



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

TEMA

**La comunicación como fuente de energía vital dentro de una
organización**

AUTOR

Guerra Guerrero, Luis Enrique

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del título de
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

TUTOR

Mgs. Chiquito Lazo, Efrén Eduardo

**Guayaquil, Ecuador
15 de septiembre del 2017**



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 **Guerra Guerrero, Luis Enrique**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Psicología Organizacional**.

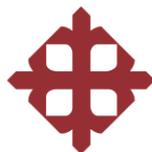
TUTOR (A)

f. _____
Mgs. Chiquito Lazo, Efrén Eduardo

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Mgs. Galarza Colamarco Alexandra Patricia

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Guerra Guerrero, Luis Enrique**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, La comunicación como fuente de energía vital dentro de una organización, previo a la obtención del título de **Licenciado en Psicología Organizacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR

f. _____
Guerra Guerrero, Luis Enrique



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Guerra Guerrero, Luis Enrique**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo, La comunicación como fuente de energía vital dentro de una organización**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR

f. _____
Guerra Guerrero, Luis Enrique



Guayaquil 15 de septiembre del 2017

INFORME DE PLAGIO

URKUND	
Documento	La comunicación como fuente de energía vital dentro de una organización.doc (D60635149)
Presentado	2017-09-13 23:06 (-05:00)
Presentado por	alonesamnh@gmail.com
Recibido	efren.chiquito.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	Luis Enrique Guerra Guerrero: Mostrar el mensaje completo
	13% de estas 9 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

TEMA: La comunicación como fuente de energía vital dentro de una organización.

ESTUDIANTE: Luis Guerra Guerrero.

DOCENTE TUTOR: Efrén Chiquito.

Psic. , Mgs.
FIRMA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

MGS. EFREN EDUARDO CHIQUITO LAZO

TUTOR(A)

f. _____

MGS. ALEXANDRA PATRICIA GALARZA COLAMARCO

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

MGS SOFÍA VIVIANA CARRILLO SALDARREAGA

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

Resumen	VII
Introducción	8
1. Diagnóstico de la situación de la organización	
1.1 Cultura organizacional	9
1.2 Comportamiento organizacional	10
1.3 Comunicación organizacional	11
2. Determinación de las Estrategias	
2.1 Personal	12
2.2 Estructura	13
2.3 Proceso	13
3. Implementación de la Planificación	
3.1 Responsables	13
3.2 Recursos	14
3.3 Metodología	14
4. Conclusiones	14
5. Referencias	15

RESUMEN

La comunicación forma parte de las sociedades humanas desde sus inicios, es el motor donde se desarrollan los seres humanos, sin embargo durante mucho tiempo diferentes disciplinas han ayudado esclarecer la problemática en los Procesos de Comunicación entre las personas y las organizaciones con el objetivo de que la comprensión de los mensajes sea claros y se haya logrado transmitir fielmente lo que los emisores plantean, es una manera básica en describir el proceso de comunicación, que al final esto es lo que más importa ya que el tiempo apremia y no existe espacio de análisis pensará algún directivo. Sin duda, se sabe que la comunicación requiere una comprensión más compleja. El ámbito de estudio de la comunicación interpersonal será el tema de este análisis. Exponer brevemente la comunicación organizacional en diferentes escenarios y dar pautas al directivo y al colaborador que deben hacer el mayor esfuerzo posible en reconocer que la comunicación es lo más vital y poderoso que tienen los seres humanos, desconocer esta ausencia sería una evidencia clara de que la **comunicación** no está cumpliendo su objetivo.

Palabras claves: Proceso de comunicación, personalidad, comportamientos, directivo, liderazgo, equipo de trabajo, compromisos, competencias.

Introducción

Technet es una empresa especializada de servicio en desarrollo tecnológico para la pequeña y mediana empresa. La organización gana un proyecto en una licitación para diseñar e implementar un Sistema de Comercio Electrónico a una gran empresa del mercado de distribución con un plazo de tiempo de 6 meses. La organización se encuentra dirigida por la Propietaria y que a su vez está encargada de la Mercadotecnia. Esencialmente los procesos de comunicación con su equipo de trabajo no son asertivos, más bien influía negativamente en los comportamientos del equipo de trabajo, también fomentaba un ambiente de trabajo desfavorable, los deseos personales no eran atendidos a tiempo y como era de esperar el cliente decidió cancelar el proyecto.

