



**Nombre de alumno: HAGUIN CUAMATZI  
ALVARADO**

**Nombre del profesor: MYREILLE ERENDIRA  
RODRIGUEZ**

**Nombre del trabajo: ENSAYO**

**Materia: ESTRUCTURAS ORG.**

**Grado: 3RO**

**Grupo: A**

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 24 de julio de 2020.

## CULTURA ORGANIZACIONAL Y VALORES ETICOS.

ENTENDEMOS COMO CULTURA ORGANIZACIONAL AQUELLAS NORMAS Y VALORES POR LOS QUE SE RIGE UNA EMPRESA. UNOS PRINCIPIOS RELACIONADOS CON LA ESTRUCTURA DE LA COMPAÑÍA, CON LOS MÉTODOS DE DESEMPEÑO DEL TRABAJO, Y HASTA EL MODO EN QUE SE RELACIONA LA PLANTILLA. Y SU IMPORTANCIA SE DEFINE EN DOS ÁMBITOS DE ACTUACIÓN: EL INTERNO Y EL EXTERNO. ESTE PRIMERO TIENE QUE VER CON CÓMO SE RELACIONA LA EMPRESA CON SUS TRABAJADORES, CON LAS RELACIONES INTERNAS, LAS POLÍTICAS DE BIENESTAR, EL CLIMA LABORAL DE LA OFICINA, ETCÉTERA. Y SUS COMPONENTES SON BASICOS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA. ESTOS SON:

- LAS NORMAS ORGANIZACIONALES
- ESTRUCTURA DE PODER O TIPO DE LIDERAZGO
- LAS RELACIONES DE LA PLANTILLA
- LOS VALORES DE LA EMPRESA

SUS NORMAS ORGANIZACIONALES ESTBLECEN PAUTAS NORMATIVAS Y PRINCIPIOS DE LA EMPRESA EN RELACIÓN A DIFERENTES ASPECTOS. POR EJEMPLO, LAS NORMAS –O REGULACIÓN– PUEDEN REFERIRSE A:

- SALARIO
- CODIGO DE CONDUCTA
- PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS
- MISION Y VISION

## CULTURA ORGANIZACIONAL

LA CULTURA ORGANIZACIONAL ES TODO EL ENTORNO QUE RODEA A UN PUESTO DE TRABAJO, ES LA MANERA QUE TIENE CADA EMPRESA DE ORGANIZARSE INTERNAMENTE Y LOS TRABAJADORES DEBEN ADAPTARSE A ELLA PARA ENCAJAR DENTRO DE UNA COMPAÑÍA.

NO SE TRATA DE NORMAS QUE DICTE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA SINO DE HÁBITOS Y FORMAS DE HACER COMUNES A TODOS LOS TRABAJADORES QUE SE CONSIDERAN COMO ACEPTADOS Y QUE DE UNA FORMA U OTRA TODOS LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN HAN ADOPTADO.

ALGUNOS DE LOS ÁMBITOS DONDE SE PUEDE PONER DE MANIFIESTO LA CULTURA PROPIA DE UNA EMPRESA PUEDEN SER EL GRADO DE RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL DE CADA TRABAJADOR, LA TOLERANCIA AL RIESGO, EL CONTROL DE LOS TRABAJADORES, EL SISTEMA DE INCENTIVOS, LA TOLERANCIA AL CONFLICTO O EL MODELO DE COMUNICACIÓN.

## DISEÑO ORGANIZACIONAL

EL DISEÑO ORGANIZACIONAL ES EL PROCESO DE ELEGIR UNA ESTRUCTURA DE TAREAS, RESPONSABILIDADES Y RELACIONES DE AUTORIDAD DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES. SE PUEDEN REPRESENTAR LAS CONEXIONES ENTRE VARIAS DIVISIONES O DEPARTAMENTOS DE UNA ORGANIZACIÓN E UN ORGANIGRAMA.

UN ORGANIGRAMA ES UNA REPRESENTACIÓN DE LA ESTRUCTURA INTERNA DE UNA ORGANIZACIÓN, DONDE SE INDICA LA FORMA EN QUE SE INTERRELACIONAN DIVERSAS TAREAS O FUNCIONES. LAS DECISIONES DE DISEÑO ORGANIZACIONAL CON FRECUENCIA SE RELACIONAN CON EL DIAGNÓSTICO DE MÚLTIPLES FACTORES, ENTRE ELLOS LA CULTURA, EL PODER, LOS COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS Y EL DISEÑO DE LOS PUESTOS DE UNA ORGANIZACIÓN. EL DISEÑO ORGANIZACIONAL REPRESENTA LOS RESULTADOS DE UN PROCESO DE TOMA DE DECISIONES QUE INCLUYE FUERZAS AMBIENTALES, FACTORES TECNOLÓGICOS Y ELECCIONES ESTRATÉGICAS. ESPECÍFICAMENTE, DEBE:

- FACILITAR EL FLUJO DE INFORMACIÓN Y DE TOMA DE DECISIONES PARA SATISFACER LAS DEMANDAS DE LOS CLIENTES, PROVEEDORES Y DEPENDENCIA REGULADORAS.

- DEFINIR CON CLARIDAD LA AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DE TRABAJOS, EQUIPOS, DEPARTAMENTOS Y DIVISIONES
- CREAR LOS NIVELES DE INTEGRACIÓN (COORDINACIÓN) DESEADOS ENTRE TRABAJOS, EQUIPOS, DEPARTAMENTOS Y DIVISIONES CONSTRUYENDO PROCEDIMIENTOS PARA UNA RÁPIDA RESPUESTA A CAMBIOS EN EL AMBIENTE.

