

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2544>

Importancia de la cultura empresarial

Importance of company culture

Octavio Rolando Lara Martínez

Octavio.lm@tuxtla.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1063-3077>

Tecnológico Nacional de México. Instituto Tecnológico de Tuxtla
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas – México

Gabriela Alejandra Ríos Zúñiga

Gabriela.rz@tuxtla.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0003-4324-8738>

Tecnológico Nacional de México
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas – México

Alejandra Viridiana Gómez Galdámez

Alejandra.xg@tuxtla.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0005-5600-2712>

Tecnológico Nacional de México
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas – México

Artículo recibido: 09 de agosto de 2024. Aceptado para publicación: 24 de agosto de 2024.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

Todas las organizaciones cuentan con un conjunto de características que las hacen únicas, por lo que, en México, sin importar el tamaño de la empresa crean sus propias características, convirtiéndolas así, en su propia cultura. Para esta investigación, el objetivo general sobre la cultura empresarial es analizar y comprender cómo los valores, creencias, normas y prácticas compartidas dentro de una organización influyen en su funcionamiento, éxito y sostenibilidad a largo plazo. Además, pretende proporcionar una visión integral de la cultura empresarial para identificar los componentes clave que contribuyen a una cultura organizacional efectiva. Para el tipo de estudio, la investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, enfocándose en la comprensión profunda de los elementos culturales dentro de una organización. Con un enfoque mixto que combine métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una visión completa y detallada de la cultura organizacional. Dentro de los resultados obtenidos más relevantes, se obtuvo una pariedad de género en donde el 42% de ellos tienen más de 10 años trabajando en la misma organización con puestos administrativos. Además, el 45.1% dijo que se siente valorado en su lugar de trabajo, pero al mismo tiempo el 35.3% de los trabajadores necesita encontrar un equilibrio entre su vida personal y laboral. Sin duda, la importancia de la cultura empresarial es un sinónimo de los grandes logros que una empresa pueda tener, ya que si se logra que los trabajadores se sientan parte de ella se verá reflejado en el mercado competitivo.

Palabras clave: cultura empresarial, valores, normas, éxito, ventaja competitiva

Abstract

All organizations have a set of characteristics that make them unique, so in Mexico, regardless of the size of the company, they create their own characteristics, thus turning them into their own culture. For this research, the general objective regarding business culture is to analyze and understand how the values, beliefs, norms and practices shared within an organization influence its operation, success

and long-term sustainability. In addition, it aims to provide a comprehensive view of business culture to identify the key components that contribute to an effective organizational culture. For the type of study, the research is exploratory and descriptive, focusing on a deep understanding of the cultural elements within an organization. With a mixed approach that combines qualitative and quantitative methods to obtain a complete and detailed view of the organizational culture. Among the most relevant results obtained, a gender parity was obtained where 42% of them have more than 10 years working in the same organization with administrative positions. Furthermore, 45.1% said they feel valued in their workplace, but at the same time 35.3% of workers need to find a balance between their personal and work life. Without a doubt, the importance of corporate culture is synonymous with the great achievements that a company can have, since if workers are made to feel part of it, this will be reflected in the competitive market.

Keywords: business culture, values, standards, success, competitive advantage

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Cómo citar: Lara Martínez, O. R., Ríos Zúñiga, G. A., & Gómez Galdámez, A. V. (2024). Importancia de la cultura empresarial. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (4), 4010 – 4026. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2544>

INTRODUCCIÓN

La cultura empresarial, también conocida como cultura organizacional, se refiere al conjunto de valores, creencias, normas y prácticas que caracterizan a una organización y guían el comportamiento de sus miembros (Schein, 2010). Esta cultura se desarrolla a lo largo del tiempo y es influenciada por una variedad de factores internos y externos, incluyendo la visión y misión de la empresa, las experiencias compartidas, y las creencias y expectativas de los empleados (Deal & Kennedy, 2000).

La cultura empresarial juega un papel crucial en el éxito y la sostenibilidad de una organización. No solo define cómo se percibe la empresa tanto internamente por sus empleados como externamente por sus clientes y socios, sino que también influye en aspectos clave como la toma de decisiones, la innovación, la ética laboral y la satisfacción de los empleados (Robbins & Judge, 2013). Por ejemplo, una cultura empresarial que fomenta la innovación puede llevar a la creación de nuevos productos y servicios, proporcionando a la empresa una ventaja competitiva en el mercado (Cameron & Quinn, 2011).

A nivel global, la cultura empresarial varía significativamente entre diferentes regiones y países, reflejando diferencias en valores culturales, normas sociales y prácticas comerciales. Por ejemplo, las empresas en Japón tienden a enfatizar la colaboración y el consenso, mientras que las empresas en Estados Unidos suelen enfocarse más en la individualidad y la competencia (Hofstede, 2001). Estas diferencias culturales pueden tener un impacto significativo en las operaciones internacionales y en la gestión de equipos multiculturales.

