



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL**

**TEMA:**

**Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A.**

**AUTORA:**

**Reinoso Segura, María José**

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención  
del grado de Licenciada en  
PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

**TUTORA**

**Psic. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**1 de febrero de 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

## CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Reinoso Segura, María José** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Psicología Organizacional**.

TUTORA

f. 

**Psic. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia, Mgs.**

DIRECTOR DE LA CARRERA

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

**Psic. Mariana de Lourdes Estacio Campoverde**

**Guayaquil, a los 1 del febrero del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Reinoso Segura, María José**

### **DECLARO QUE:**

**El componente práctico del examen complejo, Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A.** previo a la obtención del título de **Licenciatura 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 1 del mes de febrero del año 2023**

**LA AUTORA**

f. 

**Reinoso Segura, María José**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

### AUTORIZACIÓN

Yo, **Reinoso Segura, María José**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 1 del mes de febrero del año 2023**

**LA AUTORA:**

f. 

**Reinoso Segura, María José**



Guayaquil, 2 de febrero del 2023

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

URKUND	
Documento	<a href="#">Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A.docx</a> (D157607049)
Presentado	2023-02-01 19:23 (-05:00)
Presentado por	maria.reinoso06@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	alexandra.galarza.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A. - REINOSO MARIA JOSE <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 3% de estas 13 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

**Tema:** “CASO DE ANALISIS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA VIÑA SANTA CAMILA S.A.”

**Estudiante:**

- María José Reinoso Segura

**Docente Tutor:** Psic. Alexandra Patricia Galarza Colamarco, Mgs.

FIRMA

**PSIC. SOFIA CARRILLO S, MGS**  
**COORDINADORA DE UTE B 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

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

**Psic. Efrén Chiquito Lazo, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA

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

**Lcdo. Luis Bonilla Morán, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

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

**Lcda. Pricila Sánchez Ube, Mgs.**

DOCENTE REVISOR

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	VIII
<b>ABSTRACT</b> .....	IX
<b>DESARROLLO</b> .....	2
<b>Diagnóstico de la situación organizacional</b> .....	2
<b>Cultura Organizacional</b> .....	2
<b>Tipos de Cultura</b> .....	2
<b>Estructura Organizacional</b> .....	3
<b>Comunicación Organizacional</b> .....	4
<b>Estrategias</b> .....	5
<b>Persona</b> .....	5
<b>Estructura</b> .....	5
<b>Procesos</b> .....	6
<b>Proceso de reclutamiento</b> .....	7
<b>Proceso de Selección</b> .....	7
<b>Proceso de inducción de personal</b> .....	8
<b>Implementación de las estrategias</b> .....	10
<b>Responsables</b> .....	10
<b>Proceso de Reclutamiento</b> .....	10
<b>Proceso de selección</b> .....	11
<b>Proceso de Inducción del Personal</b> .....	11
<b>Recursos</b> .....	11
<b>Financieros</b> .....	11
<b>Humanos</b> .....	12
<b>Físicos</b> .....	12
<b>CONCLUSIONES</b> .....	13
<b>RECOMENDACIÓN</b> .....	14
<b>REFERENCIAS</b> .....	15

## RESUMEN

En la actual investigación sobre la Viña Santa Camila S.A., se encuentran diferentes procesos que requieren implementarse con la finalidad de lograr la internalización. La organización requiere aplicar procesos del área de Talento humano con el objetivo de generar colaboradores idóneos y satisfechos. Además, se visualiza que la innovación va a permitir la expansión de la marca, siendo esto un factor fundamental para la internacionalización. En el desarrollo del caso se aporta con varias estrategias que contribuyen a cumplir los objetivos de la empresa. Entre las estrategias están consideradas la reestructuración del organigrama, la creación de canales de comunicación, la creación del proceso de selección y del programa de inducción al personal. Este último, es un componente clave para sostener y difundir la cultura organizacional. Todo lo planteado se realizará con una metodología participativa en la cual los colaboradores tendrán un papel importante en el desarrollo de la organización. Para la realización de las estrategias planificadas se requiere contar con varios recursos, establecer los responsables y asumir retos.