Vivimos inmersos en la comunicación, cada organización gestiona procesos de comunicación que estos a su vez se transforman en patrones en la cultura organizacional. Cada empresa evoluciona de acuerdo al ambiente externo e interno y como resultado de esta interacción influyen directamente en el comportamiento de las personas de cómo hacer las cosas. Por decir, van adquiriendo formas de trabajo, elaboración de políticas, implementación de procesos, manejos de información, formalidades, lenguaje no verbal, tipos de saludos, creación de canales de comunicación formales o informales, etc. en consecuencia los colaboradores tácitamente asumen las maneras de comunicarse con todos los miembros del sistema.

Este trabajo se divide en diferentes partes, en la primera parte un análisis del diagnóstico de la organización, bajo estos parámetros: *Cultura, comportamiento organizacional y comunicación*, La segunda parte se determina las estrategias a implementar tomando en consideración al personal, proceso y estructura y la tercera y última parte, consiste en la implementación de la estrategia con los recursos y la metodología a utilizar.

1. Diagnóstico de la situación de la organización

1.1. Cultura Organizacional

El término "cultura" debería reservarse para el nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa, las cuales operan inconscientemente y definen en tanto que interpretación básica la visión que la empresa tiene de sí misma y de su entorno. Estas presunciones y creencias son respuestas que han aprendido el grupo ante sus problemas de integración interna. Se dan por supuestas porque repetida y adecuadamente llegan a resolver estos problemas. (Shein, 1988, p 24).

El concepto de la cultura es algo indivisible y que forma parte del ser humano. Los cambios organizacionales deberán estar alineados en una correcta dirección para alcanzar objetivos macros. Son cambios que afectan directamente a la organización y a los individuos que pertenecen a ellas, por consiguiente se deberá resolver conflictos entre las personas y como afirmó Muñoz (2004) " la cultura humana es por definición conflictiva" (p.149).

Prestar servicio en el sector tecnológico y en todos los sectores se requiere poseer constantemente ventajas competitivas. En la empresa Technet el "know how" como afirma Ram Charan (2012) "Conocimiento, pericia o tecnología difícil de imitar y, por lo tanto, única en una persona u organización" (p.12). Es uno de los puntos más favorable que la organización obtiene frente a otros competidores de su mismo sector.

Otra variable importante en la cultura de Technet es la autoridad y en quien representa dicha autoridad, como reconoció Jones (2008) "El poder para hacer a las personas responsables de sus acciones y tomar decisiones con respecto al uso de los recursos de una organización" (p. 35), sin embargo esta autoridad recae en una sola persona en la Propietaria que es Ma. Sol puede representar un factor negativo en la cultura y sí lo es, pero por el contrario en ser una sola persona que tiene dicha autoridad, contribuye que los cambios que se vayan incorporando formen parte de la cultura organizacional.

1.2. Comportamiento organizacional

Los procesos, procedimientos, reglamentos y de otros componentes más, que forma parte de un puesto de trabajo y que con todo esto logran las empresas direccionar el comportamiento humano de cómo deben desempeñarse en su puesto de trabajo de manera eficiente; La función organizacional "Conjunto de comportamientos correspondientes a las tareas que le son requeridas a una persona según su posición en una organización" (Jones, 2008, p. 91). Mas allá de las responsabilidades inherentes a los puestos de trabajos, se encuentra un individuo con su singular característica de personalidad e irremplazablemente son los agentes potenciales de cambios que requieren la Organización.

El equipo conformado para elaborar el proyecto, cada colaborador tiene la especialidad requerida en lo que deben hacer. El problema se manifiesta cuando ellos quieren aclarar algunas dudas sobre el nuevo proyecto y no pueden lograr obtener soluciones claras y además se agudiza la percepción negativa que tienen los colaboradores hacia la Propietaria.

