

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Análisis de la cultura organizacional y su incidencia en corporaciones
financieras, Ciudad de Guatemala**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Kareén Lucía Espinoza Barrios

Guatemala, agosto 2018

**Análisis de la cultura organizacional y su incidencia en corporaciones
financieras, Ciudad de Guatemala**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Kareén Lucía Espinoza Barrios

Licda. Rosa María Ortega Lemus (**Asesora**)

M.A. Alex Eduardo Cárcamo Guillén (**Revisor**)

Guatemala, agosto 2018

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M.A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

MS.c. Samuel Aron Zabala Vásquez

Coordinador



Guatemala, agosto del 2018

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado “**Cultura organizacional y su incidencia en corporaciones financieras en la Ciudad de Guatemala**” y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,

Kareén Lucía Espinoza Barrios
Licenciatura en Administración de Empresas
Carné No.: 201300622



REF.:C.C.E.E.ADMON.CT.A02-PD.010.2018

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 23 DE JULIO DE 2018
DICTAMEN

Tutor: Licenciada Rosa María Ortega Lemus
Revisor: Licenciado Alex Eduardo Cárcamo Guillén
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Tesis titulada: "Análisis de la cultura organizacional y su incidencia en corporaciones financieras, Ciudad de Guatemala."

Presentada por: Kareén Lucia Espinoza Barrios.

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada


M.A. Ronaldo Antonio Gómez
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

Guatemala 17 de marzo del 2018

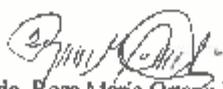
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente.

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado "**Análisis de la Cultura Organizacional y su incidencia en Corporaciones Financieras, Ciudad de Guatemala**", realizado por Karécán Lucía Espinoza Barrios, carné 201300622, estudiante de la Licenciatura de Administración de Empresas, he procedido a Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Licda. Rosa María Ortega Jemus
Colegiado Activo 14366

Guatemala, 25 de abril 2018

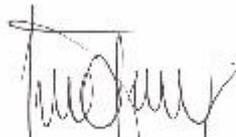
Señores Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: "Análisis de la cultura organizacional y su incidencia en corporaciones financieras, Ciudad de Guatemala", realizado por Kareén Lucía Espinoza Barrios, Carné 201300622, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio Dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,



Mgtr. Alex Eduardo Cárcamo Guillén

Colegiado Activo 8452

Dedicatoria

- A Dios** Mi padre celestial, por bendecir mi vida con salud, educación, trabajo y una familia la cual pertenezco, debo a Él la sabiduría, por permitirme lograr mis objetivos, además por su infinita bondad y amor.
- A mi padres** Por su ejemplo y principalmente ser mis mentores, por los valores inculcados a trazarme metas y perseverar en el camino , por sus consejos y amor dedicado cada día.
- A mis hermanos** Quienes estuvieron siempre conmigo, en las buenas y malas por sonrisas, por sus ejemplos a seguir, y el apoyo incondicional que he tenido de cada uno de ellos, los quiero.
- A mis amigos** Quienes me apoyaron y motivaron en algún momento de mi vida, en esta formación profesional y brindaron ánimos para perseguir mis sueños.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	1
1.3 Objetivos de investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación descriptiva	2
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	3
1.7 Definición de la muestra	3
1.7.1 Definición de muestra infinita	3
1.8 Definición del instrumento de investigación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y Análisis de datos	5
Capítulo 2	7
Resultados	7
2.1 Presentación de resultados	7
Capítulo 3	17
Discusión y conclusiones	17
3.1 Extrapolación	17
3.2 Hallazgos y análisis general	22
3.3 Conclusiones	24
4. Referencias	25
Anexos	

Abstract

Las entidades financieras buscan brindar una identificación en los colaboradores con la cultura, a través de las actitudes, valores, objetivos y la esencia de cómo realizar las actividades dentro de la organización.

El objetivo del estudio presentado fue realizar una investigación de campo con encuestas donde se profundizó en el significado que tiene para los colaboradores de entidades financieras elementos como la misión, visión y su sentido de participación en el alcance de objetivos y metas empresariales.

Con este fin se identificó la percepción de los colaboradores de instituciones financieras en la ciudad de Guatemala con respecto a la cultura organizacional y su impacto en el desempeño individual del colaborador así en el rendimiento de los equipos de trabajo y determinar si éste es positivo o negativo.

El resultado de identificación de los colaboradores a los principios de la organización es alto, reflejando que se debe dar retroalimentación así como identificar con otros parámetros las metas y transmitir que cada esfuerzo realizado contribuye a la ventaja competitiva y a la creación de una imagen corporativa positiva hacia los clientes.

Introducción

El presente estudio se realizó para conocer las incidencias de la cultura organizacional en las corporaciones financieras la cual generalmente se caracteriza por ser fuerte y requiere de un alto compromiso de los colaboradores, asimismo, con la investigación se busca encontrar incidencias positivas o negativas en el cumplimiento de objetivos, metas y en el compromiso de conocer el nivel de identificación del personal con la cultura y la incidencia de ésta en la satisfacción laboral, la cual se puede reflejar en el trabajo desempeñado e imagen que trasladan los colaboradores.

Para efectos de la investigación se desarrolló un estudio delimitando un área geográfica, el mismo es aplicado en la Ciudad de Guatemala, se planteó un objetivo principal para el desarrollo del estudio así como objetivos específicos, asimismo, cabe mencionar que se realizó una investigación descriptiva la cual permite conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de sujetos de investigación que para el presente estudio consistió en evaluar a los colaboradores de agencias bancarias, aseguradoras y personal administrativo. Se definió una muestra infinita, ya que no se conoce con exactitud el número de colaboradores de este sector, para determinar el número de personas que podrían representar una muestra para el estudio se aplicó una fórmula para un número infinito. La aplicación del instrumento de investigación es necesario para recaudar datos que posteriormente se interpretaron. A través de esta herramienta se pudo conocer las opiniones de los colaboradores.

En el segundo Capítulo se realizó gráficas con interpretación de los datos vaciados del instrumento, en el cual se obtuvo información real de cómo es percibida la Cultura Organizacional por parte de los colaboradores de diferentes instituciones financieras.

En la última fase se realizó un Análisis del estudio de campo y una comparación con las bases teóricas para sustentar el tema contrastado con la realidad. Posteriormente, se presentan los principales hallazgos del estudio; para luego presentar Conclusiones a la investigación, en donde se encontró nivel de identificación e involucramiento de los trabajadores con la cultura y como ésta genera ventaja competitiva y un compromiso mayor para los colaboradores.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Una cultura organizacional en las empresas comprende el conjunto de creencias, valores y normas compartidas y practicadas por los colaboradores para interactuar y transmitir los enfoques dentro de la organización y hacia el exterior (clientes, proveedores, entre otros), esto fortalece los ideales y la motivación de la fuerza laboral dentro de la empresa, ya que permite al colaborador identificarse con la organización a la que pertenece así como saber el giro y metas con las cuales está comprometido.

