



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación
Para la Obtención del Título de:
Licenciado en Psicología Laboral y Empresarial

Tema:
Influencia de la Teoría Z de William Ouchi en el
comportamiento organizacional. Caso peluquería canina
Pongui Pet – Guayaquil periodo 2022-2023.

Autor:
José Alejandro Gómez Tabares

Directora de Trabajo de Titulación:
Psic. Maricela Vega Velásquez. Mgtr.

2024

Guayaquil -Ecuador

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo a Dios por brindarme la sabiduría y temple para cumplir mis objetivos día a día, también quisiera agradecer a mis padres por ser el pilar más importante de mi vida; también quiero agradecer a mi prometida Ashley Paredes que estuvo en todo mi proceso de titulación y fue de gran ayuda en esos momentos de frustración. Por último y no menos importante a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, a sus docentes y en especial a mi tutora Marcela Isabel Vega Velásquez por su paciencia y aportes importantes para mi proyecto de investigación.

DEDICATORIA

Dedico este triunfo personal a mis padres, quienes siempre me apoyaron y estuvieron cada día esforzándose para que yo sea mejor persona. También quisiera dedicar este logro a mi prometida, que siempre estuvo a mi lado cuando más la necesité y siempre intentó aportar nuevas perspectivas para aclarar mis dudas.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de este trabajo de investigación, sus resultados, y conclusiones que en él se emiten son exclusivamente del autor.

José Alejandro Gómez Tabares

INFLUENCIA DE LA TEORÍA Z DE WILLIAM OUCHI EN EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. CASO PELUQUERÍA CANINA PONGUI PET – GUAYAQUIL PERIODO 2022-2023.

José Alejandro Gomez Tabares
alejandro.gomeztabares08@gmail.com

RESUMEN

Pongui Pet es una peluquería canina y felina que inició sus operaciones hace dos años utilizando la Teoría Z de William Ouchi como herramienta para el comportamiento organizacional en su organización, presentando un nuevo panorama en el estilismo canino y felino.

Es por lo que el presente artículo científico tiene como finalidad determinar la influencia que tiene la teoría Z de William Ouchi en el comportamiento organizacional del personal en el emprendimiento Pongui Pet peluquería canina y felina. En el trabajo de investigación mencionado se utilizó un tipo de investigación cualitativa que, mediante una entrevista semiestructurada, se pudiese evidenciar las características de la teoría en los colaboradores de la organización y de cómo tiene grandes aportes benéficos para el rendimiento, motivación y capacidades comunicativas de los mismos. Como resultado final, se pudo evidenciar grandes aportes de la teoría Z para Pongui Pet, permitiéndoles transmitir su idea de negocio. Como conclusión se determinó que esta teoría antes mencionada encaja a la perfección para este negocio y que es importante realizar una gestión más formal de la misma, para mejorar la forma de inducir al nuevo personal que ingresa en la organización.

Palabras Clave: Comportamiento organizacional, Teoría Z

INTRODUCCIÓN

“La motivación emprendedora, en mayor o menor medida, ha estado presente a lo largo de toda la historia de la humanidad y parece intensificarse y florecer principalmente en los períodos de globalización” (Sastre & F., 2013, p.3).

En la actualidad las exigencias del mercado y la búsqueda incesante del cumplimiento de los objetivos administrativos son un factor agobiante para las compañías y trabajadores. En los emprendimientos es aún más influyente, ya que se busca entrar a un mercado nuevo, en el que se debe brindar un servicio de calidad para impactar al consumidor.

En la búsqueda de estos objetivos se encuentran los trabajadores, que cada vez sienten aún más la presión de la responsabilidad para el cumplimiento de los objetivos, situación que se vuelve contraproducente ya que genera incomodidad y bajan los niveles de productividad. Por tanto, las incidencias afectan fuertemente los emprendimientos, ya que no llevar el control de estos factores pueden ocasionar un fuerte decrecimiento económico y posible cierre de operaciones.

