



CUADRO SINOPTICO: “CULTURA DE EMPRESA”

ALUMNO: EDUARDO ENRIQUE ARREOLA JIMENEZ

ASIGNATURA: TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN

ASESOR: DR. GERARDO GARDUÑO ORTEGA

UDS: UNIVERSIDAD DEL SURESTE

TAPACHULA, CHIAPAS. OCTUBRE 01, 2020.

CULTURA DE EMPRESA

I. Importancia de la cultura para las organizaciones

- Interés renovado { La cultura de la organización inicia en los 80's { -Max Weber
-Escuela de relaciones humanas
- Factores empresariales {
 - a. Éxito empresas japonesas a nivel internacional { -Honda -Sony -Canon -Toyota -Komatsu
 - b. Incertidumbre competitivo { Reflexión de identidad corporativa
 - c. Nuevas organizaciones con gran éxito cultural { Hewlett-Packard The Body Shop Mondragón Corporación
- Factores socio-políticos {
 - La crisis del estado de bienestar
 - Tendencia del éxito personal (calidad de vida)

2. 3 perspectivas de estudio.

- 1- Enfoque ecológico { El entorno socio-cultural { -Distancia de poder. -Aversión al riesgo. -Actitud de género
-Individualismo frente a colectivismo
- 2- Enfoque institucional { La cultura de los líderes { -Valores { -Personalidad
-Actitudes { -Liderazgo
-Misión
- 3- Enfoque interpretativo { La perspectiva de los empleados { Proceso de socialización {
 - Primario { Cultura que ya poseen los trabajadores
 - Secundario { Conocimientos, habilidades, motivación personal
 - Cultura de la organización { Nueva socialización

3. Creencias, valores y afectos.

- 1- Creencias básicas {
 - Carácter general e intangible
 - Creencias del entorno cultural
 - Supuestos científicos y religiosos
 - Miembros de una organización
- 2- Valores conscientes { La importancia de la empresa { -Principios { Valores de identidad corporativa (artefactos visibles) {
 - Cultura
 - Compromiso
 - Patrones
 - Costumbres
 - Modos de hacer
- 3- Normas sociales {
 - Valores
 - Creencias básicas {
 - a) Normas institucionalizadas
 - b) Narraciones
 - c) Acciones
 - d) Objetos

4. Funciones de la cultura.

- Dimensión simbólica: fuentes de sentido { Realidad y sentido de lo que se hace { Provecho (utilidad) { Empleados: mejor salario con mínimo esfuerzo. Directivos: incrementan rentabilidad (accionistas) {
 - a) Valores
 - b) Costumbres
 - c) Objetivos
 - d) Modelos
- Dimensión instrumental: tipos culturales { Motivación e identidad de sus miembros { Variables de la estrategia de la cultura {
 - Culturas: emprendedor, de misión, de clan, burocráticas
 - Innovación de riesgos, atención al detalle, orientación a resultado y no proceso, orientación a equipo y no individuo, energía, espíritu conservador.
- Dimensión estabilizadora {
 - Cultura compartida: Dirección-empleado { Evitar: repetir norma, procedimientos
 - Desequilibrio por dirección al exceder compromiso de contrato {
 - Dominación por parte de Dirección
 - Contracultura a la cultura oficial de la empresa

Bibliografía:

Lucas Marín, Antonio; García Ruíz, Pablo; Llano Aristizábal, Sergio. **Sociología de las Organizaciones.** Influencia de las Tecnologías de la Informática y la Comunicación. Colección Biblioteca de Ciencias de la Comunicación. Editorial Fragua. Madrid. 2013.