

itSMIF
ESPAÑA



CULTURA Y REPUTACION DE LAS ORGANIZACIONES

Yolanda Arenas Lavara



Yolanda Arenas Lavara

“Me apasionan las personas y las organizaciones, las entiendo como un todo relacionado”

Coach Ejecutivo Certificado por AECOP.

Mi bio aquí: www.linkedin.com/in/yolandaarenaslavara





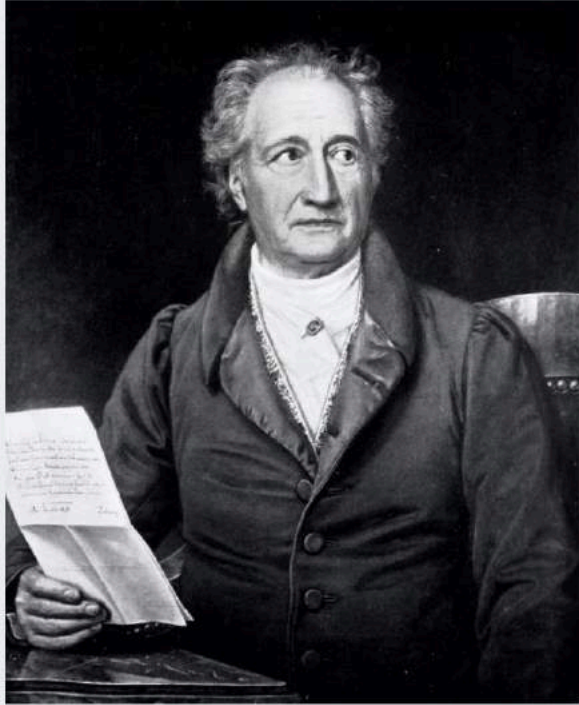
THE 3 CRAZIEST CORPORATE SCANDALS OF 2017

Continuidad – Sostenibilidad – Relevo Generacional

La cultura organizacional es la **gran fuerza invisible** y **decisiva** sobre la que depende **el éxito o el fracaso** de una empresa, y representa la clave del cambio organizativo.

De ella también depende la **eficacia, control, innovación y comunicación** de la organización.

S. P. Feldman, 2019



*“Trata a las personas como quieren ser
y ayúdalas a convertirse en lo que son
capaces de ser”*

Johann Wolfgang von Goethe

Presentismo – Cuarentena – Doble moral

La cultura organizacional puede **influir significativamente** en el **rendimiento** y la **eficacia** de una empresa; la moral y productividad de sus empleados; y su capacidad para **atraer, motivar y retener** a personas con talento. *D. D. Warrick, 2017*

La falta de **ética** y una cultura clara en la organización lleva al **estrés, fatiga** o “**burnout**” y otras patologías psicológicas. *S. Winnubst, 2017*

Niveles – Sistemas – Conversación

La visión cultural de una organización se puede clasificar en 3 grupos:

- **CONTENIDO** o lo que se considera importante, ej. trabajo en equipo, responsabilidad, innovación.
- **CONSENSO** o hasta qué punto es común la visión compartida en toda la plantilla.
- **INTENSIDAD** de los sentimientos acerca de la importancia de esa visión.