Es así que como estudio de caso tomamos a Pongui Pet, un emprendimiento, que inició sus operaciones 2 años atrás, quienes implementaron la teoría Z como parte principal de su comportamiento organizacional, incursionando en el ámbito de la peluquería canina y felina; es así que Pongui Pet basó el sistema de comunicación en su organización, permitiendo involucrar a sus colaboradores como agentes importantes del cambio, escuchando las posibles oportunidades de mejora que se podían presentar en la organización, esto les ayudó no solo a tener colaboradores motivados, sino que también se optimizaron recursos y procesos al momento de dar el servicio. La teoría Z de Ouchi (1982), permitió transmitir una nueva idea de negocio y fomentar una sana comunicación para realizar los cambios que se buscaban en esta cultura organizacional que rodeaba el estilismo canino y felino. Pongui Pet se caracteriza por, no solo ser comunicativos con

sus clientes y comunidad en redes sociales, sino que también, buscan el bienestar y la sana comunicación con sus colaboradores implementando esta nueva idea de comportamiento organizacional.

Es importante en dicho caso, mencionar qué esta teoría permite que los colaboradores, sean también partícipes de los procesos de cambio en este emprendimiento, que se les permita desenvolverse con naturalidad y que las bases principales del emprendimiento, sea la comunicación, no solamente interna, sino también externa con sus clientes.

Es por esta razón que es preciso investigar ¿Cómo influye la Teoría Z de William Ouchi del comportamiento organizacional en el personal del emprendimiento Pongui Pet peluquería canina periodo de febrero 2022 - febrero 2023?

Para encontrar respuesta a esta pregunta, se plantea como objetivo general:

Objetivo General

- Investigar cómo influye la Teoría Z en el comportamiento organizacional del personal en el emprendimiento Pongui Pet peluquería canina.

Objetivos Específicos

- Describir las principales características utilizadas de la Teoría Z en el emprendimiento Pongui Pet.
- Analizar el desempeño que se obtiene al utilizar esta teoría.
- Determinar cuales son los beneficios que el emprendimiento obtiene al utilizar la teoría Z en su comportamiento organizacional.

MARCO TEÓRICO

En primera instancia se debe contemplar la importancia del comportamiento organizacional en cualquier organización, ya que de esta manera se puede diagnosticar ciertamente la cultura, y valores organizacionales que se presentan en la misma. El profesor Robert Dailey menciona en su libro *Comportamiento organizacional*, que la presión sobre las compañías aumenta cada día, y los administradores están en la constante búsqueda del fortalecimiento en la eficacia operacional; además también sostiene que la eficacia en las organizaciones y la administración de los recursos dependerán siempre de la calidad y la motivación de la fuerza laboral (Dailey, R. 2012). Ciertamente, el comportamiento organizacional, es el corazón de las organizaciones y es un factor importante en la motivación de cada colaborador que las compone. Según Idalberto Chiavenato “Uno de los mayores desafíos de las organizaciones radica en motivar a las personas, o sea, en hacer que se sientan íntimamente decididas, confiadas y comprometidas a lograr los objetivos propuestos, en infundirles suficiente energía y estímulo para que alcancen el éxito por medio de su trabajo” (Chiavenato, 2009, p. 236). De esta manera podemos considerar y evaluar cuales son las teorías que no solo permiten analizar el tipo de liderazgo en las personas, sino que también como motivar y permitir el desarrollo de las mismas.

Para el estudio de caso presentado en este artículo científico tomaremos a dos grandes exponentes del siglo XX destacando al ingeniero y psicólogo industrial Douglas Murray McGregor (1960) quien presentó un artículo para la revista *Pensamiento Imaginativo*, en el cual planteó la Teoría de la Organización. Y a su vez el profesor emérito de la Escuela de Administración UCLA Anderson William Ouchi con su libro ‘Teoría Z: ¿Cómo las empresas americanas pueden enfrentar el desafío japonés?’ el cual combina las Teorías de Douglas McGregor, presentando una nueva teoría basada en las empresas japonesas y su alto rendimiento

en comparación con las estadounidenses.