Las corporaciones financieras tienen objetivos y una cultura organizacional con la cual se diferencian en cuestión de servicio, tecnología y privacidad que ofrecen al cliente; es importante que cada colaborador esté identificado completamente ya que esto lo transmite externamente y esta imagen es percibida por los clientes, el estudio se enfocó en determinar la incidencia de la cultura organizacional en la fidelización del colaborador con la institución, así como determinar si ésta fortalece la confiabilidad y compromiso que ofrecen las corporaciones a los clientes.

Las corporaciones financieras en la Ciudad de Guatemala cada día tienen más competencia que enfrentar, deben ofrecer confiabilidad a los clientes para lograr una preferencia y estabilidad que incida en la fidelización de los clientes, es importante mencionar que existe una alta rivalidad en este sector por lo que es necesario innovar y transmitir a los clientes fortaleza interna y compromiso de los colaboradores.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es la incidencia y repercusión de la cultura organizacional en el logro de metas, en el servicio al cliente y en el desempeño laboral del colaborador de las corporaciones financieras?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar los factores que afectan al colaborador al no identificarse con la cultura organizacional en las entidades financieras.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los factores clave de la cultura organizacional que motivan a los colaboradores de corporaciones financieras. .
- Analizar el nivel de identificación del personal de entidades financieras hacia los valores, objetivos y clima organizacional.
- Determinar y cómo afecta al alcance de metas de servicio y productividad
- Plantear la incidencia de la cultura organizacional en el servicio al cliente y en el logro de los objetivos de la corporación.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

El presente estudio se basó en el análisis descriptivo el cual se orienta a conocer la incidencia de la cultura organizacional en las instituciones bancarias en relación a la aplicación de valores, principios éticos y profesionales en los procesos que contribuyen a generar calidad en el servicio financiero, así como el alcance de las metas institucionales a través de la identificación de los principios, creencias, y actitudes que se presentan en el diario vivir de los colaboradores de cada entidad bancaria.

Cabe mencionar que cada uno de los elementos de la cultura de una entidad bancaria están orientados a ofrecer calidad, servicio y se orientan al logro de metas en un entorno financiero; se debe velar por el cumplimiento de estos factores para que el colaborador se sienta capaz e identificado con la entidad a la que pertenece. Con la investigación se determinó que el desarrollo de normas éticas produce una mejor calidad y satisfacción del cliente sin embargo la identificación y participación en cada puesto de trabajo es prioridad.

1.5 Sujeto de investigación

Colaboradores de las distintas corporaciones financieras que laboran en sucursales de la ciudad de Guatemala así como colaboradores del área administrativa que tengan contacto con clientes y pueden influir en la imagen de las corporaciones, Se investigó la fuerza laboral debido a que todos los trabajadores forman parte de un engranaje para la corporación y en ellos se analizó la incidencia de tener una cultura organizacional definida en el alcance de las metas empresariales.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El presente análisis y la obtención de datos de la investigación se realizó del mes de septiembre del 2017 a marzo 2018.

1.6.2 Geográfico

Se realizó la investigación en corporaciones financieras ubicadas en la ciudad capital, se seleccionó un grupo específico de bancos debido a la fortaleza y confiabilidad que tienen en el mercado, asimismo se analizó corporaciones centrales; las cuales son llamadas así, por tener las operaciones administrativas en un lugar centralizado; y agencias que son transitadas por números clientes diariamente, debido a estos se tiene más accesibilidad para poder investigar.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Definición de muestra infinita

Se realizó un cálculo para un muestreo de encuestas de un universo infinito debido a que se desconoce el número de empleados que pueda tener cada entidad bancaria y las variaciones entre cada una de ellas, por lo que se empleó la fórmula infinita para determinar el número de encuestas para recolectar información y tener un número de encuestas que pudieran hacer del proyecto un resultado verídico y satisfactorio para el estudio.

Fórmula:

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fallo

e= error de estimación máximo aceptado

$$N = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Fórmula aplicada

n=

z= 1.81

p= 50%

q=50%

e= 8%

$$N = \frac{1.81^2 (0.5 * 0.5)}{0.08^2} = \underline{\underline{127.97}}$$

Se determinó un nivel de confianza de 93% siendo igual a 1.81, se realizó una prueba de encuesta con una probabilidad de éxito de 0.5, una probabilidad de fracaso de 0.5 y un margen de error del 8%

A través de la fórmula utilizada para determinar el número de encuestas se definió que el número de encuestas a aplicar es 127.

1.8 Definición del instrumento de investigación

Instrumento

Se diseñó y estructuró un cuestionario de 10 preguntas dirigido a colaboradores de instituciones financieras tanto para áreas administrativas como de servicio al cliente, la zona geográfica a definirse fue en la Ciudad de Guatemala. Este instrumento permitió recopilar datos e información sobre la identificación de los trabajadores hacia la visión, misión y valores así como determinar cómo se sienten dentro de la corporación y cómo son aplicados en el entorno laboral y la forma en que estos lo perciben; asimismo la encuesta permitió

conocer casos en los cuales los colaboradores no fueron parte de la inclusión o retroalimentación de la cultura organizacional.

Se realizó una escala nominal para el diseño de las preguntas, para realizar una mejor medición de resultados dada la naturaleza de los temas y estudiar el nivel de satisfacción e identificación de los colaboradores. Dentro de la encuesta se manejaron tres tipos de preguntas: cerradas, múltiples esto con el objetivo de obtener de una manera más rápida los resultados y que las personas que contribuyeron con brindar opiniones les sea más cómodo encontrar respuesta con características o semejanzas de sus pensamientos el responder este cuestionario.

Los temas que se abordaron en el cuestionario fueron enfocados en los valores, misión y visión de las instituciones. Solicitar su perspectiva de cómo se sienten identificados y cuáles son las mejores prácticas para colocar metas y como las hace sentir el formar parte de un equipo de trabajo.

1.9 Recolección de datos

Se inició con el trabajo de campo realizando la recolección de datos de las encuestas el día 13 de noviembre al 15 de diciembre del año 2017.

Se solicitaron con anticipación a diferentes jefes de agencias comprendidas en el área geográfica de la Ciudad de Guatemala para poder encuestar a los colaboradores y se explicaba el fin de la encuesta que era realizar un estudio sobre la cultura y como los hacía sentir parte de su labor diaria.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Al finalizar la etapa de recolección de datos se realizó un vaciado de datos en hojas de cálculo electrónicas revisando los puntos de vista de los encuestados y realizando la tabulación de datos.

Los porcentajes de respuestas brindadas por los colaboradores de cada interrogante planteada para obtener resultados al objetivo a estudiar. Se realizaron las gráficas de los resultados para obtener con claridad las respuestas y poder llegar a conclusiones de una manera más fácil y legible al visualizar las gráficas.

Para la realización de interpretación de respuestas obtenidas se procedió a realizarlo con datos porcentuales y las gráficas con diseño de 360° ya que es un recurso estadístico para representar y ser de mayor utilidad para la interpretación de datos tabulados.