**Palabras claves:** Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional, Selección, Reclutamiento y Estructura Organizacional



## **ABSTRACT**

In the current research on Viña Santa Camila S.A., there are different processes that need to be implemented in order to achieve internalization. The organization needs to apply processes in the Human Talent area with the aim of generating suitable and satisfied collaborators. In addition, the growth and expansion of the brand goes hand in hand with innovation, which is a fundamental factor for the social sustainability of the brand. The development of the case contributes with several strategies that contribute to the internationalization of the brand, communication, the creation of selection processes and a staff induction program. The latter is a key component to sustain and disseminate culture. Everything proposed will be carried out with a participatory methodology in which the collaborators will have an important role in the development of the organization. In order to carry out the planned strategies, it is necessary to have various resources, establish those responsible and assume challenges.

**Key concepts:** Organizational Culture, Organizational Communication, Selection, Recruitment and Organizational Structure.

# DESARROLLO

## Diagnóstico de la situación organizacional

El análisis de Viña Santa Camila S.A. requiere de un diagnóstico, el cual se basará en datos relacionados a los problemas detectados como lo son la comunicación interna, la estructura organizacional y la cultura. Siendo en conjunto la forma para detectar los procesos idóneos para el buen manejo de la organización y así cumplir con el proceso de internalización.

## Cultura Organizacional

La cultura organizacional se refiere a los comportamientos o costumbres aprendidos, los cuales son emitidos y compartidos por los colaboradores que conforman la organización. Toda empresa desarrolla costumbres, hábitos, actitudes y normas que rigen la conducta de los empleados en sus quehaceres diarios. A partir de eso, se define a la cultura Organizacional como: “el conjunto de hábitos y creencias establecido por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización” (Chiavenato, 2009).

En el caso de análisis la cultura organizacional de Viña Santa Camila se originó con su fundador Don Neptalí Madrid, el cual ha mantenido desde sus inicios métodos tradicionales para la elaboración del vino. Para esta empresa la imagen es lo más importante, para los socios el cuidar y mantener el objetivo es prioritario; también han incorporado los valores de la innovación, compromiso, calidad y lealtad para lograr un clima de confianza y respeto que favorezca la identificación con los objetivos organizacionales.

De acuerdo a Franklin y Krieger, (2011) la cultura organizacional no puede observarse de manera directa, para poder analizarla se deben tener en cuenta varios factores: clima organizacional, comunicación, autoridad y estilo de liderazgo, líder, normas, rituales, comportamientos en el nivel individual, grupal y organizacional, entre otros.

## Tipos de Cultura

Es importante el tener conocimiento sobre los cuatro tipos de cultura establecidos por Cameron y Quinn (2006), los cuales presentan características que permiten detectarlas de forma adecuada:

**Cultura Clan:** La importancia del trabajo en equipo, el apoyo y la orientación de los líderes, los cuales actúan como guía para mantener la lealtad y la tradición en la organización.

**Cultura adhocrática:** La empresa se comprende como dinámica, cambiante y flexible, además de la innovación y del crecimiento que busca tener.

**Cultura Mercadeo:** Se encuentra orientada a los resultados y está orientada hacia los resultados y además de mostrar una organización altamente competitiva, con líderes exigentes.

**Cultura Jerárquica:** La empresa mantiene una estructura rigurosa, con políticas y reglas establecidas, centrándose en el cumplimiento de las normas y en respetar el orden jerárquico que esta maneja.

En el caso de Análisis de la Vina Santa Camila S.A., se puede observar que la cultura es jerárquica, debido a que se busca mantener una estructura disciplinada en el cumplimiento de las normas y el respeto al orden jerárquico establecido por los altos mando, con la finalidad de que los objetivos alcanzados sea los previstos por el fundador del Viñedo.

### **Estructura Organizacional**

La estructura organizacional del Viñedo Santa Camila S.A., en la actualidad es un sistema eficiente el cual ha funcionado con las ideologías que tiene su fundador y sus socios en lo que respecta a la identidad corporativa, no obstante para poder realizar procesos como la internalización se observan ciertas carencias debido a la falta del departamento de Talento Humano que permitirá a la empresa crecer, es por eso que se debe realizar una reestructuración en el organigrama que se maneja dentro del viñedo, ya que este será el esquema bajo el que se manejan el resto de las cadenas del viñedo.

