

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



(Seminario de graduación para optar al título de licenciado en Administración de Empresas)

TEMA: ORGANIZACIÓN
SUB TEMA: LOS VALORES ORGANIZACIONALES

Autores:

Br. Melvin David Duartez Tenorio

Br. Hugo Enrique Manzanarez Martínez

Tutora:

Msc. Ana María Sánchez Morraz

Managua – Nicaragua, Noviembre de 2015

INDICE

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento	ii
Valoración docente	iii
Resumen	iv
Introducción	1
Justificación	3
Objetivos.....	4
CAPITULO UNO: GENERALIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	5
1.1 Concepto de organización	5
1.2. Importancia de la organización	7
1.3. Características de la organización	8
1.4. Tipos de organización.....	9
CAPITULO DOS: GENERALIDADES DE LOS VALORES	13
2.1. Concepto de los valores	13
2.2. Características de los valores.....	14
2.3. Clasificación de los valores	16
2.4 Importancia de los valores	18
CAPITULO TRES: LOS VALORES ORGANIZACIONALES.....	20
3.1 Concepto de los valores de la empresa.....	20
3.2 Importancia de los valores en la empresa.....	21
3.3 Valores de la empresa.....	22
3.3.1 Humildad.....	23
3.3.2 Honestidad.....	25
3.3.3 La justicia	27
3.3.4 La responsabilidad	29
3.3.5 La comunicación	30
3.3.6 El entusiasmo	33
3.3.7 El liderazgo	35
3.3.8 Trabajo en equipo	38

3.4 Aporte de los valores a las organizaciones	41
3.5 Valores que influyen en la productividad de la empresa.....	43
CAPITULO CUATRO: LOS VALORES Y LA ÉTICA EMPRESARIAL.....	46
4.1 Concepto de ética empresarial	46
4.2 Importancia de la ética empresarial.....	48
4.3 Valores éticos indispensables para la práctica profesional	49
4.4 Valores a fomentar dentro de las empresas.....	50
4.5 El código de ética.....	52
4.5.1 Definición de código de ética.....	52
4.5.2 Objetivos del código de ética.....	53
4.6 La formación de los colaboradores en valores	54
4.7 Como se practican los valores en una organización	56
4.8 Los valores y su relación con la ética organizacional	56
CAPITULO CINCO: LOS VALORES Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL	58
5.1 Concepto de cultura organizacional	58
5.2 Elementos de la cultura organizacional	60
5.3 Características de la cultura organizacional	61
5.4 Importancia de la cultura organizacional.....	63
5.5 Tipos de culturas organizacionales	64
5.6 Formación de la cultura organizacional	65
5.7 Los valores y su influencia en la cultura organizacional	66
5.8 Influencia de la cultura en la organización	67
Conclusiones	
Bibliografía	

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico primeramente a Dios por haberme permitido culminarlo y lograr un éxito más en mi vida.

A mis padres José Esteban Duarte y Justa Pastora Tenorio que fueron pilar fundamental a lo largo de la culminación de mis estudios.

A mis hermanos Gerson Rafael Moreno Duarte y Hazel Karelia Moreno Duarte a mi sobrino Johan Jared Moreno por el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de la culminación de mi carrera.

Melvin Duartez

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la oportunidad y sabiduría de culminar mi carrera, siendo una meta importante en mi vida.

A mis padres Petrona Martínez y Félix Manzanarez por el apoyo y esfuerzo incondicional que me han brindado a lo largo de todo este proceso y de mi vida.

A mis hermanos Bermang Manzanarez, Sandra Manzanarez, Norlan Manzanarez y Margarita Manzanarez por su apoyo brindado en la culminación de mis estudios.

Hugo Manzanarez

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos la sabiduría y perseverancia en este proceso de formación y en nuestra vida, siendo indispensable para culminar con nuestros estudios.

A los docentes que colaboraron en nuestra enseñanza educativa, que nos brindaron los conocimientos y herramientas necesarias que nos ayudaron en nuestra formación como persona.

Melvin Duartez

Hugo Manzanarez



VALORACION DOCENTE

En cumplimiento del Artículo ocho de la Normativa para las Modalidades de Graduación como Formas de Culminación de los Estudios, plan 1999, aprobado por el Consejo Universitario el 15 de agosto del 2003 y que literalmente dice:

“El docente realizará evaluaciones sistemáticas tomando en cuenta participación, los informes escritos y los aportes de los estudiantes. Esta evaluación tendrá un valor del 50% de la nota final.”

La suscrita Docente de Seminario de Graduación sobre el Tema General: ORGANIZACIÓN, hace constar que el Bachiller: Melvin David Duartez Tenorio, carné No. 11-20140-1 y Hugo Enrique Manzanarez Martínez, carné No. 09-20329-1, han culminado satisfactoriamente su trabajo sobre el sub-tema titulado: “Los Valores Organizacionales” obteniendo ambos bachilleres la calificación de 50 puntos.

Sin más a que hacer referencia, firmo la presente a los veintiocho días del mes de Noviembre del año dos mil quince.

Atentamente,

*Msc. Ana María Sánchez Morraz
Tutora
Seminario de Graduación*

RESUMEN

En la presente investigación documental sobre valores organizacionales se abordan diferentes aspectos, en el que se resalta la importancia que tienen estos, para las empresas, dado que son pilares fundamentales para el desarrollo de los individuos y las organizaciones. También se presenta una lista de valores que comúnmente practican estas, tales como la responsabilidad, la justicia, honestidad, trabajo en equipo, entusiasmo entre otros. Dentro de la misma, ha sido interesante presentar la influencia que tienen los valores, para el desarrollo de las organizaciones tanto en la productividad como en la calidad. Finalmente se abordan los valores vistos desde la ética y la cultura organizacional.

El propósito de esta investigación, es que sirva de precedente para futuras investigaciones relacionadas a este tema, sirviendo de punto de referencia para la reflexión y el debate de estudiantes, profesionales e investigadores.

La realización de esta investigación se elaboró apegada a las técnicas de investigación documental, con las cuales se desarrollaron diversas etapas, que permitieron cumplir con los objetivos de la investigación. En un primer momento se realizó la ubicación de la información referente al tema, para ello se visitaron distintas fuentes, tales como centros de documentación y vistas a páginas web. Este paso fue importante para elaborar el esquema de trabajo y finalmente se realizó la recolección y análisis de la información.

INTRODUCCION

El tema de los valores es un aspecto que hoy en día es de suma importancia para la sociedad y las organizaciones. Para el individuo porque le ayuda en la formación moral y a entender sobre lo que es bueno o malo en su forma de proceder antes las diferentes situaciones en la vida de cada persona.

Para las organizaciones la práctica de valores, es imprescindible para el buen desempeño de su fuerza laboral, con ellos se obtienen beneficios tales como la confianza, productividad y éxito en los resultados a nivel individual y colectivo.

El propósito del presente trabajo investigativo es analizar la incidencia de los valores organizacionales, destacando la importancia y aporte a las organizaciones. Al ser aplicados por los miembros de una organización tienen un impacto positivo en estas, dado que favorecen un mejor desempeño en sus tareas.

Para el desarrollo de esta investigación documental fue necesario, la aplicación de una serie de pasos que garantizaron el logro de los objetivos planteados. Se trabajó con distintas técnicas de investigación documental tales como elaboración de fichas de contenido, fichas bibliográficas y aplicación de normas APA.

Inicialmente se realizó la ubicación de la información referente al tema, para ello se visitaron distintas fuentes, tales como centros de documentación, vistas a páginas web. Este paso fue importante para elaborar el esquema de trabajo y finalmente se realizó la recolección de la información así como el análisis de la misma.

El documento está estructurado en cinco capítulos, los cuales se enmarcan dentro del tema principal de estudio los valores organizacionales. El primer capítulo describe aspectos generales de la organización, tales como el concepto, la importancia, características y tipos de organización, todos extraídos de diferentes fuentes.

En segundo capítulo, corresponde a las generalidades de los valores. En este se definirá el término de valores, se presentaran sus características, su jerarquía así como la importancia que tienen para el individuo y la sociedad en general.

En el capítulo tres, corresponde a los valores organizacionales. En este, se define que son los valores organizacionales, su importancia para las empresas, además se presentaran los tipos de valores de importancia para las empresas, también se indicará los aportes que realizan los valores a las organizaciones y por último se presentaran algunos valores que tienen un impacto positivo en la productividad de la empresa.

El capítulo cuatro corresponde a los valores y la ética. En este, se define el concepto de ética empresarial, su importancia, los tipos de valores éticos indispensables para la práctica profesional, los valores a fomentar dentro de la empresa, el concepto de código de ética y sus objetivos.

El quinto capítulo corresponde a los valores y la cultura organizacional. En este, se define el término cultura organizacional, se presentan los elementos y las características de la cultura organizacional, así como la importancia de esta, y por último se determina la influencia que tiene la cultura en la organización, aspecto relevante para el interés general.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo permite valorar y comprender la importancia que tienen los valores dentro de las organizaciones, dado que su aplicación será fundamental para el desarrollo de toda organización.

Esta investigación servirá de precedente para futuras investigaciones relacionadas a este tema, en el campo universitario, siendo el primer trabajo investigativo de este tipo para la universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Además, esto da pauta para la reflexión, valoración sobre la importancia que tienen los valores organizacionales, que deben ser considerados por el profesional administrador para el logro de un mejor desempeño.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar los valores de la organización y su incidencia en la ciencia administrativa

Objetivos específicos

1. Presentar los aspectos teóricos de la organización a través del estudio documental y su importancia en la teoría administrativa
2. Determinar los aspectos generales sobre los valores y su importancia para el individuo y la sociedad.
3. Identificar los valores organizacionales de importancia para la empresa.
4. Determinar la relación entre valores y ética empresarial a través de la teoría para conocer su aplicación a las organizaciones
5. Determinar la influencia que tiene los valores en la cultura organizacional

CAPITULO UNO: GENERALIDADES DE LA ORGANIZACIÓN

Las organizaciones son tan antiguas como el hombre, a través del tiempo las personas se han unido unas a otras para alcanzar sus objetivos, primero en familia y después en tribus y en unidades políticas más complejas.

1.1 Concepto de organización

La palabra organización proviene del griego *órganon* que significa Instrumento, además se puede entender el término, desde dos puntos de vista, uno como entidad o grupo social y otra que hace alusión a la organización como un proceso, es decir como parte integrante del proceso administrativo.

Se hará más énfasis del término de organización, desde el punto de vista de proceso. Como función administrativa, la organización hace referencia al proceso que da lugar a la ordenación, implementación y puesta en operación de una unidad social sea esta de producción o servicio etc. También hace énfasis a un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Como entidad social la organización se entiende como un grupo de persona que persiguen objetivos específicos.

Se define a la organización desde el punto de vista de entidad social como:

Robbins y Coulter (2010) señala que “la organización es un deliberado de personas para llevar a cabo un propósito específico” (p. 24).

Desde el enfoque de entidad social, la organización persiguen múltiples fines y objetivos, atender la satisfacción de las necesidades básicas de la sociedad. Por lo tanto la organización social, esta formada por individuos, constan con la presencia de uno o más centros de poder que controlan los esfuerzos concordados de la organización y la dirigen hacia sus fines predeterminados, tienen tamaño, el cual está dado por un número de individuos que la integran.

La organización como proceso se define de la siguiente manera:

Según Espinoza (2005) "la organización, es la acción y el efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin concreto" (p. 448).

Chiavenato (2009) señala que "una organización es un conjunto de personas que actúan juntas y dividen las actividades en forma adecuada para alcanzar un propósito específico" (p. 24).

La organización como proceso es coordinar actividades haciendo uso de diversos medios y factores para alcanzar un propósito específico. También se refiere a estructurar lo planeado y llevarlo a la práctica de manera que las metas y objetivos fijados se lleven a cabo. Por tanto todas las actividades y recursos de la empresa, deben de coordinarse racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia, estableciendo una estructura de la organización necesaria para delegar responsabilidades, establecer jerarquía y agrupación de actividades con el fin de poder simplificar las funciones de las organizaciones o empresas.

Koontz y Weihrich (1998), menciona que la organización consiste en:

1. La identificación y clasificación de las actividades requeridas
2. La agrupación de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos.

3. La asignación de cada grupo de actividades a un administrador dotado de la autoridad (delegación) necesaria para supervisarlos.
4. La estipulación de coordinación horizontal (en un mismo o nivel organizacional) y vertical (entre las oficinas generales, una división, y un departamento por ejemplo) en la estructura organizacional (p. 246).

Dentro del proceso de organización es necesario primeramente identificar y clasificar las actividades, las cuales parten de la planificación, la agrupación de estas actividades posteriormente permite crear las áreas funcionales de la organización que conllevan a un mejor funcionamiento y el logro de los objetivos de la misma. Así mismo, cada grupo de actividades será supervisado por un líder. La organización requiere constantemente tomar en cuenta los elementos humanos y materiales que se pueda disponer para el buen funcionamiento de las diversas áreas funcionales de la empresa.

1.2. Importancia de la organización

El propósito de la organización es simplificar el trabajo, coordinar, optimizar recursos y funciones o sea hacer que todo resulte sencillo para quienes trabajan en la empresa. La eficacia de una empresa depende de su capacidad de ordenar los recursos para lograr las metas, cuando más integrado y coordinado este el trabajo de una organización, será más eficaz.

Para Anayeli (2009), los fundamentos básicos que demuestran la importancia de la organización como proceso son:

1. Es de carácter continuo; jamás se puede decir que ha terminado, dado que las empresas y sus recursos están sujetos a cambios constantes, en los que obviamente reanuda a la necesidad de efectuar cambios en la organización.

2. Es un medio a través del cual se establece la mejor manera de lograr los objetivos del grupo social.
3. Suministra los métodos para que pueda desempeñar las actividades eficientemente con un mínimo de esfuerzo.
4. Evita la lentitud e ineficiencia en las actividades, y reduciendo los costos e incrementado la productividad.
5. Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y actividades (p. 1).

