



**Nombre de alumnos: Leyver Alexis
Perez Ramirez**

**Nombre del profesor: MYREILLE
Eréndira Rodríguez**

Nombre del trabajo: ensayo

Materia: estructuras organizacionales

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 3er cuatrimestre

Grupo: A

Ensayo

Unidad 4

Cultura organizacional y valores éticos

La cultura de una organización no está presente desde su inicio, sino que se forma gradualmente, y se consolida con la coherencia y la consistencia entre lo que dicen y hacen sus miembros. Esta es una condición indispensable para que la cultura pueda transmitirse a los nuevos integrantes y preservar los principios. Pero para poder transmitir un valor hay que profesarlo y ponerlo en práctica. Los valores organizacionales son creencias y principios referidos a actividades propias de una organización, cuyo objetivo principal es conseguir el bienestar de todos los miembros de una institución. Las organizaciones establecen valores a través de la visión y misión, haciendo que éstos se sientan comprometidos con la misma, con el fin de lograr en ellos un sentido de pertenencia. De esta manera, los valores organizacionales son aspectos primordiales del funcionamiento de la misma, donde la ética empresarial representa la formación esencial que facilita el fortalecimiento de la honestidad, responsabilidad, lealtad, compromiso hacia el trabajo, entre otros. Otra de las fundamentaciones sobre valores organizacionales referida que los valores, son referencias que las personas sienten o consideran justificables, bien sea moralmente a través del razonamiento o por juicios estéticos. A su vez, acota que los valores en las organizaciones permiten evaluar la consistencia en las preferencias manifestadas por los empleados, tomando como referencia la misión de la empresa.

Un poderoso reflejo de la cultura es la forma en que está diseñada la organización. La forma en que las personas y los departamentos están colocados en un todo y el grado de flexibilidad y autonomía que tienen las personas, dice mucho acerca de cuáles son los valores culturales en los que hace hincapié la organización. Una

organización interesada en servir a clientes específicos en el entorno externo, pero sin necesidad de un cambio rápido, es adecuada para una cultura de misión. La cultura de misión se caracteriza por un énfasis en una visión clara del propósito y en el logro de las metas, como crecimiento de ventas, rentabilidad o participación de mercado, para ayudar a lograr el propósito. Los empleados en lo individual pueden ser responsables de un nivel específico de desempeño y, a cambio de eso, la organización promete recompensas específicas. Los gerentes modelan el comportamiento imaginándose y comunicando un estado futuro deseado para la organización. Debido a que el entorno es estable, pueden traducir la visión a metas mensurables y evaluar el desempeño de los empleados para cumplirlas. En algunos casos, la cultura de misión refleja un alto nivel de competitividad y una orientación a ganar utilidades. El profesionalismo, la ambición y el entusiasmo son valores clave. Los gerentes mantienen a los empleados enfocados en el logro de altos niveles de ventas y utilidades y quienes cumplen con las exigentes metas reciben una buena recompensa. Los bonos y las promociones se basan en el desempeño, no en la antigüedad, y los altos directivos no se disculpan por darles un trato preferencial a quienes obtienen grandes logros. Los valores finales están asociados a la visión (hacia dónde van las personas) y la misión (razón de ser o para qué). Además, son esenciales para dar sentido y cohesionar el esfuerzo de hacia dónde va la empresa a largo plazo y hacer referencia al tipo de organización que se quiere llegar a ser, la dimensión a alcanzar y la diferenciación que se pretende asumir. De hecho, los valores integrados en la visión definen las elecciones estratégicas esenciales de la organización. Mientras que los valores integrados con la misión, se enfocan en dos vertientes: una económica y otra social; donde. La primera hace referencia a la necesidad crítica de ser rentable y la segunda, a aspectos inespecíficos de toda empresa como es generar empleo y desarrollar profesiones; y aspectos específicos según el sector de la actividad: enseñar, transportar, satisfacer necesidades de estatus, asegurar, entre otros. Los valores finales, se expresan de manera personal y ético-social.

Bibliografía básica y complementaria: • Daft Richard. (2014). Teoría y diseño organizacional. Cengage Learning • Munch galindo, Lourdes (2012). Organización y diseño de estructuras organizacionales de alto rendimiento. Trillas • Rodríguez Valencia Joaquín (2011). Reorganización de la empresa. El cambio en la estructura organizacional. Trillas