



**Nombre de alumno: Mtra. Mónica E.
Culebro Gómez**

**Nombre del profesor: Dra. Nayeli
Morales Gómez**

**Nombre del trabajo: Ensayo “CULTURA
ORGANIZACIONAL”**

Materia: CULTURA ORGANIZACIONAL

Grado: 1°.

Grupo: Único

Cultura organizacional

La cultura organizacional es el pegamento que sostiene y junta a una empresa". Peter Danhler-Larsen

Se comienza con la frase anterior, pues a lo largo del texto se realiza un análisis y reflexión sobre el concepto de cultura organizacional, su importancia, así como los instrumentos y estrategias para la correcta transmisión, implementación de cambios y medición con la que se puede obtener resultados para la mejora continua de ella. De tal manera, que al final del ensayo se concluya con una propuesta para mejorar y desarrollar una cultura basada en los resultados.

En primer momento, es necesario definir a la cultura organizacional como un sistema de valores y supuestos que pueden ser de naturaleza explícita o implícita. Da forma e influye en la manera en la cual los individuos se comportan y actúan.¹ Partiendo de este concepto, vemos pues que la cultura organizacional depende de los valores, ideas, comportamientos de la organización como entidad y que se conforma por la cultura de cada uno de sus miembros. Siendo así que la cultura de la organización no nace de inmediato junto con la organización, sino que irá formándose con el paso del tiempo y con los diversos sujetos que forman parte de la misma organización.

Es importante señalar que la cultura organizacional no permanece inmóvil y perenne, sino que está en constante cambio y se modifica con el aprendizaje adquirido en diversas situaciones y eventos que surgen tanto de manera interna en la organización o de la sociedad misma. Siendo un ejemplo de ello, la situación de crisis por pandemia que se vive en este año, pues ha traído consigo un cambio en la cultura organizacional modificando el comportamiento de la mayoría de sus miembros implementando necesariamente la tecnología como herramienta de

¹ https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/228989/InterPARES_3_020617.pdf consultado el 10 de diciembre de 2020.

trabajo, modificar los tiempos y necesidades de cada trabajador e incluso cambiando la estructura interna de las organizaciones.

De lo anterior, se dice que a medida que las necesidades de la sociedad cambian, cambia la cultura organizacional de la empresa. El líder entonces, debe planear y desarrollar un modelo y enfoque para generar un cambio de cultura organizacional que pueda brindar una mejora en sus resultados. De ahí, que hay tres estrategias para cambiar la cultura (Nayeli, 2020): a. Basadas en la realidad del negocio, esta implica un estudio del contexto en el que se desenvuelve la organización y que es necesario implementar para obtener un mejor resultado, por ejemplo, actualizar sistemas y formas de trabajo utilizando tecnología, reestructurando funciones o departamentos para establecer canales de comunicación; b. Estrategias ligadas al cambio, la cual establece la generación de un cambio a raíz de una crisis, de tal manera que la organización tenga que adaptarse y encajar en el nuevo estilo de vida y en las nuevas formas de pensar y resolver las necesidades del mercado; y, c. Estrategias de ataques frontales, de los cuales son cambios que se han planeado y desarrollado de manera previsiva pero que el líder sabe el momento adecuado en que lo va a implementar.

Realizar los cambios en la cultura organizacional, teóricamente parece sencillo, pero en la praxis realmente no lo es, pues intervienen cada uno de los miembros de la organización y el estilo del líder al momento de efectuarlo. De ser así, que la mayoría de las personas somos muy arraigadas y nos es difícil desapegarnos a los comportamientos ya establecidos y aprendidos. Por eso depende de cómo cada individuo suele enfrentar los cambios, siendo que algunos de manera aislada, es decir, que no tienen mucha interacción con el medio social; otros lo hacen a manera de rebelión, inconformándose y manifestándose en contra del cambio; otros de manera conformistas, es decir, aceptando totalmente el nuevo cambio implementado y otros que responden de manera creativa. Este último, que resulta ser el más benéfico, pues implica la adaptación al cambio y generar oportunidades aprovechando todos los elementos para producir una mejora en la organización.

Con lo anterior, podemos darnos cuenta que el cambio en la cultura organizacional debe llevar un camino, es decir, un proceso para impulsarlo y poder producir un mejor resultado en la organización. Este proceso se lleva a cabo a través de un enfoque indirecto propuesto por

Price Waterhouse (Nayeli, 2020), en el que señala se debe estudiar muy bien el entorno competitivo, elegir una estrategia de cambio de manera clara y bien planeada, siendo auténticos e innovadores, ser perseverantes y pacientes para no desistir si no obtenemos los resultados de manera rápida, mantener una comunicación constante y permanente con los miembros y clientes, elegir a pioneros y líderes que apoyen la ejecución del cambio y quienes serán los portavoces de la nueva cultura, mantener motivados a todos, cuidar y planear los detalles, tener presente que no hay límites más que lo que nosotros mismos ponemos, informar a los usuarios a la brevedad, hacer uso de recursos suficientes y bastantes para la implementación y desarrollar una visión formal de los resultados esperados.

Otro punto destacado que es de vital importancia dentro de la cultura organizacional es el clima organizacional, que en palabras de Chiavenato (2000) define como las cualidades o propiedades del ambiente laboral que son percibidas o experimentadas por los miembros de la organización y que además tiene influencia directa en los comportamientos de los empleados. Por ello, para considerar una cultura que brinde resultados eficaces en la empresa, se debe evaluar y medir el clima organizacional, es decir, analizar qué es lo que el mismo equipo de trabajo y cada miembro piensa, siente y percibe de la organización en la que se desempeña, esto puede conocerse a través del uso de técnicas de entrevistas, cuestionarios de satisfacción, observaciones directas o análisis de indicadores, lo cual brindaran a la organización un panorama general o un indicador de los puntos más relevantes que influyen en el comportamiento de cada individuo y que afecta directamente a la cultura organizacional.

De tal manera que se concluye proponiendo que, para mejorar la cultura organizacional de una empresa, se analice en primer momento el clima organizacional, pues si en una empresa existe un ambiente de felicidad y satisfacción interna será el reflejo que se le transmite a los clientes. De modo que, si dentro de la organización se consolida un equipo de trabajo que construya en conjunto, que divida las cargas, consecuentemente, multiplicara los resultados tanto de manera individual como de manera colectiva. Dicho cambio debe sostenerse en una motivación constante por parte del líder de la organización hacia sus colaboradores, pues no hay trabajo más productivo que el que hace una persona contenta y feliz.

Referencias.

Morales Gómez, Nayeli. Cultura organizacional. UDS, México, 2020.

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/228989/InterPARES_3_020617.pdf