

**LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA CREACIÓN DE
UNA IDENTIDAD CORPORATIVA**

JUAN GERMAN TRIVIÑO BALLEEN

**Trabajo presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia**

**Asesora:
PAULA COLORADO ORDOÑEZ**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, D.C. COLOMBIA
2017**

LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA CREACIÓN DE UNA IDENTIDAD CORPORATIVA

Resumen

Teniendo en cuenta la labor en contextos organizacionales se ha podido identificar variables que pueden ser muy influyentes en el desarrollo, crecimiento, sostenimiento e identificación de una empresa sea cual sea su objeto de negocio. Muchas de estas variables están ligadas a factores netamente humanos. Más allá de temas de mercadeo, económicos y tecnológicos, por mencionar algunos, están los factores ligados al recurso humano o más bien capital o talento humano, puesto que son las personas que componen una organización quienes orientan las acciones de esta, ejecutan labores para guiar el desarrollo de actividades, proponen cambios, generan nuevas tecnologías, así como también potencialmente pueden llevar a una empresa al fracaso contundente.

El propósito de este ensayo es, en primer lugar, definir el concepto de Cultura Organizacional, observar su articulación con aspectos como la Gestión del Conocimiento, el Clima Organizacional, la importancia del liderazgo y establecer si estos factores son influyentes para el crecimiento y desarrollo empresarial.

Palabras Clave. Cultura organizacional, capital humano, organización, desarrollo empresarial, identidad corporativa.

Abstract

Taking into account the work in organizational contexts, it has been possible to identify variables that can be very influential in the development, growth, sustainability and identification of a company, whatever its business object. Many of these variables are linked to purely human. Beyond marketing, economic and technological issues, to mention a few, are the factors linked to human resources or rather capital or human talent, since it is the people who make up an organization who guide the actions of this organization, perform tasks to guide The development of activities, propose changes, generate new technologies, as well as potentially can lead a company to fail hard.

The purpose of this essay is to first define the concept of Organizational Culture, to observe its articulation with aspects such as Knowledge Management, Organizational Climate, the importance of leadership and to establish if these factors are influential in the growth and development of Business.

Keywords. Organizational culture, human capital, organization, business development, corporate identity.

Cultura Organizacional y su importancia

Una definición general del término *Cultura* podría ser un conjunto de creencias, costumbres, expresiones, maneras de ser, normas de comportamiento, percepciones, entre otras, que tiene una sociedad o comunidad en particular y que influyen, rigen y orientan el destino de las personas que la componen. Esta definición no solo es aplicable a un país o a una ciudad específica, sino que se puede extrapolar a cualquier grupo social como por ejemplo una empresa.

De acuerdo con esto las empresas u organizaciones como ejemplo de una comunidad, casi de manera espontánea, generan su propia cultura basada en los estilos de relacionamiento, las tareas que deben realizarse, los requerimientos de los diversos tipos de clientes bien sean internos o externos, el contexto social y económico, entre muchas otras variables que pueden influir en su manera de comportarse y asumir un rol en la organización. Teniendo en cuenta esto “La cultura se define como un pegamento social que mantiene a la organización unida, expresa los valores y creencias compartidas por sus miembros; valores que se manifiestan a través de mitos, historias, leyendas, lenguaje especializado” (García, 2006). Es así como, ese *pegamento social* es supremamente importante pues las ideas que se implanten y las acciones que se ejerzan de manera común permiten la cohesión entre todas las áreas y todos los individuos para lograr un propósito común.

Sin embargo, aunque la cultura se genere de manera espontánea, en una organización, en una empresa, esta debe ser creada (implantada) por quienes están a su mando, los gerentes, presidentes o afines, pues son ellos quienes han de definir el objeto o misión y la proyección o visión de la empresa y con la cultura deben orientar todas las acciones tendientes a alcanzar los objetivos propuestos.

Por lo cual se puede afirmar que lo relevante de la cultura organizacional está en que en la medida que los trabajadores de una compañía logran identificarse con los valores corporativos e interiorizar como suyos las metas y proyectos de la organización, todas sus acciones estarán enfocadas de manera autónoma y propia a alcanzar de manera individual y grupal los propósitos propuestos.