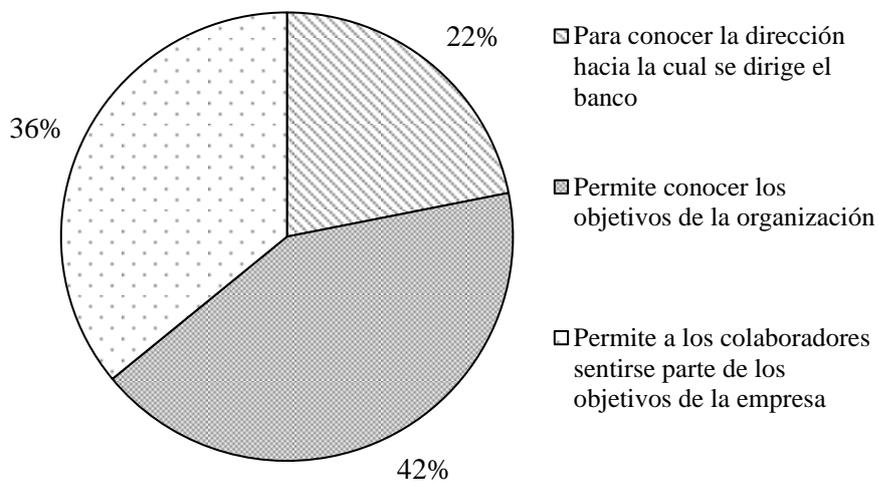
Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

1. ¿Por qué considera importante conocer la misión y visión de la empresa a la que pertenece?

Importancia de la misión y visión



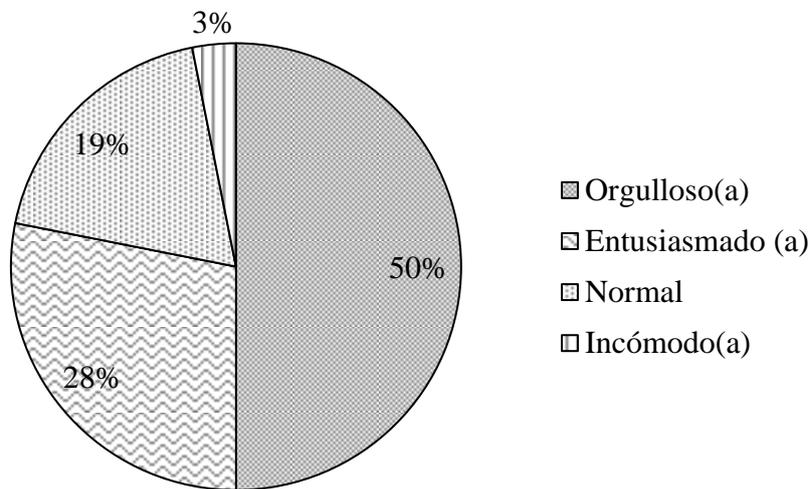
Fuente: Elaboración Propia

Se interrogó a la fuerza laboral sobre la importancia de conocer la misión y visión del lugar donde laboran, en esta pregunta el 42% de los colaboradores respondió que conocer estos elementos administrativos les permite sentirse parte de los objetivos de la empresa, asimismo, el 36% señaló que el conocer los objetivos de la empresa fomenta una orientación en el desarrollo de las funciones y tareas; y el 22% indicó que les permite conocer la dirección la cual se dirige el banco.

La importancia de que los trabajadores conozcan estos elementos radica en que les permite enfocar los esfuerzos hacia las metas empresariales y de esta manera lograr la dirección que los directivos de las entidades financieras esperan.

2. ¿Cuándo le preguntan familiares, amigos, conocidos en donde labora; su respuesta lo hace sentir?

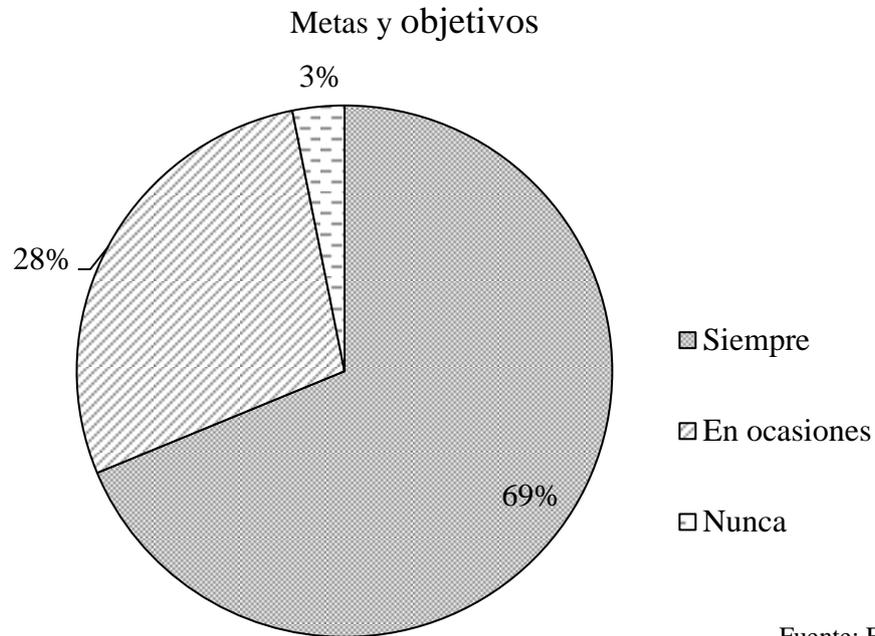
Nivel de satisfacción e identificación



Fuente: Elaboración Propia

La identificación de las personas en referencia a como les hace sentir formar parte de una empresa es importante e influye en el rendimiento laboral, en esta pregunta el 50% de los encuestados respondió que se sentía orgulloso(a) de pertenecer y formar parte de un equipo de trabajo en un banco, el 28% dice sentirse entusiasmado, asimismo el 19% se indica que se siente normal y un 3% manifiesta que se siente incómodo el trabajar para la entidad bancaria, es importante que las instituciones desarrollen actividades que fomenten compromiso con el lugar donde laboran.

3. ¿Cree que sus funciones diarias tienen congruencia con las metas y objetivos del banco?



