



Fortalecimiento y articulación de las OSC para promoción y fomento de la agricultura orgánica en pro del desarrollo sustentable e inclusivo en El Salvador



LAS TRES C

**PILARES FUNDAMENTALES ESTRATÉGICOS
EN LOS PROCESOS DE ORGANIZACIÓN**

Ejecutado por: En Alianza con: Con el apoyo de:



FUNDESYRAM, Fundación para el Desarrollo Socioeconómico y Restauración Ambiental, es una organización salvadoreña que promueve procesos metodológicos participativos y tecnológicos fundamentados en la valorización de los saberes locales, la inclusión y equidad de género, los derechos humanos con énfasis en la niñez, adolescencia, juventud y mujeres adultas, la agroecología, el emprendedurismo y la conservación del medio ambiente, para fomentar el ecodesarrollo territorial; todo esto con la participación activa de líderes, líderes, familias y organizaciones comunitarias que son las gestoras del desarrollo en armonía y apoyo de los gobiernos municipales o nacional e instituciones sociales nacionales o internacionales.

HORIZONT3000 es una organización no gubernamental austriaca de cooperación para el desarrollo. Su Visión se orienta a que todos los seres humanos tienen derecho a condiciones de vida justa y digna, así como a la autodeterminación sin prejuicios de origen cultural, sexo o religión. Con el mandato de las organizaciones católicas de base y con el respaldo de su Junta Directiva, HORIZONT3000 está comprometida en la planificación e implementación de programas, proyectos y la provisión de asistencia técnica con personal cooperante.

HORIZONT3000

Diego Santos, Coordinación Programa América Central
Christina Hoernicke Directora Regional América Central
Imelda Sajquim, Oficial de Programa GTM/SLV

FUNDESYRAM

Roberto Rodríguez Sandoval, Director
Hugo Mata, Víctor Martínez, Alvaro Garciaguirre, Silvia Linares, Jeniffer Sigüenza, Walter Santillana, Juan Ruiz, Equipo del proyecto

FUNDESYRAM –VICTOR MARTINEZ, 2019. Las tres C pilares fundamentales estratégicos en los procesos de organización. San Salvador, El Salvador. 16 p.

Dibujos y Portada, Edgardo Erazo, FUNDESYRAM

Diagramación y Diseño, Heriberto Chamagua

Impresión, Marlon Cuestas, PUBLIMAC, www.publimacsv.com, 500 ejemplares.

El Salvador, Noviembre de 2019

Publicación cofinanciada por la Unión Europea a través del Proyecto "Fortalecimiento y articulación de las OSC para promoción y fomento de la agricultura orgánica en pro del desarrollo sustentable e inclusivo en El Salvador". Su contenido es responsabilidad exclusiva de las organizaciones titulares del proyecto y en ningún caso refleja los puntos de vista de la Unión Europea

Se autoriza la reproducción total o parcial, siempre y cuando se cite la fuente y envíe la referencia de donde fue utilizada, por favor informar a fundesyramdireccion@gmail.com

Este Documento se puede descargar en www.fundesyram.info



Fortalecimiento y articulación de las OSC para promoción y fomento de la agricultura orgánica en pro del desarrollo sustentable e inclusivo en El Salvador

HORIZONT
3000



LAS TRES C

**PILARES FUNDAMENTALES ESTRATÉGICOS
EN LOS PROCESOS DE ORGANIZACIÓN**

Ejecutado por: En Alianza con: Con el apoyo de:



**BRUDER UND
SCHWESTER
IN NOT**



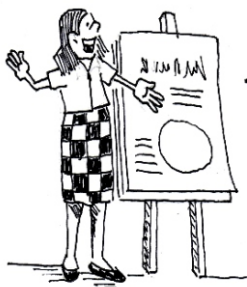
TABLA DE CONTENIDO

1- INTRODUCCIÓN	1
2- LA PRIMERA C, LA COORDINACIÓN	1
3- LA SEGUNDA C, LA COOPERACIÓN	3
3.1 Factores que afectan la cooperación interinstitucional	3
4- LA TERCERA C, LA COMUNICACIÓN	5
4.1 La comunicación organizacional	5
4.2 Tipos de comunicación organizacional	6
5- CONCLUSIONES	7
6- BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	8

INTRODUCCION:

¿Qué significan las tres C en el trabajo organizativo de las organizaciones de la sociedad civil y en todo lo que signifique hacer un trabajo colectivo?