En primera instancia debemos mencionar el aporte que realiza McGregor con respecto a la Teoría X planteada por el mismo.

La concepción convencional de las tareas directivas para conducir la energía humana hacia las necesidades organizativas se puede formular mediante tres proposiciones. Para evitar las complicaciones introducidas al etiquetar términos, llamaremos a este conjunto de proposiciones «Teoría X»:

1. La dirección es responsable de la organización de los elementos de la actividad productiva: dinero, materiales, equipamiento, personal, en interés de los fines económicos.
2. En lo referente al personal, es un proceso de dirigir sus esfuerzos, motivarles, controlar sus acciones, modificar sus conductas para que se ajusten a las necesidades de la empresa.
3. Sin una intervención activa por parte de la dirección, las personas actuarían pasivamente, incluso se resistirían, a las necesidades de la empresa. Por tanto, deben ser persuadidas, recompensadas, castigadas, controladas; sus actividades deben ser dirigidas. Ésta es la tarea de la dirección. Se suele resumir todo esto diciendo que dirigir consiste en conseguir que se hagan las cosas a través de otras personas (McGregor, 1960, p.3).

A pesar de las proposiciones administrativas presentadas, las ciencias sociales comenzaron a desafiar la postura de la vista convencional de la organización, y se comenzó a considerar en gran medida las necesidades básicas para la satisfacción y motivación de los colaboradores. De esta manera ya no se tiene la percepción de personas que llegan a cumplir un horario puntual, sin

intereses ni motivaciones diferentes.

Por estas y otras muchas razones, necesitamos una teoría distinta sobre la tarea de dirigir personas, basada en supuestos más adecuados sobre la naturaleza y motivación humanas. Me voy a atrever a sugerir las amplias dimensiones de una teoría de este tipo. Si quieren la pueden llamar «Teoría Y».

1. La dirección es responsable de la organización de los elementos de la empresa productiva: dinero, materiales, equipos, personas, en interés de los fines económicos.

2. Las personas no son por naturaleza pasivas o resistentes a los cambios empresariales. Han llegado a serlo como resultado de su experiencia en las empresas.

3. La motivación, el potencial de desarrollo, la capacidad de asumir responsabilidades, la disposición para dirigir la conducta hacia los fines organizativos, están todos presentes en las personas. La dirección no los pone allí. La responsabilidad de la dirección es facilitar que las personas reconozcan y desarrollen estas características humanas para ellos mismos.

4. La tarea esencial de la empresa es disponer las condiciones y métodos organizativos de la operación de tal forma que las personas puedan conseguir sus propios objetivos más que dirigir sus propios esfuerzos hacia los objetivos empresariales.

Este proceso está basado fundamentalmente en la creación de oportunidades, liberación de las potencialidades, disolución de obstáculos, fomento del desarrollo y ofrecimiento de directrices. Es lo que Peter Drucker ha llamado «dirección por

objetivos», en contraste con la «dirección mediante el control». No requiere la abdicación de la dirección, la ausencia de liderazgo, tener criterios de nivel más bajo o las demás características generalmente asociadas con el enfoque «blando» de la Teoría X (McGregor, 1960, p. 11-12).

Esta teoría es presentada como la nueva formulación del comportamiento organizacional y el nuevo camino por seguir, dándole una perspectiva más blanda en comparación con la teoría x expuesta por McGregor. También el autor expresa algunas dificultades, mencionando que muchas de las personas ya están acostumbradas a ser dirigidas, y el cambio en ellos es un proceso más complicado y que conlleva tiempo para lograr adaptarse. McGregor (McGregor, 1960) culmina su idea mencionando que, Otra forma de decir esto es que la Teoría X se basa exclusivamente en el control externo de la conducta humana, mientras que la Teoría Y se basa principalmente en el autocontrol y el autogobierno.