Los Antecedentes de la Cultura Empresarial

La cultura empresarial ha sido objeto de estudio durante varias décadas, con un interés creciente desde mediados del siglo XX. La evolución de este campo de estudio ha sido influenciada por diversas disciplinas, incluyendo la antropología, la sociología y la psicología organizacional.

Orígenes y Desarrollo Temprano

La noción de cultura organizacional comenzó a tomar forma en la década de 1950, cuando los estudios sobre el comportamiento humano en el trabajo empezaron a considerar la influencia de factores no económicos en la productividad y satisfacción laboral (Roethlisberger & Dickson, 1939). Sin embargo, fue en la década de 1970 y 1980 cuando el concepto de cultura organizacional cobró mayor relevancia en el ámbito académico y empresarial.

Edgar Schein es uno de los pioneros en el estudio de la cultura organizacional. Su modelo teórico, desarrollado a finales de los años 1980, se centra en tres niveles de cultura: artefactos, valores y creencias subyacentes. Schein define la cultura organizacional como un patrón de supuestos básicos que un grupo ha inventado, descubierto o desarrollado para enfrentar problemas externos y de integración interna, y que han funcionado lo suficientemente bien como para ser considerados válidos y, por tanto, ser enseñados a los nuevos miembros como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación a esos problemas (Schein, 1985).

Desarrollo y Aplicaciones Prácticas

Durante los años 1980, varios estudiosos comenzaron a explorar cómo la cultura organizacional influye en el desempeño y efectividad de las organizaciones. Deal y Kennedy (1982) argumentan que una cultura fuerte y bien definida puede proporcionar una ventaja competitiva significativa. En su libro "Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life", identificaron cuatro tipos de culturas organizacionales basadas en el grado de riesgo y la velocidad de retroalimentación: cultura de poder, cultura de roles, cultura de tareas y cultura de personas.

Otro contribuyente significativo fue Geert Hofstede, quien en 1980 publicó su investigación sobre las dimensiones culturales que afectan el comportamiento organizacional en diferentes países. Hofstede identificó varias dimensiones clave, incluyendo la distancia de poder, individualismo versus colectivismo, y aversión a la incertidumbre, que han sido ampliamente utilizadas para entender las diferencias culturales en el ámbito empresarial global (Hofstede, 1980).

Evolución Reciente y Tendencias Actuales

En la década de 1990 y 2000, la globalización y la creciente interconexión de los mercados llevaron a una mayor atención a la diversidad cultural dentro de las organizaciones. Investigadores como Adler y Gundersen (2008) destacaron la importancia de comprender y gestionar la diversidad cultural para aprovechar las oportunidades y enfrentar los desafíos en el contexto global.

El enfoque en la cultura organizacional ha evolucionado para incluir la cultura de innovación y aprendizaje organizacional. Cameron y Quinn (2011) desarrollaron el modelo de valores en competencia, que ayuda a las organizaciones a diagnosticar y cambiar su cultura para mejorar el desempeño y la efectividad.

En la actualidad, la cultura empresarial sigue siendo un campo de estudio vital, con un enfoque en la adaptación y resiliencia organizacional frente a cambios rápidos y disruptivos en el entorno empresarial, tales como avances tecnológicos, cambios económicos y

Marco legal

En México, el marco legal que regula la cultura empresarial incluye diversas leyes y normativas que afectan la gestión empresarial, la protección de los derechos laborales, la privacidad de los datos y la responsabilidad social. A continuación, se presenta un resumen de los principales componentes legales en el contexto mexicano.

Legislación Laboral y Derechos de los Empleados

La legislación laboral en México establece las bases para la protección de los derechos de los trabajadores y regula las relaciones laborales dentro de las empresas. Las principales leyes son:

Ley Federal del Trabajo (LFT): Esta ley regula los derechos y obligaciones de empleadores y empleados, incluyendo aspectos como las condiciones de trabajo, el salario, la jornada laboral y la seguridad social (Cámara de Diputados, 2022). La LFT también aborda temas como la igualdad de oportunidades y la no discriminación.

Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS): La Ley del Seguro Social establece las disposiciones sobre la seguridad social para los trabajadores, incluyendo seguros de salud, riesgos de trabajo y pensiones (IMSS, 2022).

Protección de Datos Personales

Las leyes sobre protección de datos personales en México buscan garantizar la privacidad y seguridad de la información personal de los ciudadanos.

Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP): Esta ley regula la recolección, almacenamiento y tratamiento de datos personales por parte de las empresas, estableciendo los derechos de los individuos sobre su información personal y las obligaciones de las organizaciones para protegerla (Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales [INAI], 2022).

Reglamento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares: Establece las reglas y procedimientos para la implementación de la LFPDPPP y proporciona directrices para las prácticas de manejo de datos personales (INAI, 2022).

Responsabilidad Social Corporativa y Ética Empresarial

En México, las normativas y directrices relacionadas con la responsabilidad social y la ética empresarial influyen en la cultura organizacional.

Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente: Regula las actividades empresariales en relación con el impacto ambiental, promoviendo prácticas sostenibles y responsables (Cámara de Diputados, 2021).

Normas Mexicanas de Responsabilidad Social: Existen directrices y normativas que fomentan prácticas empresariales responsables y sostenibles, aunque no siempre son de cumplimiento obligatorio, muchas empresas las adoptan como parte de sus políticas de RSC (CEMEFI, 2022).

Normas sobre Igualdad y Diversidad

Las leyes que promueven la igualdad y diversidad en el lugar de trabajo son cruciales para una cultura empresarial inclusiva.

Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres: Esta ley busca promover la igualdad de género en todos los ámbitos, incluyendo el laboral, y establece medidas para combatir la discriminación y fomentar la igualdad de oportunidades (Cámara de Diputados, 2020).

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación: Proporciona un marco para prevenir y eliminar la discriminación en diversos contextos, incluyendo el lugar de trabajo (Cámara de Diputados, 2017).

Desarrollo

El desarrollo de la cultura organizacional es un proceso dinámico y continuo que implica la formación, transmisión y evolución de los valores, creencias, normas y prácticas que caracterizan a una organización. Este proceso es influenciado por diversos factores, incluyendo el liderazgo, la estructura organizacional, las experiencias compartidas y el entorno externo (Schein, 2010).

Formación de la Cultura Organizacional

La cultura organizacional generalmente se forma en las primeras etapas de la existencia de una organización, a menudo reflejando las creencias y valores de los fundadores (Schein, 2010). Estos individuos establecen la visión, misión y los principios fundamentales que guiarán a la empresa. Los líderes desempeñan un papel crucial en la modelación de la cultura al actuar como ejemplos a seguir y al implementar políticas y prácticas que refuercen los valores deseados (Robbins & Judge, 2013).

Transmisión de la Cultura Organizacional

Una vez establecida, la cultura organizacional se transmite a través de varios mecanismos. La socialización es uno de los procesos clave mediante el cual los nuevos empleados aprenden y adoptan los valores y normas de la organización (Van Maanen & Schein, 1979). Esto puede incluir programas de orientación, mentoría y formación continua. Además, los artefactos culturales, como símbolos, historias, rituales y lenguaje, juegan un papel importante en la comunicación de la cultura (Deal & Kennedy, 2000).

Evolución de la Cultura Organizacional

La cultura organizacional no es estática; cambia y evoluciona en respuesta a factores internos y externos. Las crisis, las fusiones y adquisiciones, los cambios en el liderazgo y las presiones del mercado pueden desencadenar cambios culturales (Kotter, 1996). Las organizaciones exitosas son aquellas que pueden adaptarse y evolucionar mientras mantienen una coherencia cultural que les permita cumplir con sus objetivos estratégicos (Cameron & Quinn, 2011).

Influencia del Liderazgo en la Cultura Organizacional

El liderazgo es uno de los factores más importantes en el desarrollo y cambio de la cultura organizacional. Los líderes tienen la capacidad de influir en la cultura a través de su comportamiento, decisiones y estrategias (Schein, 2010). Los líderes efectivos reconocen la importancia de la cultura y trabajan activamente para cultivarla y alinearla con la visión y misión de la organización (Yukl, 2013).

El desarrollo de la cultura organizacional es un proceso complejo y multifacético que desempeña un papel crucial en el éxito y sostenibilidad de una empresa. Comprender cómo se forma, se transmite y evoluciona la cultura organizacional, así como el papel del liderazgo en este proceso, es esencial para cualquier organización que aspire a prosperar en el entorno competitivo actual (Schein, 2010).

Objetivo general

El objetivo general de la investigación sobre la cultura empresarial es analizar y comprender cómo los valores, creencias, normas y prácticas compartidas dentro de una organización influyen en su funcionamiento, éxito y sostenibilidad a largo plazo. Este objetivo se centra en explorar la formación, transmisión y evolución de la cultura organizacional, así como el impacto del liderazgo y otros factores internos y externos en dicho proceso (Schein, 2010).

Este estudio pretende proporcionar una visión integral de la cultura empresarial para identificar los componentes clave que contribuyen a una cultura organizacional efectiva. Además, busca evaluar cómo las diferencias culturales pueden afectar la dinámica interna y las relaciones externas de una organización, con el fin de ofrecer recomendaciones para la gestión y el desarrollo de una cultura empresarial que apoye los objetivos estratégicos y promueva un entorno de trabajo positivo y productivo (Cameron & Quinn, 2011).

Objetivos específicos

- Identificar y describir los componentes fundamentales de la cultura organizacional.

Analizar los valores, creencias, normas y prácticas que constituyen la cultura de una organización y cómo estos elementos se manifiestan en el comportamiento y actitudes de los empleados (Schein, 2010).

- Explorar el papel del liderazgo en el desarrollo y cambio de la cultura organizacional.