Precisamente cuando una empresa es pequeña en su estructura como es Technet, existe una flexibilidad para ejecutar los trabajos, pero en cambio sí son estrictas a cuanto hacer el trabajo y garantizar su calidad. En otras palabras, cuando se adquiere retos, nuevos proyectos, como ocurre en Technet, es donde se debería poner mayor énfasis en tener procesos de comunicación formales para que el equipo pueda desempeñarse a la nueva exigencia del entorno organizacional.

Otros de los aspectos que hay que recalcar como el autor James Hunter (1996), propone es que "el liderazgo es el arte de influir sobre la gente para que trabaje con entusiasmo en la consecución de objetivos en pro del bien común" (p.38). Generalmente siempre se ha vinculado el modelo de Liderazgo con una personalidad agresiva, por ejemplo; es aquel que tiene la última palabra de como se hacen las cosas, sabe cómo conseguir los objetivos sin importar nada, sin embargo, esta forma de actuar, tiene efectos negativos.

En la empresa Technet el modelo de liderazgo se encuentra en una personalidad agresiva, provoca malestar grupal, el aporte de cada uno va disminuyendo y sin poder ellos expresar sus opiniones van cayendo en una actitud desmotivante, exhibiendo bajos niveles de compromisos y polarizando el ambiente de trabajo, surgiendo resentimientos y finalmente un daño profundo dentro de la organización. Cada directivo de una organización requiere

construir un modelo de liderazgo basado en otros valores para obtener coherencia en sus resultados.

La forma de administración del Recurso Humano en las empresas actuales, la correlación de ésta con los empleados y sus consecuencias directa con el negocio han cambiado enormemente (Fernández, 2005, p. 21). Además una de las inquietudes es el concepto mismo de lo que es una competencia dentro de un marco referente de las empresas. Un concepto básico de Competencias es que las personas perciban la necesidad de cambiar sus "habilidades" y esto es una gran parte de responsabilidad de las empresas que deben comprometerse en dar las condiciones requeridas para un ambiente laboral oportuno y saludable.

1.3. Comunicación Organizacional

"En el campo organizacional, la comunicación es una serie de sistemas ordenados, previamente analizados, cuyos objetivos deberán ser: motivar al personal a ejecutar su trabajo eficazmente; evitar la desintegración o marginación obrera; estimular la cooperación y la satisfacción en el trabajo, y fomentar el pensamiento colectivo. Además debe promover el funcionamiento uniforme del proceso administrativo; ayudar a la planeación de la organización; asegurar la transmisión de conocimientos y experiencias; y permitir el intercambio de opiniones. En ese sentido, deberá generar una información confiable; crear y mantener una imagen de la organización en el exterior; utilizar canales o medios estructurados cuidadosamente, y ayudar al cumplimiento de los objetivos organizacionales."(Gualpa, 2010).

El proceso de la comunicación para que se establezca en una organización de manera eficaz, debe estar considerado como un elemento vivo, que evoluciona y que se adecúa según las particularidades del entorno que lo determina para ayudar a las personas a ser íntegros; ser comprendidos; poder expresarse sin miedo; obtener satisfacciones, pero no cabe la menor duda, que es una dificultad y es una gran tarea de todo líder de las organizaciones, es dedicar el mayor tiempo a la comunicación en los diferentes propósitos para conseguir exitosas relaciones interpersonales y como afirma Dubrin (2008) "Comunicación interpersonal es examinar el modo en que la comunicación constituye un vehículo para la construcción de relaciones" (p.40).

Por último, las organizaciones requieren que existan modelos de comunicación donde puedan responder a las demandas y exigencias del siglo XXI. Un proceso de comunicación de forma descendente ya no es aplicable en el contexto actual como estaba sucediendo en Technet, Miguez (2006) afirma que “La comunicación es un sistema esto implica que el subsistema técnico y humano, es decir, los medios que se utilizan para enviar información y las personas que se comunican entre sí directamente, están interrelacionados y son interdependientes” (p.35).