Cuando a Japón nos referimos, entendemos que es un país del primer mundo y es potencia industrial, tecnológica y ciertamente su cultura cada vez se presenta más interesante para el mundo occidental. William Ouchi con la ayuda de Richard Pascale presentó su teoría z también conocida como “el método Japonés” , mencionando que existen 3 tipos de empresas, tipo A que son las empresas Americanas enfocadas al trabajo rígido y estricto; empresas tipo J que se asimilan más a las compañías Japonesas basadas en la Teoría Y de McGregor, y por ultimo las del tipo Z que son ciertamente una nueva cultura organizacional y el cual son características poco aplicadas en las empresas de occidente de la época. Ouchi (1982), menciona que la teoría Z busca entender al trabajador como un ser integral, que no separa su vida personal de la laboral y que es importante no dejar de lado esa vista de operario y más bien apreciarlo como ser humano.

Ouchi realizó varias visitas a empresas estadounidenses identificando como era el estilo de cultura organizacional en ellas y simultáneamente viajaba a Japón para realizar el mismo análisis en la cultura organizacional de las empresas japonesas. Es así que Ouchi presentó un cuadro comparativo de las organizaciones americanas y japonesas.

Tabla 1 Comparativa organizaciones japonesas vs estadounidenses

Organizaciones japonesas	Organizaciones americanas
Empleo de por vida	Empleo a corto Plazo
Proceso lento de evaluación y promoción	Proceso rápido de evaluación y promoción
Carreras no especializadas	Carreras especializadas
Mecanismos implícitos de control	Mecanismos explícitos de control
Proceso colectivo de toma de decisiones	Proceso individual de toma de decisiones
Responsabilidad colectiva	Responsabilidad individual
Interés holista	Interés segmentado

Nota: Tomado de Ramírez (2012) y Ouchi (1982).

Con base en la tabla previa, el autor presenta una reestructuración y plantea diez pasos para el desarrollo de una empresa tipo Z.

1. Primer paso: comprender la organización Z

En primera instancia todas las personas deben entender y ser informadas de la cultura y la filosofía de la organización, es importante que las personas sientan ese ambiente de confianza y se afiancen con los valores organizacionales para ejecutar de manera efectiva la organización Z.

2. Segundo paso: Analizar la filosofía de la compañía

Es importante tener clara la filosofía de la compañía, los valores que van ligados a la misma y la motivación por la cual operan.

3. Tercer paso: comprometer al líder.

La base de la comunicación organizacional es como el líder transmite la cultura y la filosofía de la organización, por esto, el líder debe entender a la perfección todos estos aspectos organizacionales.

4. Cuarto paso: desarrollar las habilidades para las relaciones humanas

La teoría Z se basa en la escuela humanista, y por ello, es importante desarrollar habilidades que permitan la flexibilidad organizacional y la comunicación efectiva.

5. Quinto paso: crear estructuras e incentivos

La organización Z debe fomentar la camaradería y la comunicación, para facilitar el aprendizaje. Los incentivos morales, culturales, sociales y económicos; actúan como motivadores en el capital humano.

6. Sexto paso: evaluación del propio desempeño y los resultados del sistema

Es importante general de igual manera métodos de autoevaluación, y que se presente la oportunidad de evaluación a los jefes, gerentes y supervisores, en las organizaciones Z se presenta la retroalimentación como agente importante de la comunicación.

7. Séptimo paso: comprometer al sindicato

En las organizaciones tipo Z es indispensable involucrar a todo el capital humano en los planes de desarrollo organizacional, ya que el éxito depende de todo el equipo y su comunicación como conjunto.

8. Octavo paso: tomar decisiones en un proceso lento de evaluación y promoción

Se debe de realizar proyectos de progresión lenta, para promocionar de manera correcta y desarrollar personas expertas en sus puestos de trabajo.