La importancia de la organización se establece como un proceso permanente, que no se termina y que constantemente están sometidos a cambios. Como instrumento nos proporciona las técnicas, métodos y procedimientos para lograr un desempeño eficiente, lo cual conlleva al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Así mismo debe de existir una estructuración de cada uno de los elementos (tecnológicos, materiales, humanos y financieros) para que el proceso de organización sea desarrollado de manera satisfactoria.

1.3. Características de la organización

Para que las compañías logren un éxito a largo plazo, deben crear y mantener ambientes saludables en los lugares de trabajo. Las organizaciones que comprenden que se requiere un esfuerzo colaborativo para competir en su segmento de mercado y producir ganancias continuas, tienen ciertas características incorporadas a su cultura organizacional.

Johnson (2003), reitera que las características que posee la organización son:

1. Compartir objetivos en forma efectiva
2. Trabajo en equipo
3. Ofrecer oportunidades de entrenamiento
4. Liderazgo

5. Manejar el bajo rendimiento
6. Adaptación a oportunidades y cambios
7. Estructura claramente definida (p. 1).

Compartir los objetivos entre los miembros dentro de la organización es fundamental para el buen desempeño de cada una de las actividades. Tanto los gerentes como los empleados les permite comprender los fines de la organización y de esta forma dedicar esfuerzo para lograrlo.

El desarrollo de trabajo en equipo tiene el compromiso de ser efectivo trabajando juntos (colaboradores), así mismo aumenta la creatividad y mejora la aptitud para adaptarse al cambio. Es un elemento fundamental en toda organización el realizar las actividades en equipo, lo cual será necesario para ello trabajar coordinadamente entre los distintos departamentos que comprende la empresa.

Un buen liderazgo es una de las principales características de una organización saludable. Dentro de la empresa debe establecerse una buena relación entre los jefes y los empleados favoreciendo una mayor confianza entre ambos, creando un ambiente laboral armonioso.

1.4. Tipos de organización

La organización de una empresa es un elemento importante para su desarrollo, al establecer procesos ordenados en sus diversas actividades se logrará cumplir con las metas y objetivos planteados.

Es conveniente que en cada empresa exista un diseño claro y sencillo de las funciones, acciones y tareas a realizar y saber quién es el responsable de hacerlo, de lo contrario la organización se vería restringida a funcionar adecuadamente posibilitando su fracaso.

Según Chiavenato (2004) clasifica las organizaciones como:

1. Organización Formal
2. Organización Informal (p. 160).

La organización formal está regida por una estructura, normas, procesos que deberán seguirse para un mejor desempeño y el cumplimiento de sus actividades, por otra parte la organización informal utiliza medios de comunicación no autorizados, pero que son funcionales para ellos.

Este mismo autor, define a la organización formal:

Como aquella que comprende estructura organizacional, directrices, normas y reglamentos de la organización, rutinas y procedimientos, en fin, todos los aspectos que expresan cómo la organización pretende que sean las relaciones entre los órganos, cargos y ocupantes, con la finalidad de que sus objetivos sean alcanzados y su equilibrio interno sea mantenido (p. 163).

Es claro que la organización formal tiene un orden, en esta se definen una estructura organizativa (organigrama), donde se plasman las diversas áreas funcionales, además se definen y delegan responsabilidades a cada uno de los miembros que conforman estas áreas.

El mismo autor refiere que dentro de la organización formal se encuentran otros tipos de organización tales como:

1. Organización lineal
2. Organización funcional
3. Organización Línea-Staff (p. 164).

A como reitera el autor dentro de la organización formal hay tres tipos en la que se destaca la organización lineal, funcional y línea staff. Cada una de estas presenta características particulares que les diferencian. La implementación de ellas dependerá del tipo de organización y de la persona que toma las decisiones.

Chiavenato (2004), señala que:

La organización lineal significa que existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad entre superior y subordinados, de ahí su formato piramidal.

Cada gerente recibe y transmite todo lo que pasa en su área de competencia, pues las líneas de comunicación son estrictamente establecidas. Es una forma de organización típica de pequeñas empresas o de etapas iniciales de las organizaciones (p. 166).

La organización lineal constituye la forma estructural más simple y antigua, pues tiene su origen en la organización de los antiguos ejércitos y en la organización eclesiástica de los tiempos medievales. En este tipo de organización, cada gerente de área y colaborador deberá cumplir con sus responsabilidades y acatar las disposiciones que reciban de la dirección superior.

El mismo autor menciona que “la organización funcional, es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones” (p. 168).

En la organización funcional se destaca la división del trabajo y se establece la especialización de las funciones de manera que cada individuo, desde el gerente hasta, los colaboradores ejecuten la menor cantidad de actividades posibles, proporcionando esto la mayor especialización y eficacia en cada uno de los individuos, dividiendo el trabajo de forma planeada y no accidentada.

El mismo autor refiere que “la organización línea-staff, es el resultado de la combinación de los tipos de organización lineal y funcional, buscando incrementar las ventajas de esos dos tipos de organización y reducir sus desventajas” (p. 171).

En este tipo de organización se combinan características de la organización lineal y funcional. Se crea dentro de la misma un área de asesoría u servicio especializado para apoyar en la gestión de los procesos que se dan en las distintas áreas de trabajo de la organización.

Chiavenato (2004) refiere que “la organización informal, consiste en medios no oficiales pero que influyen en la comunicación, la toma de decisiones y el control que son parte de la forma habitual de hacer las cosas en una organización” (p. 175).

Este tipo de organización no posee una estructura establecida, el cual emerge naturalmente por grupos de personas que ocupan posiciones dentro de la organización formal, estas son formadas por grupos de colaboradores que a partir de relaciones de amistad, y de relaciones sociales creando una dinámica propia, estos grupos informales que no aparecen en la estructura establecida. La organización informal comprende todos aquellos aspectos de la organización que no han sido planeados, pero que surgen espontáneamente en las actividades de los trabajadores.

CAPITULO DOS: GENERALIDADES DE LOS VALORES

El tema de los valores es cada vez más importante para la sociedad, las organizaciones y el individuo, por el papel que desempeña en la formación de las actitudes, preferencias personales ayudando a definir nuestra moralidad y nuestras concepciones de lo que es bueno o malo.

Con el pasar del tiempo, la práctica de los valores dentro de la sociedad ha venido en deterioro, hasta el punto que en muchas sociedades hoy se llega a pensar o creer que lo que es bueno para unos, para otros no lo es. Es interesante reconocer que cuando en la sociedad no se practican buenos valores, se tiene como resultados, daños y perjuicios a la integridad física y moral de las personas, ejemplo de ellos, son los asesinatos, los robos, la pornografía, las guerras, el tráfico de humanos, drogas etc.

2.1. Concepto de los valores

Los valores se encuentran entre las características más estables y duraderas de las personas, estos se integran mediante la reflexión con el medio y la práctica social, de la mano con el desarrollo de las capacidades cognitivas, la personalidad, las habilidades técnicas y las destrezas operativas, que nos permiten interactuar incluso a través de la inacción con el medio. Al definir el término de valores se citan varios autores, que los conceptualizan de la siguiente manera.

Para Maggy, Barriga, Madrigal y Zavala (1998) “Los valores son una cualidad, propia de un ser, cosa o hecho, que despierta aprecio, admiración o estima” (p. 16).

Por su parte Stoner, Freeman y Gilbert (1996) menciona que “Los valores son deseos relativamente que parecen buenos en si, como la paz o la buena voluntad” (p. 120).

Según Frondizi (1958) declara que “Los valores no son cosas ni elementos de cosas, sino propiedades, cualidades sui generis que poseen ciertos objetos llamados bienes” (p. 17).

En la definición del término valores los autores hacen mención en que estos, son cualidades que toda persona o individuo posee, que son admiradas y aceptadas por la sociedad, como el respeto, la piedad, la humildad, y al ser puestos en práctica garantizan actuar de manera correcta sin perjudicar a los demás. Por otra parte la práctica de muchos de los valores por las personas, se ven influenciados según las prioridades y necesidades que estas presenten en su vida y el contexto en el que se desarrollen (cultura y país de origen).

2.2. Características de los valores

Algunos autores destacan distintas características de los valores, dentro de las cuales se enfatizan las más importantes. Conocer las características que poseen los valores permite entender más sobre ellos. Para comprender mejor la naturaleza de los valores se presenta a continuación sus características fundamentales.

Según Seijo (2009), plantea las siguientes características de los valores.

1. Polaridad: Los valores se van a manifestar desdoblados en un valor positivo y en un valor negativo, en valores y anti-valores. Todos los valores van a tener su correspondiente anti-valor (bueno-malo, justo-injusto, salud-enfermedad, sabiduría-ignorancia). Por su naturaleza, los valores siempre van a ser deseados y aspirados por todos gracias a los beneficios que les reporta. En cambio, los anti-valores van a ser rechazados, por suponer carencias o perjuicios.

2. Gradación: La gradación es la característica de los valores que hace referencia a la intensidad o fuerza que posee o se presenta un valor o un anti valor. No todos los valores o anti valores van a valer lo mismo.
3. Infinitud: Esta propiedad del valor está totalmente relacionada con su dimensión ideal en virtud que los valores suelen ser finalidades que nunca llegan a alcanzarse del todo (p. 151).

Lopera (2009), señala las siguientes características:

1. Durabilidad: los valores se reflejan durante el curso de la vida
2. Integridad: cada valor es una abstracción íntegra en sí mismo y no es divisible
3. Flexibilidad: los valores cambian con las necesidades y experiencias de las personas.
4. Satisfacción: los valores generan satisfacción a las personas que los practican.
5. Polaridad: todo valor se presenta en sentido positivo y negativo. Todo valor conlleva a un contravalor.
6. Jerarquía: hay valores que son considerados superiores (dignidad y libertad) y otros como inferiores (necesidades básicas o vitales).
7. Trascendencia: los valores trascienden los sentidos y significado de la vida humana y a la sociedad.
8. Dinamismo: Estos se transforman con la época.
9. Aplicabilidad: Los valores se aplican a las diversas situaciones de la vida.
10. Complejidad: los valores obedecen a las causas diversas, requiriendo complicados juicios y decisiones (p. 1).

Los valores por ser cualidades propias de la persona poseen características que al ser definidas permiten comprenderlos. Los autores refieren que los valores tienen diversas características siendo importantes entre estas, la polaridad la infinitud, significa por una parte que los valores se encuentran en ambas direcciones en buena o mala, además estos se presentan teniendo un grado de calificación, donde unos (valores) valen más que otros.

Los valores se presentan a lo largo de la vida de las personas, generan satisfacción y se aplican a las diversas situaciones de la vida y cambian según las necesidades y experiencias que se presenta a lo largo de la vida de cada individuo.

2.3. Clasificación de los valores

Los valores pueden ser clasificados desde varios puntos de vista. Esta categorización proporciona una panorámica de los valores y permite situar y comprender las conductas individuales y colectivas de un momento histórico particular.

La clasificación que a continuación presentan los autores, está diseñada por la concepción que cada uno posee referente al valor en sí. Sin embargo, se subrayan coincidencias que permiten un lenguaje común y que sirve de referencia para otros desarrollos.

Las clasificaciones de los valores se presentan a continuación.

Muñoz (citado en Seijo, 2009) destaca la siguiente clasificación de los valores:

1. Religioso: Santo-Profano
2. Espirituales: Lógicos, Estéticos, Éticos (Verdad-Falsedad, Bello-Feo, Justo-Injusto).
3. Virtuales: Fuerte-Débil.
4. Útiles: Agradable-Desagradable, Adecuado-Inadecuado, conveniente – inconveniente (p. 153).

El autor refiere que los valores se clasifican en cuatro grupos, siguiendo una jerarquía que en primer lugar están los religiosos, seguido por los espirituales, los virtuales y finalmente los valores útiles. Los primeros son los más importantes y como tal deben de ser respetados.

Todos los seres humanos desde el momento de nacer poseen valores que a medida que crecen deben ponerlos en práctica. Por tanto se busca poner en práctica los valores más sanos que hagan bien, no solo a unos, sino también al colectivo.

Por su parte Marín (citado en Seijo, 2009), establece otra clasificación de los valores:

Tabla 1. Categorización de los valores

Categoría Valor	Subcategoría	Valor
Valores mundanos	Económicos	Caro-Barato Abundante-Escaso Rico-Pobre
	Vitales	Sano-Enfermo Fuerte-Débil
Valores Espirituales	Intelectuales	Verdadero-Falso Lógico-Ilógico Probable-Improbable
	Morales	Bueno-Malo Leal-Desleal Justicia-Injusticia
	Estéticos	Armonioso- Desproporcionado. Bello-Feo
Valores Trascendentales	Religioso Filosóficos Cosmovisión	Santo-Pecaminoso Sagrado-Profano Divino-Demónico Absoluto-Relativo

Marín (1993: p. 155)

Se presenta una clasificación de cuatro tipos de valores, en los que destacan los valores; Religiosos, espirituales, virtuales y útiles. Por su parte Marín los engloba en tres categorías entre los que destaca los valores mundanos, espirituales y los trascendentales. Cada uno de los autores le ubica en un nivel jerárquico donde cada grupo tiene un nivel de importancia para el individuo.

2.4 Importancia de los valores

La práctica de los valores se hace cada vez más necesaria, en esta sociedad donde cada día, se experimenta un proceso de deterioro de estos. A nivel del individuo la pérdida de los valores se refleja en sus acciones en relación a los demás. Los seres humanos interiorizan los valores morales en el núcleo familiar, de ahí se aprende el respeto, la tolerancia, la honestidad, la generosidad, la responsabilidad, la lealtad y la perseverancia, entre otros. A medida que el ser humano madura comienza a asumir los valores sociales y el respeto a nuestros semejantes, la cooperación, la comprensión, la vocación de servicio, etc.