2. Determinación de las estrategias

2.1. Personal

La Administración de personal se sustenta en varios conceptos tales como, cultura, comportamiento, comunicación, y liderazgo, entre otros, todos estos conceptos en conjunto contribuyen al éxito del buen funcionamiento en las organizaciones. Como parte de la estrategia se deberá implementar un Programa de Autoconocimiento. La autoconciencia como señala Daniel Goleman (2011) "abarca la concepción que tiene la persona de sus valores y sus objetivos" (p.36).

Cambiar sus comportamientos en una perspectiva grupal y no individualista en contraste a su pasado comportamiento y abandonar paulatinamente la inercia consolidada en la organización. Las personas con un alto grado de conocimiento de sí mismas reconocen cómo sus sentimientos les afectan a ellas y a otras personas, y también cómo afectan a su rendimiento en el trabajo. (Goleman,2015,p.15).

Por otro lado se deberá diseñar un Plan de comunicación por competencias: "Hard-Skills (Habilidades técnicas) y Soft-Skills (Habilidades interpersonales)" (Dubrin, 2008,p.2). Desarrollar competencias de sus colaboradores puede tener logros si se direcciona a un modelo por competencias basado en el aprendizaje de adultos con el objetivo de potenciar sus nuevas habilidades y el impacto de ellas en sus funciones. Lo esencial de un modelo por Competencias es crear nuevos hábitos y aplicar las nuevas conductas en el campo laboral.

2.2. Estructura

Cada organización está definida formalmente en una estructura. La empresa Technet deberá rediseñar una estructura dinámica, predispuesta a adaptarse a los cambios y además, será necesario identificar aquellos cargos que aporten valor para la organización. Por último Implementar algún cambio dentro de la organización debe reflejar la realidad que viven los colaboradores, mediante usos de herramientas adecuadas y no que estén de moda.

2.3. Proceso

La empresa Technet necesitará ganar competitividad frente a sus competidores actuales. Se recomienda mejorar los métodos de trabajo por medio de una Calificación en Normas Internacionales ISO referente al sector tecnológico, en la cual cada miembro de la organización tendrá que cumplir los procesos y procedimientos estandarizados y mejoramiento continuo en la calidad de su servicio.

3 Implementación de las Estrategias

3.1. Responsables

Cuando existe un proceso de cambio organizacional y más aún cuando son necesariamente imperioso, se debe contar con la intervención de la propietaria-gerente de la empresa Technet y un punto favorable de esta empresa es que la misma gerente buscará cambiar su estilo de comunicación con el fin de conseguir un mejor desarrollo personal y concomitante en el beneficio común para la empresa.

La directiva será el principal actor de cambio y será la encargada de buscar una empresa consultora especialista de D.O. para el diagnóstico y la ejecución de acciones de mejoras dirigidas a todos los miembros de la organización, cabe señalar que cada colaborador estará interviniendo activamente durante el proceso.

3.2. Recursos

El consultor viene con una visión integral y podrá dar una mejor opinión de los procesos de comunicación que se mantienen e indicar el mejoramiento del mismo. En este proceso de cambio se debe realizar una inversión económica y la utilización permanente de los recursos

propios, serán todos los medios informativo institucionales para difundir las actividades a ejecutar, sala equipada con todas las facilidades que será destinadas a las entrevistas y reuniones de seguimiento. El recurso utilizado será principalmente el humano en la cual se ejecutará dentro de la organización y fuera de ellas en horario consensuado.

3.3. Metodología

La Metodología que se seguirá será de parámetros fiables que demuestren validez de la información con el objetivo de alcanzar resultados deseados. Durante el proceso de obtención de datos que partirá con un diagnóstico que represente la condición actual de los colaboradores para no dar espacios a sesgos y percepciones personales, tomando en consideración ésta variable, se podrá lograr un verdadero diagnóstico organizacional.