Investigar cómo los líderes influyen en la formación, transmisión y evolución de la cultura empresarial a través de sus decisiones, comportamientos y estrategias (Yukl, 2013).

- Examinar los mecanismos de transmisión de la cultura organizacional.

Evaluar los procesos y prácticas, como la socialización, la mentoría y la formación continua, que facilitan la adopción y perpetuación de la cultura organizacional entre los empleados (Van Maanen & Schein, 1979).

- Analizar el impacto de la cultura organizacional en el rendimiento y éxito de la empresa.

Investigar cómo una cultura empresarial sólida y coherente puede influir en la innovación, la satisfacción de los empleados, la productividad y la ventaja competitiva de la organización (Cameron & Quinn, 2011; Robbins & Judge, 2013).

- Evaluar la influencia de factores externos en la evolución de la cultura organizacional.

Examinar cómo elementos externos, como las crisis económicas, las fusiones y adquisiciones, y las presiones del mercado, pueden desencadenar cambios en la cultura organizacional (Kotter, 1996).

- Investigar las diferencias culturales en el contexto global y su impacto en las organizaciones.

Explorar cómo las variaciones culturales entre diferentes regiones y países afectan la dinámica interna y las relaciones externas de las organizaciones, y cómo estas diferencias pueden ser gestionadas eficazmente (Hofstede, 2001; Adler & Gundersen, 2008).

Objeto de estudio

El objeto de estudio de la cultura empresarial se centra en los valores, creencias, normas y prácticas que configuran la identidad de una organización y guían el comportamiento de sus miembros (Schein, 2010). Este ámbito de investigación abarca diversas áreas clave:

Valores y creencias: Los principios y convicciones fundamentales que los miembros de la organización comparten y que influyen en sus decisiones y comportamientos (Robbins & Judge, 2013).

Normas y Prácticas: Las reglas y procedimientos establecidos que determinan cómo se realizan las actividades dentro de la organización, incluyendo las expectativas de comportamiento y las prácticas rutinarias (Deal & Kennedy, 2000).

Símbolos y artefactos: Los elementos tangibles e intangibles que representan la cultura organizacional, como el lenguaje, los rituales, las historias y los símbolos físicos, que ayudan a comunicar y reforzar los valores y creencias de la organización (Schein, 2010).

Procesos de Socialización: Los métodos a través de los cuales los nuevos miembros de la organización aprenden y adoptan la cultura existente, incluyendo programas de orientación, mentoría y formación continua (Van Maanen & Schein, 1979).

Impacto del Liderazgo: La influencia de los líderes en la formación, transmisión y evolución de la cultura organizacional, y cómo sus decisiones y comportamientos modelan la cultura (Yukl, 2013).

Dinámicas de Cambio Cultural: Los factores internos y externos que pueden desencadenar cambios en la cultura organizacional, tales como crisis, fusiones y adquisiciones, cambios en el liderazgo y presiones del mercado (Kotter, 1996).

Efectos en el Desempeño Organizacional: Cómo la cultura empresarial impacta en la innovación, la satisfacción y el compromiso de los empleados, la productividad, y el éxito competitivo de la organización (Cameron & Quinn, 2011; Robbins & Judge, 2013).

Diversidad Cultural y Globalización: El estudio de las diferencias culturales entre regiones y países y su impacto en la gestión de equipos multiculturales y operaciones internacionales (Hofstede, 2001; Adler & Gundersen, 2008). El objeto de estudio de esta investigación es el impacto del comercio electrónico en la economía mexicana, centrado en la transformación de los hábitos de consumo y las estrategias empresariales debido a la adopción de plataformas digitales de compra y venta en línea.

METODOLOGÍA

Investigar la cultura empresarial requiere un enfoque multidisciplinario y el uso de diversas metodologías para capturar y analizar los aspectos complejos y dinámicos de la cultura organizacional.

Diseño de la Investigación

Tipo de Estudio: La investigación puede ser de tipo exploratorio y descriptivo, enfocándose en la comprensión profunda de los elementos culturales dentro de una organización.

Enfoque Metodológico: Se recomienda un enfoque mixto que combine métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una visión completa y detallada de la cultura organizacional (Creswell & Plano Clark, 2018).

Encuestas y Cuestionarios: Diseñar y distribuir cuestionarios estructurados para medir aspectos específicos de la cultura organizacional, utilizando escalas Likert para cuantificar percepciones y actitudes (Robbins & Judge, 2013).

Análisis de Documentos: Revisar documentos internos como manuales de empleados, códigos de conducta, y comunicaciones corporativas para identificar valores y normas formales de la organización (Bowen, 2009).

Presentación de Resultados

Informe Escrito: Redactar un informe detallado siguiendo las normas de estilo APA, que incluya una introducción, metodología, resultados, discusión y conclusiones (American Psychological Association, 2020).

