



Universidad  
**Tecmilenio**®



# Estructura organizacional

Misión, visión y valores  
organizacionales





La filosofía organizacional está conformada por la misión, visión y valores que fortalecen la unión entre todas las personas y les brindan identidad y rumbo para darle sentido a sus acciones diarias.





Así como las familias se agrupan en distintas casas, en distintos lugares y tienen diferentes ocupaciones, en la organización también se ven reflejadas de manera muy clara dichas agrupaciones.

Dentro de una organización, se observa un líder que dirige a todos los colaboradores, además de distintos departamentos y funciones.







## La misión

En una organización se necesitan definir los principios, la vocación, la razón de por qué y para qué se creó la empresa, así como el ideal que motiva a la gente que la integra. Identificar la razón por la que las personas trabajan cada día es tarea de todos, pues en la medida en que se reflexione sobre ello, se tendrá la base sobre la cual se construirán todas las estrategias futuras.

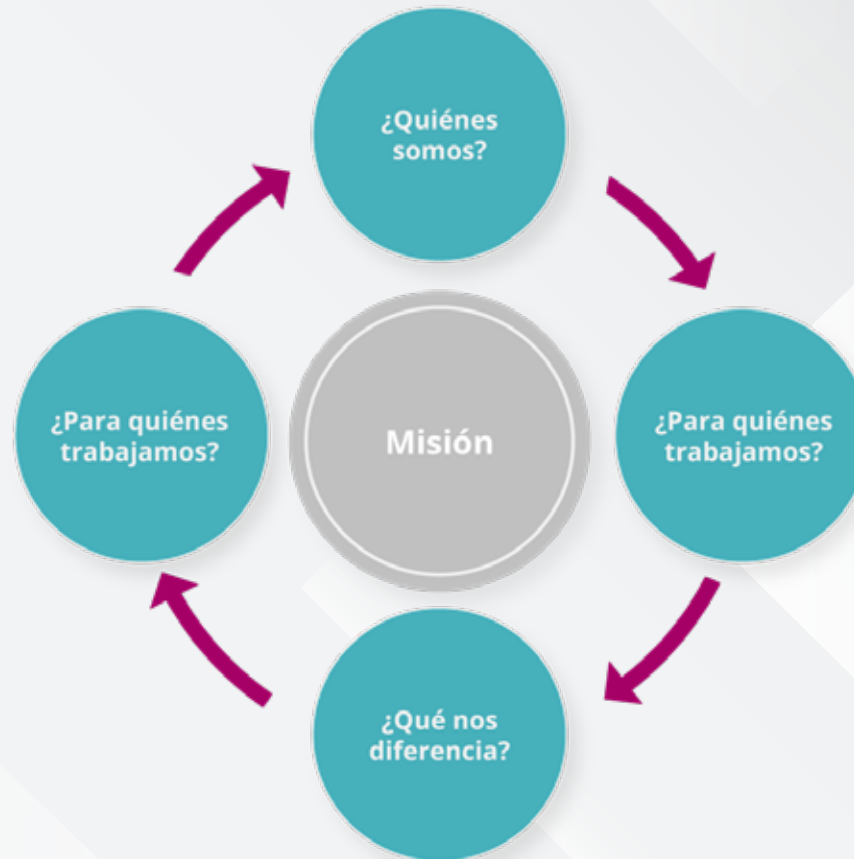


Explicación



## Características

Describe la razón de ser y el propósito de la organización. Es precisa, factible y memorable; está pensada a corto plazo y comunica los principios generales de la empresa. Responde a las preguntas:





## La visión

Se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo. Sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.



Algunas preguntas que sirven de base para elaborar la visión son las siguientes:



EXPOSICIÓN





## Características

- Atractiva
- Fácil de comprender y comunicar
- Inspiradora y alentadora
- Amplia
- Realista





## Valores

Los valores son el conjunto de creencias que una empresa tiene sobre su gestión y su trabajo diario, las cuales deben internalizarse a tal punto que se manifiesten y sean tangibles en la actividad diaria de cada colaborador.





El conjunto de valores y creencias dan soporte al escenario para la cultura organizacional, guían el pensamiento y la conducta de la organización, además de que son los principios, cualidades y/o virtudes que distinguen a una empresa de otras similares a ella.





## Análisis del ambiente interno

El análisis interno de una empresa es necesario para el estudio de la productividad de esta. Consiste en evaluar los recursos, habilidades y competencias de dicha empresa para poder adoptar las herramientas estratégicas pertinentes y poder adquirir así un nivel de resultados óptimo. Dicho de otro modo, es un estudio completo de la capacidad de la empresa para desarrollarse frente a la competencia (Kyocera, s.f.).





