



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

TEMA:

**La bodega “José Marcos S.A.”, su desarrollo e
implementación de mejora continua.**

AUTOR (A):

Robles Chica, Tatiana Mishelle

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

REVISOR (A)

Mgs. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia

**Guayaquil, Ecuador
20 de febrero 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 **Robles Chica, Tatiana Mishelle**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciada en Psicóloga Organizacional**.

REVISOR (A)

f. _____
Mgs. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Mgs. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero 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, Robles Chica, Tatiana Mishelle

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, La bodega “José Marcos S.A.”, su desarrollo e implementación de mejora continua** previo a la obtención del Título de **Licenciada en Psicología Organizacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA

f. _____
Robles Chica, Tatiana Mishelle



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Robles Chica, Tatiana Mishelle**

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 bodega “José Marcos S.A.”, su desarrollo e implementación de mejora continua**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA

f. _____
Robles Chica, Tatiana Mishelle



17 de Febrero de 2017

Informe de Plagio

URKUND

Documento: [La bodega "Josef Marcos S.A." su desarrollo e implementaciön de mejora continua.doc](#) (D25845027)

Presentado: 2017-02-17 17:05 (-05:00)

Presentado por: soriagalarcita@gmail.com

Recibido: alexandra.galarza.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: Fwd: Tatiana Robles Chica [Mostrar el mensaje completo](#)

0% de esta aprox. 10 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	La bodega "José Marcos S.A." su desarrollo e implementaci...
Fuentes alternativas	
	La bodega "José Marcos S.A." su desarrollo e implementaci...
	Calderón María José - Caso 2 Bodega San Mateo.pdf
	Caso de Analisis Creciendo.doc
	CASO BODEGA SAN MATEO MICHELLE GONZÁLEZ.pdf

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

100% # 1 Activo Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Gu... 100%

Documento	Fuente
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL TEMA: La bodega "José Marcos S.A.", su desarrollo e implementación de mejora continua. AUTOR (A): Robles Chica, Tatiana Mishelle Componente práctico del examen complejovivo previo a la obtención del grado de LICENCIADA EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL REVISOR (A) Galarza Colamarco, Alexandra Patricia	? FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL TEMA: La bodega "José Marcos S.A.", su desarrollo e implementación de mejora continua. AUTOR (A): Robles Chica, Tatiana Mishelle Componente práctico del examen complejovivo previo a la obtención del grado de LICENCIADA EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL REVISOR (A)

Tema: La bodega "José Marcos S.A.", su desarrollo e implementación de mejora continua.

Estudiante: Tatiana Mishelle Robles Chica

Revisor: Psic. Alexandra Galarza Colamarco, Mgs.

FIRMA _____



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

MGS. ALEXANDRA PATRICIA GALARZA COLAMARCO
REVISOR(A)

f. _____

MGS. ELBA NARCISA BERMÚDEZ REYES
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

MGS. LUIS ANTONIO BONILLA MORÁN
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

Resumen	8
Introducción	9
1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	10
1.1. Cultura Organizacional	10
1.2. Comportamiento Organizacional	11
1.3. Comunicación	13
2. DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	14
2.1. Personal	14
2.2. Estructura	15
2.3. Procesos	16
3. IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN	17
3.1. Responsables	17
3.2. Recursos	18
3.3. Metodología	19
4. Conclusiones	20
5. Referencias	21

RESUMEN

En el desarrollo de este trabajo se analiza la cultura, estructura y comunicación de la Bodega “José Marcos S.A.”, bodega encargada de la elaboración tradicional de vino, cuyo estándar de calidad es muy alto por ello se mantiene la receta aprendida por los vinateros españoles. A su vez el análisis de la imagen, identidad, productos y clientes de esta bodega son la base del desarrollo del presente trabajo, ya que entendemos estos parámetros como parte fundamental para la cultura que maneja la Bodega “José Marcos S.A.”. Se entiende que tanto la imagen como la identidad de una organización son importantes para la cultura organizacional, por lo que para cumplir con la finalidad del estudio se desarrollará estrategias de comunicación para fortalecer y mantener la productividad de la organización, este diagnóstico está fundamentado en teorías de diferentes autores que permiten el análisis de las problemáticas y a través de éstas se desarrollaran las estrategias y metodologías basadas en hechos científicos para mejorar la rentabilidad de la bodega integrando a los sistemas y procesos para cumplir con el objetivo principal de mantener la calidad del vino para el mercado. Las estrategias definen el éxito de las organizaciones, pero deben de desarrollarse en conjunto a los procesos y metodologías adecuados, por ello es necesario determinar los recursos y responsables que aporten eficazmente en la mejora continua de la organización desarrollando las habilidades y competencias de los colaboradores de la misma.