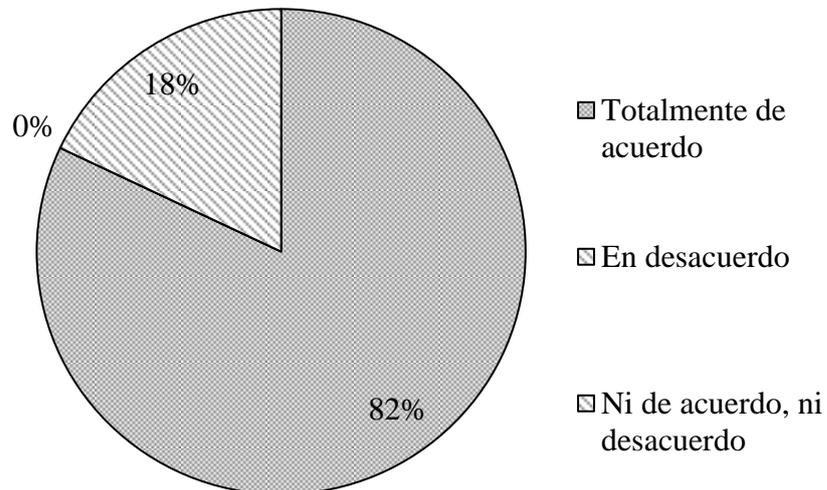
Fuente: Elaboración Propia

Es importante que cada integrante de la organización tenga claro las funciones que realiza en el puesto que ocupa y conocer cómo su trabajo contribuye a llegar a las metas y objetivos organizacionales, en las encuestas el 69% menciona que siempre sienten que el trabajo que llevan a cabo repercute en el alcance de los objetivos; el 28% cree que en ocasiones contribuyen al alcance de metas y el 3% coincide en que las labores que desempeñan nunca tiene una incidencia en los objetivos de la entidad a la que pertenecen.

La cultura en las entidades financieras y las funciones que se les asigna a los trabajadores refuerzan las relaciones laborales, se debe buscar la identificación de estos hacia la empresa para lograr que los esfuerzos se conduzcan hacia la dirección estratégica esperada.

4. Los valores de la empresa me identifican con mi comportamiento diario dentro del trabajo

Identificación con los valores institucionales

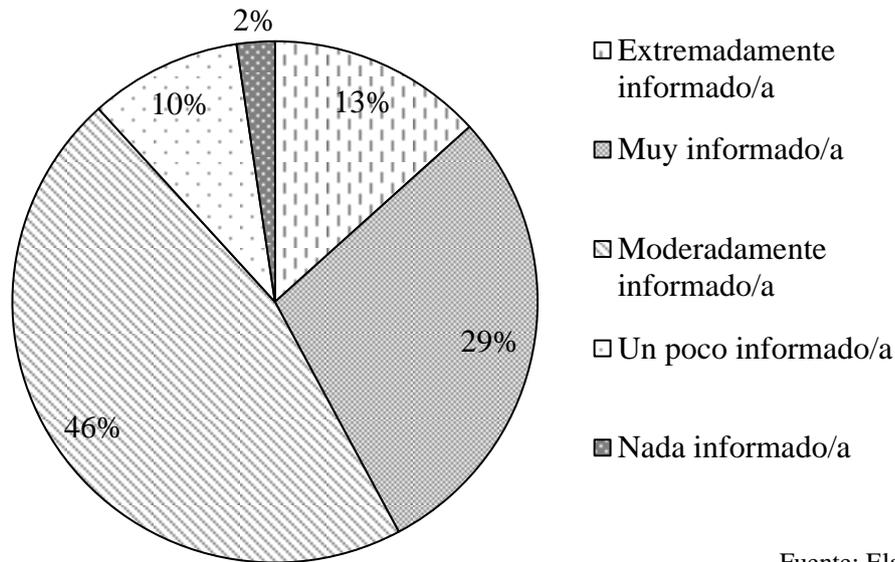


Fuente: Elaboración Propia

La identificación de los colaboradores con los valores organizacionales es esencial para contar con una cultura organizacional, el 82% de los trabajadores menciona que el contar con valores fomenta en ellos un correcto comportamiento en el lugar de trabajo y con sus compañeros; un 18% no se siente identificado con estos elementos y no cree que los valores influyen en su comportamiento y desarrollo en el puesto que ocupa y 0% manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la interrogante. Los valores dan dirección a los colaboradores, estos elementos administrativos empoderan a la fuerza laboral y los hace sentirse compartir una cultura organizacional.

5. ¿Qué tan informado/a están sus compañero/as de trabajo sobre las políticas de la empresa?

Retroalimentación de Políticas como parte de la cultura Organizacional



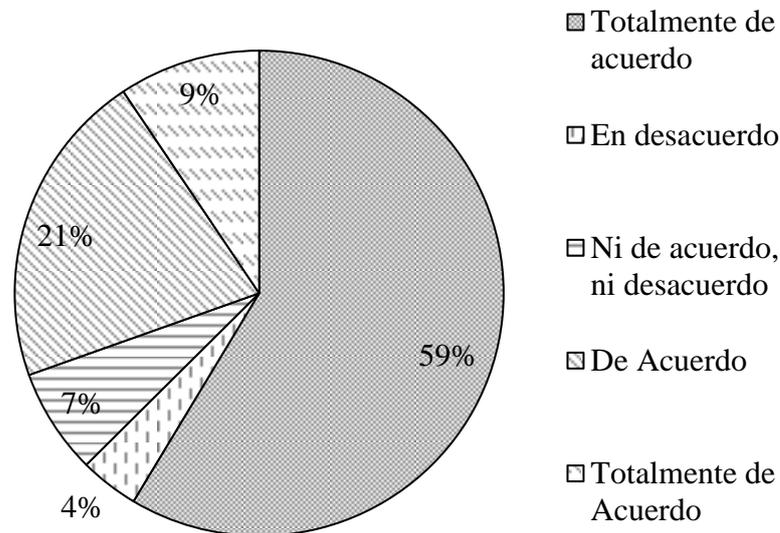
Fuente: Elaboración Propia

Las políticas son todas las guías orientadoras para ejecutar acciones administrativas y tienen el propósito de enfocar a todos los colaboradores hacia el desarrollo institucional. Dentro de las organizaciones es importante informar a todos los trabajadores acerca de las políticas, esto contribuye a formar una cultura organizacional fuerte.

En el estudio realizado el 46% contestó estar moderadamente informado acerca de las políticas de la entidad financiera, un 29% indica estar muy informado; un 13% señala estar extremadamente informado, un 10% se encuentra un poco informado y un 2% indica que no está nada informado.

6. ¿Considera que la aportación que brinda en el trabajo es siempre valiosa en referencia al alcance de metas mensuales?

Contribución individual alcance de metas

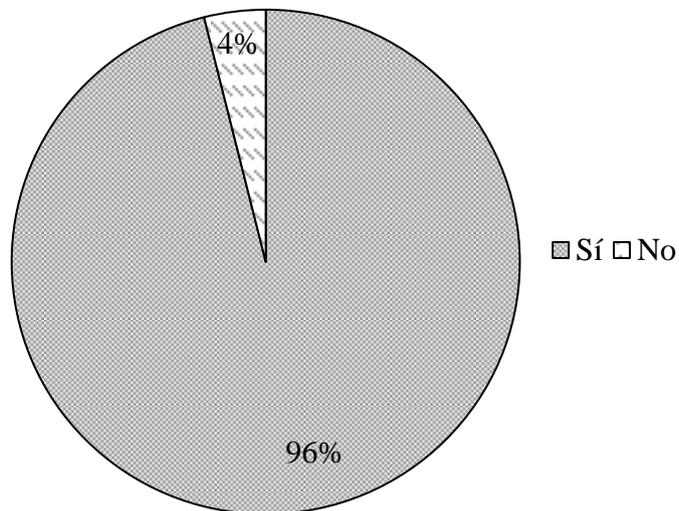


Fuente: Elaboración Propia

La importancia de dar a conocer al colaborador el valor que tiene el trabajo diario que realizan y el logro de las metas es un resultado que las instituciones realizan un adecuado proceso de planeación y los colaboradores se comprometen en generar aportes en los resultado empresariales. En la evaluación realizada el 59% respondió estar totalmente de acuerdo que el trabajo que desarrollan es valioso con respecto al alcance de metas mensuales, el 21% de los encuestados señala estar de acuerdo, el 9% indicó estar en desacuerdo, y un 4% no está de acuerdo ni en desacuerdo con que su trabajo es valioso para el rendimiento global de la entidad financiera.

