

**COLEGIO SIERRA MORENA I.E.D.**

Código – CACSM - G

"Por una escuela activa, viva, planeada y proyectada al siglo XXI"

FORMATO UNICO PARA PRESENTACIÓN DE GUÍA DE TRABAJO

DEPARTAMENTO:

SEDE: A

CORTE: 1

JORNADA: FDS

CICLO: III

ASIGNATURA: ETICA EMPRESARIAL**DOCENTE:**Email: omarpacan05@gmail.com

TIEMPO DE EJECUCIÓN DE LA GUÍA (horas de clase) 40 horas

TEMAS: CONCEPTOS BASICOS DE ETICA EMPRESARIAL

PÁGINA WEB: www.sierramorenafindesemana.jimdo.com

LOGRO: Desarrollar una cultura organizacional con valores comunes para todos sus miembros, más allá de los diferentes niveles de jerarquía.

Afectivo: Muestra actitudes de colaboración en la creación de empresa

Cognitivo: Utiliza positivamente los conceptos básicos de la ética empresarial

Expresivo: Demuestra constante respeto, atención y liderazgo en función de su empresa

APELLIDOS Y NOMBRES:**CICLO: III -****QUE ES LA ETICA EMPRESARIAL:**

La ética empresarial es el estudio de cómo una empresa debe actuar frente a dilemas éticos y situaciones controvertidas. Esto puede incluir una serie de situaciones diferentes, que incluyen cómo se rige una empresa, cómo se negocian las acciones, el papel de una empresa en cuestiones sociales y más.

EJEMPLOS DE ETICA EMPRESARIAL

Algunos ejemplos de conductas éticas que pueden ocurrir en el mundo de los negocios son: Actuar de acuerdo con valores como la igualdad, libertad, diálogo, respeto y solidaridad. Desarrollar una cultura organizacional con valores comunes para todos sus miembros, más allá de los diferentes niveles de jerarquía

ACTIVIDAD N° 1

Busque el significado de los siguientes valores éticos:

Igualdad: _____

Libertad: _____

Dialogo: _____

Respeto: _____

Solidaridad: _____

Honestidad: _____

Tolerancia: _____

Justicia: _____

Equidad: _____

Lealtad: _____

1: VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

Refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones, en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se vinculan a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la organización. Se conoce como “enfoque de los negocios basados en los valores” y se refleja, en general, en la Misión y Visión de la empresa, en los diferentes Códigos de Ética o Conducta, en sus declaraciones de principios, etc.

2: CALIDAD DE VIDA LABORAL

Son las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados: compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación y desarrollo personal, ambiente y lugar de trabajo, diversidad, equidad, balance trabajo-tiempo libre, promoción de vida sana, “salud, seguridad e higiene”, así como la preocupación por el trabajador y su familia, etc.

3: EJECUCIÓN RESPONSABLE

Refiere a una política que involucra el conjunto de decisiones de la empresa en relación, fundamentalmente, con sus consumidores. Tiene vinculación con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, los procesos de reclamaciones, la divulgación de las características y el uso adecuado del producto, el marketing y la publicidad.

4: PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Es el compromiso de la organización empresarial con el medio ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, la preocupación por el manejo de sus residuos, la capacitación y concientización de su personal. Esto, que hoy es una norma legal, implica una inclinación permanente y consciente del empresario a evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones y sus productos y servicios durante todo el ciclo de vida (concepto “desde la cuna a la tumba”); supone asimismo contribuir a minimizar los efectos del cambio climático.

5: IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sea en dinero, tiempo (programas de voluntariado, etc.), productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidos hacia las comunidades en las cuales opera; articulaciones con organizaciones de la sociedad civil; oportunidades de pasantías, tutorías, incorporación de personas con “capacidades diferentes”

ACTIVIDAD N° 2

Mencione 5 valores o principios éticos que le gustaría tener en su empresa y por qué?

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

ACTIVIDAD N° 3

A. Describa en un párrafo como mejoraría la calidad de la vida laboral de sus empleados:

B. Describa en un párrafo como mejoraría la ejecución responsable de su empresa:

C. Describa en un párrafo como contribuiría a la protección del medio ambiente de su empresa:

D. Describa en un párrafo cual sería el impacto social de su empresa:



QUE ES LA MISION DE UNA EMPRESA

La **misión** empresarial es una declaración escrita en la que se describe la razón de ser de la **empresa** y su objetivo principal. Es una declaración de los principios corporativos y debe redactarse expresamente para cada **empresa** u organización, ya que no sirve de nada copiar la **misión, visión** y valores de otras compañías.