Para Gilli (2017) la estructura organizacional:

Desde una perspectiva sistémica la estructura es la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto. Existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en su totalidad que presenta propiedades

específicas como conjunto y cuando además las propiedades de los elementos dependen de los atributos específicos de la totalidad. (p.64)

La estructura organizacional, hace referencia a que existen tres componentes claves, por eso que, para autores como Daft, (2000) son:

1. Determinar las relaciones formales, incluyendo el número de niveles jerárquicos y líneas de control entre gerentes y supervisores.
2. La identificación del agrupamiento de los individuos por departamentos, áreas o secciones y de éstos en la organización total.
3. Desarrollar sistemas que garanticen una comunicación, coordinación e integración del trabajo efectivas entre departamentos o regiones.

### **Comunicación Organizacional**

La comunicación es la base de toda organización. García (2018) afirma que “La CO se podría entonces definir como la organización de información que viene del externo (input), ésta la procesa en su interior, y devuelve al medio externo una respuesta (output) materializada como un producto, servicio u otro tipo de interacción” (p. 7).

La comunicación que se lleva en la empresa, es de manera informal ya que no se tiene un registro o un canal determinado con los colaboradores para realizar seguimientos o anuncios.

Es por esto que para Andrade (2018) La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de los diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Andrade, citado por Miñan, 2018, p. 8).

Para la innovación de los procesos organizacionales se debe realizar el mejoramiento de la comunicación utilizando canales actualizados como la intranet, lo que permitirá estar al tanto de las actividades que realizan cada uno de los departamentos.

# Estrategias

## Persona

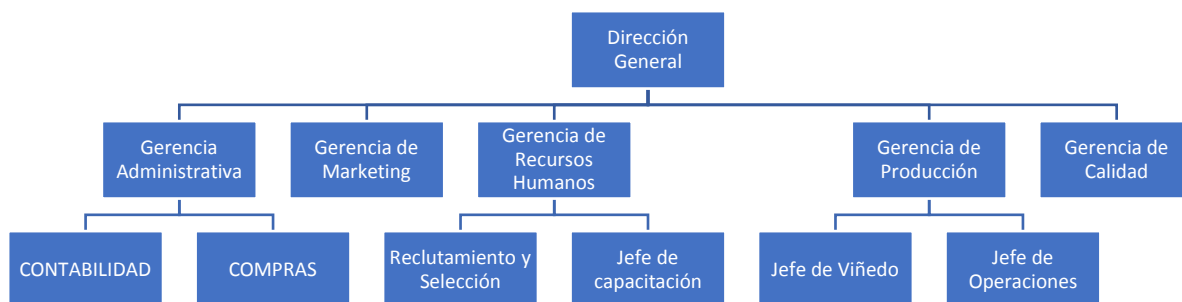
Se potenciará al personal de la organización para aprovechar al máximo su identificación con la empresa a lo largo de los años, para ello se reforzará el sentido de pertinencia de los colaboradores con Viñedos, dando a conocer la misión, visión, objetivos corporativos a todos los niveles jerárquicos, difundiendo la cultura empresarial e impulsar y estrechar lazos internos y así exteriorizar hacia los clientes.

La finalidad es que los colaboradores logren sentirse identificados y vinculados a la organización, por esa razón deben de conocer los objetivos que tiene la empresa con ellos, Además del compromiso es importante generar lealtad y estabilidad laboral, es por eso que se debe realizar un proceso de inducción al personal, para que tengan conocimiento de sus funciones y se estrechen lazos.

No obstante, no hay que dejar de lado la formación y capacitación constante de sus colaboradores con el fin de que estén en un continuo proceso de desarrollo profesional, tanto en lo que tiene que ver con el proceso de producción de los vinos, como en el desarrollo de la parte humanística (relaciones humanas, servicio al cliente, manejo de la imagen corporativa), técnicas y manejo administrativo. Con el objeto de que la especialización y la rotación de puestos no sean de manera horizontal, es decir dentro de la misma posición jerárquica, sino que puedan aspirar a ascensos en el momento de que surja vacantes, teniendo así oportunidad de crecimientos.

## Estructura

La empresa, debe participar en el proceso de reestructuración organizacional en lo que se refiere a su organigrama, debido a la carencia de ciertas áreas que son indispensables para un crecimiento empresarial, además que es de suma importancia para que los colaboradores tener un conocimiento de los altos mandos y los distintos cargos que maneja el viñedo. “La cadena de mando es una línea ininterrumpida de autoridad que desciende del máximo nivel de la organización al escalón más bajo, y aclara quién reporta a quién” (Robbins y Judge, que se cita en Miñan, 2018, p. 7).