Palabras claves: Cultura organizacional, comunicación organizacional, estructura organizacional, imagen e identidad corporativa, calidad y mejora continua, cambio organizacional.

INTRODUCCIÓN

La bodega “José Marcos”, en la década de los ochenta inicio su construcción desde sus instalaciones hasta sus viñas, es una organización de propiedad familiar que emplea desde sus inicios los mismos métodos tradicionales de elaboración aprendidos por los vinateros españoles.

Sin duda esta forma tradicional le ha permitido mantener el prestigio que actualmente tiene dentro del mercado, ya que sus vinos son de alta calidad, al ser de origen familiar, ha logrado que ese espíritu de pertenencia se replique a sus colaboradores, viéndose reflejado en la lealtad de los mismos y de sus consumidores.

La cultura organizacional conservadora y mantenida desde hace muchos años, ha impedido la innovación interna y externa de la empresa, la falta del desarrollo y mejora continua ha estancado la implementación de nuevas ideas y estilos de liderazgo, debido a que los métodos de elaboración, procesos e inclusive sistemas organizacionales han seguido siendo los mismos y esto ha llevado a su vez a que la comunicación sea netamente vertical descendente.

Este trabajo se divide en diferentes partes, en la primera se desarrolla el diagnóstico de la organización, analizando su cultura, comunicación y comportamiento organizacional, en la segunda parte se determina la estrategia tomando en cuenta los procesos y sistemas de la empresa, y la tercera parte, consiste en el desarrollo y planificación de la estrategia brindando el camino a seguir para permitir la implementación del proceso de mejora continua en la bodega “José Marcos”.

El compromiso de sus accionistas a brindar un producto de alta calidad es lo que ha permitido ser el pilar para mantener la imagen para su consumidor, además del sentido de pertenencia de cada uno de sus colaboradores, por ello se ha mantenido el estilo de tipo artesanal que asegura la calidad e imagen organizacional.

1. DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1. Cultura Organizacional

La cultura organizacional hace referencia al modo de vida que tiene una organización donde se integran diferentes factores que inciden en su desarrollo.

El origen de la cultura organizacional se puede dar en el concepto que tiene el líder sobre los valores, por la estructura organizacional, por la conductas que se manifiestan en el sistema cultural tales como mitos, ideologías, creencias, hábitos, etc., o también por su clima organizacional (Méndez, 2001, p.61).

Es importante señalar que “la cultura organizacional es parte integral de la vida de las organizaciones y tiene importantes implicaciones para la acción general” (Garzón, 2005, p.84). La cultura es la que determina internamente las acciones que se realizan para el desarrollo de las organizaciones, por ello su presencia es vital.

Después de analizar los antecedentes de la bodega “José Marcos” y su fuerte cultura organizacional, podemos notar que la misma es de carácter conservadora debido a la estructura familiar que posee y la socialización que a partir de ello se ha dado con sus colaboradores, es decir que todos quienes integran la organización se sienten identificados con la misma ya que se ha creado sentimientos de compromiso e identificación.

Un aspecto positivo de la Bodega “José Marcos S.A.”, es justamente la existencia de una fuerte cultura organizacional, pero esta cultura posee características tradicionales lo que le impide lograr mejorar y actualizar continuamente sus procesos y procedimientos para generar un aumento en su rentabilidad.

El importante la postura que toman las organizaciones para poder definir el desarrollo de su cultura, las organizaciones que preservan la cultura

conservadora se caracterizan por mantener sus valores, ideas y costumbres con el tiempo (Chiavenato, 2002, p 62). Esto, sin duda, es lo que sucede con la bodega “José Marcos”, su cultura conservadora le ha permitido mantenerse en el mercado por el compromiso existente en sus colaboradores, además de la confianza a las enseñanzas de los vinateros españoles permitiendo lograr altos estándares en la calidad de sus vinos.