9. Noveno paso: procurar la estabilidad del empleo

El éxito de la organización tipo Z, es su bajo índice de rotación en el personal, ya que de esta

manera las personas son más productivas, experimentadas y eficientes en lo que hacen cada día.

10. Décimo paso: ampliar los horizontes profesionales

Otro de los factores importantes en la organización tipo Z, es la capacitación del personal y la búsqueda del desarrollo constante, que permita no solo especializarse dentro de su trabajo, sino que también, en otras áreas de la misma organización.

Es así como William Ouchi presenta la cultura administrativa de Japón ofreciendo un modelo diferente, reestructurando lo ya utilizado desde hace décadas atrás, dándole un enfoque más humanista y reconociendo a las personas como individuos que sienten y que piensan, cambiando esa perspectiva que los visualiza como máquinas que operan en un horario determinado por la organización.

Carlos Ramírez hace una referencia interesante acerca de Japón mencionando “No he visitado Japón. Tampoco he tenido la oportunidad de conocer sus fábricas, sus empresas, sus Universidades. Pero considero que deben fomentarse las relaciones entre los profesionales, industriales, estudiantes, profesores y hombres de negocios colombianos con personas e instituciones japonesas” (Ramírez, 2012, p.11).

Es esta teoría la que se tomará como referencia para el caso de uso Pongui Pet, ya que sus principios son utilizados dentro del emprendimiento buscando obtener mejores resultados, y potenciando el rendimiento de sus colaboradores. Pongui Pet parte de las bases de la comunicación y busca no solo beneficios económicos para sus colaboradores, sino que también, beneficios de crecimiento personal para tener personas preparadas y personas de confianza, que transmiten la ideología Pongui Pet. Es por esto que el comportamiento organizacional utilizado en este emprendimiento se basa en la teoría Z, si bien ciertamente cuenta con 3 colaboradores como agentes principales, en este emprendimiento todos son importantes a la hora de la toma de

decisiones, no solo administrativas, sino también de diseño creativo que la marca proyecta a sus clientes.

En este emprendimiento la retroalimentación mutua es importante, ya que se considera que de esta manera se pueden mejorar los procesos que se realizan y de cómo perfeccionar las técnicas que se utilizan, para brindar un servicio de calidad siendo efectivos y eficaces.

METODOLOGÍA

El enfoque usado en el caso presentado es de enfoque cualitativo. Los autores Blasco y Pérez (2007) mencionan que, la investigación cualitativa es la encargada de estudiar la realidad en su contexto natural, permitiendo interpretar fenómenos que se presentan en las personas implicadas.

Este enfoque permitirá analizar la problemática y cómo se desenvuelve en su cotidianidad. Es importante también mencionar que la investigación es de nivel descriptivo, ya que se busca analizar que es lo que se presenta en los colaboradores al desenvolverse en un entorno basado en la teoría Z. Según Tamayo y Tamayo (2006), el tipo de investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos.

Asimismo, este estudio es de tipo de campo ya que se busca recopilar los datos en su estado y entorno natural de desarrollo, permitiendo el libre desenvolvimiento del fenómeno analizado en cuestión. Según Arias (2006, p. 31) una investigación de campo “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna”.

La temporalidad de la investigación es de corte transversal, ya que se busca tomar la muestra de estudio en un periodo de tiempo corto de manera intencional para determinar la

influencia de la teoría mencionada anteriormente.

La población para analizar en este caso de estudio está conformada por 3 colaboradores principales agentes en el emprendimiento de Pongui Pet, el tipo de muestreo es no probabilístico, Según (Cuesta, 2009) el muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados. Se tomará la muestra de forma deliberada e intencional, el objetivo es evidenciar y documentar todas las entrevistas de los colaboradores mencionados en este caso de estudio.