Elaborado por la autora

La organización requiere de una reestructuración de los departamentos, como es el departamento de Talento humano, debido a que se puede ver la escasez de personal encargado de procesos de selección y reclutamiento de personal o la escasez de capacitación, ya que muchas veces los colaboradores no tienen el conocimiento de los logros o de los cambios que se realizan en la cadena.

Además, el departamento de Marketing en conjunto con el departamento de Recursos Humanos debe trabajar los procesos de comunicación interna que maneja la organización, para que así los colaboradores tengan información oportuna y adecuada sobre el viñedo.

Todo este incremento de áreas tiene como finalidad el que se pueda realizar un mejor trabajo. Con la creación de estos nuevos departamentos se genera una comunicación eficiente y eficaz, mejora la comunicación haciéndola más fluida en todas sus formas y crea estabilidad en la empresa

## Procesos

Con el rediseño del organigrama de la viña, se debe esclarecer los procesos de capacitación que se van a llevar a cabo, para que los colaboradores tengan conocimiento de lo que la empresa espera y a donde quiere llegar, además serán los canales de comunicación más efectivos que usará la organización. Estos canales de comunicación tienen que ser para todo público, es por eso que se usarán como medio

de comunicación las carteleras en puntos estratégicos y el correo electrónico cuando sean temas delicados y de suma importancia.

### **Proceso de reclutamiento**

El proceso de reclutamiento permite convocar a los postulantes que cumplan con las competencias y requisitos que sé que la organización requiere, esto se realiza a través de varios medios de comunicación, para publicar las vacantes y encontrar al personal pertinente. Es por esto la importancia de tener varias plataformas

El proceso de reclutamiento es el eje principal de toda organización “El reclutamiento es un conjunto de procedimientos orientados a atraer e identificar candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización, de los cuáles más tarde se selecciona al empleado” (Alles, citado por Nazareno, 2017, p. 25).

El reclutamiento tiene como objetivo atraer a los candidatos más calificados para ocupar los cargos que requiera la organización., siendo este un conjunto de procedimientos que están orientados a buscar candidatos calificados que se desarrollen y desempeñen en el cargo que se solicita, con la finalidad de tener al personal idóneo para cumplir con las funciones que se desempeñan en el cargo.

### **Proceso de Selección**

Por medio del proceso de selección se eligen a distintos candidatos que cumplan con el perfil que requiere la empresa, al momento de seleccionar a algal seleccionarlos se reconocen sus habilidades, competencias y los aportes que podría realizar para la organización. Este candidato debe pasar por un proceso hasta llegar al departamento, jefe o gerencia de la cual se hizo el requerimiento, para su posterior entrevista y elección.

El proceso de selección se encarga de recopilar información acerca de los candidatos que quieran cubrir una vacante existente en una empresa “la selección del personal es una acción de legítima elección para escoger entre los candidatos, que cuenten con el respectivo perfil y posibilidad de alcanzar el puesto ofertado” (Chiavenato, 2007,169).

Cuando se selecciona al personal idóneo se incrementa tanto el desempeño de cada colaborador, como el de la organización. Este proceso se realiza después del proceso de reclutamiento ya que busca conseguir al candidato idóneo para que se incorpore de manera inmediata a la organización.

### **Proceso de inducción de personal**

La inducción permite un conocimiento por parte del colaborador, sobre la organización, su área de trabajo y su cargo. En general, los nuevos empleados son cálidos, acogedores y bien dispuestos hacia su nuevo empleador.

La inducción es un proceso para cada uno de los colaboradores que ingresan al viñedo, siendo no solamente ejercido por el departamento de talento humano sino desde los altos mandos para crear confianza y seguridad en el nuevo colaborador. “Inducción en una empresa involucra a los altos mandos, no solo al departamento de recursos humanos, sino a gerentes, directores hasta el presidente ya que al establecer una comunicación directa con los nuevos empleados crea cierto grado de confianza” (Tarco, citado por Ribadeneira, 2017, p. 6).

Al realizar este proceso se está creando un ambiente de confianza y de confort ya que la persona seleccionada está conociendo su nuevo entorno laboral. Reyes (2005), describe a la inducción como un “programa formal o informal para que los colaboradores de nuevo ingreso se familiaricen con sus responsabilidades laborales, sus compañeros de trabajo y con la filosofía y políticas de la organización” (p.7).