Fases del desarrollo

El desarrollo de la cultura empresarial es un proceso dinámico que evoluciona a lo largo del tiempo y puede ser comprendido a través de varias fases clave. A continuación, se describen las principales fases del desarrollo de la cultura organizacional.

Formación de la Cultura

Descripción: Esta fase inicial ocurre cuando una organización es creada o cuando un grupo de individuos se une para formar una nueva empresa. Durante esta etapa, se establecen los valores, creencias y normas básicas que guiarán el comportamiento de los miembros de la organización.

Características

Fundación de Valores y Creencias: Los fundadores de la organización introducen sus propias creencias y valores, que a menudo se reflejan en la misión y visión de la empresa (Schein, 2010).

Definición de Normas y Prácticas Iniciales: Se establecen prácticas y procedimientos básicos que guiarán el funcionamiento de la organización (Robbins & Judge, 2013).

Socialización y Aceptación

Descripción: En esta fase, los nuevos empleados se integran en la organización y aprenden sobre la cultura existente a través de procesos de socialización. La aceptación de la cultura por parte de los nuevos miembros es crucial para la cohesión organizacional.

Características

Proceso de Socialización: Los nuevos empleados pasan por un proceso de socialización que les ayuda a entender y adaptarse a la cultura organizacional (Van Maanen & Schein, 1979).

Mantenimiento y Adaptación

Descripción: A medida que la organización crece y enfrenta cambios en su entorno, la cultura empresarial se mantiene y se adapta para enfrentar nuevos desafíos y oportunidades. Esta fase implica ajustes y refinamientos en la cultura para alinearse con las nuevas realidades.

Características

Adaptación a Cambios Externos: La organización puede ajustar su cultura para responder a cambios en el mercado, la tecnología o el entorno competitivo (Kotter, 1996).

Revisión de Normas y Prácticas: Se revisan y ajustan las normas y prácticas culturales para mejorar el desempeño y adaptarse a nuevas demandas (Cameron & Quinn, 2011).

Evolución y Transformación

Descripción: En esta fase, la cultura empresarial puede experimentar una transformación significativa debido a eventos internos o externos, como fusiones, adquisiciones, o cambios estratégicos importantes. La transformación puede implicar una reconfiguración profunda de los valores y normas culturales.

Características

Transformación Cultural: Cambios profundos en la cultura organizacional pueden ser necesarios para enfrentar desafíos mayores o para integrar diferentes culturas tras una fusión o adquisición (Schein, 2010).

Comunicación y Gestión del Cambio: La gestión efectiva del cambio cultural es crucial para

Consolidación y Sostenibilidad

Descripción: En esta fase final, la cultura empresarial consolidada se mantiene y se fortalece a través de prácticas continuas que aseguran su sostenibilidad y alineación con los objetivos organizacionales a largo plazo.

Características

Refuerzo Continuo: Las prácticas y políticas continúan reforzando la cultura establecida, y se realizan ajustes para asegurar su relevancia (Schein, 2010).

Medición y Evaluación: Se implementan métodos para evaluar y medir la efectividad de la cultura organizacional y su impacto en el desempeño (Cameron & Quinn, 2011).

Resultados y discusión

Para determinar lo anterior, se utilizó el instrumento de encuesta, misma que fue aplicada a cincuenta y un trabajadores de diversas empresas y con sede en varios lugares del país de México.

La cultura empresarial es una herramienta estratégica que puede influir significativamente en el éxito de una organización. Desde la cohesión interna hasta la adaptabilidad y la innovación, una cultura

organizacional fuerte y positiva es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. Por lo tanto, es vital que las organizaciones inviertan en el desarrollo y mantenimiento de una cultura empresarial que refleje sus valores y objetivos estratégicos.

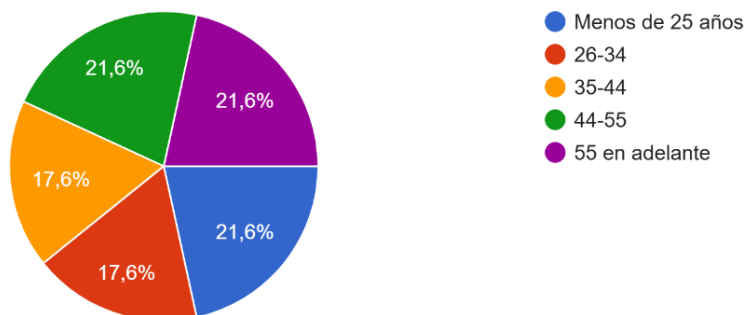
El resultado se presenta en los siguientes gráficos del 1 al 11. En donde desde la edad de los trabajadores, género, departamento donde laboran, años de servicio hasta el reconocimiento laboral y el equilibrio entre su vida laboral y personal son datos importantes que enriquecen la investigación.

Gráfico 1

Edad

Fuente: elaboración propia.

Se observa que la distribución por edad de los trabajadores, muestra una distribución importante casi equitativa, relativamente a la baja con los trabajadores menores de 25 y 26-34 años, lo que hace



interesante la investigación.