¿Por qué las Tres C son tan importantes en el desarrollo y la vida de las organizaciones?



Estamos viviendo en tiempos donde lo que predomina es el individualismo, el yo primero y el yo por ultimo. Sin importar lo que pasa alrededor.

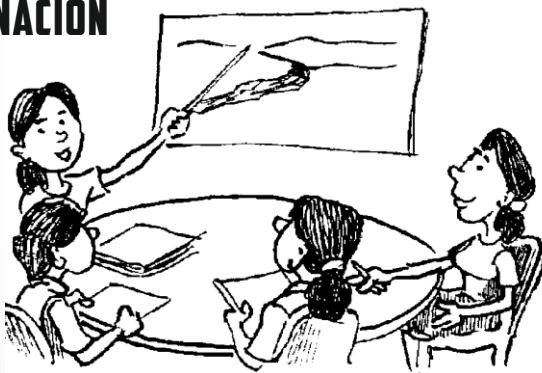
Sin embargo, aquellas instituciones que ponen en práctica las Tres C, se convierten en Instituciones fuertes y desarrolladas.

A través del presente documento se pretende hacer un aporte importante para las organizaciones y que las tres C ayuden a través de la práctica de estas a ser sostenibles en el tiempo.

Existen una diversidad de estrategias organizativas, las tres C solo pretenden ser una pequeña contribución en el trabajo organizativo tan fundamental para el desarrollo institucional.

2. PRIMERA C, LA COORDINACION

Una organización es un patrón de relaciones, donde las personas, bajo el mando de un gerente, administrador o coordinador persiguen metas comunes. Estas metas son productos del proceso de toma de decisiones denominado planificación. Las metas que los administradores desarrollan en razón de la planificación suelen ser ambiciosas y de largo alcance. Los miembros de una organización necesitan un marco estable y comprensible en el cual puedan trabajar unidos para alcanzar las metas de la organización.



Toda Institución para poder funcionar y para poder lograr sus objetivos, debe dotarse de una estructura organizativa. Pero ¿qué estructura organizativa? Como una primera aproximación se puede decir que la estructura es o consiste en la red de relaciones existentes entre los componentes de la organización. Entonces se puede definir la estructura organizativa como “el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las misiones que

cada unidad de la organización debe cumplir y los modos de colaboración entre estas unidades” o también como “el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas”.

La coordinación es un proceso que consiste en integrar las actividades de departamentos independientes a efectos de perseguir las metas de la organización con eficacia. Sin coordinación la gente perdería la forma de analizar sus papeles dentro de la organización y solo defenderían los intereses de su departamento, sin pensar en las metas de la organización.

De este modo, los gráficos y los organigramas expresan con frecuencia intenciones y no una realidad. El diseño formal, de una empresa simboliza un compromiso adoptado en un momento determinado entre los elementos del pasado, las obligaciones del presente y una visión de las situaciones a las que la empresa se arriesga a enfrentar. La estructura real es el resultado de la interacción dinámica de estos tres componentes y su duración depende de su capacidad para integrar las adaptaciones necesarias vinculadas con la vida de la organización.

En los estudios de El Capital realizados por Carlos Marx, se señaló la importancia de la dirección o el mando como requisito indispensable del propio proceso organizativo. *“Todo trabajo directamente social o colectivo en gran escala, requiere en mayor o menor medida, una dirección que establezca un enlace armónico, entre las diversas actividades individuales y ejecute las funciones generales que brotan de los movimientos del organismo productivo total. A diferencia de los que reanalizan los órganos individuales. Un violinista solo se dirige el mismo; pero una orquesta necesita un director”.*



La coordinación es un proceso que consiste en integrar las actividades de departamentos independientes a efectos de perseguir las metas de la organización con eficacia. Sin coordinación la gente perdería la forma de analizar sus papeles dentro de la organización y solo defenderían los intereses de su departamento, sin pensar en las metas de la organización.