Sin embargo, actualmente parece que este proceso se ha paralizado, ha dejado de funcionar, encontramos con que estos valores han dejado de apreciarse, ya no se tienen en cuenta y por tanto, poco o nada influyen en las relaciones sociales, se vive una crisis de valores que genera una crisis social.

La importancia de estos en la vida social, se ve reflejada en que ayuda al individuo y la sociedad a formarse como seres razonables, mejoran la condición de la persona y perfecciona la naturaleza humana, al final esto favorecerá en la toma de buenas decisiones, además son los pilares sobre los que se cimentan la identidad humana sirviendo de guía para convivir sobre la base de la vida social.

Según Delgado (2008), señala que:

Los valores son importantes porque conducen hacia una conducta moral, es decir a razonar el día a día las cuestiones, los acechos que se presentan de manera voluntaria, involuntaria, como los problemas intentando hacer lo más adecuado en cada situación, y sin que nos afecte negativamente ni a nosotros mismos, ni a los demás (p. 1).

Para Robbins (2004) los valores son importantes porque “son las convicciones básicas de un modo peculiar de conducirse socialmente, influyendo en nuestras percepciones, actitudes, conducta” (p. 64).

Por su parte, Portilla (2012), expresa que:

Los valores se convierten en guías y pautas que marcan las directrices de una conducta coherente. Se convierten en ideales, indicadores del camino a seguir. De este modo, nos permiten encontrar sentido a lo que hacemos, tomar las decisiones pertinentes, responsabilizarnos de nuestros actos y aceptar sus consecuencias. Permitiendo definir con claridad los objetivos de la vida. Ayudan a aceptarnos tal y como somos y estimarnos. Hacen comprender y estimar a los demás. Facilitan la relación madura y equilibrada con el entorno, con las personas, acontecimientos y cosas, proporcionándonos un poderoso sentimiento de armonía personal (p. 1).

Los valores son fundamentales para toda persona, son directrices que le ayudan en la correcta forma de actuar del individuo. En este sentido será ideal para el desarrollo de la persona que este adquiera buenos valores, lo que le ayudará en su vida personal, social y profesional. A través de la familia, la escuela, y el resto de grupos sociales a los que pueda pertenecer la persona, se lleva a cabo la formación en valores por medio de la interacción social.

CAPITULO TRES: LOS VALORES ORGANIZACIONALES

Los valores hoy en día, tienen cada vez más importancia para las empresas por su papel en el comportamiento de sus colaboradores y de la imagen que tiene la empresa hacia su entorno, además que le favorecen en el cumplimiento de sus metas y objetivos como organización.

La práctica de los valores garantizará el desarrollo individual y organizacional ya que son pautas correctas de conducta y por ello estos, tienen una importancia estratégica.

3.1 Concepto de los valores de la empresa

Existen distintas definiciones sobre los valores, dentro de las cuales muchas de estas hacen referencia a los modos de comportamientos, conductas y principios desarrollados por los individuos. A nivel de las empresas los valores son definidos en términos de modos de actuar de los miembros de la organización, en este sentido se plantean algunas definiciones que ayudaran a entender más sobre este término.

Para Pant y Lachman 1998 (citado en Casagrande, 2003) “Los valores constituyen un sistema normativo y racionalizado de preferencias, que influyen en la elección de ciertos cursos de acción o de resultados en la organización” (p. 27).

Ambos autores refirieron, que los valores además de ser un sistema normativo, estos influyen en los resultados de la organización, lo que significa que en la medida en que las empresas establezcan un sistema de valores, se logrará un mejor desempeño con el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos.

Por otra parte, Jiménez (2010) señala que “los valores son la base de las actitudes, motivaciones y expectativas de sus trabajadores, son la columna vertebral de sus comportamientos” (p. 12).

Este autor se limita a definirlos como la base de actitudes, motivaciones y comportamientos de los empleados, en este sentido los valores cumplen un propósito importante, porque favorecen la motivación de los colaboradores y el desarrollo de actitudes para un mejor desempeño de las actividades que la persona realiza. Por ejemplo la persona que es responsable cumplirá con las tareas asignadas.

3.2 Importancia de los valores en la empresa

Para la cultura organizacional de una empresa los valores son la base de las actitudes, motivaciones y comportamientos, si estos no tienen significados comunes para todos los empleados el trabajo diario se hace más difícil, por tanto el entorno laboral se vuelve difícil, existiendo la impresión de que no todos van en la misma vía.

Al definir la importancia de estos, para la empresa se observa que tienen un impacto positivo cuando son aplicados por los miembros de una organización o empresa, es por ello que interesa conocer cuál es su importancia al respecto.

Jiménez (2010) fundamenta que la importancia de los valores en las organizaciones “Permiten que sus integrantes interactúen de manera armónica, además que influyen en su formación y desarrollo como personas, y facilitan alcanzar objetivos que no serían posibles de manera individual” (p. 10).

Para (Valbuena, Morillo y Salas 2006) la importancia de los valores organizacionales radica en que estos, “establecen las bases para la comprensión de las actividades que influyen en los valores individuales de las personas que laboran en una determinada institución” (p. 69).

En relación a los elementos fundamentados por la literatura citada anteriormente se observa que los valores son importantes porque se convierte en un elemento motivador de las acciones y del comportamiento del individuo.

Los valores definen el carácter fundamental y definitivo de la organización y crea un sentido de identidad del personal con la organización. Además describen lo que es importante para sus implicados, porque identifican los resultados que la mayoría espera, guían nuestra actuaciones y determinan si nuestra organización tendrá éxito.

A la vez cuando los valores son puestos en práctica correctamente por los colaboradores se obtienen varios beneficios tales como; moral alta, confianza, colaboración, productividad, éxito y buenos resultados para la empresa.

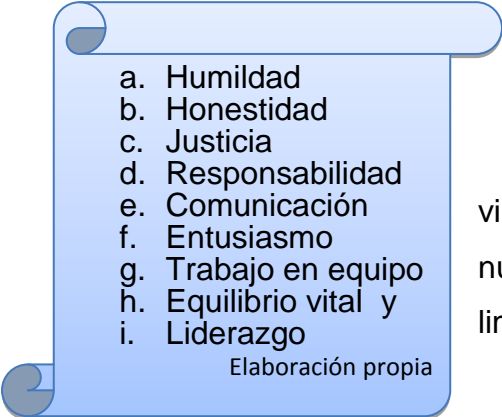
3.3 Valores de la empresa

Los valores son la esencia por lo cual el ser humano actúa, se relaciona e intercambia opiniones, logra trabajar en equipo siendo esto fundamental para las empresas que necesita personas que practiquen buenos valores.

Existen muchos valores que tienen importancia para la empresa y que son trascendentales en la dinámica en que se desarrollan las organizaciones. Más aún es significativo decir, que dentro del personal de las empresas, es difícil encontrar individuos que practiquen buenos valores, por lo cual es una tarea constante de estas, en desarrollar procesos de formación continua en la práctica de buenos valores en todo su personal.

A continuación se presentan los valores que tienen gran transcendencia para el desarrollo de las empresas y que desean desarrollarlos en su personal.

Según Planas (2000) presenta los valores de importancia para la empresa:

- 
- a. Humildad
 - b. Honestidad
 - c. Justicia
 - d. Responsabilidad
 - e. Comunicación
 - f. Entusiasmo
 - g. Trabajo en equipo
 - h. Equilibrio vital y
 - i. Liderazgo

Elaboración propia

3.3.1 Humildad

Según Planas (2000) “define la humildad como la virtud por la cual reconocemos y aceptamos nuestras fuerzas, debilidades, cualidades y limitaciones” (p. 13).

De la definición anterior de humildad, Planas hace énfasis en reconocer y aceptar que como individuo se tiene debilidades, cualidades y limitaciones, lo cual permite reflexionar y ayuda a actuar de mejor manera como persona y tomar decisiones correctas.

De igual manera pasa con las empresas, estas también deben de practicar la humildad como valor, porque de lo contrario estará destinada al fracaso. Un ejemplo muy conocido se presenta a continuación:

La empresa IBM por más de 80 años cosechó éxitos, llegando a ser la empresa más importante en el ramo de la computación.

Los directivos de la empresa creyeron que por su tamaño, podían imponer al mercado sus condiciones, aun en el incipiente y creciente sector de las PC en los años 80 y 90. Solo es posible que este tipo de políticas operen cuando las condiciones del mercado son monopólicas u oligopólicas, pero no cuando existe competencia real.

La soberbia empresarial nos hace sentir mejores de lo que somos, y ocasiona que minimicemos las cualidades y virtudes de los demás. Si IBM hubiera reconocido que tenía mejoras urgentes que hacer en el ramo de las computadoras personales, hubiera actuado de manera diferente y quizá pudo haber mantenido una posición líder también en ese sector del mercado; en 1998 perdió en el sector de las PC 992 millones de dólares.

Después del golpe que recibió al inicio de los años noventa, tomó una actitud más humilde, volvió a revisar sus fortalezas, ha buscado minimizar sus debilidades y ha vuelto al mercado con una nueva personalidad, con una autoimagen más real de sí misma, entrando nuevamente a la competencia por el amplio mundo de los negocios a través de la internet, con su concepto de e-business (negocio electrónico), aunque aún no resuelve lo concerniente al sector de las PC (Planas, 2000, p. 14).

A través de este valor, de la humildad se observa a la persona o empresa en su realidad, para desde ahí realizar un cambio hacia un futuro mejor.

Es muy importante en este aspecto la existencia de la humildad en el mando. Según Planas (2000), en una encuesta aplica a más de 900 ejecutivos todos ellos en niveles de dirección o gerencia, donde se les pregunto cuáles eran las características de un jefe ideal, las respuestas tienen que ver con la humildad, y son:

1. Que sepa escuchar
2. Que tenga una disposición proveernos de los medios necesarios para nuestra labor.
3. Que no discrimine
4. Que confíe en sus colaboradores
5. Que muestre interés por sus colaboradores, sus necesidades y su desarrollo.
6. Que sepa ponerse en el lugar de los otros.
7. Que reconozca la labor de los demás.
8. Que sepa motivar positivamente.

9. Que busque el interés común por encima del interés particular.
10. Que sea respetuoso.
11. Que este en constante desarrollo y crecimiento personal (p. 17).

Los gerentes que pongan en práctica el valor de la humildad deberán de escuchar las ideas de sus colaboradores, ayudarles a superarse y no explotarlos. Así mismo se encontrará dispuesto a motivarles y tratar y comprender los errores como un elemento de aprendizaje, lo cual le ayudará en la toma de decisión.

Según planas (2000), señala que:

Una empresa que no tenga una actitud humilde pensará que ya lo sabe todo, que tiene la última palabra al sector al que pertenece y en consecuencia no necesita aprender para hacer mejor las cosas, ahí empezará el camino a la quiebra puesto que su competencia avanza con mejores productos y servicios (p. 19).

El valor de la humildad en todas las empresas u organizaciones debe ser practicado, la empresa jamás debe pensar, que por ser líder en el mercado, no necesita de cambios, de lo contrario deberá practicar una actitud humilde y considerar que tiene debilidades y limitaciones, que si no son tomadas en cuenta puede llevarle al fracaso.

3.3.2 Honestidad

La honestidad como valor, es hablar de las personas que actúan de forma correcta, que siempre se manifiestan con la verdad. Esto para las organizaciones es un elemento que buscan en sus colaboradores para garantizar seguridad en cada una de las actividades que realizan principalmente en las áreas financieras.

Planas (2000) define la honestidad como: “La calidad de probo, recto proceder e integridad, respecto hacia lo ajeno y a las personas hacia lo que se hace o se es” (p.23).

La persona honrada es aquella que pone práctica la verdad, sinceridad, que respeta lo ajeno y procede de forma auténtica, sin importar las consecuencias a enfrentarse. En cambio la honestidad en la empresa se ubica como la manifestación de esas virtudes en la empresa, dándose a través de sus colaboradores y la alta dirección.

Planas (2000), presenta algunos elementos a considerar para lograr la honestidad en la empresa siendo los siguientes:

1. Pagar justa, completa y puntualmente las retribuciones a los trabajadores.
2. Respetar horarios, vacaciones, descansos etc.
3. Ofrecer todas las herramientas e implementos de trabajo necesarios.
4. No exigir más allá de lo razonable
5. Preocuparse por sus necesidades (p. 25).

La puesta en práctica de estos valores por la empresa significará por una parte, priorizar las necesidades de sus colaboradores con el pago justo de salarios, prestaciones sociales y todas aquellas necesidades que la empresa pueda apoyarlos.

La práctica de este valor en la empresa flexibiliza las políticas de beneficio para con sus trabajadores, favoreciendo un clima de trabajo armonioso.

Por otra parte que las empresas actúen de manera responsable y honesta dentro de su mercado competitivo es decir no actuar de manera deshonesto. Por tanto la honestidad en la empresa debe ser ante todo lícita, moral y ética.

Planas (2000), cita algunas situaciones que no pueden considerarse como honesta:

1. Empresas que evaden sus contribuciones fiscales.
2. Empresas que exploten con exceso a sus trabajadores.
3. Empresas financieras dedicadas al lavado de dinero, agiotismo o lucro excesivo.
4. Empresas que contaminen o afecten el ambiente de manera sensible (p. 24).

Estas situaciones hacen ver la manera desleal en que actúan muchas empresas, lo cual le da una mala imagen y podrían traer consecuencias negativas para la misma y sus colaboradores.

Estas situaciones se dan por intereses económicos que llevan a las empresas a actuar de manera deshonestas, por lo tanto es necesario que cada organización promueva una cultura fundada en valores para tener éxito en el mercado en el que se desarrolla. En la práctica se observa, hoy en día que existen muchas empresas en la que la imagen de esta es deteriorada producto de malas decisiones cometidas por sus colaboradores tanto como directivos y personal subordinado.

3.3.3 *La justicia*

La justicia está relacionada a lo que es justo, a dar a cada quien por igual, lo que le corresponde. Es un valor que al no cumplirse afectará al personal dado que no estará motivado y su desempeño se podrá ver afectado, así mismo perjudicará a la empresa en su rendimiento.