Gráfico 2

Género

Fuente: elaboración propia.

Con relación al género de los trabajadores(as) que respondieron la encuesta existe una gran paridad de ambos sexos.

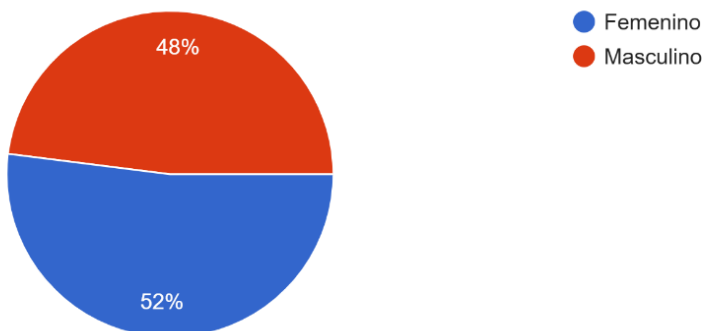
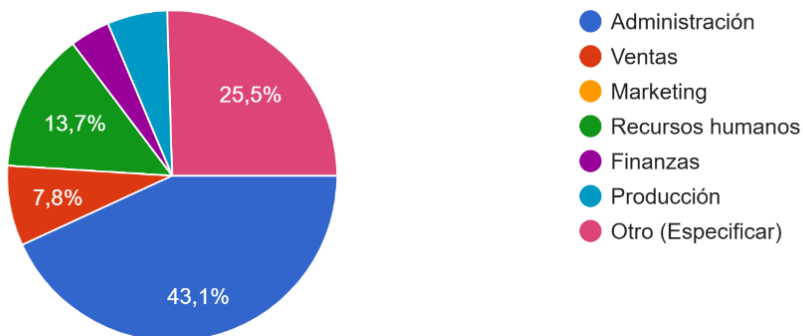


Gráfico 3

Departamento adscrito

Fuente: elaboración propia.

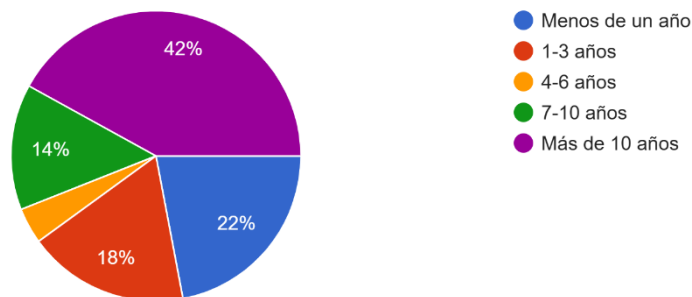


De los trabajadores encuestados, una gran parte (43.1%) se encuentran ubicados en el departamento de administración.

Gráfico 4

Años de servicio

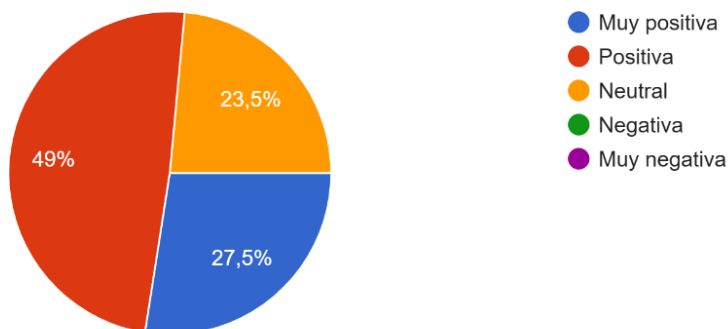
Fuente: elaboración propia.



La antigüedad por edad de los trabajadores muestra un cuarenta y dos con experiencia de más de diez años y un veintidós por ciento de menos de un año, lo que hace interesante esta mezcla, madurez y un posible crecimiento.

Gráfico 5

Cultura general

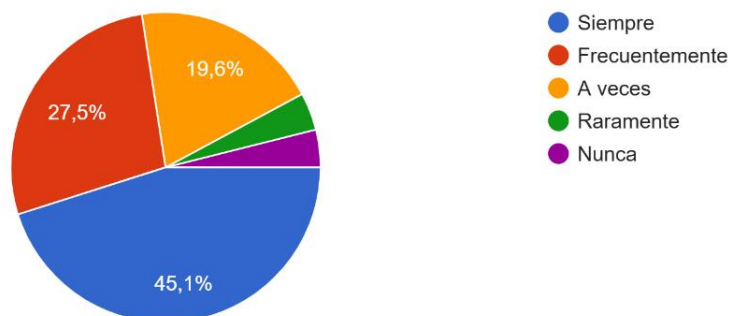


Fuente: elaboración propia.

El personal encuestado muestra un interesante conocimiento de la cultura empresarial, en sus centros de trabajo, por lo cual podemos ver con optimismo.