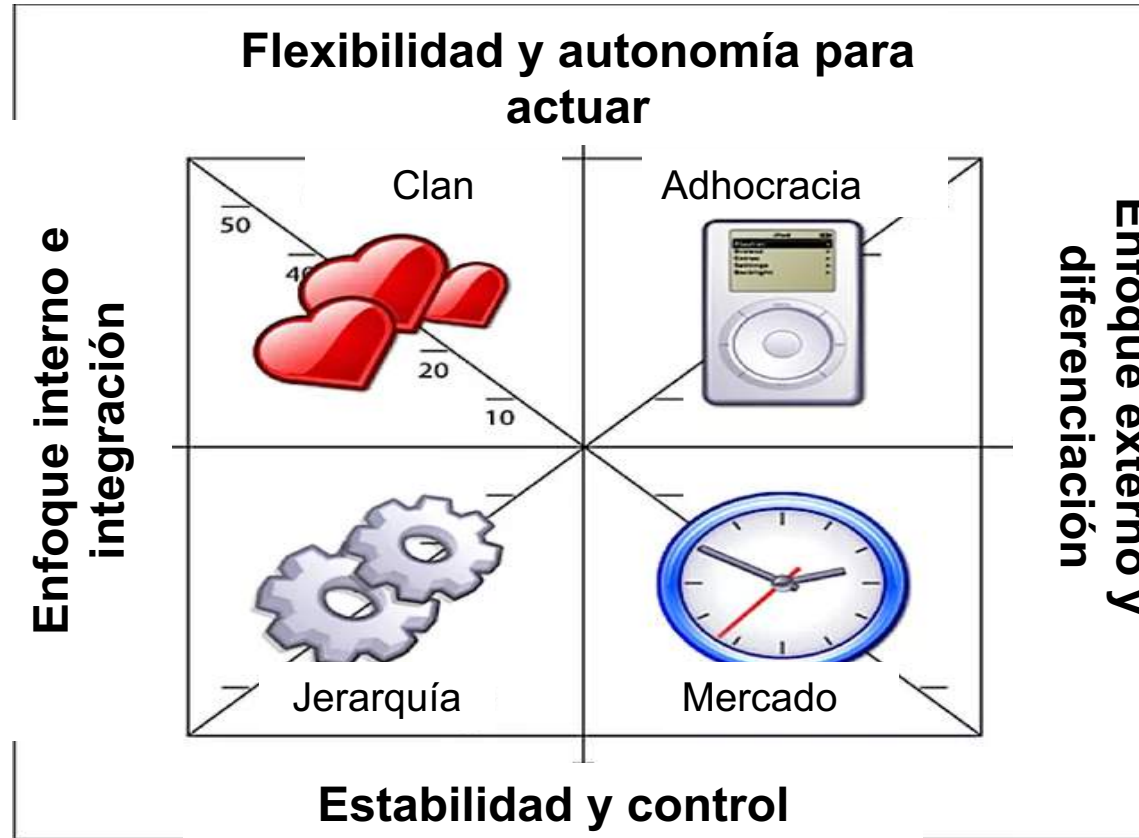
Chapman y O'Reilly, 2016

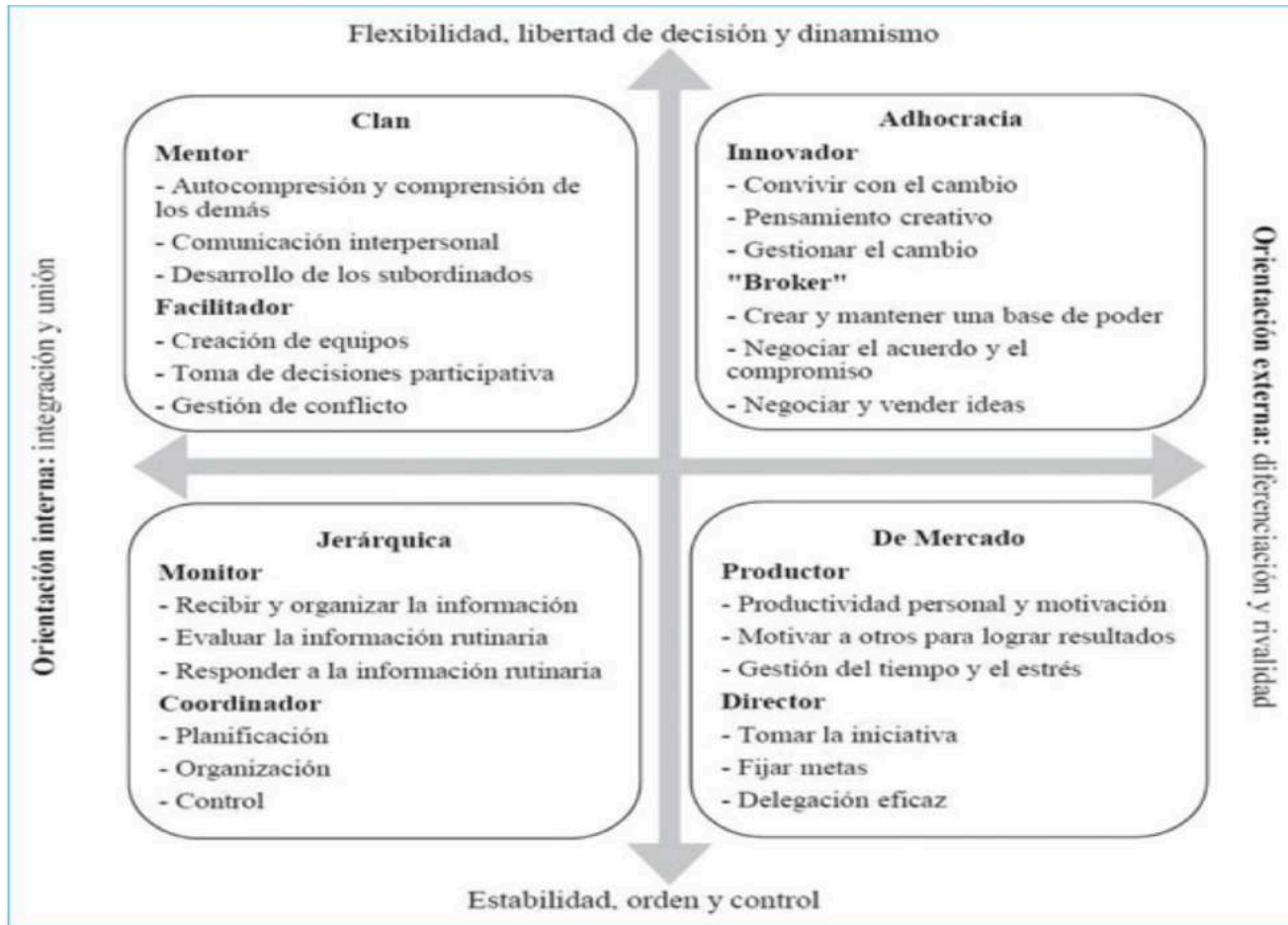
Control – Valores – Equipo

La cultura organizativa puede servir como **sustituto** del liderazgo cuando los comportamientos de liderazgo son redundantes en relación con los **valores** culturales, es decir, ambos **comparten** un enfoque orientado a la tarea o las relaciones humanas.

Chad A. Hartnell, 2016

Cuatro tipos de cultura organizativa





Los 3 niveles de la cultura organizativa según Schein (1992)



Visibles

Estructuras y procesos organizacionales visibles:
Tecnología, arte, conductas, espacios,...

Mayor grado de conciencia

Estrategias, metas, filosofías, valores propugnados

Preconscientes,

(invisibles, dadas por sentadas)

Presunciones básicas compartidas:
las creencias (sobre el tiempo, las personas,...) , percepciones, pensamientos y sentimientos.

Son las fuentes últimas de los valores y la acción



“El mayor obstáculo para entender la dignidad es la creencia equivocada de que proviene de fuera de nosotros mismos, de cómo nos tratan. Y al aferrarnos a esta creencia, damos a los demás el poder de determinar nuestra dignidad”

Donna Hicks

Reputación – Coherencia

La reputación de marca es el resultado de la conexión de estos 3 factores:

1. Quién eres.
2. Quién dices que eres.
3. Qué dice la gente que eres.



“Lleva 20 años construir una reputación y 5 minutos destrozarla.

Si piensas en ello, harás las cosas de forma diferente”

Warren Buffett

Cultura organizacional vs reputación

La cultura **impulsa** la reputación.

La cultura **describe** cómo una empresa realmente hace negocios, y la reputación es la forma en que las partes interesadas externas la perciben.

El CEO es el líder de la firma, y la cultura interna recibe su **dirección** de la persona que está en la cima.

Qué dicen sobre la reputación

“Una buena reputación vale más que el dinero” *Publilius Syrus*

“Una reputación que dura mil años puede ser el resultado de una conducta que dura cinco segundos” *Ernest Bramah*