Planas (2000) en su libro valores en la empresa define “la justicia en términos generales como dar a cada uno lo que le corresponde” (p. 33).

El nivel de justicia que se establezca, depende totalmente de las políticas, valores y conductas de los gerentes. La aplicación de la justicia será diferente en cada empresa por el hecho de que cada gerente tiene políticas y sistema de valores distintos.

Dar a cada quien lo que le corresponde dentro de la organización significa hacer un trato equitativo a los colaboradores en función de sus responsabilidades, funciones, habilidades y niveles jerárquicos. La aplicación de este valor en la empresa se puede dar en distintos ámbitos tales como políticas y beneficios a los colaboradores.

Planas (2000), señala que las aplicaciones de la justicia son amplias y se aplican en:

1. Trato a los clientes: la diferencia negativa entre las expectativas del cliente y el servicio y producto que en realidad recibe.
2. La selección del personal para promociones dentro de la empresa y los sistemas de observación y evaluación del desempeño del personal.
3. Las relaciones con los proveedores y bancos: visión de corto y largo plazo.
4. El manejo de prestaciones, privilegios especiales por niveles o tradiciones.
5. Los permisos y horarios especiales (p. 38).

Las diversas situaciones de aplicabilidad de la justicia en las empresas, unas a lo interno relacionadas con el personal, tales como permisos, prestaciones de ley y selección de personal. Las otras a lo externo como son el trato a los clientes y los proveedores.

Hay situaciones que se dan en la empresa en donde el trato no es equitativo, esto se debe a que falta una adecuada comunicación de la situación por falta de información de quien juzga la situación particular.

3.3.4 La responsabilidad

La responsabilidad es uno de los valores más deseados y que todo empresario busca en su personal, con el propósito de asegurar de que todas las actividades que se realizan dentro de la organización se lleven a cabo en tiempo y forma. La responsabilidad como valor debe de ser un principio practicado en todos los individuos y organizaciones.

Planas (2000), define la responsabilidad como valor en la empresa “La habilidad para responder, para dar una respuesta” (p. 43).

Cada colaborador en su entorno en el que se desempeña tiene la obligación de cumplir con sus responsabilidades, tareas asignadas y aportar lo mejor de sí mismo. Al ser responsable el individuo le garantiza cumplir con sus actividades, ganar buena imagen ante los superiores lo que le posibilitará crecer dentro de la organización.

Muy importante decir que para el individuo la formación que posee este y su nivel de información son elementos fundamentales en la adquisición del valor de la responsabilidad es decir entre más conocimiento tenga una persona logrará ser más responsable en sus acciones.

Las empresas que ponen en práctica la responsabilidad deberán realizarla desde todos los ámbitos del ser humano, buscando satisfacer las necesidades que la empresa pueda cubrir. Es importante mencionar que este valor no solo se aplica a las personas sino que también a las empresas como institución. Un ejemplo de su aplicación puede ser a través de la responsabilidad social empresarial al dirigir recursos económicos al bienestar colectivo. Otra forma es cuando la empresa minimiza que sus prácticas productivas no perjudiquen ni tengan un impacto negativo en el medio ambiente y en la salud de la población.

Este mismo autor presenta algunas de las características mínimas que debe tener una empresa para cumplir adecuadamente con el valor de responsabilidad.

1. Comprensión especial de las necesidades del cliente
2. Conducta flexible
3. Capacidad para redefinir el campo de juego y para diferenciar la oferta de los competidores
4. Compromiso para el cambio en direcciones congruentes con las necesidades y expectativas en evolución con los clientes.
5. Reconocimiento de que la energía humana es el mayor recurso de la organización, y un alto valor a la participación de los involucrados: clientes, accionistas y empleados.
6. Un impulso hacia lo mejor y un compromiso con el perfeccionamiento continuo en todos los aspectos de sus aspiraciones (p. 44).

Dentro de las características que señala Planas, hace énfasis en prestar atención a todas las actividades que tengan que ver con la empresa, en especial con las necesidades de los clientes, proveedores, sin dejar de lado la atención al personal colaborador en todas las necesidades que estos presenten.

3.3.5 La comunicación

Las empresas se han dado cuenta del valor de la comunicación, como un valor estratégico para su desarrollo y sobrevivir en un mundo competitivo.

Muchos problemas que existen hoy en día en las organizaciones, se debe a la falta de una buena comunicación. Es importante y necesario ya que de esta, depende el éxito de cualquier empresa y por ello es que toda empresa debe establecer en su estructura un sistema de comunicación que dinamice sus actividades.

Planas (2000) define la comunicación como: “El diálogo que se da, por tener un código en común y en el que existe tanto una interpretación como una retroalimentación receptor-emisor, emisor-receptor” (p. 56).

Afirma planas que la comunicación es un diálogo en el que participan un emisor y un receptor, la información fluye en ambas direcciones, lo cual permite una retroalimentación en los elementos involucrados en la comunicación. Implica para el individuo el deseo de establecer una relación con los que nos rodean.

La importancia de la comunicación se manifiesta en que: conduce a una mayor efectividad, ayuda a los miembros a alcanzar metas individuales y organizacionales, así como lograr mejores relaciones y entendimiento entre colegas, jefes y subordinados, así como las personas dentro y fuera de la empresa. Esta se da en tres formas, ascendente, descendente y horizontal.

En toda organización es necesario que además de definir la misión, visión y valores los empleados deben de conocerlos y estar claros de estos elementos, porque de lo contrario se tendrá un problema de comunicación, lo que significa que los mensajes no son los adecuados.

Será fundamental que se den a conocer en la empresa medios de información sobre asuntos generales tales, boletín, memorando, buzón de sugerencia, periódico mural y cualquier medio interno que le garantice al personal estar informado de lo que está sucediendo en la empresa.

Otra forma de comunicación en las empresas se da de manera informal, fuera de los canales formales de la empresa, por ejemplo con los comentarios entre compañeros etc. Esto se evita cuando la empresa se preocupa por comunicar en forma oportuna todo aquello que es de interés al personal, antes que la información salga por otros canales.

Para el buen funcionamiento de una empresa es necesario promover la buena comunicación entre todo el personal de trabajo de la empresa, será necesario estar dispuestos a tomar las sugerencias, propuestas establecidas en las relaciones laborales entre todos los participantes.

Además será indispensable dar a los colaboradores las herramientas para hacer de su lugar de trabajo y de sus relaciones laborales, un medio propicio para mantener una comunicación abierta, franca y participativa para todos.

Para una mejor comunicación en la negociación los autores proyecto de investigación Harvard (citado en planas 2000), recomiendan lo siguiente:

1. Escuche activamente y reconozca lo que se está diciendo.
2. Hable para ser entendido.
3. Hable sobre usted, no sobre los demás.
4. Hable con un propósito.
5. Construya una buena relación de trabajo.
6. Enfrentese al problema, no a la gente (p. 61).

Estas recomendaciones que se citan arriba indican la manera que debemos comunicarnos, para lograr entender el mensaje en su contexto y realidad. La escucha activa tanto del emisor como receptor será fundamental para que la comunicación no se vea obstaculizada.

Por otra parte será necesario escoger adecuadamente, el canal de comunicación según el tipo de información que se necesita, difundir en el momento correcto, esto con el propósito que no existan malas interpretaciones al momento de recibir la información.

3.3.6 *El entusiasmo*

El termino entusiasmo hace referencia a un estado de ánimo que se considera como de exaltación o fervor ante un hecho o situación de la vida. Este se manifiesta como una de las emociones más positivas, ya que no solo se relaciona con la sensación de placer por hacer las cosas, sino que también lo vinculamos con la idea de sentirnos incentivados, interesados y comprometidos con las actividades de manera que las realizaremos de la mejor forma posible.

El entusiasmo es aquella fuerza interior que toda persona experimenta para realizar las cosas, estar o sentirse incentivado de realizar aquello que se le solicita.

En la mayoría de los individuos que laboran en una organización el entusiasmo puede verse influenciado por el estímulo o incentivo que estos puedan recibir por la empresa por ejemplo: el aumento de salario, el ascenso de puesto de trabajo etc.

El entusiasmo se manifiesta como una de las emociones más positivas, ya que no solo se relaciona con la sensación de placer por hacer las cosas, sino que también lo vinculamos con la idea de sentirnos incentivados, interesados y comprometidos con las actividades de manera que las realizaremos de la mejor forma posible.

El entusiasmo puede ser definido como: “la exaltación y fogosidad del ánimo, excitado por cosa que lo admire o cautive” (Diccionario de la real academia española, 1970, p. 546).

Entusiasmo, es interés y placer frente a una cosa, es motivación por lo que se hace, es encontrar agradable el cumplir con determinada asignación o tarea.

Por otro lado, también podríamos decir que una persona entusiasta es la que contagia a otros de ganas por seguir, por actuar, por moverse en busca de un objetivo.

Solo se trabaja con entusiasmo cuando existe la motivación, por todos aquellos factores que la empresa brinda a cada individuo, tales como: el aumento de salarios, ascenso de puesto etc. Solo de esta manera las empresas logran sacar al máximo el rendimiento de sus colaboradores.

Planas (2000), considera algunos puntos de reflexión que se pueden confundir con lo que es el entusiasmo en las empresas, siendo las siguientes:

1. Se confunde el entusiasta con el organizador de eventos especiales, no obstante, si nos ponemos a pensar, el fruto de una persona entusiasta es querer organizar actividades sociales para una mejor relación entre los integrantes de la empresa.
2. Del mismo modo se le llama entusiasta a la persona que acepta todo, aun cuando vaya en contra de sus principios; no sabe decir que no y accede a toda la proposición de sus superiores, con tal de ser parte del grupo.
3. También se confunde al entusiasta con el superficial, aquel que observa todo y opina todo sin ir a fondo, sin dar un consejo pensando en el bien de los demás.
4. Un falso entusiasta podría ser aquella persona que no vive, que no practica aquello sobre lo cual quiere entusiasmar, o de la misma manera busca entusiasmar para conseguir sus fines propios, pues el mismo no está convencido (p. 78).

Se mencionan cuatro aspectos, que no deben confundirse con el entusiasmo como: el organizador de eventos, la persona que acepta todo, el superficial como aquel que opina todo sin ir a fondo.

Existen individuos que por hacerlo todo, piensan que son entusiastas, pero el individuo que real mente es entusiasta, es aquel que hace las cosas con anhelo con motivación y con la fuerza interna que lo caracteriza.

Coelho (2012), presenta que las formas de generar entusiasmo en las organizaciones están:

1. Dando un trato equitativo y justo a cambio del trabajo que se realiza, manifestado en:
 - a. Seguridad en el trabajo.
 - b. Compensación económica.
 - c. Impartiendo respeto.
2. Dando reconocimiento por la tarea realizada.
 - d. Facilitando el trabajo.
 - e. Estableciendo desafíos en el trabajo, tras conocer con claridad los deseos y objetivos vitales de las personas.
 - f. Dando feedback (retroalimentación) y reconocimiento.
3. Disfrutar del trabajo en equipo, estableciendo buenas relaciones interpersonales, basadas principalmente en la cooperación con el resto de compañeros (p. 1).

Como se ha mencionado antes, el entusiasmo es una de las emociones más fuertes que experimentan los individuos, pero al existir formas de generar el entusiasmo el individuo se sentirá siempre incentivado y entusiasmado para la realización de sus tareas dentro de la organización.

Los colaboradores entusiastas rendirán por encima de la medida de los trabajadores de una compañía, porque siempre están motivados y porque las empresas donde laboran les proporcionan todas y cada una de las herramientas para la ejecución de sus tareas y un ambiente de trabajo idóneo.

3.3.7 El liderazgo

Un líder no es simplemente un jefe, va más allá, porque en su condición de líder debe ser aceptado por una persona o grupo de trabajadores y estos entienden que sus recomendaciones son las más convenientes para la mayoría.

Por lo cual deberás saber cómo comunicarse con su equipo, motivarlos para poder conseguir mejores resultados y un clima donde todos comparten las mismas ideas y los mismos objetivos.

También se habla de liderazgo, entendido como la capacidad de tomar la iniciativa de gestionar, convencer, motivar, mover a una persona o grupo de personas hacia una dirección.

Para tal caso, George y Jones (2006) definen el liderazgo: “como el proceso por el cual una persona ejerce influencia sobre la gente e inspira, motiva, y dirige sus actividades para ayudar a alcanzar los objetivos del grupo o la organización” (p. 495).

La persona que ejerce tal influencia es un líder, sin embargo cuando este es eficaz, la influencia ejercida sobre el grupo u organización permitirá alcanzar sus objetivos y metas, de lo contrario se evitará que se alcancen tales propósitos.

La importancia del liderazgo radica en que es la base para poder guiar una organización; La supervivencia de esta depende de la capacidad del líder para llevar a cabo las metas de esta; La organización puede poseer una buena planificación pero sucumbir ante la falta de liderazgo y por último aunque la organización carezca de planificación puede sobrevivir gracias a la presencia de un buen líder.

Planas (2000), afirma que:

1. El líder cuenta con una visión de un futuro mejor.
2. Es un comunicador efectivo que logra transmitir en forma clara su visión, la relevancia de la misma y por qué el camino que propone es el mejor para alcanzarla.
3. Asume un compromiso total con las metas y objetivos que se desprenden de la visión, y actúa, piensa y habla en forma congruente con la visión.

4. Tiene un alto sentido de la justicia que aplica en forma constante en todas sus decisiones.
5. Utiliza un estilo mediante el cual involucra a otros para concebir, decidir, asumir responsabilidades, que están basadas en la libertad individual y de grupo (p. 95-96).

Ser líder es tener un conjunto de cualidades que le permitan expresar, comunicar claramente las ideas y mandatos, deberá saber escuchar, y tener presente lo que piensa cada individuo que forma parte del grupo al que lidera. Debe tener una visión que le permita anticiparse a los hechos para tomar buenas decisiones.