La coordinación persigue como objeto esencial realizar en las unidades organizativas resultantes de la división del trabajo y de la especialización, una fuerte conexión a fin de convertirse en un sistema eficiente en orientación al logro de las metas de la empresa o Institución.

que se fomenten las relaciones interinstitucionales, con la finalidad de generar confianza mutua, ayuda, indulgencia y coraje; y así fluyan más fácilmente las ideas, experiencias y relaciones personales.

- b. En segundo término, influye el nivel de confianza y libertad de sus miembros para satisfacer sus necesidades y aspiraciones de exploración de territorios desconocidos, como nuevos mercados, nuevos productos y nuevas tecnologías.
- c. Tercero, es necesario que los intervinientes, representantes de los asociados, sean capaces de transformar el conocimiento tácito en explícito, y que exista un campo fértil que facilite el intercambio de ambos.
- d. Cuarto, la habilidad de trabajo interorganizativo depende de la capacidad de aprendizaje de cada uno de los participantes y de su facultad para superar las fronteras, tanto técnicas como corporativas, que permiten encontrar soluciones multidisciplinarias.
- e. Y, por último, la disposición o voluntad de las organizaciones permite un incremento de la cooperación entre ellas, los individuos y grupos, y un mejor acceso al conocimiento individual.

De lo anterior se deduce que las cooperaciones son procesos dinámicos que pueden permitir tres situaciones.

- 1- La mejora de la situación de los dos socios, tras su desarrollo.
- 2- Que un socio inicialmente débil salga fortalecido al final de ella, debido a que ha tenido mayor capacidad de absorción y asimilación, siendo capaz de captar muchas de las habilidades y capacidades interesantes de los otros integrantes.
- 3- Que el miembro más frágil salga aún más desfavorecido, al captar el más fuerte aquellos elementos sobre los que se sustentaba su ventaja competitiva.



Las características de la cooperación, así como sus ventajas la configuran como una herramienta de aprendizaje organizativo muy potente para todas las instituciones que la practican.

Las organizaciones que cooperan necesitan una cultura fundamentada en el diálogo, ya que éste permite construir una comprensión común que recoge y descubre los pensamientos, las percepciones y cogniciones generadas por las experiencias actuales y pasadas del sujeto y reconocer y compartir sus diferencias básicas, consiguiéndose así altos niveles de colaboración; lo que favorece la negociación, actividad básica en los acuerdos de cooperación.

4. LA TERCERA C, LA COMUNICACION

La comunicación es un elemento importante en cualquier relación humana, ya que de manera natural nos permite estar en contacto con otras personas y poder transmitir pensamiento, ideas o sentimientos.

En las organizaciones, de igual manera es muy importante mantenerse comunicados y, sobre todo, establecer una correcta comunicación para que los empleados miembros de la organización sean capaces de trabajar en armonía con los objetivos y metas de las instituciones.

4.1 LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional también es conocida como comunicación corporativa cuando es que se trata de una empresa, o en su caso, comunicación institucional cuando es acerca de una institución pública o privada y consiste en el proceso de emisión y recepción de los mensajes dentro de una organización que sea compleja.



Este proceso podría ser interno, basado en las relaciones existentes dentro de la organización, o externo. Si esta es una empresa, la comunicación puede darse en tres sistemas:

- Operaciones (tareas u operaciones)
- Reglamentarias (órdenes o instrucciones)
- Mantenimiento (relaciones públicas, publicidad y captación).

La comunicación organizacional, también puede ser comprendida como un proceso de producción, circulación y el consumo de significados entre el público y la organización.

Martínez y Nosnik definen al proceso de la comunicación como «Un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que esta última dé una respuesta, ya sea una actitud, conducta u opinión». (Martínez & Nosnik, 1988)

Las organizaciones de éxito son aquellas en las que se da verdadera importancia a la comunicación e información, ya que han comprendido que éstas contribuyen a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral; es decir es dinamizador y animador de acciones individuales y colectivas procurando la integración de esfuerzos y el fortalecimiento de una institución.