Se utilizó como instrumento de recolección para la información, una entrevista semiestructurada con el fin de tomar la muestra en un periodo corto de tiempo y permitiendo flexibilidad en la toma. La técnica de análisis empleada en este caso de estudio es el análisis de discurso, utilizando de igual manera la técnica de triangulación de los elementos, encontrando la convergencia en el discurso, la teoría y la documentación recolectada; permitiendo interpretar la conversación dada en la entrevista y el contexto en la que se presenta.

RESULTADOS

Para el caso de estudio presentado, se tomó como técnica principal de análisis de discurso en la entrevista semiestructurada, permitiendo emitir un juicio de cual es la influencia que tiene la teoría Z en los colaboradores de la peluquería canina y felina Pongui Pet. A continuación, se exponen los resultados:

Tabla 2

Análisis de discurso en base a la entrevista semiestructurada

Preguntas	Entrevistado# 1	Entrevistado #2	Entrevistado#3	Conclusión del análisis
1. ¿En general, que opina usted de su lugar de trabajo?	“que tiene una buena iniciativa el modelo de negocio que tienen”	“Para mi es una nueva forma de trabajo, con relación a mis anteriores experiencias laborales”	“Me gusta trabajar aquí, porque el ambiente es muy bueno y se siente muy diferente a mis anteriores experiencias laborales”	Se muestra interés por la propuesta en el modelo de negocio y en la cultura organizacional que se mantiene en el mismo
2. ¿Piensa usted que su lugar de trabajo le permite tener un desarrollo laboral?	“si, siempre me han dado la oportunidad de ampliar mis habilidades”	“si, me dieron la oportunidad de seguir estudiando veterinaria y ampliar mis habilidades.”	“si, por lo general nos incentivan a mejorar cada día con cursos y me ayudan para ser mejores cada día”	Incentivar el desarrollo se convierte en parte fundamental, no solo para motivar a los colaboradores, sino que también permite tener

				profesionales en sus áreas para brindar un mejor servicio.
3. ¿Qué opina usted de sus superiores en su trabajo?	“Me gusta que tengamos una comunicación asertiva”	“Siempre me dan la oportunidad de aportar mis conocimientos anteriores”	“son personas muy abiertas al diálogo y siempre me ayudan en todo momento”	La comunicación da apertura a la confianza y permite identificar oportunidades de cambio
4. ¿Cree usted que sus jefes lo respetan?	“Si”	“si, creo que el respeto es mutuo”	“si, no he tenido ningún problema con ellos y me tratan con respeto	El respeto es lo principal para el desarrollo de la comunicación.
5. ¿Qué opina de la comunicación que se utiliza en su	“Pienso que es clara y efectiva”	“Desde el inicio fue detallada y esto me ayudó a hacer más fácil mi trabajo”	“todos son muy comunicativos y me permiten expresarme en todo momento”	La comunicación de la idea de negocio hace que todos operen y realicen sus

lugar de trabajo?				tareas buscando un mismo propósito organizacional.
6. ¿Cree usted que es tomado en cuenta a la hora de tomar decisiones en su lugar de trabajo?	“sí, siempre tenemos reuniones en conjunto para decidir nuevas oportunidades de mejora”	“sí, tenemos días específicos de reuniones en el cual puedo dar una retroalimentación de la semana de trabajo”	“sí, siempre están muy pendientes de los comentarios que tengo y nos involucran al momento de tomar las decisiones”	La retroalimentación permite tener un amplio panorama de las oportunidades de cambio, y la teoría Z busca involucrar a todos para la toma de decisiones en base a la retroalimentación y la comunicación
7. ¿Se considera importante en	“sí, mis superiores me felicitan por las	“sí, me he perfeccionado mucho en mis	“sí, siento que en general todos están	Valorar e incentivar a los colaboradores es