Por otra parte menciona England y lee, 1974 (citado en Hughes, Ginnett y Curphy, 2007) “dado que los valores desempeñan un rol tan central en la integración psicológica de una persona, tienen un profundo efecto en el liderazgo” (p. 139).

Por ello, es importante comprender que los valores desempeñan un papel importante en las elecciones hechas por los líderes, dado que son un determinante principal de qué información es revisada por los líderes y como definen los problemas.

Como todo individuo que posee sentimientos también posee valores y los cuales son fundamentales para su desarrollo dentro de su organización, y este tendrá que estar motivado para que haga sus tareas con el mayor interés posible.

Hughes et al. (2007) plantean que “los valores también afectan las soluciones generales y las decisiones tomadas a cerca de los problemas. Por ejemplo, seguidores con fuerte valores de seguridad ofrecerán soluciones que ayuden a asegurar un entorno de trabajo estable y previsible” (p. 140).

Puede decirse que los líderes son motivados a actuar de manera congruente con sus valores y por lo común dedican gran parte de su tiempo a actividades que son coherentes con sus valores.

Hogan y Curphy 2004 (citado en Hughes et al. 2007) plantean que “el motivo por el que los líderes fallan no se debe a una falta de competencia, sino más bien a una mala alineación entre los valores personales y organizacionales” (p. 141).

Por otra parte, es interesante hacer ver, que los valores son un factor importante de conflicto, dado que muchas de las decisiones más difíciles tomadas por los líderes tiene que con elección entre dos valores y específicamente cuando las elecciones representan valores en oposición.

Es así que Thornburgh (citado en Hughes et al. 2007), fundamenta que:

El alto liderazgo debe emitir señales claras y explícitas para no permitir que exista confusión o incertidumbre sobre lo que es o no es una conducta permisible. Proceder de otra forma permite que códigos de conducta informales y potencialmente subversivos se transmita (p. 145).

Todo líder deberá de tener de todo un poco, y también conocer todos aquellos aspectos que puedan afectar la organización, estar preparados para enfrentarlo y ser conscientes de que a medida que avanza el tiempo además de presentárseles el cambio, herramientas útiles para sobre llevar cualquier adversidad, aparecen obstáculos que opacan el panorama.

3.3.8 Trabajo en equipo

El trabajo en equipo es un método de trabajo colectivo coordinado en el que los participantes intercambian experiencias, respetando sus roles, y funciones para lograr sus objetivos comunes la realizar una tarea en conjunto.

Es muy importante en las organizaciones el trabajo en equipo, como una manera de juntar esfuerzos para el cumplimiento de metas preestablecidas.

Hoy en día es indispensable este elemento para la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de metas. Compromiso de ser efectivos trabajando juntos

Robbins y Coulter (2005) plantean que el trabajo en equipo “son grupo cuyos miembros trabajan intensamente en un objetivo común y específico usando su sinergia positiva, responsabilidad individual y mutua, destrezas complementarias”(p. 383).

Cuando se tiene claro que es lo que se va a realizar y la dirección en la que se necesita ir es mucho más fácil para un equipo de trabajo cumplir con sus tareas asignadas, puesto que todos sus esfuerzos y atención estarán dirigidos a la obtención de los resultados que serán satisfactorios y de utilidad para la empresa.

El trabajo en equipo como un valor fundamental en la empresa tiene su importancia que es necesario reflejar, porque si en una organización no existe un equipo de trabajo que este organizado con sus objetivos, sus metas, su misión, visión bien diseñada y una dirección a la cual dirigirse, la organización estará dirigiéndose a un fracaso total. El trabajo en equipo como un valor fundamental en la empresa tiene su importancia que es necesario reflejar.

Clerc y Serrano (2006) menciona que la importancia del trabajo en equipo se fundamenta en:

1. Facilita el proceso de definición e identificación de problemas y la búsqueda de soluciones, especialmente de soluciones creativas e innovadoras, que rompen la rutina de la organización.
2. Facilita el proceso de toma de decisiones de manera democrática, horizontal, participativa.

3. Permite, facilita y otorga oportunidad de aprendizaje de cada miembro.
4. Facilita el proceso de comunicación interna, de traspaso de la información; de difusión de logros, resultados e impactos (p.8).

Vecino 2008 (citado en Rigby y Martínez, 2014), indica que la importancia del trabajo en equipo se fundamenta en aspectos claves que tienen que ver con:

1. Los roles de los participantes: se refiere a los conocimientos, experiencia, pericia o habilidades de los integrantes del equipo, por cuanto cada integrante hace un aporte diferente que permite la consecución de los resultados esperados.
2. La comunicación: es un factor definitivo que permite mantener enterados a todos los integrantes del equipo de lo que ocurre.
3. Liderazgo: Es un aspecto que permite motivar y animar a los integrantes al tener claridad en las metas que se persigue.
4. Compensación: Cada integrante debe percibir que recibe no solo en el aspecto económico, el reconocimiento que merece.
5. Compromiso: una vez que los integrantes del equipo establecen vínculos con los demás integrantes y que se identifiquen con los propósitos para los cuales está creado el grupo (p. 32).

Es importante tener en cuenta que para que un equipo de trabajo funcione de la mejor manera posible, todos los integrantes deberán estar dispuestos a saber escuchar, coordinarse, comunicarse, y sobre todo tener el compromiso de trabajo, deben saber de qué esto les generará más conocimientos, tanto a nivel individual como grupal.

3.4 Aporte de los valores a las organizaciones

La práctica de los valores en las empresas con el tiempo, se desarrolla una trascendencia del que hacer de lo cotidiano en cada puesto o departamento por lo cual está compuesta una organización convirtiéndola en algo superior.

El desarrollo organizacional se encuentra basado en los valores, estos valores son principios de los profesionales que sienten la necesidad de ejercer sus funciones con cierta moderación, es decir, tratando de minimizar el impacto en el medio que rodea la empresa.

Los valores organizacionales proporcionan a las empresas la capacidad de flexibilizar sus controles y patrones de su previsión, así como también reconocer la influencia que estos tienen en la vida de cada colaborador dentro y fuera de la organización.

A continuación se mencionan los aportes de los valores en la mayor parte de las actividades del desarrollo organizacional.

Para Robbins (1991), los aportes de los valores al desarrollo organizacional destacan:

1. Los valores nos proporcionan pautas para formular metas y propósitos, personales, colectivos que reflejan nuestros intereses y sentimientos y convicciones más importantes.
2. Son la base para vivir en comunidad y relacionarnos con las demás personas dentro de las organizaciones.
3. Nos permiten regular nuestra conducta para el bienestar colectivo y una convivencia armoniosa en nuestros trabajos.
4. Nos permiten comunicarnos en cualquier nivel de interacción humana.

5. Proporcionan a las empresas la capacidad de flexibilizar los patrones y controles de su per visión y adecuarse a las normas culturales de cada idiosincrasias así como reconocer la influencias de estos en la individualidad de cada persona.
6. Brindan un horizonte más a alentador a las personas que trabajan dentro de una organización.
7. Motiva la capacidad del esfuerzo y el logro, debido a que hay que cumplir no es una tarea fácil, en un entorno que irrumpe y rompe reglas o normas constantemente.
8. Reduce la complejidad de la organización y de los procesos de cambio, que en ella se efectúan.
9. Fomenta la transparencia y la calidad y claridad de la toma de decisiones, fortaleciendo el gobierno corporativo.
10. Define las propiedades estratégicas, resolviendo los futuros conflictos por ambivalencia de interés o cambio en el entorno (p. 95).

De acuerdo a lo indicado anteriormente se enfatiza que los valores organizacionales son pilares fundamentales tanto para el desarrollo de los individuos como para las organizaciones porque favorecen la transparencia, la organización, logros y cambios dentro de la empresa.

El uso de los valores, son de gran influencia en el plano de actitudes y de comportamiento, siendo estos imprescindibles para conseguir la identificación de las personas y compromiso en la construcción de las organizaciones.

3.5 Valores que influyen en la productividad de la empresa

La productividad es un elemento que toda empresa busca mejorar y esto como una condición que le permita ser más competitiva en el mercado en el que se desarrolla. Los esfuerzos por mejorar la productividad nunca serán suficientes ni estáticos, si consideramos la gran cantidad de variables que inciden en las operaciones de una organización.

Hamburger 2008 (citado en Velásquez, Núñez y Rodríguez 2010) “señala que cualquier intento por mejorar la productividad debe empezar por reconocer el valor y la importancia de las personas en la organización” (p. 2).

Existen muchos factores que afectan la productividad en una organización, hay factores sobre los cuales la empresa no tiene control y se conocen como factores externos y otros son factores internos que son controlables por la empresa.

Según Velásquez et al. (2010), mencionan que:

Los factores internos son áreas de oportunidad para el mejoramiento de la productividad, se convierten en elementos estratégicos, ya que las acciones o planes se deben diseñar bajo la premisa de que el mejoramiento de la productividad depende en gran medida de los efectos de la integración de los factores (p. 3).

En mismo autor plantean, los factores internos pueden ser clasificados en tres subsistemas:

1. Subsistema Cultura y valores: Contempla las normas, creencias, valores que pueden estar implícitos o explícitos en una organización y son los que rigen el modo de actuación de las personas, lo cual es tomado como una orientación para actuar en la organización, sin menoscabar la libertad individual.

2. Subsistema Dirección: Responsable de armonizar el personal, la tecnología y el dinero de forma tal que su utilización sea la más eficaz y liderar los procesos para buscar la manera de aprovechar al máximo y de forma eficiente todos los recursos.
3. Subsistema Operaciones: Contempla las actividades necesarias para producir de acuerdo a las especificaciones, involucra a las personas, materiales, equipos, métodos y capital (p. 4).

Todos los factores internos pueden convertirse en elementos para mejorar la productividad de una organización, siempre y cuando estos sean utilizados de manera adecuada tanto para el beneficio de los colaboradores como para el de la empresa misma, lo cual vendría a mejorar tanto su productividad como su competitividad. Para conocer los valores que afectan la productividad en la empresa.

Velásquez et al. (2010), concluyen en su estudio estrategias para el mejoramiento de la productividad que:

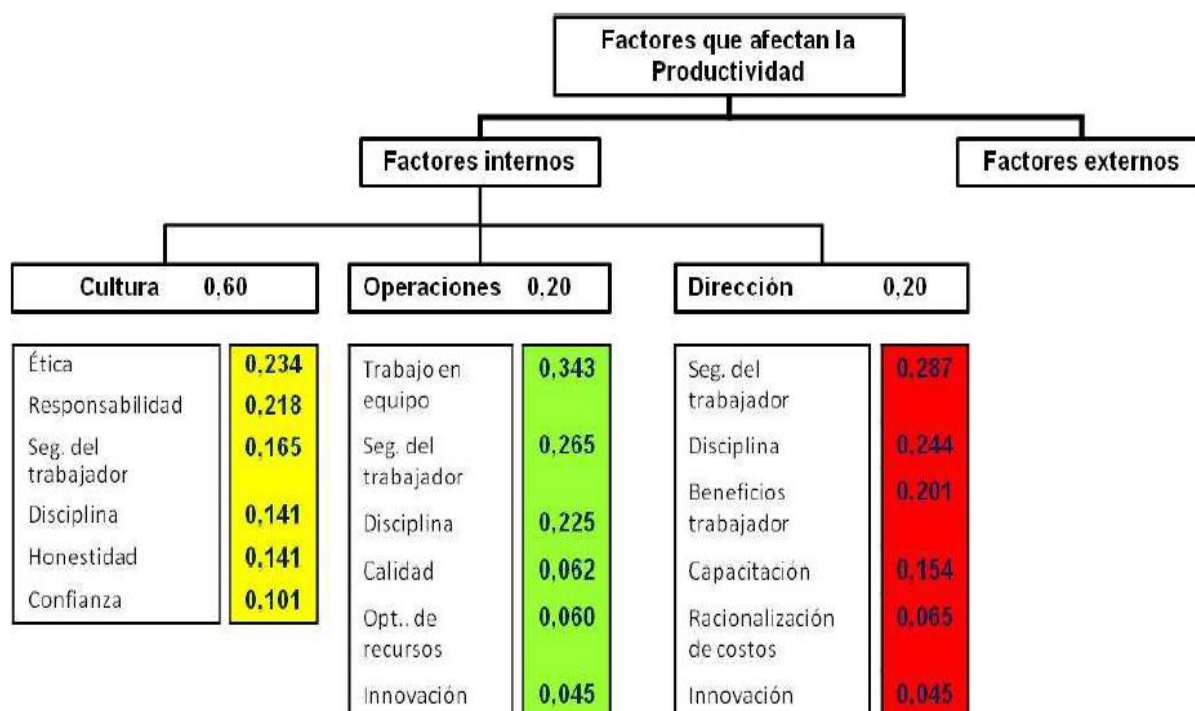
De acuerdo al AHP (proceso de análisis jerárquico) muestra que el criterio más importante es la cultura y que los valores que tienen mayor impacto positivo en la productividad son: seguridad del trabajador, disciplina, ética, responsabilidad, honestidad y trabajo en equipo, estos aportan el 81,20 % del efecto (p. 9).

Según los autores afirman que la cultura juega un papel importante en la productividad de las empresas, la cual está asociada a la práctica de ciertos valores.

Los valores son el pilar fundamental que mueve a toda una organización, y necesario para una mejor realización de sus actividades, será necesario crear procesos donde se pongan en práctica diariamente, considerando la importancia que tienen para el desarrollo de las personas y las organizaciones.

En la siguiente ilustración se muestra los porcentajes obtenidos en el estudio de cada valor que mayor impacto tienen en la productividad de la empresa.

Ilustración 1. Factores que afectan la productividad



Fuente: Velásquez et al. 2010

Dentro de los factores internos que afectan la productividad de manera positiva, están la cultura, operaciones y dirección. Para este caso particular la cultura es el factor interno que tiene mayor influencia positiva en la productividad con un 60 % según el estudio. Para el factor cultura los valores que tienen impacto en la productividad están la ética, la responsabilidad, seguridad del trabajador, disciplina, honestidad y confianza.