Por esto, los miembros pueden garantizar su conocimiento e identificación con la organización y empresa, debido a que ellos se sienten tenidos en cuenta para el desarrollo de las metas de la organización.

Según Abraham Nosnik, para que la comunicación logre ser efectiva dentro de las organizaciones debe de ser:



- Abierta
- Evolutiva
- Flexible
- Multidireccional
- Instrumentada

El autor Lucas Marín, afirma que la comunicación es el medio que permite orientar conductas individuales para establecer relaciones interpersonales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta.

4.2 TIPOS DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Comunicación interna. «Conjunto de acciones que engloban los procesos comunicativos que se establecen entre la empresa y empleados, y el resto del público interno de la institución». (De Marchis, 2003)

Comunicación descendente. Este tipo de comunicación no debe de entenderse solo como aquella que surge en la gerencia y se dirige a empleados, sino también aquella que surge en altos mandos y de ahí se dirige hacia la gerencia, ya que, en cierto modo, ambas tienen sentido. (Martínez & Nosnik, 1988)



Comunicación ascendente. Este tipo se da de subordinados a superiores, Goldhaber la define como «aquellos mensajes que fluyen de empleados a superiores, con el propósito de formular preguntas, proporcionar retroalimentación y hacer sugerencias» (Goldhaber, 1984)

Comunicación horizontal. Esta comunicación se da entre las personas que se encuentran en un mismo nivel de autoridad dentro de la misma organización. (Goldhaber, 1984)

La comunicación horizontal puede darse entre:

- Miembros de distintos o mismos grupos
- Miembros de diferentes departamentos
- Entre la línea y el staff



Comunicación externa. Todo aquel tipo de comunicación que se realiza dentro de una organización y que están dirigidas a públicos externos, con el único fin de mantener o de perfeccionar relaciones públicas logrando proyectar una mejor imagen corporativa.

Relaciones públicas. Diferentes actividades y/o programas de comunicación que son creados para mantener las relaciones con diferentes públicos que forman la organización.

Publicidad. Distintos mensajes enviados a través de medios masivos y evocan una imagen favorable para la institución.

Publicidad institucional. Es considerada una herramienta de relación pública, tienen como objetivo incrementar la venta de productos o servicios de la empresa, (Torrijos, 2009)

5. CONCLUSIONES

No cabe duda de que la coordinación, la cooperación y la comunicación constituyen tres pilares fundamentales en los fundamentos de una organización exitosa.

La comunicación organizacional es un factor primordial para la gestión de las instituciones, el buen manejo de esta puede hacer que la organización sea exitosa y permanezca mucho más tiempo.

Unos mensajes expresados de manera correcta en un ambiente y con un canal adecuados, se podrán convertir en una acción positiva por parte del receptor y de forma contraria, un mensaje no transmitido de forma adecuada causará ambigüedad y problemas dentro de la organización el mercado.

El planteamiento del artículo de Comunicación Organizacional: Modelo o estrategias para la comunicación efectiva en las organizaciones no nace de una simple propuesta de reflexión. Es resultado del acercamiento a las teorías organizacionales y de la comunicación, en donde se logra ver la disyuntiva entre si la comunicación es una estrategia que facilita los procesos organizacionales.



Se constituye en un patrón o modelo de comportamiento organizacional que establece las diferentes interacciones del sistema, que permite a las acciones de la empresa ser efectivas. Las formas de interacción con el lenguaje, los símbolos, las conductas del emisor y el receptor, y en general la efectividad de la comunicación, son los puntos de análisis para entenderla como modelo o como estrategia en las diversas acciones organizacionales.

“Solamente a través de los procesos organizativos conscientes se puede llegar al desarrollo Organizacional. Sin Organización no hay desarrollo” Víctor Martínez

6. BIBLOGRAFIA

Grajales Lara, M., N., H., & Castillo Arriaga. (2002). *Administración 1*. Xalapa, Veracruz.: SEC.