4. Conclusiones

En la actualidad la comunicación organizacional alcanza niveles complejos porque se encuentra en un escenario que proporciona herramientas de gestión, enorme cantidad de información, espacios de comunicación y medios de comunicación y adicionalmente será oportuno que la construcción del modelo de comunicación esté enfocado en construir relaciones de confianza con los miembros de equipos para que las personas conozcan lo que la organización requiere de ellos. "Comunicarse implica fundamentalmente saber dialogar y convivir, y permite comprender nuestro lugar en el mundo... comunicarse es tomar partido, fijar posiciones, comprenderse y construir convivencia. Por todo ello es que más que un instrumento para el éxito de una gestión, entiendo a la comunicación como una verdadera razón de ser "(Scheinsohn, 2009, p.15).

La participación activa de la Propietaria es de gran valor para dar coherencia de lo que ella piensa y siente hacia sus colaboradores para comprometiéndolos a la nueva gestión organizacional de ser el líder que la organización requiere.

5. Referencias

- Dubrin, A. J. (2008). Relaciones Humanas. México: Pearson.
- Charan, R.(2012). Know How: Editorial Norma.
- Goleman, D. (2015). Como ser un Líder. Barcelona: B,S.A.
- Goleman, D. (2011). Liderazgo. Barcelona: B, S.A.
- Gualpa, M. (2010). La Comunicación Organizacional, cap. 3. Obtenido desde <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/538/5/Capitulo3.pdf> el 14 de mayo de 2013.
- Hunter, J. (1996). La paradoja: un relato sobre la verdadera esencia del liderazgo. Barcelona: Empresa Activa
- Jones, G. A. (2008). Teoria Organizacional diseño y cambios en las organizaciones . Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Fernandez, L. F. (2006). Gestion por Competencias: Un modelo estrategico para la direccion de Recursos Humanos. Madrid: Prentice Hall.
- Muñoz, F. A. (2004). Manual de paz y conflictos. España: Universidad de Granada.
- Miguéz Pérez Mónica (2006). Comunicación y comportamiento del consumidor, España: Ideas propias.
- Schein, E. (1988). La Cultura empresarial y el liderazgo. Barcelona: Plaza & Janes Editores S.A.
- Scheinsohn, D. (2009). Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional. Buenos Aires: Granica.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Guerra Guerrero, Luis Enrique**, con C.C: # 0915869572 autor del **componente práctico del examen complejo: La comunicación como energía vital dentro de una organización** previo a la obtención del título de **Licenciado en Psicología Organizacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 15 de septiembre del 2017

f. _____

Nombre: **Guerra Guerrero, Luis Enrique**

C.C: 0915869572



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	La comunicación como fuente de energía vital dentro de una organización		
AUTOR(ES)	Luis Enrique, Guerra Guerrero		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Mgs. Efrén Eduardo Chiquito Lazo		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Filosofía, letras y ciencias de la educación		
CARRERA:	Psicología Organizacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Psicología Organizacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de septiembre del 2017	No. DE PÁGINAS:	18 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comportamiento Organizacional, Cultura Organizacional y comunicación Organizacional		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Proceso de comunicación, personalidad, comportamientos, directivo, liderazgo, equipo de trabajo, compromisos, competencias.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>La comunicación forma parte de las sociedades humanas desde sus inicios, es el motor donde se desarrollan los seres humanos, sin embargo durante mucho tiempo diferentes disciplinas han ayudado esclarecer la problemática en los procesos de comunicación entre las personas y las organizaciones, con el objetivo de que la comprensión de los mensajes sea claros y se haya logrado transmitir fielmente lo que los emisores plantean, es una manera básica en describir el proceso de comunicación, que al final esto es lo que más importa ya que el tiempo apremia y no existe espacio de análisis pensará algún directivo. Sin duda, sabemos que la comunicación requiere una comprensión más compleja. El ámbito de estudio de la comunicación interpersonal será el tema de este análisis. Exponer brevemente la comunicación organizacional en diferentes escenarios y dar pautas al directivo y al colaborador que deben hacer el mayor esfuerzo posible en reconocer que la comunicación es los más vital y poderoso que tienen los seres humanos, desconocer esta ausencia sería una evidencia clara de que la comunicación no está cumpliendo su objetivo.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-984845680	E-mail: alonesa.rhh@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Sofia Viviana Carrillo Saldarreaga, Mgs.		
	Teléfono: +593-992056010		
	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):			