CAPITULO CUATRO: LOS VALORES Y LA ÉTICA EMPRESARIAL

La ética en la empresa es fundamental para el desarrollo de las organizaciones en su conjunto. Si bien podemos afirmar que la ética en sí, es el estudio de los valores, se hace necesario su estudio por ser propios de la condición humana.

4.1 Concepto de ética empresarial

Antes de introducirnos a la definición de la ética empresarial, es conveniente dilucidar lo que es la ética. La ética valora el actuar e impone normas de conducta en todo campo científico particular, por ello la moral es el objeto de estudio de la ética.

Para López y Habed (citado en García y Urbina, 2012) plantean que: “La ética es una rama de la filosofía, que abarca el estudio de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir” (p. 1).

Entonces la ética como ciencia da una explicación de las normas morales y parte del análisis racional y crítico de las prácticas acostumbradas para llegar a descubrir cuáles son los principios y valores que deben regir la actividad humana. En tanto se acepta un comportamiento moral cuando este se ajusta a lo prescrito por un conjunto de normas llamado código moral.

Gómez y Gomar (citado en García et al. 2012), señalan que:

Ética empresarial es un conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a los distintos entornos en condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que esta comparte (p. 20).

Por su parte Koontz y Weihrich (2008) señalan que la ética empresarial “se ocupa de la verdad y la justicia relacionadas con aspectos como las expectativas de la sociedad, la competencia equitativa, la publicidad, las relaciones públicas, la responsabilidad social, la autonomía del consumidor y el comportamiento corporativo” (p. 49).

Los autores antes referidos, el término ética empresarial, lo enfatizan como el conjunto de valores y normas presentes en la cultura de la empresa, los cuales son muy importantes para la organización en la adaptación a los diferentes entornos en los que se desarrollan las empresas.

En su abordaje relacionan la ética empresarial con la verdad y la justicia en relación a diversas situaciones en las que se desarrolla la empresa. Estas situaciones tienen que ver con la competencia leal, responsabilidad de la empresa en sus acciones y la conducta de sus miembros. La ética empresarial en este sentido también considera la aplicabilidad de los valores y normas que comparten los miembros de la organización.

En definitiva la ética se desarrolla a partir de los valores que dictan si algo está bien o mal, lo cual orienta las decisiones de las personas que tienen la responsabilidad de tomarlas considerando como base el fin que se persigue, la conciencia moral socialmente alcanzada y las consecuencias de cada decisión tomada.

4.2 Importancia de la ética empresarial

La necesidad de la ética en las empresas obedece a distintos factores que permitan un mejor desempeño de todas sus actividades en las que se ve inmersa. La ética empresarial se ocupa de los procedimientos y normas para integrar la ética en la gestión diaria, en la transparencia, la comunicación, en los códigos de valores o de conducta.

Para Melé y Domenec (citado en García et al. 2012), mencionan los elementos de importancia en relación a la ética empresarial, siendo los siguientes:

1. Las organizaciones necesitan garantizar la confianza de la sociedad. Esta confianza se ve socavada por la proliferación de estándares y malas prácticas corporativas, y por su amplia exposición mediática.
2. Las organizaciones han de construir una cultura corporativa que las identifique y permita la identificación de sus miembros con la misma. Si esta cultura empresarial se define por prácticas y actitudes responsables y respetuosas comerciales, técnicas, socialmente, de tal modo que los miembros de la organización transmitan y refuercen tales valores, entonces es indudablemente más fácil alcanzar y mantener la confianza externa e interna en la organización.
3. Es de interés para las organizaciones mantener un bajo nivel de conflicto interno y si los conflictos surgen, tener mecanismos eficaces para resolverlos.
4. Las organizaciones tienden a ser complejas y se desenvuelven en un ambiente plural, esto obliga a que las empresas se doten de mecanismos de integración efectiva para que las energías y capacidades creadoras y productivas de todos sus miembros estén efectivamente coordinados y de una definición común sobre los criterios mínimos de conducta y de trato personal exigibles en todo lugar a los miembros de una organización (p. 25- 26).

La importancia de la ética empresarial se centra en lograr que la empresa gane mejor confianza e imagen frente a la sociedad, así mismo permitirá la construcción de una cultura con identidad.

No obstante será importante también para la empresa minimizar los niveles de conflictos internos entre los miembros, debido que las organizaciones son cada vez más complejas.

4.3 Valores éticos indispensables para la práctica profesional

Cada empresa tiene sus propios valores que dirigen sus comportamientos y sus prácticas, pero para ser considerados éticos, estos deben de coincidir con los valores compartidos por la colectividad. Estos valores corresponden a las cualidades que engrandecen a un ser humano, son virtudes que se exteriorizan en el modo de pensar, actuar y sentir de los individuos.

López et al. (citado en Delgado y Rivas, 2008), destacan en materia de ética, los siguientes valores que enaltecen al profesional:

1. Verdad: Ser siempre sincero, Franqueza, buena fe. Una manifestación importante de la verdad es la integridad personal, que consiste en vivir y convivir de acuerdo a nuestras convicciones y creencias. A la verdad se le opone la falsedad, la mentira, el error y la ignorancia.
2. Honradez: Probidad, integridad moral que lleva a respetar los bienes ajenos. El profesional honrado no toma nada que no es suyo. También este valor es una cualidad altamente valorada en la sociedad por la corrupción que existe en nuestro medio.
3. Justicia: Virtud moral, firme y constante de dar a cada uno lo suyo, actuando siempre con equidad, imparcialidad, sin favoritismo ni discriminación. Justo es el profesional que reconoce los derechos de los demás.

4. Lealtad: Es la cualidad moral que nos mueve a guardar fidelidad y buenas intenciones a quienes han depositado su confianza y su cariño en nosotros. Nadie confía en una persona desleal.
5. Solidaridad: Fraternidad, unidad, compañerismo. Sentimiento noble que nos mueve a unirnos a otros, cooperación y ayuda mutua para lograr objetivos comunes.
6. Responsabilidad: es la virtud que nos induce al cumplimiento cabal, justo y oportuno de los deberes. Responsable es el profesional que cumple la palabra dada, cumple con sus deberes y compromisos contraídos (p. 57-58).

Los autores mencionados proponen seis valores éticos que deben de practicar los profesionales para desempeñarse correctamente en su labor de trabajo, tales como la verdad, honradez, justicia, lealtad, solidaridad y responsabilidad.

La práctica de estos valores éticos conlleva que una persona sea sincera, confiable, justa e íntegra, siendo un elemento fundamental que buscan las organizaciones en sus colaboradores. Existen áreas de trabajo en las empresas donde es necesario que se guarde sigilosamente información ya sea de los clientes o de la misma organización.

4.4 Valores a fomentar dentro de las empresas

Es crucial en las empresas adoptar valores que garanticen un mejor desempeño en sus colaboradores, convirtiéndose en la columna vertebral de sus acciones o comportamientos. La adopción de estos valores dentro de la empresa es un proceso complejo, en el que deberá decidir cuáles serán estos valores que más se ajusten a la visión y misión de la empresa.

Para Jiménez 2008 (citado en Rocha y Sánchez, 2013), presenta una lista de los valores a adoptar en la empresa.

1. Honestidad: Este valor se reflejará en ofrecer lo que podemos cumplir como colaborador, actuar con exactitud y puntualidad, con un comportamiento integro.
2. Responsabilidad: Se responde por lo que hace o no sé de hace. Nos comprometemos con los demás y planificamos esforzándonos para trabajar en orden.
3. Comunicación: De nuestra parte escuchamos con atención lo que nos dicen, preguntamos cuando no entendemos y buscamos información si no llega.
4. Sinceridad: Creemos en la veracidad como base para poder construir confianza, actuar de manera consistente con todas las personas y en todo momento.
5. Respeto: No insultamos y maltratamos, comprendemos de manera empática sus puntos de vista y situaciones particulares y tratamos a las personas con dignidad.
6. Compañerismo: El éxito de la empresa la construimos juntos, trabajamos en equipo.
7. Solidaridad: Brindar apoyo al ser humano necesitado, ayudamos sin recibir nada a cambio y compartimos beneficios y riesgos.
8. Tolerancia: Somos tolerantes a otras opiniones, no somos indiferentes a los puntos de vista que no compartimos.
9. Aprendizaje: Creemos en el mejoramiento continuo nutrido con la experiencia diaria, entendemos el aprendizaje como un proceso practico de aplicación y de cambio en el comportamiento.
10. Superación: nos comprometemos a mejorar cada día lo que hacemos, no hacemos las cosas solo por cumplir y creemos en la disciplina y la perseverancia (p. 41- 44).

Se presentan diez valores que se deben fomentar dentro de la empresa en su día a día. Dentro de los valores que se consideran de interés fundamental para las

empresas están la responsabilidad, la honestidad, el respeto y la sinceridad, sin embargo se debe tener en cuenta, que en la práctica la aplicabilidad de estos, no se cumple en su totalidad, lo cual conlleva que dentro de las organizaciones se desarrollen procesos ilícitos manifestados en corrupción, no pago de impuestos, robos etc.

4.5 El código de ética

El código de ética, es una declaración de normas responsabilidades y como tal sirve como herramienta de trabajo, para guiar las actividades de las personas y organización de tal modo que se logre la protección del interés común.

4.5.1 Definición de código de ética

Una de las razones en la aplicación del código de ética dentro de las organizaciones es fomentar entre las personas un espíritu de moralidad, favoreciendo una imagen positiva e integra dentro del personal de trabajo. Aproximándonos a una definición de lo que es un código de ética, citamos a:

Koontz y Wehrich 2004 (citado en Muñoz y Telica, 2011) señalan que: “un código de ética es una declaración de políticas, principios o reglas que guían el comportamiento” (p. 40).

En tanto Mondy 2005 (citado en Rocha et al. 2013) establece que “un código de ética establece las reglas por las cuales se rigen los profesionales en la organización” (p. 4).

De las definiciones anotadas anteriormente, los autores reiteran que el código de ética, es un conjunto de reglas que guían la actuación de las personas dentro de las organizaciones desde el punto de vista moral y ético.

Esto favorece un comportamiento del personal acorde a la filosofía de la organización. Por otra parte a través del código ético, permite a las empresas introducir, aplicar valores y fundamentos morales-éticos de carácter universal en el día a día de cada la organización.

Al establecerse un código de ética en la organización es necesario que cada miembro de la misma, lo aplique para que sea parte integrante de la cultura organizacional.

Es así que Muñoz et al. (2011) nos fundamentan que “los principios existentes en un código de ética comprometen la actuación de los miembros de la empresa, pues estos principios son de estricto cumplimiento por ser la declaración fundamental de la organización en el aspecto ético” (p. 41).

4.5.2 Objetivos del código de ética

El establecimiento de un código de ética dentro de la organización, permite fijar reglas de manera clara y coherente con su filosofía organizacional. Favorece en la definición de responsabilidades y derechos así como servir de criterio para la toma de decisiones.

Según Rocha et al. (2013), plantean que un código ético profesional coherente y práctico busca alcanzar los siguientes objetivos.

1. Lograr que el comportamiento de los profesionales que integran la organización coincida con los objetivos de la administración.
2. Mantener la mayor coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
3. Incrementar el sentido de pertenencia y responsabilidad de los profesionales dentro de la empresa.
4. Evitar los comportamientos de los empleados, clientes, proveedores y contratistas que actúan de manera contraria a los intereses de la empresa.
5. Incrementar la confianza hacia dentro y hacia fuera de la empresa.
6. Fortalece a la organización con su entorno (p.17).

Los objetivos de un código de ética son diversos, sin embargo con esto se busca integrar a los miembros de la organización en el cumplimiento de los lineamientos de las conductas establecidas, evitando comportamientos contrarios a los objetivos que persigue la empresa.

Dentro del personal de la organización será necesario que cada uno comprenda los objetivos de un código de ética. Esto garantiza que la realización de sus tareas y responsabilidades no se desvíen.

4.6 La formación de los colaboradores en valores

La formación de los valores en los empleados es una actividad importante que la alta dirección de la empresa debe llevar a cabo siempre. Esto supone la aplicación de distintos métodos que permitan que cada individuo miembro de la empresa se apropie de los valores de la empresa.

Alejandro V. (2010), menciona una serie de herramientas que la dirección puede usar para modelar los valores, estos son:

1. Estructura. Asignar la responsabilidad de los valores éticos a un puesto específico. Un ejemplo es establecer un comité de ética, que proporcione normas sobre asuntos dudosos y que asuma la responsabilidad de disciplinar a los que la transgredan.
2. Mecanismos de divulgación. La línea confidencial es un mecanismo a través del cual los empleados pueden expresar sus preocupaciones sobre las prácticas de ética, cuando sospechan de actividades ilegales, peligrosas o poco éticas.
3. Código de ética. El reporte formal de los valores, ética y responsabilidad social de la compañía aclara a los empleados lo que la empresa representa y lo que se espera de su conducta, al especificar los tipos de conducta esperados para honrar estos valores.
4. Programas de capacitación. Como complemento del código escrito, los programas de capacitación aseguran que los valores éticos se usen en la toma de decisiones diaria. Incluyen un entrenamiento de ética como parte de la orientación, así como seminarios para el desarrollo de los empleados y marcos de referencia para la toma de decisiones (p. 1).

La aplicación de estas herramientas por parte de la dirección de la empresa permite que los empleados además de conocerlos puedan aplicarlos a su sistema de valores. Otra manera, es a través del ejemplo que transmite la dirección superior en sus acciones, o sea estos, deben de poner en práctica los valores para servir de ejemplo a los demás miembros de la empresa, de lo contrario será difícil que el personal logre interiorizarlos en sus sistema de valores.

4.7 Como se practican los valores en una organización

La práctica de los valores es una actividad que debe ser constantemente promovida por la empresa para lograr dentro de los empleados un mejor comportamiento manifestado en, un buen trato hacia los clientes, hacia los superiores y demás colegas.