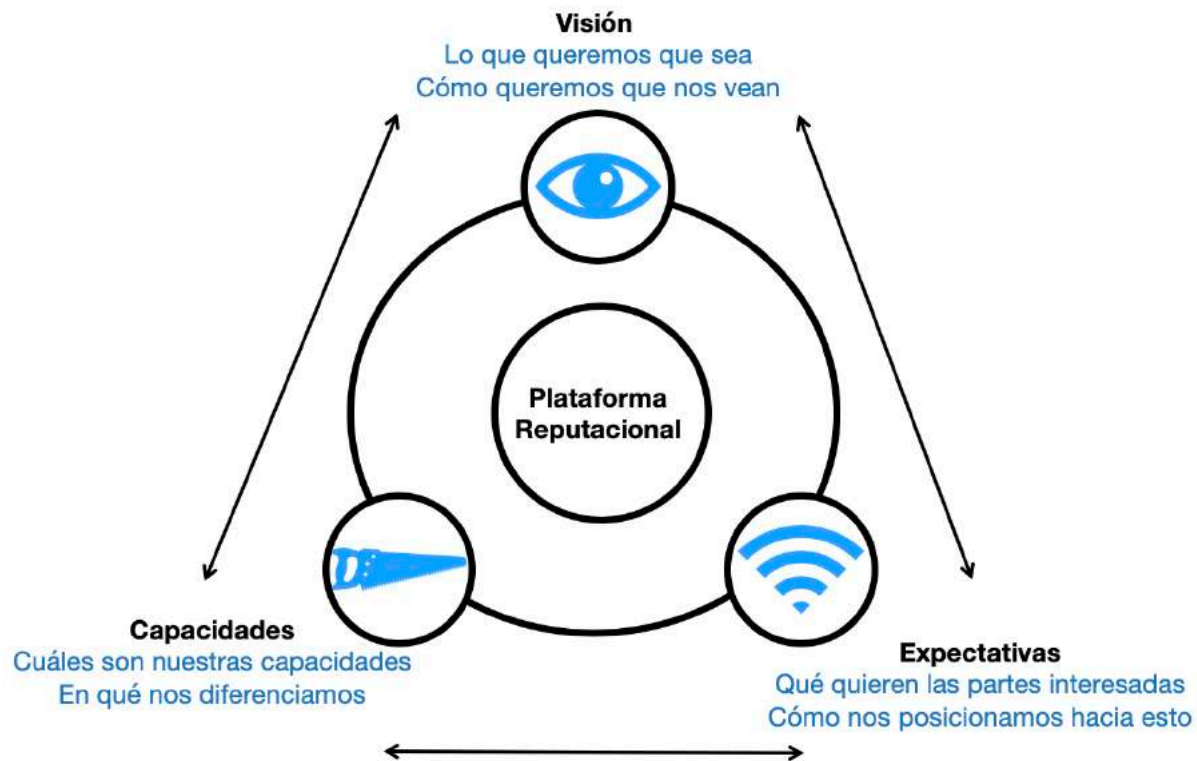
“Una vez dañada una reputación puede ser recuperada, pero los ojos del mundo siempre mirarán el sitio por donde falló” *Joseph Hall*

“No se construye una buena reputación basada en cosas que vamos a hacer” *Henry Ford*

“La repetición genera reputación y la reputación genera clientes” *Elizabeth Arden*

“No hay anuncio más potente que una reputación que se propague de forma rápida” *Bryan Koslow*

La plataforma reputacional de la organización



_Un empleado le había arrebatado "**violentamente**" el coche a una madre de un bebé de 6 meses, golpeándola a ella y casi llevándose por delante al bebé.

Un pasajero exige el nombre del empleado involucrado y cuando el sujeto en cuestión, vestido con el uniforme de American Airlines, entra en el avión se enfrenta al pasajero, diciéndole que se "mantenga fuera de esto" ya que "ni siquiera sabes lo que pasó".

_En su declaración, American Airlines dijo: "Lo que vemos en este video **no refleja nuestros valores** o cómo cuidamos a nuestros clientes. Lamentamos profundamente el dolor que le causamos a esta pasajera, a su familia y a cualquier otro cliente afectado por el incidente. "Las acciones del miembro de nuestro equipo capturadas aquí (*en el video*) no parecen reflejar la paciencia o la empatía, dos valores necesarios para la atención al cliente."



- Creada en 1999 revolucionando la venta de calzado.
- Cultura de compromiso y de felicidad.
- La comunicación entre departamentos y personas es abierta.
- Fomentan la holocracia, autogestión absoluta.
- Alimentar el propósito y el orgullo individual es vital.
- Co-crean el Culture Book



¿Qué te comprometes a hacer a partir de hoy?