Importancia de una cultura organizacional definida y su influencia en la productividad

Como se mencionó anteriormente, el establecimiento de una cultura organizacional representa un factor importante en el proceso mediante el cual los individuos se sienten identificados con la empresa y generan un sentido de pertenencia, sin embargo, la cultura organizacional puede impulsar buenas acciones como también conductas perjudiciales cuando esta no está adecuadamente estructurada y contrario a lo que se busca, promueve antivalores así es que es importante lograr difundir en los empleados, sea cual sea su rol, todas aquellos preceptos, pautas, políticas, normas etc., con las que se pretende alcanzar las metas y propósitos de la misión y la visión de la compañía y es allí en donde otros factores muy importantes juegan un papel determinante, esos factores son la comunicación, la gestión del conocimiento y el liderazgo.

La comunicación directa entre los gerentes o directivos de la empresa permite que todos los miembros de esta sepan cual es el rumbo trazado y esperado, sirve para que cada trabajador pueda observar como desde su cargo, sea el que sea, como aporta y como puede mejorar para obtener los frutos deseados, la comunicación permite dar a conocer cómo va la empresa, cuáles son sus dificultades, así como sus fortalezas. Muy ligado a esto está la gestión del conocimiento, la cual, contrario a lo que muchos piensan, no solo está relacionada con la formación académica o intelectual del personal sino que también se encuentra relacionada con las posibilidades que la brinda la compañía a cada trabajador de saber cómo funciona la organización, que labores se deben llevar a cabo para mejorar, que negocios han sido exitosos y cuales no lo han sido. La gestión del conocimiento también es útil en los siguientes aspectos:

- Para aumentar el rendimiento, la productividad y la competitividad de la organización.
- Para obtener, compartir y utilizar el conocimiento dentro de la organización de manera efectiva.
- Para mejorar las decisiones de la organización.
- Para mejorar los procesos de negocio y obtener buenas prácticas.
- Para reducir los costes de investigación y retrasos. (Marulanda, López, Castellanos, 2016, p. 165)

Por otra parte, el liderazgo es un factor determinante no solo en la difusión de la cultura organizacional sino también en la ejecución de esta. Una de las características de un buen líder es

su capacidad de llevar a las personas, de manera táctica, a realizar una tarea, a unir y generar grupos, a llegar a acuerdos, dividir trabajos, etc. y si esto es utilizado de manera adecuada, un líder lograra alinear a los miembros de su equipo enfocándolos hacia un rumbo particular coherente con los planes de la empresa.

Los líderes de una organización desempeñan un papel activo en la formación y reforzamiento del clima y la cultura organizacional. Los líderes determinan qué se debe atender, medir y controlar; participan en los incidentes críticos y las crisis empresariales; planifican la enseñanza y el adiestramiento y establecen los criterios para el reclutamiento, selección, promoción, jubilación y segregación de los empleados” (Salazar, Guerrero, Machado y Cañedo, 2009 p. 72)

Por lo anterior los líderes son un factor determinante en el enfoque que se le dan a las acciones de los trabajadores en busca de alcanzar las metas que se plantea la organización.

Teniendo claro el concepto de cultura organizacional y algunos de los elementos que influyen en su desarrollo, implementación e interiorización, expondré como esta puede influir en la productividad de una organización.

De acuerdo con Salazar, Guerrero, Machado, Cañedo (2009), “un trabajador es un ser biosicosocial, Por tanto, su salud, bienestar y felicidad son partes integrantes no sólo de la vida sino también del trabajo (p. 71). En ese sentido, se puede indicar que en el desempeño del empleado influyen múltiples factores, como el clima organizacional, factores ligados a la salud, su entorno familiar y social, su emocionalidad y desde luego, para este caso la cultura organizacional ya que esta puede influir en su sentido de pertenencia, en su proactividad y su motivación hacia el trabajo. Para ejemplificar la influencia de la cultura organizacional se puede observar casos como el de Alpina y Bancolombia.

Empresas reconocidas convertidas en organizaciones exitosas

Como ejemplo de procesos en los que la cultura organizacional ha influido en el mejoramiento de la gestión y productividad empresarial podemos tomar a Alpina. Esta es una empresa de

elaboración de alimentos, principalmente derivados lácteos, que fue fundada en Colombia en el año de 1945, es una empresa que es interesante ya que el eje fundamental de su cultura organizacional ha sido principalmente la innovación, lo cual le ha posibilitado adaptarse de manera constante y funcional a los cambios económicos, a las exigencias que produce la competencia con empresas similares, a las necesidades de los clientes, etc (Alpina, 2015).