Gráfico 6

Lugar de trabajo

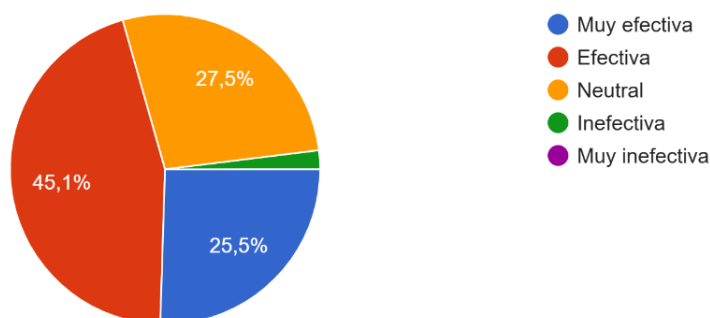


Fuente: elaboración propia.

El personal encuestado en un setenta y dos por ciento manifiesta que es valorado y respetado en su trabajo, solo el diecinueve por ciento siente que solo a veces. Habría que analizar en otro momento porque los trabajadores que respondieron a veces con un diecinueve por ciento en un mínimo son de cinco o seis empresas.

Gráfico 7

Comunicación interna

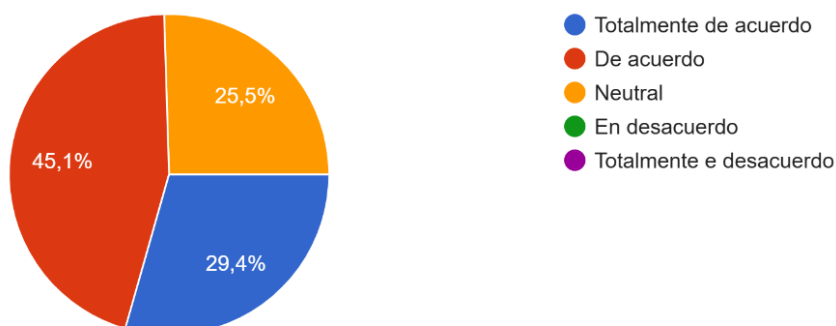


Fuente: elaboración propia.

El personal encuestado en un setenta y dos por ciento manifiesta que es valorado y respetado en su trabajo, solo el diecinueve por ciento siente que solo a veces. Habría que analizar en otro momento por qué los trabajadores que respondieron a veces con un diecinueve por ciento en un mínimo son de cinco o seis empresas.

Gráfico 8

Ambiente de trabajo

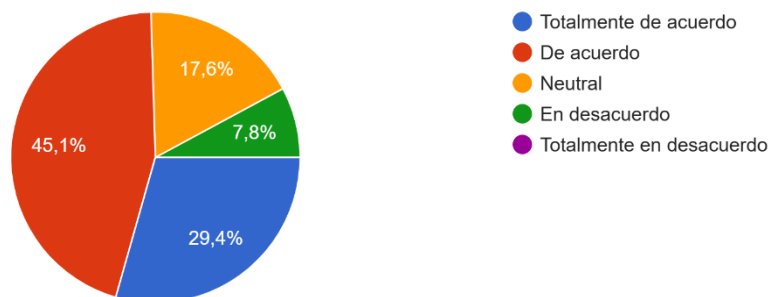


Fuente: elaboración propia.

La mayoría de las respuestas, muestran que las empresas están iniciando a cumplir con su responsabilidad en ser un ente inclusivo y diverso.

Gráfico 9

Desarrollo profesional

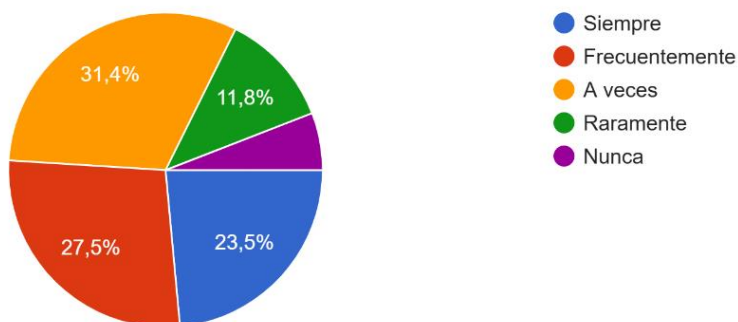


Fuente: elaboración propia.

Interesante respuesta, quiere decir que el personal observa que, para cubrir una vacante o ascenso en su estructura, primero observa a su interior para proporcionar una oportunidad a estos trabajadores, en caso que no reúna los requisitos buscará otras opciones al exterior.