López C. (2001) menciona algunas de las formas en que se evidencia la práctica de los valores en una organización:

1. Cuando los contratos laborales se realizan con transparencia.
2. A través de la toma de decisiones.
3. Buen trato en la atención al cliente.
4. A través de la Responsabilidad social empresarial (p. 1).

Estas son algunas de las formas en que los empleados de la organización ponen en práctica los valores, pero otra forma de ponerlos en práctica por ejemplo con el valor de responsabilidad, cuando los empleados cumplen con sus tareas, compromisos y funciones previstas. Otro sería con el valor de honestidad, cuando el empleado trabaja de manera transparente, no hurtando los bienes propiedad de la empresa.

4.8 Los valores y su relación con la ética organizacional

Los valores y la ética son una parte importante de una empresa. Los valores están estrechamente vinculados a los lineamientos éticos, es más el estudio de los valores correspondería en el plano práctico al estudio de la ética en sí misma.

Para Dubrin (2002), los valores están muy relacionados con la ética, estos son enunciados claros de lo que tienen una importancia crítica. La ética se convierte en un vehículo para transformar los valores en actos, o en hacer lo correcto. Por ejemplo, un ambiente limpio, es un valor, en tanto que no tirar basura es una práctica ética (p. 1).

De acuerdo a lo planteado, la ética florece a partir de los valores que dictan si algo está bien o mal (correcto o incorrecto), lo cual orienta las decisiones de los individuos que tienen la responsabilidad de tomarlas considerando como base el fin que se persigue, la conciencia moral socialmente alcanzada y los contextos y consecuencias de cada decisión. A la ética, le interesa analizar los valores morales (justicia, honestidad, bondad, fidelidad, entre otros) y para ello encuentra sustento teórico en la axiología o ciencia filosófica de los valores que estudia estos valores en su carácter general, tratando de llegar a su sentido o esencia.

Osmond Vitez (s/f), menciona que:

Los valores organizacionales y la ética son por lo general una extensión de los valores éticos personales del director de la empresa. Los dueños y los directores de las empresas deben considerar el desarrollo de los valores y de la ética necesarios, para cada responsabilidad dentro del ambiente laboral. Esta información puede promover un ambiente de trabajo fuerte, donde la ética y los valores se mantengan en el centro de las decisiones empresariales (p. 1).

Los valores organizacionales y la ética pueden limitar la responsabilidad legal de la empresa dentro del entorno laboral. La ética promueve el buen comportamiento de los propietarios, directores, gerentes y empleados, y fomenta que se eviten las situaciones y acciones inapropiadas. La ética y los valores de la organización de la empresa determinan el enfoque de la empresa. Si se centra en los beneficios económicos, quizás se ignoren las necesidades de un individuo dentro del entorno empresarial una vez que se logra el éxito comercial.

CAPITULO CINCO: LOS VALORES Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL

Los valores son parte integrante en todas las organizaciones, porque están presentes en cada uno de sus miembros o equipo de trabajo en mayor o menor medida, siendo un elemento motivador de las acciones y del comportamiento humano.

Cada organización tiene su propia cultura y esta debe ser aprendida y compartida por los miembros de la organización. Si vemos en cada una de ellas, encontramos que practican su propio sistema de creencias y valores que las hacen ser diferentes de las demás, dándole la distinción de tener una cultura única.

5.1 Concepto de cultura organizacional

Antes de precisar sobre el término de cultura organizacional, se definirá lo que es la cultura. La palabra cultura se puede aplicar a una unidad social de cualquier magnitud, sea un grupo, civilización, etnia etc. Cabe destacar que dentro de las organizaciones los grupos pueden desarrollar sus propias subculturas.

En este sentido, Stoner et al. (1996) refieren que “la cultura es la compleja mezcla de supuestos, conductas, relatos, mitos, metáforas y demás ideas que encajan unos con otros y definen lo que significa ser miembro de una sociedad concreta” (p. 198).

La cultura está compuesta por un conjunto de elementos que tienen que ver con la conducta, creencias e ideas, todas ellas influyen en el comportamiento de una sociedad y le dan un sentido de identidad a la misma, por lo tanto hay diferentes tipos de culturas.

La cultura es un elemento indispensable de los procesos de desarrollo económico, político, social así como tecnológico, este último ha provocado cambios profundos, reflejado en los estilos de vida, los comportamientos y formas de relacionarse en nuestras sociedades, debido al uso de la información y conocimiento con nuevas estructuras de poder y control.

En relación al término de cultura organizacional Stoner et al. (1996) mencionan que la cultura organizacional es definida como “la serie de entendidos importantes, como normas, valores, actitudes y creencias, compartidos por los miembros de una organización” (p. 198).

Por su parte Robbins (2004) la define como “un sistema de significados compartidos por los miembros de una organización que la distinguen de otras” (p. 525).

Para George et al. (2006) refiere que la cultura organizacional “comprende el conjunto común de ideas, esperanzas, valores, normas y rutinas de trabajo que influyen en las relaciones recíprocas de los miembros de una organización así como en su colaboración para alcanzar las metas de la empresa” (p. 80).

El autor reitera que el término de cultura organizacional es el conjunto de valores, normas, actitudes, creencias compartidas por los miembros que interactúan dentro de la organización.

Todo este conjunto de elementos que es parte de la cultura organizacional y por tanto debe ser observado y promovido constantemente por la organización, para establecer un ambiente saludable de trabajo, en este sentido será necesario promover buenas costumbres y valores entre todos los miembros de la organización a fin de garantizar que el desempeño de estos sea excelente y no se produzcan conflictos interpersonales, actos de corrupción y abusos de poder.

Cuando los miembros de la organización comparten en común el sistema de valores, creencias, ideas, rutinas y normas presentes en la organización, se puede hablar de una cultura fuerte, lo contrario es cuando estos miembros no se comprometen en compartir este sistema de normas y valores entonces se tiene una cultura débil.

5.2 Elementos de la cultura organizacional

Toda cultura organizacional se manifiesta y se expresa de muchas formas según los elementos que la integran.

Hernández (2007), señala que los elementos de la cultura organizacional se agrupan en cuatro tipos:

1. Elementos simbólicos: Los símbolos hacen algo más que meramente representar algo. Algunos de los símbolos de las organizaciones, son las cartas organizacionales, ritos, rituales, arquitectura corporativa, logotipos, imágenes visuales, historias, metáforas, lemas, acciones y no acciones. Algunos de los símbolos más obvios son los relejes checadores, uso de corbata por parte del personal de oficina y los espacios reservados en el estacionamiento de coches.
2. Elementos estructurales: se relacionan con los aspectos formales de la organización, como por ejemplo: niveles de autoridad y decisión, establecimiento de normas, políticas, estrategias, procedimientos, tramos de control y jerarquías, etc.

3. Elementos materiales: se manifiestan en las instalaciones, mobiliario, equipo y otros recursos físicos.
4. Elementos conductuales: se manifiestan en la cultura organizacional, están relacionados con el comportamiento humano, como los sistemas de motivación, comunicación, liderazgo, procesos de toma de decisiones (p. 159-170).

Los elementos de la cultura organizacional está compuesta por cuatro elementos, que son los símbolos, estructurales, materiales y elementos conductuales. Estos elementos son la suma imaginaria de valores compartidos por todos los miembros, el conjunto de maneras de pensar y los patrones conductuales, por lo que toda cultura corporativa se manifiesta y se expresa de muchas formas según los elementos que la integran.

Los elementos estructurales se relacionan al establecimiento de una estructura formal, donde se implementen normas, políticas y se definan responsabilidades en las diversas áreas de trabajo dentro de la organización. Los elementos materiales son todas aquellas cosas visibles y por tanto son poderosos porque centran la atención en aspectos específicos. En tanto los elementos conductuales van más allá porque consideran aspectos de la motivación, liderazgo y toma de decisión.

5.3 Características de la cultura organizacional

Cada organización posee su propia cultura, con sus valores, normas y creencias que genera un clima de trabajo propio de ellos, por lo tanto esta debe desarrollar una cultura que promueva el buen desempeño entre los miembros que conforman la organización.

Es posible encontrar dentro de las organizaciones diferentes tipos de culturas cada una con características que las define. En tanto estas características permiten tener una idea realista de cómo es la cultura de una organización.

Chiavenato (2009), propone seis características que se presentan en una cultura organizacional.

1. Regularidad de los comportamientos observados. Las interacciones entre los miembros se caracterizan por el lenguaje común, terminología propia y rituales relativos a las conductas y diferencias.
2. Normas. Pautas de comportamiento, políticas de trabajo, reglamentos y lineamientos sobre la manera de hacer las cosas.
3. Valores dominantes. Son los principios que definen la organización y que espera que sus miembros compartan, como calidad de los productos, bajo ausentismo y elevada eficiencia.
4. Filosofía. Las políticas que reflejan las creencias sobre el trato que deben recibir los empleados o los clientes.
5. Reglas. Guías establecidas que se refieren al comportamiento de la organización. Los nuevos miembros deben aprenderla para ser aceptados en el grupo.
6. Clima organizacional. La sensación que transmite el local, las formas que interactúan las personas, el trato a los clientes y proveedores (p. 126).

En relación a las características de la cultura organizacional, se mencionan seis características que dan una idea de la cultura presente en una organización. Estas hacen referencia a las normas, valores, filosofía y reglas que se implementan en la organización.

Una de las características fundamentales que forma parte de la cultura organizacional son los valores, porque estos tienen gran influencia en el comportamiento y la toma de decisiones.

Estos valores fundamentales constituyen la base desde la cual los líderes actúan en cada organización, y a partir de ella establecen planes y estrategias. Son los principios básicos que deben ser cumplidos si se quiere sobrevivir en esa organización, por lo tanto los valores dirigen a las organizaciones.

5.4 Importancia de la cultura organizacional

La cultura organizacional otorga a sus miembros la lógica de sentido para interpretar la vida de la organización, a la vez que constituye un elemento distintivo que le permite diferenciarse de las demás organizaciones.

Se busca dentro las organizaciones establecer culturas fuertes, donde cada miembro este comprometido con la práctica de todos los elementos que conforman la cultura organizacional, entre estos sus valores, normas, procedimientos, políticas entre otros.

Nova (2002), refiere que la importancia de la cultura organizacional se fundamenta en lo siguiente:

1. Contribuir significativamente al éxito a largo plazo de las organizaciones al guiar el comportamiento y dar significados a las actividades.
2. Además de guiar la conducta, ayuda que a los empleados realicen su trabajo un poco mejor en dos formas, describe la forma en que la gente debe comportarse la mayor parte del tiempo y permite a la gente sentirse mejor con respecto a lo que hace; con lo que es más probable que trabaje duro.

Al respecto la importancia de la cultura organizacional se fundamenta en permitir a la organización lograr el éxito. Este logro se traduce en que los colaboradores entienden y conocen la manera de trabajar, de interactuar, lo cual permite un clima laboral armonioso y estable que garantiza el buen desempeño.

Por su parte Aguilar, Casares y González (2005) afirman que “la cultura organizacional es importante, porque tiene influencia en la calidad y productividad” (p. 149-150).

Al establecer una cultura de calidad, se logra un mejor o excelente desempeño en las acciones desarrolladas entre los miembros de la organización, lo cual influirá en la calidad y productividad de los procesos implementados en la organización. Por lo tanto la cultura motiva al personal hacia la excelencia y la calidad en todos los quehaceres de la empresa. Se crea el espíritu productivo del personal a través de modelos educativos que generen y mantengan una cultura organizacional que forme cotidianamente actitudes de compromiso, creatividad, lealtad y satisfacción en el trabajo, con base en los valores de la organización. En tal sentido la productividad implica antes que nada, la creación y el mantenimiento de una cultura de trabajo que forme un espíritu productivo en todo el personal.

5.5 Tipos de culturas organizacionales

Las culturas organizacionales pueden clasificarse en diferentes tipos, como una forma para ser mejor comprendidas, en tanto cada una según el tipo, presenta diversas características que la definen como tal, de ahí que se considere que cada organización tiene una cultura propia.

Se habla entonces de culturas débiles y culturas fuertes, siendo estas últimas, aquellas en las que los miembros de la organización o agrupación tienen un fuerte arraigo en la práctica de valores, costumbres, normas, políticas dentro de la organización.

Según Chiavenato (2009), plantea cuatro tipos de cultura organizacional, siendo las siguientes:

1. Culturas conservadoras: Se caracterizan porque adoptan y preservan ideas, valores, costumbres y tradiciones que no cambian con el tiempo a pesar de las transformaciones del entorno. Se caracterizan por su rigidez y conservadurismo.
2. Culturas adaptables: Estas son flexibles y tienen una cultura adaptable que revisan constantemente.

3. Culturas tradicionales: Características de esta cultura, es tener aspecto al modelo autocrático, pues asumen un estilo tradicional y autocrático. Otras de las características es tener un nivel jerárquico y vertical, conservador y adverso al riesgo, orientado al costo y los controles, analítico y cauteloso, centralizado, formal e impositivo.
4. Culturas participativas: estas tienen un estilo participativo, colaborativo, informal, descentralizado, innovador y dispuesto a correr riesgos, intuitivo y osado, orientado a los servicios y la calidad (p. 129-130).

El autor refiere que a nivel de las empresas hay cuatro tipos de culturas organizacionales encontrándose desde aquellas conservadoras donde sus valores e ideas no cambian con el tiempo. En cambio en el otro extremo las culturas participativas tienden a correr riesgo y con disposición a ser más colaborativa.

5.6 Formación de la cultura Organizacional

Según Schein (2009), reitera que la formación de la cultura organizacional está compuesta de las siguientes fases:

1. La que configuran los fundadores: Los fundadores suelen darle inicio a la nueva organización, a través del establecimiento de su visión y misión, de la forma de organizarla y transmitiendo sus valores, juicios y prejuicios. Generalmente, el fundador basa la cultura fundante en sus propias experiencias organizacionales del pasado y traerá dichos aprendizajes y cultura a la nueva organización.
2. La que emerge de los pequeños grupos: Los individuos se organizan en grupos en un intento de satisfacer sus necesidades; aportan metas, valores, esperanzas y estimulan la búsqueda de nuevas formas de alcanzar lo que requieren. Los grupos evolucionan a través de una serie de etapas.