Para autores como Cane (como se cita en Bermúdez, (2011)

“Esto constituye una oportunidad ideal para cultivar estos sentimientos con el fin de lograr beneficios en toda la organización [...] la primera impresión es fundamental no sólo para el futuro del individuo, sino también para el futuro de la organización” (p. 68).

El proceso de inducción es un método ideal para iniciar una nueva manera de pensar en la organización. En general, los nuevos empleados, son entusiastas, receptivos, y se hallan llenos de buena voluntad hacia sus nuevos patronos.

El programa de Inducción debe ser una guía para los nuevos colaboradores a realizar sus tareas, además debe impulsar la cultura de la organización, en general



las relaciones laborales. También permite conocer cuál es el objetivo, misión, visión, y valores que la organización posee y quiere impartir para el mejor funcionamiento de esta.

Para la Viña Santa Camila S.A. Después del diagnóstico, es claro que la estrategia de proceso y estructura descrita anteriormente facilitará en gran medida la internacionalización de la empresa, por ejemplo, el deseo de introducir la cultura organizacional para abrir una sucursal en otro país. La estrategia propuesta se enfocará en construir tal lealtad y cultura que asegure el funcionamiento de la empresa y le dé a los nuevos socios un sentido de pertenencia y compromiso con sus funciones.

Con este fin, se creó el Departamento de Recursos Humanos para realizar análisis internos del personal para diagnosticar la posibilidad de lograr una mayor productividad y cumplir con los nuevos requisitos que se aprenden, otra función del departamento para garantizar la contratación oportuna de personal de alta calidad.

Los nuevos empleados deben adherirse al contrato psicológico que los acoge y crea un ambiente de trabajo óptimo para el funcionamiento de cada departamento. Después de la inducción a la organización, estarán debidamente capacitados en procedimientos con los que no están familiarizados. Estas elecciones serán revisadas. Evaluaciones posteriores revelarán el nivel de entrenamiento utilizado para probar esto.

También se ha establecido un departamento de marketing para utilizar la tecnología que permitan crear nuevos canales de comunicación con diversas empresas a través de intranet, buzones de correo de la empresa, videoconferencia y otros métodos. Otra función del departamento es innovar, crear nuevos procedimientos y ayudar a los administradores a ejecutar sus procedimientos de manera más eficiente. La sociedad está cambiando rápidamente, y cualquier empresa que quiera internacionalizarse necesita sobresalir en este aspecto, que es tan importante como la innovación.

La administración, por su parte, es responsable de áreas como contabilidad, adquisiciones, crédito y cobranza, auditoría y liquidación. Todas estas áreas trabajan juntas para mantener actualizadas y organizadas las facturas, las cuentas por pagar, las cuentas por cobrar, la gestión de inventario y la facturación.

## **Implementación de las estrategias**

### **Responsables**

Los principales responsables de esta internacionalización son los directivos ya que son ellos los que toman las decisiones más importantes al momento de iniciar este proceso, sin el apoyo que los directivos le proporcionen a su personal es imposible realizar este nuevo procedimiento. Cabe recalcar que los directivos tienen el poder de influir en los colaboradores para que realicen este gran cambio como lo es la internacionalización.

Los directivos también son los responsables directos de la creación de los distintos departamentos que habilitan el mejor manejo de la organización. Los responsables de la implementación de las estrategias expuestas en el área legal es un consultor externo el cual ayudara con el estudio de mercado para realizar la evaluación correspondiente a la mejor opción para establecerse en otro país; junto con ellos el departamento nuevo de administración podrá realizar esta gestión ya que evaluarán el presupuesto establecido para dicha internacionalización.

### **Proceso de Reclutamiento**

Los responsables directos del proceso de selección del personal es el Departamento de Talento Humano el cual también podría apoyarse con una empresa consultora que realice consultorías en el exterior. A partir de la creación de este departamento se pueden ir publicando las vacantes disponibles en las distintas plataformas solicitando las vacantes disponibles

El objetivo principal de este proceso es que la gente tenga oportunidad de conseguir un trabajo, el cual se adapte a las necesidades que presenta la organización y el individuo como tal, en caso de tener conocimiento de cada uno de los parámetros que se busque dentro de los distintos cargos, con el objetivo de tener individuos que se sientan identificados con las vacantes y cada una de las oportunidades de esta.