7. ¿Existe algún lema dentro de la organización a la que pertenece?

Conocimiento lema institucional

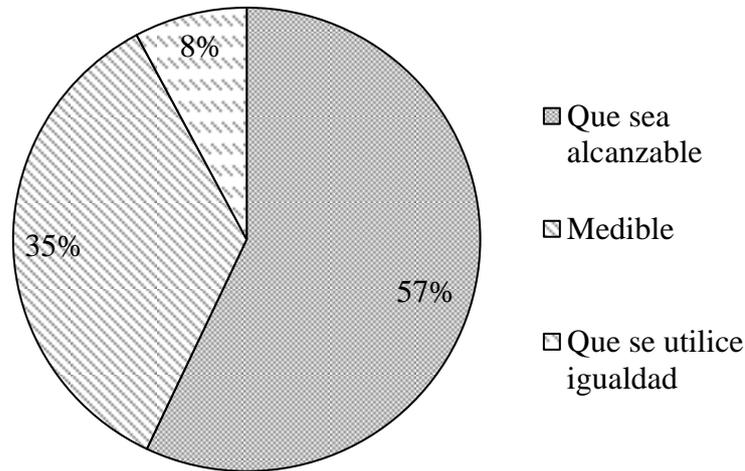


Fuente: Elaboración Propia

Un lema tiene la esencia del trabajo que se desea transmitir al cliente, este elemento administrativo se debe transmitir a los trabajadores para que puedan identificarse y reflejarlo con los clientes. a brindar esto ya que es debe ser fácil de recordar y lo cual incluye que sea reflejado y adaptado. Un 96% de las personas encuestadas señala que cuentan con un lema que los identifica y un 4% argumentó que desconoce la existencia del lema de la entidad financiera a la que pertenece.

8. ¿Qué característica considera que es la más importante que se debe tener en cuenta al asignar las metas?

Factores importantes para asignar metas



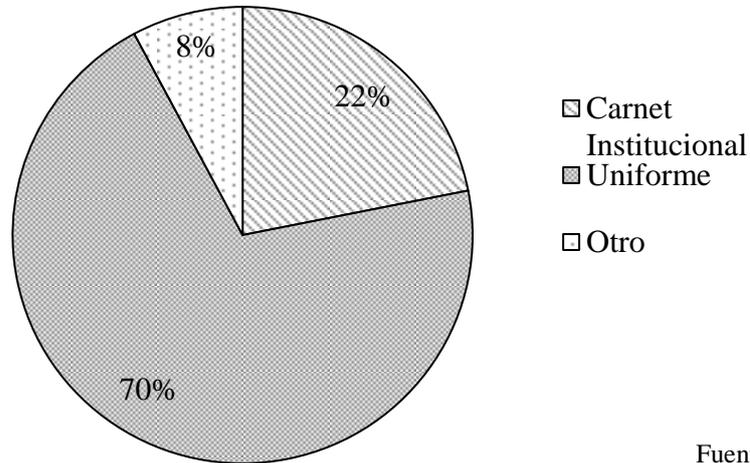
Fuente: Elaboración Propia

Cuando los colaboradores se sienten empoderados y dueños de sus resultados laborales su compromiso es más alto al alcance de metas. El 57% indica que las metas que se le asigna deben ser alcanzables y coherentes con el trabajo que realizan, un 35% manifiesta que las metas deben ser medibles y un 8% señala que es importante que las metas funcionen con igualdad dentro del equipo de trabajo.

Para una correcta definición de las metas se debe contar con personal capaz de liderar al grupo de trabajo y que sea capaz de trasladar el sentido de las metas, asimismo los objetivos deben cumplir con las tres características: alcanzables, medibles y funcionar con igualdad para comprometer a todos los colaboradores de forma positiva hacia la visión empresarial.

9. ¿Qué le hace sentir identificado con la empresa a la que pertenece?

Identificación con la entidad a través de incentivos extrínsecos

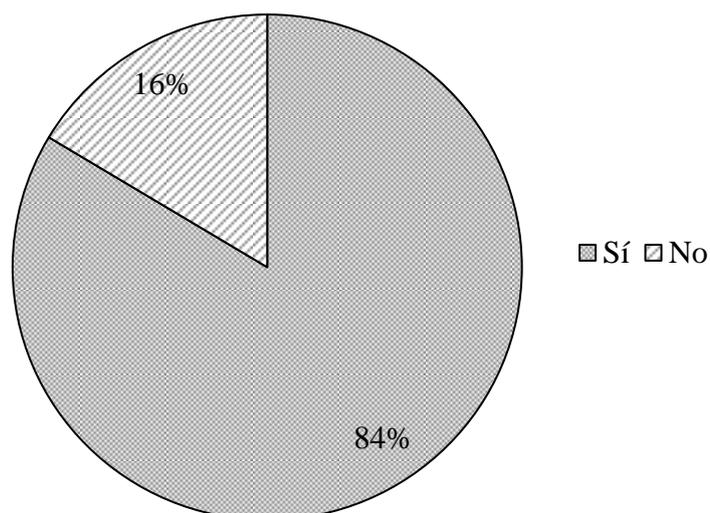


Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los colaboradores encuestados un 70% menciona que el uniforme de la institución bancaria a la que pertenece le hace sentirse identificado; un 22% se identifica con el carnet institucional, y un 8% con otro aspecto. Esto muestra que el carnet, uniforme, lema, objetivos son factores valiosos en la creación de una cultura organizacional y la empresa debe preocuparse por transmitir estos valores de pertenencia a los colaboradores. Asimismo, estos elementos permiten un reconocimiento visual de los clientes hacia la empresa y despierta un sentimiento de pertenencia del empleado hacia la organización.

10. Si el objetivo principal de las entidades bancarias es brindar asesoramiento financiero, crecimiento económico, para los clientes. ¿Cuenta usted con las herramientas e información para lograr los objetivos del banco?