QUE ES LA VISION DE UNA EMPRESA

La **visión de una empresa** (también conocida como **visión** empresarial) es una declaración o manifestación conformada, generalmente, por una sola oración, que indica hacia dónde se dirige una **empresa** o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo.

CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE MISION Y VISION EMPRESARIAL?

Tanto la misión como la visión y los valores forman parte de la cultura organizativa, gracias a que la dinámica laboral se orienta en principios y metas comunes.

Mientras que el objetivo de una declaración de misión es describir el «**qué**» y «**hacia quién**» de una empresa, la declaración de visión refiere al «**por qué**» y al «**cómo**». A medida que crezcas, tus metas y objetivos podrían cambiar, por lo que es posible mejorarlos.

ACTIVIDAD N° 4

A. Busque 3 empresas que tengan relación a la suya y mencione la misión de cada una de ellas:

| EMPRESA | MISION |
|---------|--------|
| | |
| | |
| | |

Para qué sirve la misión de una empresa?

La misión de una empresa declara su finalidad a partir de la pregunta «¿por qué existe este negocio?», por lo que sirve como guía a la hora de tomar decisiones estratégicas. Cumple además con un rol inspirador para los trabajadores, ya que individualmente responde a la pregunta «¿cuál es el valor de mi trabajo aquí?». Esta es la directriz que lleva sus labores particulares hacia los objetivos compartidos.

B. Busque 3 empresas que tengan relación a la suya y mencione la Visión de cada una de ellas:

| EMPRESA | MISION |
|---------|--------|
| | |
| | |
| | |

Para qué sirve la visión de una empresa?

Da sentido a los objetivos de corto plazo y mediano plazo, tanto a nivel estratégico como operativo. Lograrás que los colaboradores comprendan cómo el cumplimiento de sus labores diarias da frutos en un nivel más amplio y tiene repercusiones en un periodo largo. Considera que las personas, antes de ver los números y dedicarse a una actividad específica, desean saber cómo se relacionan con un objetivo más grande.

Tipos de valores de una empresa

Valores sociales: hablan sobre la responsabilidad social o la contribución al medio ambiente; acerca de una dinámica de trabajo o incluso de la felicidad, por ejemplo: «sustentabilidad» y «cooperación».

Valores de desarrollo: dictan la pauta de la mejora continua, además del impacto en las comunidades; entre estos está la innovación.

Valores en las dinámicas de trabajo: refieren a la actividad interna, como la eficiencia y la excelencia.

Valores del servicio al cliente: indican una satisfacción inigualable; algunos ejemplos son la actitud de servicio, el respeto y la escucha activa.



¿Para qué sirven los valores de una empresa?

Los valores de una empresa son los pilares de la identidad organizativa, en tanto que guían la toma de decisiones y te permiten dar sentido a las acciones del día a día. Si estableces una jerarquía de principios, evitas una toma de decisiones contraproducente en cualquier nivel corporativo.

Es vital que todos los colaboradores los conozcan para que tengan un referente de cuál camino elegir. De lo contrario, verás que cada cierto tiempo habrá conflictos que parecen irresolubles o que no hay una dirección en sus labores.

En resumen, estas son las diferencias entre la misión, la visión y los valores empresariales:

| Misión | Visión | Valores |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Es una herramienta estratégica que sintetiza el propósito de una empresa.• Describe los objetivos y funciones de la organización.• Inspira a los trabajadores para que reconozcan el valor de lo que hacen. | <ul style="list-style-type: none">• Es una herramienta estratégica y operativa que propone una meta a largo plazo.• Define la ruta a seguir y llevará a establecer objetivos a corto y mediano plazo.• Ayuda a tomar decisiones directivas y le dice a los empleados cuál es el panorama a seguir. | <ul style="list-style-type: none">• Son principios de acción para todos los niveles de la empresa.• Guían la toma de decisiones diaria.• Suelen estar enfocados en áreas como la responsabilidad social, la mejora organizacional, las dinámicas laborales y el servicio al cliente. |

ACTIVIDAD N°5

Redacte 3 valores para cada una de las siguientes empresas:

| EMPRESA | VALORES |
|-------------------------|---------|
| RESTAURANTE (Alimentos) | |
| ZAPATERIA (Confección) | |
| PLOMERIA (Servicios) | |

Cómo hacer una misión y visión empresarial?