De acuerdo a lo expresado por Fernández (2013), la cultura organizacional se ha orientado a la innovación como uno de los pilares de evolución, ha impulsado, el cambio constante, innovando desde los procesos operativos como los procesos administrativos, pasando por las mejoras de sus productos, en los canales de venta, en los procesos y en su estructura organizacional, innovación en busca de sostenibilidad y rentabilidad, en su capacidad e investigación científica, y en general su cultura organizacional está enfocada en el aporte y ejecución de ideas y soluciones para mejorar desde aspectos básicos de los procesos de apoyo hasta los procesos misionales de la compañía. Con esto se puede observar, que en la medida que las empresas se fijan metas deben ir buscando la forma de mejorar sus procesos, no solo los productivos, sino también los administrativos, los gerenciales y de esta forma se adquiere una cultura de cambio y mejora constante.

Por otra parte, en el caso de Bancolombia, gran parte del cambio y fortalecimiento de su cultura organizacional se ha basado en los procesos de comunicación y acercamiento directo con los trabajadores abordando temas como el propósito de la empresa en términos de su visión y misión, valores, filosofía, las relaciones entre superiores y subordinados, motivación y cambio, entre otras.

Esta comunicación permite en primer lugar conocer a los trabajadores y que ellos conozcan a fondo la empresa y sus objetivos, y por otra parte influir sobre el sentido de pertenencia que los trabajadores tienen hacia ella logrando una percepción de cercanía que como último resultado es lograr que cada uno de los trabajadores logre de manera autónoma, por iniciativa y motivación propia ejecutar desde su puesto de trabajo acciones siempre en procura de la mejora de sus procesos lo cual hace a una organización, efectiva, eficaz, productiva y sostenible.

Conclusiones

La cultura organizacional y su apropiación por parte de todos los miembros de la organización, es un factor importante que si es influyente en el desarrollo esperado en las empresas. Factores asociados a ella como la comunicación, el bienestar, la capacitación, la selección del personal, la innovación, el sentido de pertenencia, los valores corporativos entre otros, generan una percepción por parte de los trabajadores, los clientes internos y externos, los proveedores, etc., que impulsa acciones de mejora y tras de ello se facilita el alcance del éxito de una organización definido esto como el alcance de metas y proyectos, un desarrollo de labores ajustadas a la misión de la empresa apoyada en todos los miembros de esta.

La Cultura Organizacional crea en los miembros de la empresa una identidad particular ligada a ella, que como en cualquier comunidad o grupo social lleva a sus miembros a trabajar y a desarrollar conductas aceptadas y valoradas por todos sus miembros cuando se consideran positivas y de igual manera cuando estas conductas son reconocidas como negativas, tienden a ser rechazadas. Así es que la cultura organizacional, como ya se mencionó anteriormente, constituye uno de los factores más importantes para el desarrollo empresarial en la medida que los miembros de una organización perciben como propia a la compañía y se perciben a sí mismos como parte fundamental y funcional en la búsqueda de mejoramiento de cada uno de los procesos que se desarrollan de manera individual lo cual finalmente y en suma, constituyen el resultado global de la compañía permitiendo el alcance de los propósitos misionales y la proyección de la empresa ajustándose a la visión que de esta se tenga.

Referencias

- García Álvarez, C. M. (2006). Una aproximación al concepto de cultura organizacional. *Universitas Psychologica*, 5(1), 163-174.
- Marulanda Echeverry, C. E., López Trujillo, Marcelo., & castellanos Galeano, J. F. (2016). La cultura organizacional y su influencia en las buenas prácticas para la gestión del conocimiento en las Pymes de Colombia. *AD-minister*, (29), 163-176.
- Salazar Estrada, J. G., Guerrero Pupo, J. C., Machado Rodríguez, Y. B., & Cañedo Andalia, R. (2009). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. *Acimed*, 20(4), 67-75.
- Fernández González, J. P. (2013). Alpina: A Case of Innovation for Competitiveness. *Revista de Ingeniería*, (38), 78-85.