## Análisis del ambiente externo

Para cualquier organización, el análisis del entorno externo es fundamental para descubrir nuevas oportunidades de mercado o amenazas que le dificultarían el avance para la consecución de los objetivos. Las variables que se analizan son las siguientes:

Político-legales

Económicas

Socioculturales

Tecnología

Naturaleza







## Estrategia

La adecuada formulación de una estrategia requiere de un estudio profundo y detallado del entorno y del mercado para determinar amenazas y oportunidades, así como de un análisis interno de la empresa y de sus competidores, documento que permitirá detectar y concretar los puntos fuertes y los puntos débiles.





Piensa en una empresa conocida e investiga en su página oficial su visión y misión. Con base en la información de la página web, identifica lo positivo y lo negativo en función de su competidor más cercano. Por otra parte, analiza en dos o tres diarios nacionales lo que está sucediendo en cuestión económica, política, social, etc. (puedes consultar los diarios principales por Internet). Después, coloca en la siguiente matriz dos fortalezas y dos debilidades (factor interno), así como dos amenazas y dos oportunidades (factor externo). Finalmente, basándote en el análisis FODA, responde ¿qué puede hacer la empresa ante esa situación para no desaparecer?

Fortalezas	Debilidades
Amenazas	Oportunidades





La empresa será más competente y competitiva, capaz de buscar nuevas oportunidades aun en los escenarios más complejos y competitivos si: Todas las personas en la organización comparten una filosofía empresarial: misión, visión, creencias, valores, propósitos, metas, estrategias y cultura organizacional y tienen claro cuáles son sus ventajas competitivas y cada día las desarrollan y refuerzan. Paralelamente cada colaborador tiene su propia filosofía de vida y sus valores; tiene una visión de lo que es el universo, el hombre, la vida y ve el trabajo como fuente de aprendizaje, crecimiento y realización; y sabe que la forma de convivir, desarrollarse y progresar es a través de su esfuerzo, compromiso y mejoramiento equilibrado y permanente.



Alejandro Correia P. (2019). *La importancia de la filosofía en una organización*. Recuperado de <http://alejandro-correia.com/la-importancia-de-la-filosofia-en-una-organizacion/>

Corrales, J. (2019). *Misión y visión empresarial: Mira estos 3 ejemplos de empresas famosas*. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/mision-y-vision-de-una-empresa/>

EAE Business School. (2021). *Proceso para la formulación de una estrategia empresarial*. Recuperado de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-para-la-formulacion-de-una-estrategia-empresarial/#:~:text=La%20formulaci%C3%B3n%20de%20una%20estrategia%20incluye%20la%20planificaci%C3%B3n%2C,mejor%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20y%20unos%20costes%20inferiores.>

Editorial Grudemi. (2018). *Misión. Identidad y razón de ser de una empresa*. Recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/mision/>

Kyocera. (s.f.). *Análisis interno de una empresa*. Recuperado de <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/insights-hub/articles/analisis-interno-de-una-empresa.html>

Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. México: LID.

Figuroa, D. (s.f.). IV. *PASOS PARA CREAR LA MISIÓN, VISIÓN Y LOS VALORES ORGANIZACIONALES*. Recuperado de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19838/Capitulo4.pdf>

Nanopdf.com. (2018). *Misión que se formulan objetivos detallados*. Recuperado de [https://nanopdf.com/download/mision-que-se-formulan-objetivos-detallados-que-son-los-que-guiaran-concepto-div\\_pdf](https://nanopdf.com/download/mision-que-se-formulan-objetivos-detallados-que-son-los-que-guiaran-concepto-div_pdf)

Quiroa, M. (2020). *Análisis interno de una empresa*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-interno-de-una-empresa.html>

Spezzirri, P. (2019). *Guía para elaborar correctamente la visión y misión de la empresa*. Recuperado de <https://obgin.net/cursos/wp-content/uploads/2019/09/D-Gui%CC%81a-para-elaborar-correctamente-la-visio%CC%81n-y-misio%CC%81n.pdf>

Uribe, M. (2021). *Administración Estratégica. Modelo de aplicación para organizaciones latinoamericanas*. Colombia: Ediciones de la U.







# Estructura organizacional

**Funciones y procesos  
organizacionales**







Cuando, de manera natural, una organización se hace más grande, también crece la complejidad de la coordinación y las actividades y responsabilidades, de tal forma que empiezan a volverse difusas las líneas de mando y los roles que cada colaborador desempeña, lo que provoca retrabajos, conflictos internos, disminución del desempeño, etc.





Por ello, es importante tener en cuenta cuándo es necesario implementar nuevas estrategias de acuerdo con el momento de evolución en el que se encuentra la empresa, pues se definen nuevas funciones y procesos organizativos que permiten consolidar el crecimiento y, al mismo tiempo, mantener el control de la operación.





## Funciones

El concepto de funciones hace referencia a las actividades o tareas que ponen en funcionamiento a la empresa, es decir, aquellos trabajos que colaboran en la transformación de inputs y outputs. Ninguna de estas actividades genera resultados por sí solas, sino que, al combinarse de manera coordinada, se obtienen los resultados esperados (Mheducation, s.f.).