Para los propietarios de la bodega, lo que más importa es la imagen de la marca, por ello han trabajado para conservar la producción de siempre para que ésta permita el consumo de productos de calidad, para ellos, el mercado de los vinos es difícil de conquistar por ello mantener la calidad genera una buena imagen para el consumidor, sin embargo el mercado está en constante cambio y las necesidades del consumidor también, por ello la actitud conservadora que envuelve a la organización le ha limitado el desarrollo de nuevos productos, dejando a un lado la opción de explorar otro tipo de gustos.

1.2. Comportamiento organizacional

El comportamiento organizacional, es sin duda un factor importante debido a su orientación a cumplir los objetivos que la empresa ha planteado para su desarrollo a través de los colaboradores que la integran, el comportamiento organizacional o también conocido como CO, es definido como un campo de estudio que investiga el impacto que se genera a los individuos, grupos y estructura que pertenecen a una organización y lo que definen su comportamiento dentro de la misma (Robbins, 2004, p.8). El poder medir este impacto es lo que permite tener una visión sobre como los colaboradores pueden aportar al cumplimiento de objetivos.

Tras analizar la cultura de la bodega “José Marcos” es fácil identificar que a través del tipo de estructura que posee, sus colaboradores son leales a la organización y a sus objetivos. El mayor porcentaje de los colaboradores de la bodega pertenece a la zona por ello se desarrolló la cultura de

cooperación profesional tradicional, el tener una gran cantidad de colaboradores nativos de la zona tiene mucha influencia para la organización ya que ellos conocen los factores que pueden incidir en la producción.

La empresa ha ejecutado programas de desarrollo y formación para lograr que sus colaboradores sean versátiles y puedan aspirar a la rotación de puestos, por ende poseen estabilidad y mantienen gran cantidad de tiempo laborando en la bodega, la unificación de estos dos beneficios que ofrece la bodega “José Marcos” han desarrollado que cada persona que integra la organización tenga un alto grado de sentido de pertenencia.

A pesar del conocimiento total de la producción de vinos de los colaboradores de la bodega, es clara falta que existe de una estructura definida junto con la categorización de cada uno de las posiciones de la misma.

Los manuales de funciones constituyen una manera organizada y coherente de agrupar la información relevante registrada en los análisis ocupacionales a fin de establecer una descripción detallada del cargo y sus respectivas funciones, todo ellos con el propósito de mostrar a la gerencia la información necesaria para la toma de decisiones con respecto a mejoramiento de la organización. (González, 2006, p. 71)

Por ello es importante que cada posición tenga una identificación y se la pueda plasmar en el organigrama y así mantener un orden organizacional, a pesar de que es positivo que todos conozcan los procesos y procedimientos y que cualquier colaborador pueda ser capaz de ejercer otras actividades, el definir, desarrollar e implementar competencias y manuales de funciones es de gran importancia para orientar a la organización y sus integrantes a resultados comunes para el desarrollo de la bodega “José Marcos”.

1.3. Comunicación Organizacional

El desarrollo de la comunicación dentro de una organización es necesaria para lograr los objetivos comunes que tiene la misma, si en general la comunicación aporta a la sociedad la satisfacción de ser escuchado pensamientos, criterios y demás aspectos, dentro de una organización genera la satisfacción de sentir que son parte de la misma, es importante el conocimiento general de los sucesos y cambios sin importar el tamaño o tipo de empresa el arte de comunicar debe de implementarse y desarrollarse, siguiendo esta perspectiva.

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida. (Castro, 2014, p.5)

La bodega “José Marcos”, a pesar de su cultura si se desarrolla la comunicación aunque no se le da énfasis a la comunicación a su cliente interno sobre resultados de producción, estrategias y demás aspectos. La bodega posee una comunicación formal una característica muy peculiar de organizaciones con culturas tradicionales y esto se refleja en todos sus procedimientos y procesos, es importante mencionar que este tipo de comunicación – que maneja la bodega – es establecida por la propia empresa, es estructurada en función a la organización y de sus metas por ello suele ser controlada y sujeta a reglar (Castro, 2014, p. 6).

Uno de los aspectos que se puede mencionar con mayor importancia es que la bodega “José Marcos”, como he mencionado anteriormente tiene su principal enfoque a la imagen que tiene el consumidor de sus productos, es decir se desarrolla con mayor concentración la comunicación externa descuidando un poco la interna debido a la atención prestada en ofrecer productos de calidad.

2. DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

2.1. Personal

Dentro de la bodega “José Marcos” su personal debe de conocer los aspectos principales y relevantes como lo son la misión, visión, valores, etc., a pesar de que los colaboradores desarrollan un gran sentido de pertenencia dentro de la organización, conocer esta información les permitirá entender la razón de ser de la organización, logrando de esta manera ayudar a mantener la identidad a la que quieren llegar los directivos.