3. La que es implantada y transmitida por los líderes: una función decisiva del liderazgo bien puede ser la creación, conducción y siempre y cuando sea necesaria la destrucción de la cultura (p. 340).

5.7 Los valores y su influencia en la cultura organizacional

Los valores por ser parte de la cultura de una organización juegan un papel importante dentro de la misma, dado que cada miembro actuará en función de los valores y principios que la organización persigue.

Arciniega y Zazueta 2010 (citado en Rodríguez y Rojas, 2013) mencionan que “los valores organizacionales son instrumentos que apoyan la integración de una cultura, debido a que al haber una mejor aprehensión de estos, se obtiene una mayor solidez de la propia cultura organizacional” (p. 13).

Así mismo, Schein y Freitas (citado en Casagrande, 2002) mencionan que, los valores actúan como elementos integradores; son claves en el análisis e interpretación de la cultura organizacional y pueden considerarse como su esencia (p. 27).

De ahí, que se pueda hablar de la existencia de una cultura común en el momento en que los valores son compartidos por un gran número de sus miembros, lo que permite a estos, actuar de manera uniforme, independientemente de la situación que se presente.

Cada organización está construida sobre una sólida base de valores organizacionales con lo cual se expone la importancia de una cultura fundamentada en los de valores de la compañía.

Gerdhe S. (citado en Rodríguez y Romo, 2013) menciona que mientras más comprometidos se encuentran los trabajadores con los valores organizacionales, puede generarse una cultura organizacional más fuerte, que promueva comportamientos más apegados a lo que requiere o es correcto para la organización.

Será fundamental para toda organización promover y aplicar buenos valores que garanticen una cultura de calidad en los diferentes procesos que desarrollan con lo cual se garantizará el éxito organizacional. Dependiendo de cómo se fortalecen y controlan los valores, se puede hablar de una cultura fuerte o débil.

La cultura se transmite a través de los valores, se traduce en sistemas de creencias y actitudes y se manifiesta por medio del comportamiento.

Argyri y Schon, 1978 (citado en Rodríguez A) menciona que en la medida en que los valores tengan éxito, pasaran a hacerse creencias y, ulteriormente, asunciones, por tanto serán un componente central de la cultura, que podrá servir de guía a los miembros de la organización para actuar en situaciones de incertidumbre, sin embargo, si alguno de esos valores no llegan a arraigar en la cultura de la organización, solo serán vistos como valores añadidos (p. 7). g

5.8 Influencia de la cultura en la organización

La cultura organizacional representa un elemento fundamental en el desarrollo de una empresa. A comienzos de los años se observó diferencias de productividad en la gestión empresarial entre el modelo japonés y el norteamericano con lo cual despertó el interés en estudiar la cultura organizacional.

Según Garay (2009) menciona que “el liderazgo japonés en cuanto a calidad y funcionalidad de sus productos, se atribuyó a las características de su cultura lo que llevó a muchos investigadores a estudiarla como un activo estratégico relevante en el desempeño de las organizaciones” (p. 68).

Por su parte, Peters y Waterman 1982 (citado en Garay, 2009) en su investigación en organizaciones calificadas como excelentes en un período completo de veinte años de 1961 a 1980, concluyeron en que “no sólo los japoneses tenían una cultura original y que estas empresas se movilizaban alrededor de valores claves” (p. 68).

Es claro que, gran parte del éxito de las organizaciones estudiadas reiteran los autores, se debe a la cultura practicada por estas, logrando como resultado la calidad en sus actividades y operaciones, traduciéndose en un mejor desempeño del clima laboral. Otro elemento de interés en el éxito de las organizaciones estudiadas, es la adopción de valores claves.

En tanto Barney 1986 (citado en Garay, 2009), menciona que:

Si se trata de una variable, la cultura organizacional podría ser un recurso o medio para alcanzar objetivos. Y si ese recurso agrega valor, es diferente en sus características a la cultura de otras organizaciones y no es fácilmente imitable por los competidores, puede convertirse en ventaja competitiva y en un activo estratégico que sustente el éxito (p. 68).

Si se cataloga la cultura de una organización como un recurso y este agrega valor a la organización a través de su distinción con otras, se convierte en una ventaja competitiva que le asegura éxito.

Garay (2009) señala que “recientemente grandes éxitos y fracasos de empresas han sido atribuidos a la cultura, y ejemplo de ello es el caso de la empresa General Electric o Enron” (p. 68).

En la práctica se observa que la cultura juega un papel fundamental en el desarrollo de las organizaciones. Al establecer valores, normas y procesos favorecen al cumplimiento de los objetivos, visión y misión, logrando con el tiempo crearse como grandes empresas, es el caso de general electric, que a pesar del desarrollo que mantuvo esta organización en su vida se vio involucrada en diversos actos ilícitos en los cuales se refleja la falta de aplicación de valores.

En tanto Newstrom y Davis 1993 (citado en Hernández, 2007), concluyen que:

Existe una relación positiva y directa entre la cultura organizacional y el desempeño de los empleados y de la organización en general. Una encuesta realizada por Denison (1984) demostró que las características culturales y conductuales de las organizaciones ejercen un efecto mensurable sobre el desempeño de una compañía (p. 105).

La cultura desempeña un papel importante en la homogeneización de una organización, la cual puede actuar como una fuerza impulsora para la transición y el cambio a modelos de organizaciones más efectivas y eficaces, pero también puede restringir su desarrollo. Será indispensable para las empresas poner en práctica una cultura de calidad, eso le asegura tener un mejor papel en el mercado en que se desarrollan.

CONCLUSIONES

La comprensión del término de organización es concebido desde dos puntos de vista, como entidad social y como proceso, es decir como parte integrante de la función administrativa. El estudio de este último, permite evidenciar que cuanto más integrado y coordinado esté el trabajo de una organización, será más eficaz en el cumplimiento de sus metas.

El conocimiento de los valores a nivel del ser humano, permite mostrar que estos son fundamentales para toda persona, dado que al ser aplicados garantizan a la persona actuar de manera correcta y tomar buenas decisiones en su vida cotidiana.

De acuerdo al estudio documental realizado acerca de los valores organizacionales se encontró que entre los valores de importancia para las organizaciones están la humildad, honestidad, comunicación, justicia, responsabilidad, liderazgo y el entusiasmo. Al ser practicados dentro de las organizaciones tienen un impacto positivo que fomenta la transparencia, la claridad y calidad en la toma de decisiones y por ende un mejor desempeño organizacional.

Se evidencia una relación entre valores y ética organizacional, la cual se manifiesta en que esta última, se convierte en un vehículo para transformar los valores en actos, es decir nos dictan si algo está bien o mal, orientando las decisiones de los individuos. Es a partir de la ética que se dan juicios de valor a las actuaciones de los individuos dentro de la organización.

La influencia de los valores en la cultura organizacional se manifiesta en que son instrumentos que apoyan la integración de una cultura, debido a que al haber una mejor aprehensión de estos por parte del personal se obtiene una mayor solidez de la propia cultura organizacional.

BIBLIOGRAFIA

Aguilar, Casares y González. (2005,18 de septiembre). Liderazgo, valores y cultura organizacional, hacia una organización competitiva. Recuperado el 10 de septiembre de 2015, de <http://cvoline.vaeh.edu.mx/cursos/especiales/modulo105/pdf/cultura-organizacional-y-liderazgo.pdf>.

Anayeli, M. (2009, 1 de abril). Importancia de las Organización. Recuperado el 22 de septiembre de 2015, de Anayeli-organización.blogspot.com/2009/09importancia-de-la-organización.html.

Casagrande R. (2003). Valores organizacionales un análisis en el contexto educativo. Argentina: Instituto internacional de planeamiento de la educación.

Chiavenato I. (2004). Introducción a la Teoría General de la Administración. México: McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato I. (2009, 1 de octubre). Comportamiento Organizacional La dinámica del éxito en las organizaciones. Recuperado el 12 de septiembre 2015, de <http://www.promonegocios.net/economia/definicion-finanzas.html>.

Coelho P. (2012, 2 de enero). Entusiasmo en las organizaciones. Recuperado el 20 de agosto del 2015, de <http://accionesdesarrollo/entusiasmo-en-las-organizaciones/2012>.

Delgado y Rivas. (2008). El hecho de la Moral los Valores morales, Historia de la Universalidad de los valores. Seminario de graduación. Managua Nicaragua: UNAN-RUCFA.

Delgado. (2008, 11 de octubre).Importancia de Los Valores en Nuestra Vida. Recuperado el 12 de octubre de 2015, [http:// filogradix.blogspot.com/2008/10/importancia-de-los-valores-morales-en.html](http://filogradix.blogspot.com/2008/10/importancia-de-los-valores-morales-en.html).

Dublín. (2002,8 noviembre).Valores Organizacionales. Recuperado el 31 de junio del 2016, de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/570/>

Espinoza S. (2005, 9 de agosto). Del libro « diccionario de economía». Recuperado 23 de agosto de 2015, de <http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>.

Fronzizi. (1958). Introducción a la Axiología ¿Que son los valores? México: Fondo de Cultura Económica.

Garay R. (2009, 22 de Junio). La cultura organizacional, un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. Recuperado el 05 de septiembre del 2015, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=8772210b>.

García y Urbina. (2012). Ética Empresarial. La ética profesional que rige la conducta de los administradores de empresas en Nicaragua.

George y Jones. (2006). Administración contemporánea. México, D.F.: McGraw Hill Interamericana.

Hernández J. (2007, 30 de junio). La culturocracia organizacional en México. Jalisco México: Recuperado el 15 de Septiembre de 2015, de <http://www.eumed.net/libros/2007b/301>.

Hughes, Ginnett y Curphy. (2007). Liderazgo de cómo aprovechar las Lecciones de la Experiencia. México D.F.: Mc Graw- Hall.

Jiménez. (2010). El valor de los Valores en las Organizaciones. México D.F.: Ediciones IESELL.

Johnson R. (2003). Características Saludables de las Organizaciones. Recuperado 26 de septiembre del 2015, de <http://pyme.lavoztx.com/las-10-caractersticas-principales-de-una-organizacin-saludable-5852.html>.

Koontz y Weihrich. (1998). Administración, una perspectiva global. México D.F.: McGraw- Hill Interamericana.

Koontz y Wehrich. (2008). Administración. Una perspectiva Global empresarial. México D.F.: Mc Graw- Hill Interamericana.

Lopera. (2009, 28 de febrero). Definición de Valores y Características. Recuperado 06 de octubre de 2015, de <http://eticappsicologia.blogspot.com/2009/02/definicion-de-valores-y-las.html>.

Maggy, Barriga, Madrigal y Zavala. (1998). Los valores en la vida social y profesional. México: Publicaciones Culturales S.A.

Muñoz y Telica. (2011). Ética y Responsabilidad Social Empresarial. Seminario de Graduación. Managua Nicaragua: UNAN- RUCFA.

Nova I. (2002). Importancia de la cultura dentro de la organización. Venezuela: tesis para optar al título de especialista en desarrollo organizacional.

Planas E. (2000). Valores en la Empresa. México D.F.: Editorial Trillas. S.A.

Portilla J. (2012). Importancia de los Valores. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de <http://elpodiodelostriunfadores.blogspot.com/2012/06/por-que-es-tan-importante-tener-valores.html>.

Real academia de la lengua española. (1970). Diccionario de la lengua española. España. Editorial Espasa–Calpe.

Rigby y Martínez. (2014). El trabajo en Equipo seminario de Graduación. Managua Nicaragua: UNAN- MANAGUA.

Robbins S. (1991). Organización Conceptos. México: D.F. Prentice Hall.

Robbins S. (2004). Comportamiento organizacional. México: Pearson educación.

Robbins y Coulter. (2005). Comportamiento Organizacional. México D.F.: Prentice Hall.

Robbins y Coulter. (2010). Comportamiento Organizacional. Conceptos Controversias y Aplicaciones. México: Prentice Hall.

Rocha y Sánchez. (2013).Ética y Responsabilidad Social. Seminario de Graduación. Managua Nicaragua: UNAN-RUCFA.

Rodríguez y Rojas (2013), Relación entre cultura y valores organizacionales. México: Instituto tecnológico de Aguascalientes.

Rodríguez. A. (2014 02 de febrero). Cultura organizacional. Recuperado el 04 de mayo de 2016, de <http://www.psicothema.com/pdf/1141.pdf>

Schein E. (2009, 21 de marzo). Sociología de las organizaciones. Recuperado el 20 de septiembre del 2015, de <http://bivir.uacj.mx/reserva/documentos/rva200581.pdf>

Seijo C. (2009, 7 de mayo). Los Valores desde las principales Axiologías. Cualidades independientes de las cosas y actos de los humanos. Recuperado el 16 de agosto del 2015, de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32544/1/articulo6.pdf>.

Stoner, Freeman y Gilbert Jr. (1996). Administración. Naucalpan Juárez México: Prentice- Hall Hispano Americano S.A.

Valbuena, Morillo y Salas. (2006, 8 de Abril). Sistema de Valores en las Organizaciones. Recuperado el 9 de Agosto 2015, de <http://www.redaliyc.org/articulo/volumen12oa>.

Valle A. (2010, 6 de febrero). Cultura organizacional. Recuperado 9 de junio del 2016, de direccionestrategica.itam.mx/wp-content/uploads/2010/06/CulturaOK.doc

Velásquez, Núñez y Rodríguez. (2010). Estrategia para el mejoramiento de la productividad. Arequipa Perú: Ediciones LACCET.S.A.

Vitez O. (s/f). Valores y ética organizacional. Recuperado 25 de junio del 2016, de http://www.ehowenespanol.com/valores-etica-organizacion-empresarial-hechos_53061/