Koontz, C. (1987). Naturaleza y propósito de la Administración. En K. O'Donel, *Administración* (págs. 256,257,258). Mexico D.F.: Editora de Periódicos.

LA COOPERACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE. UNA APROXIMACIÓN EMPÍRICA. Inocencia M^a Martínez León. Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Paseo Alfonso XIII, 50 – 30203 Cartagena Tel. 968 32 59 02– Fax: 968 32 70 08 e-mail: ino.martinez@upct.es Antonio Juan Briones Peñalver.

Much, G. (2001). Fundamentos de Administración. Trillas.

Rivera Olga, A. N. (2008). Organización de empresas. En A. N. Rivera Olga, *Organización de empresas* (págs. 10,15,21,27,). Publicaciones de la Universidas deusto.

Ramón Escobar Daisy del Carmen. (2013, noviembre 19). Organización y coordinación en administración.

Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/organizacion-y-coordinacion-en-administracion/>

Valdés Herrera Clemente. (2005, diciembre 3). La comunicación en las organizaciones. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-comunicacion-en-las-organizaciones>

NOTAS

[illegible]

NOTAS

[illegible]

NOTAS

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

NOTAS

[illegible]

NOTAS

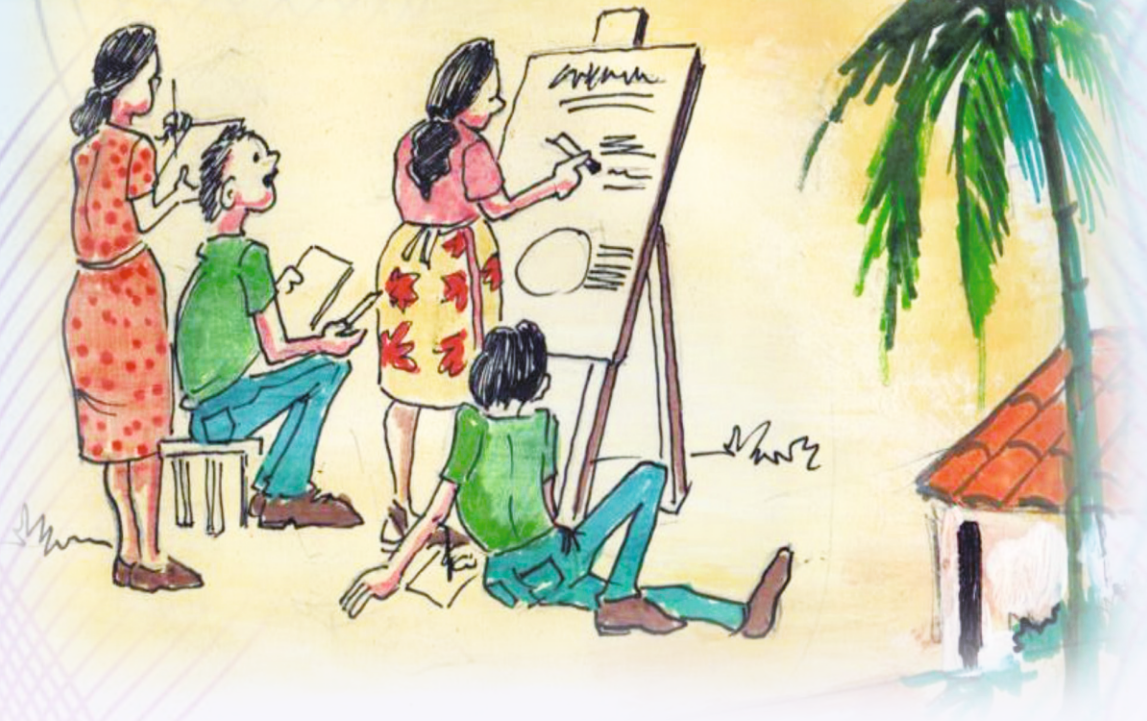
[illegible]

NOTAS

[illegible]



FUNDESYRAM



www.fundesysram.info