Suena bien en teoría, pero ¿cómo creas la misión, visión y valores de tu organización? Mira cómo hacer cada uno fácilmente.

Cómo redactar la misión de una empresa

Créala en 3 sencillos pasos:

1. **Vuelve a los orígenes:** más allá de la rentabilidad, ¿por qué tu empresa tiene esa labor específica? Comienza con un verbo como «buscamos», «ayudamos» o, si deseas un efecto menos sutil: «luchamos» o «perseveramos».
2. **Recuerda hacia quiénes te diriges:** identifica a quiénes quieres ayudar o cómo enfocarías tu valor hacia cierto sector del mercado.
3. **Piensa en qué te diferencia:** tienes miles de competidores, pero solo tú ofreces algo en el servicio al cliente, o quizá aportas un valor social extraordinario.

Así tendrás como resultado una declaración relevante y específica, tanto en el nivel interno como hacia el exterior.

ACTIVIDAD N°6

Redacte una misión para cada una de las siguientes empresas:

| EMPRESA | MISION |
|-------------------------|--------|
| RESTAURANTE (Alimentos) | |
| ZAPATERIA (Confección) | |
| PLOMERIA (Servicios) | |

ACTIVIDAD N°7

Redacte una visión para cada una de las siguientes empresas:

| EMPRESA | VISION |
|-------------------------|--------|
| RESTAURANTE (Alimentos) | |
| ZAPATERIA (Confección) | |
| PLOMERIA (Servicios) | |

LOGOTIPO Y ESLOGAN DE UNA EMPRESA

Tanto el logo como el slogan son elementos creados para transmitir un mensaje que ensalce las virtudes de la empresa. Sin embargo, ambos lo hacen de manera muy distinta.

La principal diferencia entre logo y slogan es que están diseñados para llegar a la emoción del consumidor por distintas vías y canales. El logo a través de la vista, y el slogan a través del oído. Si bien es cierto que, el slogan, también puede llegar al consumidor a través de la vista, pero en todo caso la experiencia será muy distinta al percibir uno y otro.

El logo está principalmente formado por imágenes y diseños gráficos, mientras que el eslogan es básicamente texto, que no lleva ningún diseño visual, pero que debe dar un mensaje relevante y relacionado directamente con la marca.

El logo, por lo tanto, es una representación gráfica de la marca, que se lleva a cabo a través de imágenes, ilustraciones, colores, formas, tipografías, etc. O lo que es lo mismo, cualquier elemento gráfico que sirva para representar los valores de la marca.

Por su parte, el slogan es una frase publicitaria que se encarga de hacer una llamada de atención a los consumidores en base a lo que la empresa quiera transmitir con sus productos o servicios. Explica algún valor de la misma a través de un mensaje que puede ser emotivo, divertido, impactante, etc.

El valor de ambos elementos es indiscutible para generar la imagen de marca. Sin embargo, cuando realmente funcionan y consiguen su objetivo es cuando se ponen a trabajar juntos. Y es que, aunque la diferencia entre logo y slogan es evidente, ambos forman parte de la estrategia de marketing de la empresa.

Por otro lado, cada uno tiene sus propias normas y características en cuanto a su creación para ser realmente efectivos. Pero en general, es posible afirmar que cuanto más sencillos e impactantes sean, más fácil será que consigan su objetivo.



ACTIVIDAD N°8

Redacte 3 posibles nombres para su empresa asignándole un logo y un eslogan que la identifique:

| NOMBRE EMPRESA | LOGO | ESLOGAN |
|----------------|------|---------|
| 1. | | |
| 2. | | |
| 3. | | |

BIBIOGRAFIA

https://www.google.com/search?q=logo+y+eslogan+de+una+empresa&rlz=1C1SQJL_esCO812CO812&sxsrf=ALeKk00wzv7ziD7J30dwe9fJYUK_zScrw:1611701843000&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiyxNee2bruAhUHqlkKHbf2DLsQ_AUoAXoECBsQAw&cshid=1611701851688347&biw=1440&bih=789#imgrc=Ob7TWCJj9yl-pM

<http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1714/2016-%20JhonJairoVelasquezAriza-MiguelAngelTarazonaMendez-trabajodegrado.%20.pdf?sequence=1>

<https://www.significados.com/9-ejemplos-practicos-de-etica-profesional/>