Retroalimentación de información para alcance de objetivos



Fuente: Elaboración Propia

El 84% de los trabajadores encuestados manifiesta la entidad bancaria sí le proporciona las herramientas necesarias para realizar el trabajo que se le asigna así como cumplir las metas organizacionales, por el contrario 16% comenta que no recibe la información adecuada para brindar el asesoramiento financiero que los clientes requieren. Para crear una cultura de servicio y atención la institución bancaria debe desarrollar múltiples esfuerzos por capacitar a los trabajadores así como proveerles los materiales necesarios para un correcto desempeño de sus funciones.

Capítulo 3

Discusión y Conclusiones

3.1 Extrapolación

Cultura organizacional se refiere a la forma de vida de la organización en todos sus aspectos, sus ideas, creencias, costumbres, reglas, técnicas, valores, actitudes y las expectativas que tienen todos los miembros de una organización. (Chiavenato, 2009 P.177)

La cultura en una entidad financiera busca la adaptación interna y externa del colaborador, se debe considerar aquellos aspectos intangibles como el conocimiento, valores y los elementos tangibles que son propios del sistema. Motivar e identificar con la cultura a los miembros en la organización debe ser de vital importancia ya que de acuerdo al esfuerzo y dedicación de cada colaborador logra el buen funcionamiento de las instituciones. La definición de una cultura organizacional genera compromiso, identificación y participación de los colaboradores con los objetivos empresariales. Es importante que grupo o ente tenga el propósito de empoderar a las personas y generarles valor a través de una cultura organizacional. El estudio realizado busca enfocarse en cómo se percibe la cultura de trabajo dentro de las entidades bancarias y su incidencia en el desempeño del colaborador. Así como determinar la manera en que se transmite la el sentimiento de identidad a los miembros de la organización, conocer el compromiso tomado por cada colaborador con respecto a las metas y objetivos de la empresa, la colocación de metas y el interés de cumplir y contribuir al alcance de los objetivos en las organizaciones financieras.

El que cada miembro de la organización conozca la misión y visión define el rumbo ideal de las empresas, ya que estos elementos administrativos indican qué es cada institución y hacía donde quiere encaminar su trabajo diario, asimismo, brinda conocimiento y participación a cada uno de los colaboradores.

Dentro de los hallazgos de esta investigación los participantes compartieron la forma que conceptualizan la misión y visión; este estudio corrobora la forma en que son percibidos por los colaboradores asegurando que la mayoría de los trabajadores aterriza en las definiciones correctas.

Se debe tomar en cuenta que un buen enfoque y retroalimentación de estos dos conceptos forman parte de la creación de identidad dentro de la institución bancaria, los cuales permiten al colaborador que lleguen a formar parte de su vida diaria y el enfoque que se debe de dar tomando en cuenta que cada visión y misión debe llevar el objetivo principal de la organización; en este caso siendo instituciones financieras debería ser el servicio y discreción en referencia. Los autores Thompson y Strickland afirman “ Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía, una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes” como el concepto de visión de Jack Flietman (Flietman, 2000 P. 105.) lo define “El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estrategias.”

El propósito de toda dirección general, es el compromiso de llevar las medidas necesarias para que todos los colaboradores comprendan la importancia de tener una alta identificación con la organización financiera, en el estudio realizado se evaluó la identificación como factor de pertenencia y cómo les hace sentir a los trabajadores ser parte de la organización a la que pertenecen, el mayor porcentaje se situó en la baja identificación, nivel de satisfacción y sentido de pertenencia ya que el número de respuesta en una calificación normal es porque no tienen un alto agrado o comodidad , un porcentaje menor de la población comentaba sentirse orgulloso del lugar al que pertenece, de igual manera no todas las entidades financieras pueden llevar este sentimiento de pertenencia y empapar a cada colaborador con la ideología y los aspectos con la organización financiera. (Robbins 2009, P.123) “cuando una organización se crea, asume una vida propia, que perdura a pesar de que los miembros cambien, en la cultura organizacional se transmite un sentido de identidad a los miembros, facilitando la creación de compromiso al capital humano”.

Con esta definición se puede confirmar la importancia de buscar sentido de identidad de cada colaborador y el compromiso que se genera, esta misma identificación se puede asociar con la congruencia de cada actividad realizada por cada colaborador y que contribuye con las metas y objetivos de la organización, al final el concepto de Robbins comenta la facilidad de crear el compromiso en el capital humano.

Qué incidencia tiene que cada colaborador tenga claros los valores organizacionales y por qué practicarlos, se puede definir que cada persona practica diferentes valores en cada lugar a donde se dirige; como ejemplo principal cada persona actúa y toma la decisión de practicar de mejor manera los valores en el hogar, iglesia y personalmente; asimismo las organizaciones cuentan con valores de esta manera crear compromiso y un alto compromiso a practicarlos al ejecutar sus tareas y actividades laborales.

El estudio realizado demostró que la mayoría de la fuerza de trabajo se sentía en parte identificado con los valores que se transmiten en la organización pero se pudo evaluar de igual manera que otra parte respondió que no se sentía identificado con y no lo refleja en el comportamiento diario y la forma de actuar y conducirse en las labores., al ser instituciones financieras se deben ver valores más de compromiso y responsabilidad que generan al cliente confianza, seguridad y servicio, los valores organizacionales tal como afirma el autor Rodríguez R. “Los valores organizacionales determinan si la organización tendrá éxito, cuando los miembros de la organización comparten una serie de valores unidos en un sentido común de propósito o misión, pueden tener resultados extraordinarios para la misma.”

En concreto se puede observar el contraste del estudio y la referencia que los valores organizacionales proveen una base en cual se forma parte integral de la proposición de valor de una organización hacia los clientes y colaboradores, los cuales bien dirigidos generan motivación y pueden energizar al personal para que puedan brindar el mayor esfuerzo por el bienestar propio y el de la organización.

Para el alcance eficaz de metas se debe establecer metas de manera que el personal pueda colaborar y hacer posible el alcance de éstas, de esta manera el colaborador poseerá conocimientos del rol que tiene en sus labores diarias, del desempeño las funciones y cómo se relacionan entre sí con las metas asignadas. En la investigación realizada se consultó con los evaluados qué características consideraba deberían ser mejor aplicadas al asignar metas, y el mayor porcentaje comentó que las metas deben ser alcanzables lo cual puede describir que en algunas gerencias se les coloca metas de aspectos administrativos y de ventas altas y en determinados meses se consideran exagerados los montos monetarios o montos en ventas

requeridos. En la colocación de metas se debe evaluar mensualmente a cada equipo y aumentar la productividad.

Para alinear las metas se pueden sugerir tres pasos: definir las metas, asignarlas a los colaboradores adecuados y hacer seguimiento y evaluación de los objetivos, dentro de estos tres pasos conviene concentrarse en el punto tres, que consiste en evaluar las metas ya que nada sirve establecer objetivos estratégicos y asignar metas a los equipos si no se evalúan los resultados y se entrega una retroalimentación respectiva a los colaboradores para aprovechar las oportunidades y mejorar y facilitar los logros y metas. Los medidores de desempeño o indicador clave de rendimiento (permite medir el cumplimiento de las metas y hacer seguimiento periódico al desempeño de los colaboradores, establecer estos permite compartir resultados y optimizar el desempeño y crear planes individuales, como gerencia evaluar y medir es relativamente sencillo el problema o una incidencia negativa es cuando pierde perspectiva y lo que pensó gerencias comerciales para el áreas de agencias es que se pierde la esencia al penetrar en cada área o lugar en donde llegan a saberse el número de las metas o especificaciones y cada líder la acomoda a cada trabajo sin evaluar a las personas de menor rango si la información les llegó de manera que se deseaba hacer llegar la información.