Es importante redefinir la estructura organizacional y con ello el desarrollo de manuales de funciones y perfiles de cargo para otorgarle a cada posición una identidad, y así, de esta manera socializarlo con todo el personal para que conozcan la importancia de su cargo dentro de la producción y la rentabilidad.

Se deberá realizar un diagnóstico de necesidades de la organización para definir planes de capacitación para los colaboradores no solo técnicamente como se lo ha venido realizando sino también para el desarrollo de competencias para aplicar de manera adecuada las promociones y ascensos, donde se pueda inclusive crear planes de sucesión a cargos superiores.

Si bien es importante enfatizar más la comunicación interna, la necesidad de la creación de una estrategia de comunicación es vital para su desarrollo, de esta manera aseguramos que todos quienes integran la bodega “José Marcos” puedan conocer todo lo que logra la misma, es necesario el alcance de todos los integrantes de la bodega por ello colocar carteleras informativas o puntos de información ayudaría a que todos en cualquier momento de la jornada laboral puedan obtener información actualizada sobre los diferentes cambios o demás información importante.

Es importante implementar mecanismos que permitan la inclusión del salario emocional o beneficios para los colaboradores, desarrollar planes de reconocimientos por el alcance de objetivos o por aumento de la producción y rentabilidad, como también la creación de planes de integración como celebrar los cumpleaños del mes y realizar actividades recreativas donde se pueda a más de integrarse salir un poco de lo rutinario, a su vez desarrollar estrategias de marketing interno donde los colaboradores puedan probar la calidad del producto que realizan y aportar a potencializar la imagen corporativa de los vinos que realizan.

2.2. Estructura

Como punto de partida se debe de rediseñar la estructura organizacional, creando un área de Desarrollo Humano, quienes serán los encargados de la implementación de la gestión por competencias y la atención al colaborador, estará compuesta por especialistas en selección, capacitación, desarrollo organizacional, comunicación corporativa, bienestar social y gestión salarial.

Es necesario el desarrollo de manuales de funciones y perfiles de cargo como lo he mencionado anteriormente esto permitiría la identidad a cada posición dentro de la bodega de esta manera se podría definir las actividades específicas de los integrantes de las áreas de la misma y de esta manera poder trabajar de manera especializada y concreta el desarrollo la empresa.

Finalmente tras el rediseño de la estructura se establecería las plazas que se requieren según las necesidades de cada área, específicamente una buena opción sería el análisis de la creación de cargos específicos en las áreas de Marketing y Calidad que generen la rentabilidad del negocio.

2.3. Procesos

En la bodega “José Marcos”, se debe rediseñar y crear nuevos procesos y procedimientos, implementar los procesos de mejora continua por medio del área de Calidad, permitiría que la bodega desarrolle nuevos productos según las necesidades del mercado, estas necesidades sería identificadas por medio del área de marketing y el departamento de mercadeo quienes darían el insumo de los diferentes tipos de consumidores y de posicionamiento de la marca, de esta manera se crearía un procedimiento que permita mantener actualizada a la bodega en innovación del productos y la mejora continua.

Por otro lado desarrollaría una estrategia de comunicación interna, para replicar la información mas importante con los colaboradores de esta manera lograría que ellos opinen y tenga la puerta abierta para propuestas que mejoren la productividad y el desarrollo de la empresa, implementaría medio comunicativos eficaces según las necesidades de la bodega y de esta manera lograr que la información llegue a todos los rincones de la organización.

Al crear el área de Desarrollo Humano, se debe desarrollar procesos en las diferentes funciones que cumplen los especialistas y de esta manera poder desarrollar o mejorar los procedimientos internos generales que beneficien a los directivos y a los colaboradores.

De manera general, determinaría a los directivos la importancia del desarrollo de la mejora continua manteniendo la producción tradicional, pero explorando nuevos consumidores con nuevos gustos y exigencias de esta manera generar mayor rentabilidad teniendo como base el aspecto tradicional pero en esta ocasión teniendo presente como parte eje importante el desarrollo organizacional.

3. IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

3.1. Responsables

El área de Calidad será encargada principalmente de la definición y actualización de los procesos y procedimientos actuales, así como también la implementación del proyecto de mejora continua el cual debe de ser presentado a las autoridades.