La finalidad de este proceso es que el personal que forme parte del resto de procesos se sienta comprometido a formar parte de la organización y se pueda llevar el proceso de internacionalización de la mejor manera posible, para cumplir con los ideales de los fundadores de la organización.

## **Proceso de selección**

Los responsables directos de la contratación del personal es el Departamento de Talento Humano el cual también podría apoyarse con una empresa consultora que realice consultorías en el exterior. A partir de la creación de este departamento se pueden realizar las capacitaciones y evaluaciones a todo el personal para el mejoramiento de los procesos, técnicos y administrativos.

Siendo el primer lugar escogido por los fundadores del Viñedo Santa Camila S.A., para el proceso de internalización debe ser un país que se pueda adaptar en cierto porcentaje a la cultura que maneja la organización desde un principio, pero con la oportunidad de realizar ciertos cambios por el proceso de adaptación de una cultura muy distinta a la que se manejaba en un principio.

## **Proceso de Inducción del Personal**

El principal responsable del proceso de inducción es el departamento de talento humano, en conjunto con la consultora externa, con la finalidad de que los colaboradores tengan este proceso con la finalidad de adaptabilidad al nuevo ambiente de trabajo y desarrollen sentido de pertenencia con la organización.

El objetivo es que el nuevo personal desarrolle los valores impuestos por sus fundadores y se sientan identificados con estos, además de que puedan estar en sintonía con los objetivos que la empresa tiene planteados para el cumplimiento de estos, siendo así que los colaboradores tengan conocimiento desde un principio la misión, visión, valores organizacionales y las funciones que estos van a desempeñar en su cargo.

## **Recursos**

Son elementos importantes con lo que cuenta una planificación, entre los más destacado están:

### **Financieros**

La organización es responsable de cubrir los gastos de consultoría en la Gestión del Talento Humano y de los servicios del Estudio de Mercado para establecer un lugar donde internacionalizar la marca también debe asumir el costo de implementación de innovación (nuevos programas, equipos tecnológicos, etc.) del

departamento. Además, la contratación de personal competente para los nuevos departamentos creados.

Para el proceso de internalización que se llevara a cabo dentro de la empresa es necesario el realizar procesos de reclutamiento, procesos de selección y procesos de capacitación para lo que se estima un presupuesto de \$1700,00 dólares, el cual será repartido en el pago de \$400 dólares por las plataformas digitales en las que se publique las vacantes, \$350 dólares en recursos necesarios para llevar el proceso de selección y \$450 a consultora externa por la ayuda del proceso de selección y \$500 para proceso de capacitación del personal que esta por ingresar al Viñedo.

### **Humanos**

Se requiere que todos los colaboradores de la organización estén comprometidos con la misma para realizar los diferentes procesos y para que se puede realizar la incorporación

### **Físicos**

Se refiere al lugar que se establece para empezar el proceso de la internalización, además, permite establecer el espacio o lugar donde se llevará a cabo los procesos de selección, capacitación e inducción.

## CONCLUSIONES

A partir del análisis del caso de la Viña Santa Camila S.A, se restablecieron varias problemáticas, lo que permitió el diagnóstico de la empresa.

Se realizaron estrategias en donde se destaca la importancia de la implementación de varios departamentos, con el objetivo de que se pueda lograr el cambio de la estructura organizacional.

Lo esencial para lograr el proceso de internalización fue crear un departamento de talento humano, el cual se preocupe por cumplir procesos importantes como el reclutamiento del personal con el objetivo de contar con personal capacitado para cubrir las vacantes disponibles dentro de la organización, además de que este individuo se sienta comprometido con la organización.

El proceso de selección es fundamental para escoger a la persona con las competencias necesarias y los conocimientos necesarios en los cargos disponibles, además de las habilidades que serán requeridas por los fundadores, los cuales tienen que manejar estas nuevas funciones.

Para el Proceso de inducción se realiza una capacitación sobre las funciones que debe desempeñar, los valores organizacionales generando el compromiso y la lealtad por parte de este nuevo personal, además de que se adapten a los ideales que en este caso tienen los fundadores, una vez realizado el proceso de internalización cada empresa deberá adaptarse

El logro de las estrategias, con su implementación va a permitir que se pueda llegar a cumplir el máximo propósito de la organización que es la internacionalización.