Las políticas forman parte de una cultura, y éstas deben ser cumplidas por cualquier colaborador, en los hallazgos encontrados se determinó como se hace la retroalimentación de las políticas y si existía una fluidez de información y el nivel de respuesta fue que estaban moderadamente informados, pero un porcentaje que de igual manera alto, siendo la tercera parte de los encuestados, manifestó estar dentro de los parámetros nada y moderadamente informado, lo cual puede indicar que está en un nivel bajo la importancia que se le toma en transmitir las políticas y que exista una retroalimentación y que en cualquier lugar se maneje los mismos estándares de políticas.

Se debe evaluar que cada nuevo integrante de la corporación pueda tener los valores de cada institución y pueda adaptarse a ellos pudiendo cumplir e identificarse, de acuerdo con el concepto de perpetuación de la cultura “ Entre más empleados nuevos contrate la empresa más importante es examinar a los solicitantes tanto en lo que les atañe a sus valores, ideas y personalidades concuerdan con la cultura, como sus capacidades técnicas y su experiencia” (Corporación, Cultura y Permanencia, P, 7) esto podemos identificar que cada colaborador

debe parte los valores personales para poder aplicar los personales, como regla se debería de adoptar prestar atención a estos factores si las instituciones bancarias tiene como enfoque sus valores honestidad el nuevo integrante debe expresar la misma idea.

En general, cualquier institución bancaria está bien identificada con políticas y procedimientos y se debe tener la cultura de tomar decisiones en base a éstas para tener un trato justo con los clientes y de esta manera tomar decisiones que sean enfocadas con base a ellas, tal es el caso que se debe de dar enfoques precisos para aplicarlas y tomar las mejores decisiones, es en esta parte en donde tiene incidencia el empoderar a los empleados con el propósito de que puedan brindar servicio y ser conscientes con las buenas prácticas en las labores diarias que realizan. Empoderar es el proceso que busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumenta la confianza, compromiso y mejora el servicio al cliente. Al definir este término se puede evaluar la alta importancia de brindar esta filosofía de trabajo a cada colaborador.

La cultura organizacional de las entidades financiera tiende a girar alrededor del servicio al cliente y busca que cada colaborador pueda atender a las necesidades de los clientes por lo que se les debe brindar la información, herramientas, materiales así como explicarles la forma de aplicar estos elementos, lo cual es importante para que cada uno al tener conocimientos más amplios así como la retroalimentación y herramientas que les ayuda a mejorar el servicio, esto se verá reflejado en los objetivos ya que cada entidad logrará tener una ventaja competitiva si escucha opiniones de los trabajadores que conocen directamente al cliente.

3.2 Hallazgos y análisis general

Enfocarse en la inclusión y en generar una creencia compartida en el trabajo y la forma en que se practican y hacen las cosas en las corporaciones financieras, hace una cultura. Actualmente hay un buen impacto que reciben los colaboradores, en cuanto al desarrollo de una cultura y compromiso; estos elementos son grandes preocupaciones dentro de las organizaciones, y se deben tomar en cuenta para lograr que todos los miembros se sienten identificados con la cultura.

Inculcar en un cien por ciento una cultura organizacional puede llegar a ser difícil, pero genera una ventaja competitiva para la entidad, ya que permite lograr un conjunto de objetivos que pueden mejorar a la organización. Se debe desarrollar una misión y visión que inspire tanto a los colaboradores como a toda persona externa que guarde relación con la empresa, de esta manera se puede tener éxito y generar un alto compromiso en todos los niveles y lugares.

Es importante hacer que cada colaborador se sienta inspirado y sienta que el trabajo que realiza es significativo para el alcance de metas, que puedan contar con líderes que reconozcan y motiven día a día el trabajo. Se debe tomar en cuenta las opiniones y evaluar que sucede en cada una de las áreas donde se encuentra una sede o sucursal de la institución bancaria, aunque sea desgastante y demasiado minucioso esto ayuda a mejorar la calidad de vida de los colaboradores y aumentar el buen servicio al cliente, produciendo mayores niveles de satisfacción así como aumento en la productividad.

Un modelo ideal empresarial puede incluir cinco áreas que pueden fortalecer la cultura: trabajo significativo, mejoras de ambiente laboral, confianza en el liderazgo, identificación y compromiso. Cuando el compromiso es bajo los colaboradores se sienten incómodos y apáticos, lo cual genera insatisfacción, bajo desempeño laboral, mala atención al cliente y bajos niveles de satisfacción en el trabajo.

La interrogante es cómo buscar que el colaborador se sienta alineado e identificado y que tenga un alto nivel de compromiso; descubriendo a temprano tiempo, problemas culturales, lo cual puede ser el no reforzar, cuestionar problemas así como cambiar junto a las nuevas generaciones y las formas de pensar.

El sector financiero debe tener un mayor nivel de enfoque en la cultura, usar diferentes tipos de iniciativas para ayudar a los colaboradores a entender cómo generar y hacer negocios, realizar pláticas y capacitaciones acerca del servicio al cliente, políticas, procedimientos, clima laboral, es decir desarrollar diferentes enfoques de la cultura.

En la actualidad el inyectar a los nuevos colaboradores con la cultura permite que estos adquieran los conocimientos necesarios de la empresa para iniciar labores, con la cultura cual se crea motivación, empuje e identificación hacia la visión empresarial. Por esta razón puede mencionarse la misión, visión, valores, enfoque de la empresa, objetivos de las áreas de trabajo los cuales deben compartirse para que el capital humano pueda llevar a cabo en las actividades diarias.

Pero qué sucede al momento de ingresar a un grupo de trabajo con mala actitud, líderes que ejercen de mala manera mando, fijación de metas inalcanzables, mala retroalimentación dentro del trabajo, todos estos factores van deteriorando la cultura lo que puede impactar al nuevo colaborador de forma negativa. Realmente se toma en cuenta al colaborador como un cliente interno, se da retroalimentación sobre la cultura, existen programas mensuales, semestral o anual para fortalecerla, se toma en cuenta la opinión sobre cómo se sentiría más a gusto en cumplir las metas y buscar métodos eficaces y motivadores para el alcance de los mismo.

Los valores existen para hacer saber con qué actitudes se identifica la empresa, en las entidades financieras los valores que pueden resaltar con más énfasis son: servicio, ética, confianza y trabajo en equipo; sin duda alguna, se debe recordar el enfoque principal que tiene cada entidad ya que unas muestran modernidad, otras tratan de transmitir seguridad, otras servicio es por ello que cada colaborador debe identificarse con los valores para saber cómo dirigirse al cliente final.

