

Unidad 2. Cultura Corporativa

Tema 1. Estructura de la cultura corporativa

Objetivo

Conocer y diseñar estrategias para proponer una cultura organizacional que ayude al crecimiento de las organizaciones.

Introducción

El desarrollo de contenidos implementados en el estudio de la cultura empresarial, así como los enfoques que promueven el desarrollo organizacional, requieren abordar diversos elementos de apoyo, tales como los componentes, conceptos, niveles, funciones, variables e instrumentos para el diagnóstico. Comprender estos aspectos permite definir las actitudes y comportamientos necesarios para alcanzar los objetivos de la cultura organizacional.

La cultura corporativa tiene un poder significativo, ya que orienta los intereses personales, los valores y las estrategias empresariales, fortaleciendo las capacidades de la entidad. Este tema analiza la implementación y control de la cultura corporativa, permitiendo identificar las actividades que respaldan su desarrollo dentro de las organizaciones.

2.1 Subtema 1: Cultura Corporativa — Componentes, conceptos y niveles

La cultura corporativa se define como el conjunto de normas, valores, formas de trabajo y pensamiento, tanto implícitas como explícitas, que influyen en el día a día de una organización. Abarca todos los niveles, desde el estilo de gestión hasta la imagen corporativa y la satisfacción de los empleados.

Incluye códigos de conducta, normas, protocolos, procedimientos y políticas que, con el tiempo, constituyen el ADN de la empresa. Según Morales (2006), los principales componentes de la cultura corporativa son:

Visión: guía a la empresa y orienta sus decisiones, inspirando a los empleados a cumplir los objetivos.

Valores: representan los estándares de comportamiento y conforman la mentalidad colectiva de los colaboradores.

Estructura organizativa: influye profundamente en la cultura; las estructuras rígidas limitan la comunicación, mientras que las planas la facilitan.

Talento humano: la cultura se construye con las personas; por ello, las organizaciones buscan empleados que compartan sus valores y visión.

Práctica de negocios: las acciones cotidianas consolidan la cultura empresarial.

Niveles de la cultura organizacional

Según Schein, la cultura se manifiesta en tres niveles:

Artefactos: son los elementos visibles, como el logotipo, la vestimenta, la disposición del espacio físico o el estilo de comunicación.

Valores y creencias compartidos: normas, políticas y filosofías que orientan el comportamiento dentro de la empresa.

Supuestos básicos: son las creencias inconscientes y profundas que determinan la esencia de la organización y son difíciles de cambiar.

Autores como Wilkins y Ouchi (1983) sostienen que la cultura organizacional fomenta la creación de comunidades internas que comparten experiencias y luchan por objetivos comunes. Sin embargo, toda organización enfrenta una resistencia al cambio, ya que los miembros tienden a aferrarse a los valores y normas originales de sus fundadores.