## LOS VALORES ETICOS EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

LA SIGNIFICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) O EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE (RSE) HA PASADO DE SER UN CONCEPTO ABSTRACTO Y MAL ENTENDIDO, A SER UN APELLIDO QUE OTORGA PRESTIGIO A LAS EMPRESAS QUE DECIDEN ADOPTARLO. LAS EMPRESAS HAN ADOPTADO Y ADAPTADO ESTA CONCEPCIÓN CON EL OBJETIVO DE SEGUIR LUCRÁNDOSE CON SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES, PERO POSEYENDO UN ARGUMENTO PERFECTO PARA VENDERSE ANTE UNA SOCIEDAD CADA VEZ MEJOR EDUCADA EN TEMAS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES: SER SOCIALMENTE RESPONSABLE O, LO QUE ES LO MISMO, BUENA CON EL ENTORNO MÁS PRÓXIMO QUE LE RODEA Y EN EL QUE CRECE. SE PUEDE AFIRMAR QUE UNA EMPRESA ES SOCIALMENTE RESPONSABLE CUANDO SU MODELO DE ACTUACIÓN PROMUEVE EL DESARROLLO DE PRÁCTICAS TRANSPARENTES EN EL FORO INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA, MARCO DE ACTUACIÓN QUE NO SOLO SE LIMITA AL ÁREA DE CONFORT DE LA ORGANIZACIÓN SINO A UN SABER HACER ÉTICO. LOS CÓDIGOS ÉTICOS Y CORPORATIVOS DEBEN SER ACCESIBLES Y COMUNICADOS CORRECTAMENTE ANTE TODOS LOS PÚBLICOS DE UNA EMPRESA. EL OBJETIVO DE ESTE ESTUDIO SE CENTRA EN ANALIZAR LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE LA ÉTICA Y LA RSC, YA QUE AMBAS DEBEN SER INSEPARABLES EN LA CONSTRUCCIÓN DEL EJE TRANSVERSAL QUE RECORRE LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL. SE DESARROLLA UNA METODOLOGÍA DE TIPO CUALITATIVO, JUSTIFICADO POR EL ENFOQUE CONCEPTUAL-TEÓRICO DESDE EL PUNTO DE VISTA SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICO DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO.

## VALORES ETICOS EN LAS ORGANIZACIONES

LA CULTURA ÉTICA EMPRESARIAL ES UN SISTEMA DE PRINCIPIOS Y NORMAS QUE APUNTAN A BUSCAR UN EQUILIBRIO JUSTO ENTRE TODAS LAS PARTES QUE FORMAN UNA ORGANIZACIÓN. ESTOS VALORES SUPONEN EL RESPETO DE LOS DERECHOS A TRAVÉS DE UN CÓDIGO DE ÉTICA QUE SIRVE PARA FOMENTAR EL BUEN AMBIENTE LABORAL Y COMBATIR LA CORRUPCIÓN, EL MALTRATO Y LA DIFAMACIÓN. LAS EMPRESAS QUE NO TIENEN UNA CULTURA ÉTICA SUELEN FRACASAR, DECEPCIONANDO TANTO A CLIENTES COMO A TRABAJADORES. HAY DIFERENTES ENFOQUES QUE PUEDEN TOMARSE EN LAS ORGANIZACIONES PARA DEMOSTRAR UNA ÓPTIMA CULTURA ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL, COMO LA INTOLERANCIA A LA DISCRIMINACIÓN; EL FOMENTO DEL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE; Y UNA POLÍTICA DE TOLERANCIA Y RESPETO ENTRE LOS PROFESIONALES. PARA LOGRAR UNA CULTURA ÉTICA EMPRESARIAL SATISFACTORIA LAS AUTORIDADES DE CADA ORGANIZACIÓN DEBEN DEFINIR ESTRATEGIAS Y CÓDIGOS PARA FOMENTARLA. HAY ALGUNOS LIBROS MUY ÚTILES PARA ENTENDER MÁS SOBRE ESTE TIPO DE CULTURA Y SU CONSTRUCCIÓN. LA OBRA “ÉTICA DE LA EMPRESA” ES UNA PERFECTA HERRAMIENTA PARA ENTENDER LA ÉTICA APLICADA AL MUNDO EMPRESARIAL EN LA SOCIEDAD ACTUAL. CONSIDERANDO QUE LAS EMPRESAS SON UNA MICRO MUESTRA DE LA SOCIEDAD, LA ÉTICA EMPRESARIAL DEBE CONSTRUIRSE A PARTIR DE VALORES ÉTICOS FUNDAMENTALES, QUE FOMENTEN LA REPUTACIÓN E IMAGEN ORGANIZACIONAL, PERO TAMBIÉN LA CONVIVENCIA PACÍFICA Y PRODUCTIVA.

## INNOVACION Y CAMBIO

LOS TÉRMINOS DE INNOVACIÓN Y CAMBIO SE HAN CONVERTIDO EN PALABRAS DE MODA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, APUNTANDO LA NECESIDAD DE RESPONDER A LA COMPETENCIA SIENDO MÁS INNOVADORES. SON TÉRMINOS ESTRECHAMENTE RELACIONADOS, Y ES DIFÍCIL, LA DISTINCIÓN ENTRE ELLOS. CAMBIAR ES “CONVERTIR O MUDAR ALGO EN OTRA COSA”. INNOVAR SUPONE ASIMISMO “MUDAR O ALTERAR ALGO, INTRODUCIENDO NOVEDADES”.