3.3 Conclusiones

Trasladar información e incorporar a una persona a una organización es un reto e instruirlo con la cultura organizacional es importante, en el estudio realizado se encontró que algunos de los factores que las instituciones no consideran es la percepción que el colaborador tiene de la cultura así como de los elementos que la conforman, esto incluye cumplir con los valores de la organización, la aplicación correcta de las políticas, buscar retroalimentación y contar con un método de control que sea accesible, medible e igualitario en el establecimiento de metas.

Es importante saber que para las entidades financieras la cultura organizacional bien implementada y practicada es el punto clave para lograr una ventaja competitiva. Existen factores como conocer la misión y visión, la identificación con la institución, el interés por lograr objetivos, contar con el uniforme, carnet y tener conocimiento de otros elementos que forman parte de la imagen corporativa de la institución bancaria.

Para las gerencias es importante transmitir el alcance de metas, dar un buen servicio y que cada colaborador sea productivo, así como lograr que estos tres aspectos sean aplicados; fomentar una cultura organizacional permite una fidelización e identificación de sus colaboradores cada puesto es importante y como logra cada uno el movimiento de la empresa y que cada engranaje se mueva y se logre la obtención de metas.

No fortalecer la cultura y olvidar hacer partícipe a los colaboradores lleva a tener incidencias negativas como: no sentirse parte del alcance de objetivos, perder el valor por el alcance de metas, desánimo, y que el cliente no perciba una buena actitud con el servicio al cliente; implementar una cultura y que promueva que los estándares de atención al cliente sean siempre óptimos.

La cultura organizacional permite que cada colaborador se identifique con su trabajo y con el ambiente, así como entender que para este sector es importante practicar una cultura de servicio y que ésta sea de excelencia para lograr la fidelización de los clientes y contribuir a generar una relación a largo plazo con estos.

4. Referencias

1. Chiavenato Idalberto (2009) *Gestión del Talento Humano*, Tercera edición, México DF McGraw-Hill Companies, Inc.
2. Deloitte University Press (2016) *La Nueva Organización : Un diseño diferente* Deloitte Developmetn LLC
3. Lussier, Ph.D Robert N, Achua, D.B.A. Christofer (2011) *Liderazgo Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades*, México DF, Cengage Learning, S.A.
4. Robbins P. Sthphen y Timothy Judge A. (2009) *Comportamiento organizacional* , Decimotercera edición, México, Pearson Educación

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Universidad Panamericana
Licenciatura en Administración de Empresas
Proyecto de investigación
“Incidencia de la cultura organizacional en la eficiencia de las corporaciones financieras de la Ciudad de Guatemala”



Encuesta

Instrucciones:

A continuación se presenta una serie de preguntas las cuales deberá de responder subrayando la respuesta con la cual se sienta identificado. Esta

encuesta será únicamente como orientación académica.

1. ¿Por qué considera importante conocer la misión y visión de la empresa a la que pertenece?

Para conocer la dirección hacia la cual se dirige el banco.

Permite conocer los objetivos de la organización.

Permite a los colaboradores sentirse parte de los objetivos de la empresa.

2. ¿Cuándo le preguntan familiares, amigos, conocidos en donde labora su respuesta lo hace sentir?

Orgulloso(a) Entusiasmado (a) Normal Incómodo(a)

3. ¿Cree que sus funciones diarias tienen congruencia con las metas y objetivos del banco?

Siempre En ocasiones Nunca

4. Los valores de la empresa me identifican con mi comportamiento diario dentro del trabajo.

Totalmente En Ni de acuerdo,
de acuerdo desacuerdo ni desacuerdo

5. Existe identificación de su parte con las políticas y creencias de la empresa.

Sí No.

6. ¿Considera que la aportación que brinda en el trabajo es siempre valiosa en referencia al alcance de metas mensuales?

Totalmente En Ni de acuerdo, De Acuerdo Totalmente
de acuerdo desacuerdo ni desacuerdo de Acuerdo

7. ¿Existe algún lema dentro de la organización a la que pertenece?

Sí No

8. ¿Qué característica considera que es la más importante que debe tener las metas de la empresa?

Que sea alcanzable Medible Que se utilice igualdad

9. ¿Qué le hace sentir identificado con la empresa a la que pertenece?

Utilizar el carnet

Uniforme

Otros _____

10. Si el objetivo principal de las entidades bancarias es brindar asesoramiento financiero, crecimiento económico, para los clientes. ¿Cuenta usted con las herramientas e información para lograr los objetivos del banco?

Sí

No

Anexo 2

Tablas de datos obtenidos con instrumento de investigación

1.

Pregunta	Para conocer la dirección hacia la cual se dirige el banco	Permite conocer los objetivos de la organización	Permite a los colaboradores sentirse parte de los objetivos de la empresa
¿Por qué considera importante conocer la misión y visión de la empresa a la que pertenece?	28	54	46

Fuente: Elaboración propia 2017

2.

Pregunta	Orgullosa(a)	Entusiasmado (a)	Normal	Incómodo(a)
¿Cuándo le preguntan familiares, amigos, conocidos en donde labora su respuesta lo hace sentir?	64	36	24	4

Fuente: Elaboración propia 2017

3.

Pregunta	Siempre	En ocasiones	Nunca
¿Cree que sus funciones diarias tienen congruencia con las metas y objetivos del banco?	88	36	4

Fuente: Elaboración propia 2017

4.

Pregunta	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni desacuerdo
Los valores de la empresa me identifican con mi comportamiento diario dentro del trabajo	105	0	23

Fuente: Elaboración propia 2017

5.

Pregunta	Extremadamente informado/a	Muy informado/a	Moderadamente informado/a	Un poco informado/a	Nada informado/a
¿Qué tan informado/a están sus compañero/as de trabajo sobre las políticas de la empresa?	17	37	59	12	3

Fuente: Elaboración propia 2017

6.

Pregunta	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
¿Considera que la aportación que brinda en el trabajo es siempre valiosa en referencia al alcance de metas mensuales?	75	5	9	27	12

Fuente: Elaboración propia 2017

7.

Pregunta	Sí	No
¿Existe algún lema dentro de la organización a la que pertenece?	123	5

Fuente: Elaboración propia 2017

8.

Pregunta	Que sea alcanzable	Medible	Que se utilice igualdad
¿Qué característica considera que es la más importante que se debe tener en cuenta al asignar las metas?	73	45	10

Fuente: Elaboración propia 2017

9.

Pregunta	Carnet Institucional	Uniforme	Otro
¿Qué le hace sentir identificado con la empresa a la que pertenece?	28	90	10

Fuente: Elaboración propia 2017

10.

Pregunta	Sí	No
Si el objetivo principal de las entidades bancarias es brindar asesoramiento financiero, crecimiento económico, para los clientes. ¿Cuenta usted con las herramientas e información para lograr los objetivos del banco?	107	21

Fuente: Elaboración propia 2017