las tareas que realiza?	tareas y funciones que realizo”	técnicas de estilismos y se que mis jefes lo aprecian”	felices con mi trabajo y valoran las ideas que doy”	un factor de motivación para ellos mismos
8. ¿Siente usted que es escuchado en su trabajo?	“si, porque me dejan aportar nuevas ideas para su negocio”	“Si, porque siempre están dispuestos a escuchar cada idea que quiero aportar”	“si”	La escucha activa es importante y crea sentido de pertenencia en las personas.
9. ¿Se siente cómodo al hablar con sus jefes?	“si, tienen una buena apertura y disposición para hablar conmigo”	“si, siempre escuchan cuando necesito algo en particular y me ayudan a resolver mis inquietudes”	“si, creo que tengo muy buena comunicación con ellos y me llevo muy bien con ellos”	La teoría Z busca la confianza y la comunicación asertiva en la organización, permitiendo mejoras y compromiso con los colaboradores
10. ¿Se siente usted	“si, me gusta en ambiente laboral”	“sí, me gustan los incentivos y que siempre buscan la	“si, me siento motivada para seguir ampliando	El rendimiento y productividad del personal es

<p>motivado en su lugar de trabajo?</p>		<p>manera de motivarnos”</p>	<p>mis conocimientos y aportar cada día cosas buenas a Pongui Pet”</p>	<p>aún más alto cuando los colaboradores están motivados, la teoría Z busca altos niveles de motivación en el personal.</p>
<p>11. ¿Conoce usted algo referente a la teoría Z de William Ouchi?</p>	<p>“no, no tengo ningún conocimiento de esta teoría”</p>	<p>“La verdad es que no”</p>	<p>“no, no se de que se trata la teoría”</p>	<p>Se pidieron referencias de la teoría, para determinar si los colaboradores tenían algún conocimiento acerca de la misma.</p>

Fuente. Elaborado por el autor (2023).

CONCLUSIONES

Se puede apreciar que la teoría Z no solo a funcionado en el personal de la peluquería canina y felina Pongui Pet, sino que también permite que sea un negocio productivo y rentable, buscando el cumplimiento de metas en conjunto, brindando una perspectiva de colaboradores pensantes y que pueden brindar posibles soluciones a los problemas que se presentan día a día en la cotidianidad administrativa.

La motivación en los colaboradores se evidencia en las entrevistas realizadas, de igual manera se evidencian comentarios positivos acerca del manejo de negocio influenciado por la teoría Z, no solamente con la comunicación asertiva que se tiene dentro de la organización, sino que, también con el ambiente general en su lugar de trabajo puesto que la colaboración y el trabajo en equipo es importante para alcanzar los objetivos en conjunto; a su vez el desarrollo personal de sus colaboradores, ha permitido cambios y mejoras, creando un negocio y un personal especializado que brinda un servicio de calidad y les permite darse a conocer de mejor manera en el mercado.

RECOMENDACIONES

Ouchi (William, 1982) presenta con esta teoría el afianzar y fidelizar a los colaboradores con la organización buscando aumentar la eficiencia, también reconoce a los colaboradores como personas que tienen capacidades adicionales y que no solo deben de estar atadas a su rol de operarios, sino que también, pueden ser agentes de cambio en las organizaciones.

Es importante entender que las teorías no son el final del desarrollo organizacional, sino que, es una herramienta que nos permite afianzar ideas de negocio y presentar la cultura organizacional al mercado global.

La teoría Z es muy bien aplicada en Pongui Pet y genera sus frutos, por ello, la recomendación principal es crear un manual operativo en el cual se presente esta idea de negocio, para la inducción de nuevo personal en la organización, de esta manera se podrá evidenciar de manera estructurada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTIS CONSULTORES. (29 de NOVIEMBRE de 2021). *ANÁLISIS DEL DISCURSO*.

Obtenido de ONLINE-TESIS: <https://online-tesis.com/analisis-del-discurso/>

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. Obtenido de

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2873>

Dailey, R. (2012). *Comportamiento organizacional*. Reino Unido: Escuela de Negocios de Edimburgo Heriot-Watt University.