## **RECOMENDACIÓN**

Con la información obtenida será posible plantear las siguientes recomendaciones

En la actualidad es importante que cada empresa cuente con un departamento de Talento Humano, el cual permitirá ejecutar y evaluar los procesos necesarios para la organización como son: la inducción y el bienestar de colaboradores, con la finalidad de que el clima organizacional no se vea afectado y se cumplan con los valores organizaciones, los cuales ya fueron establecidos por los líderes.

Es fundamental el que se realicen procesos de reclutamiento y selección para lograr cubrir las vacantes establecidas, con el personal capacitado para realizar las funciones. Además de lo necesario de la realización de procesos como la capacitación buscando que el colaborador se acople a la cultura organizacional logrando generar ese vínculo con el colaborador para el cumplimiento de los objetivos establecidos por la organización.

## REFERENCIAS

- Belalcázar, S. B. (2012). Cultura organizacional. *Informes psicológicos*, 12(1), 41-51. Obtenido por: [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=cultura+organizacional&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=cultura+organizacional&btnG=)
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones. Segunda Edición. McGraw.Hill/ Interamericana Editores, S.A
- Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones. Obtenido por: <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
- Pertuz Belloso, R. A. (2013). Estudio de los tipos de estructura organizacional de los institutos universitarios venezolanos. *Revista electrónica de investigación educativa*, 15(3), 53-67. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v15n3/v15n3a4.pdf>
- Reyes, N. (2005). Diseño de un programa de inducción para el personal administrativo de Central Distribuidora S.A. (Tesis de pregrado). Universidad de San Carlos Guatemala, Guatemala. Recuperado de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_1551\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1551_IN.pdf)
- Restrepo, H. L. (Enero de 2011). La inducción general en la empresa. Entre un proceso administrativo y un fenómeno. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187222420006.pdf>
- Vesga Rodríguez, J. J., Rubiano, M. G., Forero Aponte, C., Aguilar Bustamante, M. C., Jaramillo, J. Á., Quiroz González, E., y Gómez Vélez, M. A. (2020). Aspects of organizational culture and its relation to the organizational change disposition. *Suma Psicológica*, 27(1), 52-61. Obtenido por <http://www.scielo.org.co/pdf/sumps/v27n1/0121-4381-sumps-27-01-52.pdf>



**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, **Reinoso Segura, María José** con C.C: #**0931100838** autora del **componente práctico del examen complejo: Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A.** previo a la obtención del título de **Licenciada en Psicología Organizacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

**Guayaquil, 1 de febrero de 2023**

f. 

Nombre: **Reinoso Segura, María José**

C.C: **0931100838**





Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

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

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Caso de análisis de internacionalización de la Viña Santa Camila S.A.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Reinoso Segura, María José		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Psic. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Psicología Organizacional		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciatura en Psicología Organizacional		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	1 de febrero de 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	14
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comportamiento organizacional, Estrategia, Motivación.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional, Selección, Reclutamiento y Estructura Organizacional		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras):	<p>En la actual investigación sobre la Viña Santa Camila S.A., se encuentran diferentes procesos que requieren implementarse con la finalidad de lograr la internalización. La organización requiere aplicar procesos del área de Talento humano con el objetivo de generar colaboradores idóneos y satisfechos. Además, se visualiza que la innovación va a permitir la expansión de la marca, siendo esto un factor fundamental para la internacionalización. En el desarrollo del caso se aporta con varias estrategias que contribuyen a cumplir los objetivos de la empresa. Entre las estrategias están comunicación, la creación del proceso de selección y del programa de inducción al personal. Este último, es un componente clave para sostener y difundir la cultura organizacional. Todo lo planteado se realizará con una metodología participativa en la cual los colaboradores tendrán un papel importante en el desarrollo de la organización. Para la realización de las estrategias planificadas se requiere contar con varios recursos, establecer los responsables y asumir retos.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593964105180	<b>E-mail:</b> mariajose.reinoso24@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre: Carrillo Saldarreaga Sofía Viviana, Mgs.</b>		
	<b>Teléfono: +593-4- 2209210 ext. 1413 - 1419</b>		
	<b>E-mail: sofia.carrillo@cu.ucsg.edu.ec</b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO</b> (en base a datos):			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):			