## Las funciones empresariales genéricas más importantes son las siguientes:

- La dirección de empresas: define los objetivos, los recursos y la organización.
- La gestión económica y financiera: se encarga de la contabilidad, las finanzas y los temas fiscales.
- La comercialización: se dedica a la investigación de mercados, la gestión de ventas y el marketing.
- La dirección de producción: diseña el producto, el proceso para realizarlo y controla la calidad de los materiales.
- La dirección de Recursos Humanos: se encarga de seleccionar al personal y de las relaciones laborales.





## Proceso

Es el conjunto de actividades en secuencia mutuamente relacionadas que transforman elementos de entrada (materia prima) en resultados. Toda salida debe satisfacer una necesidad o un requerimiento del cliente interno o externo de una empresa.





## Elementos del proceso

Todo proceso tiene un conjunto de elementos, los cuales se describen a continuación:

**Input o entrada:** conjunto de materias primas que son utilizadas para la producción de productos y servicios.

**Output o salida:** productos y servicios resultados de la producción.

**Secuencia de actividades:** pasos que se realizan para transformar los insumos en los resultados deseados.

**Dueño del proceso:** principal responsable y actor del proceso.

**Recursos:** herramientas o equipo necesario para realizar el proceso.

**Indicadores:** medición de los resultados del proceso.





## Tipos de procesos

Estratégicos: definen un plan.

- Operativos: procesos clave.
- De gestión: procesos de apoyo.





## Procesos estratégicos

Son un conjunto y secuencia de actividades que desarrolla una organización para alcanzar la visión establecida, ayudándola a proyectarse al futuro.

Para ello utiliza como insumos los análisis, externo e interno, con el fin de obtener como resultado la formulación de las estrategias deseadas, que son los medios que encaminarán a la organización en la dirección de largo plazo, determinada como objetivos estratégicos.



Explicación



## Procesos operativos

Los procesos clave u operativos son aquellos procesos ligados directamente con la producción de bienes y servicios que añaden valor al cliente o inciden directamente en su satisfacción o insatisfacción.

Son necesarios para la realización del producto/servicio, a partir de los cuales el cliente percibirá y valorará la calidad, comercialización, planificación del servicio, prestación del servicio, entrega, facturación, etc.





## Procesos de gestión

Los procesos de gestión o de soporte, también conocidos como procesos de secundarios, son los responsables de proveer a la organización de todos los recursos necesarios en cuanto a personas, maquinaria y materia prima para poder generar el valor añadido deseado por los clientes (contabilidad, compras, nóminas, sistemas de información, etc.).







1. Piensa en un proceso que vivas en tu trabajo frecuentemente.
2. Realiza el mapeo de ese proceso y analízalo de manera objetiva. Después, elige cuál o cuáles pasos no agregan valor y elimínalos.
3. Mapea el nuevo proceso con las modificaciones que realizaste.
4. Reflexiona sobre los beneficios que se obtienen con esas modificaciones.





En los distintos sectores económicos existen diversas compañías y todas ofrecen al mercado productos diferentes. Sin embargo, todas tienen en común la rentabilidad y, muchas de ellas, la satisfacción de los clientes. Sin duda, la gestión por procesos facilitará la implementación de las estrategias más convenientes para la empresa, dependiendo de su situación competitiva en el entorno.

Aunque cada empresa cuente con un número distinto de procesos estratégicos, operativos y de soporte, lo cierto es que todos ellos deben integrarse de manera sinérgica, pues su eficiente funcionamiento dará resultados positivos para la empresa.





Beltrán, J., Carmona, M., Carrasco, R., Rivas, M., y Tejedor, F. (s.f.). *Guía para una gestión basada en procesos*. España: Instituto Andaluz de Tecnología. Recuperado de <https://www.centrosdeexcelencia.com/wp-content/uploads/2016/09/guiagegestionprocesos.pdf>

D'Alessio, F. (2018). *PASTILLAS PARA LA GERENCIA. 3 Buenas prácticas administrativas*. Recuperado de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/02/Pastillas-para-la-gerencia-3-Fernando-DAlessio-lpinza.pdf>

Huamán, L., y Rios, F. (2017). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa* (2ª ed.). Perú: Editorial UPC. ISBN eBook: 9786124191954

Mheducation. (s.f.). *La empresa y su organización*. Recuperado de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>

Quiroa, M. (2021). *Administración por procesos*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/administracion-por-procesos.html>

Rey, D. (s.f.). *Todo sobre la Gestión por Procesos* (Parte I). Recuperado de <https://www.sinap-sys.com/es/content/todo-sobre-la-gestion-por-procesos-parte-i>

Rodríguez, D. (2021). *Procesos estratégicos: ¿qué son? 9 tipos de KPIs para medirlos*. Recuperado de <https://gestion.pensemos.com/procesos-estrategicos-que-son-tipos-de-kpis-para-medirlos>

UP Spain. (s.f.). *DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA Y SUS FUNCIONES*. Recuperado de <https://www.up-spain.com/blog/departamentos-de-una-empresa/>



Referencias