Gráfico 10

Reconocimiento

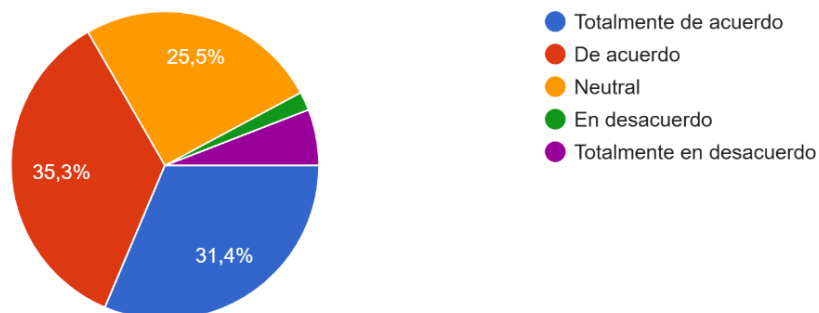


Fuente: elaboración propia.

Los trabajadores encuestados manifiestan que los empresarios otorgan reconocimiento por el desempeño eficiente.

Gráfico 11

Equilibrio adecuado



Fuente: elaboración propia.

Los trabajadores sienten que los empresarios, procuran el equilibrio en la vida laboral y personal, buscando la manera de lograrlo sin perjuicio de la empresa.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

Estos resultados confirman que una cultura organizacional robusta mejora la moral y satisfacción de los empleados, impulsa la innovación y mejora los resultados financieros. La cultura organizacional actúa como un motor de cohesión y eficiencia, alineando a los empleados con los objetivos estratégicos de la empresa y mejorando la adaptabilidad ante cambios externos.

La investigación destaca la importancia de invertir en el desarrollo de una cultura organizacional sólida. Las empresas deben fomentar valores y comportamientos que promuevan la satisfacción laboral, la innovación y el rendimiento financiero. Una cultura organizacional más que aceptable es esencial para el éxito sostenible a largo plazo.

CONCLUSIONES

Estudiar el comportamiento interno como la cultura empresarial, nos hizo observar que la distribución por edad de los trabajadores, es una distribución importante casi equitativa, relativamente a la baja con los trabajadores menores de 25 y 26-34 años, lo que hace interesante la combinación, finalmente con relación al género de los trabajadores(as) que respondieron la encuesta existe una gran paridad de ambos sexos.

La antigüedad por edad de los trabajadores muestra un cuarenta y dos con experiencia de más de diez años y un veintidós por ciento de menos de un año, lo que hace interesante esta mezcla, madurez y un posible crecimiento, dentro de lo importante es que las empresas manifiestan un avance importante en materia de responsabilidad social y en los derechos humanos, al ser un ente inclusivo y diverso, además del reconocimiento a personal eficiente.


En general, estas empresas que ayudaron a la investigación a través de las encuestas muestran satisfacción por su lugar de trabajo y que el reconocimiento que las empresas hacen hacia sus trabajadores es importante para ellos. Sin embargo, estas mismas organizaciones tienen que valorar el esfuerzo interno que desarrollan para que puedan integrar un equilibrio entre su vida personal y laboral.

REFERENCIAS

- Alvesson, M. (2012). *Understanding organizational culture* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4306261>
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework* (3rd ed.). Jossey-Bass.
- Chatman, J. A., & O'Reilly, C. A. (2016). Paradigm lost: Reinvigorating the study of organizational culture. *Research in Organizational Behavior*, 36, 199-224. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.11.004>
- Denison, D. R. (1996). What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native's point of view on a decade of paradigm wars. *Academy of Management Review*, 21(3), 619-654. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9702100310>
- Denison, D. R., & Mishra, A. K. (1995). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization Science*, 6(2), 204-223. <https://doi.org/10.1287/orsc.6.2.204>
- Fey, C. F., & Denison, D. R. (2003). Organizational culture and effectiveness: ¿Can American theory be applied in Russia? *Organization Science*, 14(6), 686-706. <https://doi.org/10.1287/orsc.14.6.686.24868>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. SAGE Publications.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Kotter, J. P., & Heskett, J. L. (1992). *Corporate culture and performance*. Free Press.
- Martins, N., & Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74. <https://doi.org/10.1108/14601060310456337>
- O'Reilly, C. A., Chatman, J. A., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516. <https://doi.org/10.5465/256404>
- Peters, T. J., & Waterman, R. H. (1982). *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies*. Harper & Row.
- Pettigrew, A. M. (1979). On studying organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 570-581. <https://doi.org/10.2307/2392363>
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Schneider, B., Ehrhart, M. G., & Macey, W. H. (2013). Organizational climate and culture. *Annual Review of Psychology*, 64, 361-388. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-113011-143809>
- Sorensen, J. B. (2002). The strength of corporate culture and the reliability of firm performance. *Administrative Science Quarterly*, 47(1), 70-91. <https://doi.org/10.2307/3094891>
- Trice, H. M., & Beyer, J. M. (1993). *The cultures of work organizations*. Prentice Hall.

Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2012). *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Van den Berg, P. T., & Wilderom, C. P. M. (2004). Defining, measuring, and comparing organisational cultures. *Applied Psychology: An International Review*, 53(4), 570-582. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2004.00189.x>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) .