Posterior a la creación de los procedimientos y proceso de las diferentes áreas de la bodega “José Marcos”, se va a redefinir la estructura y los especialistas del área de Desarrollo Humano serán los encargados de desarrollar un organigrama actualizando definiendo las áreas con sus departamentos y a su vez se dará inicio al desarrollo de los manuales de funciones y perfiles de cargo. Por otra parte serán los encargados de la contratación de nuevos colaboradores en caso que las necesidades de la organización lo requieran

Por medio de un estudio interno realizado por Desarrollo Humano se determinará las necesidades que tienen los colaboradores y a su vez se determina el estado en el que se encuentra la comunicación interna a su vez se desarrollara una estrategia de comunicación para mantener informado a todos quienes integran la bodega “José Marcos”, a su vez la intervención del área de producción permitirá la generación de estrategias efectivas que aseguren el alcance de todo la organización.

El área de marketing será la encargada del realizar el estudio de mercado que permita verificar el posicionamiento de la marca y el tipo de consumidor que prefiere el producto, también será el encargado de verificar las nuevas necesidades y exigencias del consumidor, definiendo una escala de tipos de consumidores, a través de la creación de estrategias y con los procesos y asesoramientos del área de calidad se dará apertura a la mejora continua de los productos.

Para desarrollar la identidad externa del producto y el posicionamiento de la marca en el mercado, se desarrollara una socialización de los productos y de la característica tradicional del producto, y el área a cargo será Marketing con el soporte del resto de áreas y de toda la organización.

3.2. Recursos

El recurso principal será el humano, ya que muchos de los planes de mejoras están relacionados a las estrategias desarrolladas por los especialistas de cada área y al aporte innovador que puedan ofrecer.

A pesar de ello para la estrategia de comunicación y para el desarrollo de posicionamiento de la marca se necesitaran diferentes recursos materiales, en el caso de la estrategia de comunicación interna, se necesitará cartelera o puntos de informativos tecnológicos que permitan que los colaboradores conozcan los cambios y noticias de la bodega y para el desarrollo de posicionamiento de la marca se necesitara vallas publicitarias, volantes, centros de información y espacios para el desarrollo de eventos donde se pueda catar el productos.

Otros recursos externos que se utilizaría, serian organizaciones vecinas, espacios en centro comerciales y demás materiales de oficina para el estudio de mercado que se realizara. Como la calidad del producto es lo primordial, se establecerán un sistema de medición del control de calidad, el desarrollo de estos dispositivos será otro recurso a utilizar ya que esta información permitirá seguir desarrollando la mejora continua de la bodega “José Marcos”.

3.3. Metodología

Se utilizara tanto la metodología cuantitativa como cualitativa, para el control de calidad y estudio de mercado será cuantitativa ya que los resultados a

obtener son netamente relacionados a cifras y respuestas concretas, por ellos se utilizaran instrumentos como encuestas o sistemas establecidos con un límite de respuestas; por otro lado el instrumento cualitativo será utilizado más a nivel interno, en estudio del nivel de comunicación, ya que esta relacionado un poco a la sensibilización y conocimiento un poco más abierto de la problemática de comunicación.

Existen otros tipos de métodos como el desarrollo de eventos para el público externo donde se desarrolle ferias de para catar vinos o socializaciones de productos o campañas con diferentes nombres creativos que capten la atención del consumidor y sobre todo se maneje en altos estándares la marca del productos, para esto es esencial la presencia de los colaboradores quienes son los que conocer la producción en general.

A su vez de manera interna el desarrollo de integraciones de diferentes tipos que a más de integrar pueda lograr la generación de competencias positivas para la organización como el trabajo en equipo y además que genere espacios de pausas activas para evitar la carga laboral, de esta manera alimentamos el salario emocional manteniendo el sentido de pertenencia que tienen los colaboradores dentro de la bodega “José Marcos”, y de esta manera puedan ayudar a la implementación de la mejora continua.

4. CONCLUSIONES

El desarrollo organización influye en el desarrollo de su cultura, conforme el tiempo avanza es importante adaptar las necesidades del mercado a la cultura que se maneja dentro de una organización, a pesar de que un estilo de producción genere ingresos no quiere decir que desarrolle rentabilidad, es importante conforme el tiempo avanza actualizar los procesos y procedimientos que permitan no solo tener altos estándares calidad, sino que permita el desarrollo competitivo en el mercado.