Fidias G, A. (2012). *El Proyecto de Investigación introducción a la metodología científica*. Episteme.

Martín, J. (20 de julio de 2017). *USA LA TEORÍA Z PARA GESTIONAR LAS ORGANIZACIONES*. Obtenido de CEREM Global Business School:

<https://www.cerem.es/blog/usa-la-teoria-z-para-gestionar-las-organizaciones>

Martínez, J. Á. (23 de Agosto de 2018). *La teoría Z*. Obtenido de Mc Graw hill:

<https://www.mheducation.es/blog/la-teoria-z>

McGregor, D. (1960). Teoría X y teoría Y. *Revista Pensamiento Imaginativo.*, 06-13.

Melgar, A. (1985). Teoría Z y círculos de calidad: una nueva dimensión del. *Revista Centroamericana de Administración Pública*. 35-51.

Ramírez, C. (2012). Notas sobre la gerencia en empresas japonesas. *Universidad EAN*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10882/2988>.

Randstad N.V. (18 de mayo de 2022). *teoría z: ¿qué modelo de gestión propone?* Obtenido de randstad: <https://www.randstad.es/tendencias360/modelos-de-gestion-la-teoria-z/>

Romero-Buj, D. (2010). La dimensión grupal en el comportamiento organizacional. *Revista*

Iberoamericana De Psicología, 27–38. Obtenido de <https://doi.org/10.33881/2027-1786.rip.3103>

Sastre, & F., R. (7 de 2013). *redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511651377005>

William, O. (1982). *Teoría Z*. Fondo Educativo Interamericano s.l.

ANEXO 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____, con cedula de identidad _____ declaro que se me ha explicado que mi participación en el estudio sobre “INFLUENCIA DE LA TEORÍA Z DE WILLIAM OUCHI EN EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. CASO PELUQUERÍA CANINA PONGUI PET - GUAYAQUIL”, consistirá en responder una entrevista semiestructurada que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de audio para su posterior transcripción y análisis, a los cuales podrá tener acceso parte del equipo docente de la carrera de Psicología laboral y empresarial, que guía la investigación. Declaro que se me ha informado ampliamente sobre los posibles beneficios, riesgos y molestias derivados de mi protegida por el anonimato y la confidencialidad. El investigador responsable del estudio, José Alejandro Gomez Tabares, se ha comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación. Asimismo, el entrevistador me ha dado relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial. Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria. He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Guayaquil, día _____ del mes de _____ del 2023

Firma del participante

Firma del investigador

ANEXO 2

FORMATO DE ENTREVISTA

ENTREVISTA	
Institución:	Peluquería Canina Pongui Pet
Investigador:	José Alejandro Gómez Tabares
Propósito de la investigación:	Recolectar información para determinar la influencia y beneficios de la Teoría Z en los colaboradores de Pongui Pet peluquería canina y felina
INFORMACIÓN GENERAL	
Género:	
Edad:	
Nivel de escolaridad:	
PREGUNTAS	

1. ¿En general, qué opina usted de su lugar de trabajo?
2. ¿Piensa usted que su lugar de trabajo le permite tener un desarrollo laboral?
3. ¿Qué opina usted de sus superiores en su trabajo?
4. ¿Cree usted que sus jefes lo respetan?
5. ¿Qué opina de la comunicación que se utiliza en su lugar de trabajo?
6. ¿Cree usted que es tomado en cuenta a la hora de tomar decisiones en su lugar de trabajo?
7. ¿Se considera importante en las tareas que realiza?
8. ¿Siente usted que es escuchado en su trabajo?
9. ¿Se siente cómodo al hablar con sus jefes?
10. ¿Se siente usted motivado en su lugar de trabajo?
11. ¿Conoce usted algo referente a la teoría Z de William Ouchi?