.

Dentro de los cambios a las problemáticas que se han venido mencionando es necesario mencionar que la comunicación y cultura organizacional son la clave para levantar a la organización a través de las actividades necesarias de los gráficos 3 y 4 del presente caso, generando esa retención del talento al ser valorados en cuanto al largo tiempo como parte de HUMAN WELLNESS y, de ser un personal apto, competente y que se pone la camiseta.

Crear escenarios de buena comunicación trae consigo el direccionamiento de buenas relaciones interpersonales, grupo consolidados, cohesión y sinergia grupal para diálogos efectivos y acercamiento directo con y para los clientes, estableciéndose ese lazo de fidelización por la marca de sus clientes.

Estas estrategias serán la respuesta que la organización necesita bajo una visión hacia Talento Humano, responsable de mantenerse como un departamento que tiene como objetivo la planificación estratégica para la productividad en la gestión organizacional a través de la eficiencia y eficacia de los colaboradores y los resultados enfocados hacia el cliente para ser la HUMAN WELLNESS la mejor organización de seguros médicos, reactivándola y que cada vez más se mantenga en la cúspide de la empresa y de ser el mejor lugar para trabajar.

BIBLIOGRAFÍA

- Arevalo, Navarro, & Bayona (2016). La necesidad de medir la cultura organizacional. una revisión del tema. en *la necesidad de medir la cultura organizacional. una revisión del tema* (Vol. 12, pág. 13). Revista Ingenio UFPSO.
- Cameron, K. &. (2006). *Diagnosing and Changing*. Obtenido de [file:///C:/Users/Asus/Downloads/DiagnosingandchangingorganizationalcultureBasedontheCompetingValuesFramework%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/DiagnosingandchangingorganizationalcultureBasedontheCompetingValuesFramework%20(1).pdf)
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento organizacional* . Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizational._La_dinamica_en_las_organizaciones..pdf
- Cruz, D. (2014). *Caracterización de la Cultura Organizacional en las empresas familiares*. Obtenido de <file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-CharacterizacionDeLaCulturaOrganizacionalDominanteE-5822188.pdf>
- Guzman, V. (2012). *Comunicación organizacional*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49550498/Guzman_2012._Comunicacion_organizational-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1660623072&Signature=BJvmDFWLwPF83s76o~Dwj2BjGQ0wXd6l~wHc-Mq4IbJ0Ers1kEZkrOxZENrJGqngjx-PCztUSQ-fKXhTBP~w6K-Ktq3VLnTZOVQBHe7dQf3RdXPHmWN
- RAMOS, W. (2017). *Comunicación organizacional*. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf>

Silva, D. d. (2022). *Comunicación organizacional: tipos y 7 barreras para superar*.

Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-organizacional/>



**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, **Arcos Carrasco Daleska Chelsea**, con C.C: # 0929550887 autor/a del **componente práctico del examen complejo: Importancia de la comunicación y cultura organizacional para mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la empresa Human Wellness** 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, 07 de septiembre de 2022

f. _____

Arcos Carrasco, Daleska Chelsea

C.C: 0929550887



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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:	Importancia de la comunicación y cultura organizacional para mejorar el crecimiento y satisfacción laboral en la empresa Human Wellness		
AUTOR(ES)	Arcos Carrasco, Daleska Chelsea		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lic. Bonilla Morán, Luis Antonio, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Psicología Organizacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Psicología Organizacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	07 de septiembre de 2022	No. DE PÁGINAS:	17
ÁREAS TEMÁTICAS:	Plan de comunicación, desempeño laboral, Cambio de cultura organizacional		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Decaimiento, plan de comunicación, desempeño laboral, cultura, valores.		

Resumen: Human Wellness fue fundada con el propósito de ayudar, facilitar y mejorar el mercado, en sus inicios la empresa tuvo un gran crecimiento y siempre quisieron mantener el liderazgo, pero tuvo un problema que los llevo a contratar los servicios de una consultora externa, todo esto debido para no proporcionar el decaimiento de la organización y poder mejorar la mala temporada que estaban teniendo, ya que había mucha ambición de ser los mejores en el mercado. Esta misma situación de obsesión por ser los mejores en el mercado y líderes generalizando el área, causan mucha presión en las personas que estaban envueltas en el mejoramiento de la organización que no permitían un adecuado desempeño laboral, de esta manera hubo personal desmotivado, presionado, hubieron problemas y no había solución, habían perdido todo el enfoque de todo lo que se había planeado, todos esto problemas causaron todo lo contrario a lo que se quería concebir en la organización, teniendo un bajo rendimiento, bajos valores y estadísticas de la organización, de esta manera disminuyeron de manera drástica todo lo que ofrecían como servicios por eso se ha diseñado un plan de comunicación tanto interna como externa en la organización y cuál es el tipo de cultura ideal para el bienestar de los colaboradores.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-991547369	E-mail: daleska.arcos@cu.ucsg.edu.ec
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):		