Un cambio cultural no se desarrolla de la noche a la mañana es necesario establecer primero la parte central de una organización para a partir de ello desarrollar constantes proyectos de mejora continua, la comunicación interna es un elemento crucial para desarrollo de una organización, es importante que sus colaboradores puedan conocer sobre las diferentes noticias o sucesos de la organización y así poder dar referencias sobre la calidad con que se realiza la producción.

El enfoque tradicional podría generar un toque especial a la producción que realiza la bodega “José Marcos” pero a su vez es necesario desarrollar estrategias que les permita expandirse en el mercado y arriesgarse a probar nuevos consumidores manteniendo su particularidad tradicional, por ello es necesario reforzar el desarrollo de la marca y el estudio del mercado, si bien el negocio de vinos es difícil de conquistar es necesario convencer mediante ferias o eventos de catar vinos la calidad que se ofrece y que lo realmente importante para la empresa es brindar un producto de calidad para cada consumidor.

Finalmente, el implementar procesos de mejora continua le permitirá a la bodega mantener su estándar de calidad y mostrar al mercado la importancia de su marca, sin olvidar satisfacer las necesidades de quienes integran la bodega “José Marcos” a través de la definición de la identidad de sus posiciones y la actualización de su organización general generando un compromiso común de cumplir objetivos.

5. REFERENCIAS

- Castro, A. d. (2014). *Comunicación Organizacional, técnicas y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Colombia: McGraw-Hill.
- Garzón, M. (2005). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado* . Bogotá DC: Universidad del Rosario.
- González, Á. (2006). *Métodos de compensación basado en competencias*. Barranquilla: Uninorte.
- Méndez, C. (2001). *Reflexiones sobre teorías de la organización, cultura corporativa y tecnologías de gestión en la empresa colombiana*. Bogotá DC: Universidad del Rosario.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educations.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Robles Chica, Tatiana Mishelle**, con C.C: # **0931203558** autor/a del **componente práctico del examen complejo: La bodega “José Marcos S.A.”, su desarrollo e implementación de mejora continua** 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, **20 de febrero de 2017**

f. _____

Nombre: **Robles Chica, Tatiana Mishelle**

C.C: **0931203558**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	La bodega "José Marcos S.A.", su desarrollo e implementación de mejora continua.		
AUTOR(ES)	Tatiana Mishelle, Robles Chica		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Mgs. Alexandra Patricia, Galarza Colamarco		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Filosofía, letras y ciencias de la educación		
CARRERA:	Psicología Organizacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Psicología Organizacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de febrero de 2017	No. DE PÁGINAS:	23
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comportamiento Organizacional, Cultura Organizacional y Comunicación Organizacional		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Cultura organizacional, comunicación organizacional, estructura organizacional, imagen e identidad corporativa, calidad y mejora continua, cambio organizacional.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>En el desarrollo de este trabajo se analiza la cultura, estructura y comunicación de la Bodega "José Marcos S.A.", bodega encargada de la elaboración tradicional de vino, cuyo estándar de calidad es muy alto por ello se mantiene la receta aprendida por los vinateros españoles.</p> <p>A su vez el análisis de la imagen, identidad, productos y clientes de esta bodega son la base del desarrollo del presente trabajo, ya que entendemos estos parámetros como parte fundamental para la cultura que maneja la Bodega "José Marcos S.A."</p> <p>Se entiende que tanto la imagen como la identidad de una organización son importantes para la cultura organizacional, por lo que para cumplir con la finalidad del estudio se desarrollará estrategias de comunicación para fortalecer y mantener la productividad de la organización, este diagnóstico está fundamentado en teorías de diferentes autores que permiten el análisis de las problemáticas y a través de éstas se desarrollaran las estrategias y metodologías basadas en hechos científicos para mejorar la rentabilidad de la bodega integrando a los sistemas y procesos para cumplir con el objetivo principal de mantener la calidad del vino para el mercado.</p> <p>Las estrategias definen el éxito de las organizaciones, pero deben de desarrollarse en conjunto a los procesos y metodologías adecuados, por ello es necesario determinar los recursos y responsables que aporten eficazmente en la mejora continua de la organización desarrollando las habilidades y competencias de los colaboradores de la misma.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 982206682	E-mail: tatymirob93@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Bonilla Morán Luis Antonio, Mgs.		
	Teléfono: +593 989547842		
	E-mail: bonillamorán@hotmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			