

**ANÁLISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA EN LA CIUDAD DE PASTO**

CAMILO ANDRÉS NARVÁEZ

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2022**

**ANÁLISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA EN LA CIUDAD DE PASTO**

CAMILO ANDRÉS NARVÁEZ

**Trabajo de Grado presentado bajo la modalidad de Monografía para optar el
título de Administrador de Empresas**

**Asesora
Mg. CLAUDIA MAGALI SOLARTE SOLARTE**

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2022**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Director

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, junio 2022

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG

DEDICATORIA

A Dios.

Por la bendición de la vida y por guiarme en el buen camino, por darme fuerzas para seguir día a día adelante y no desfallecer ante los obstáculos que se presentan, enseñándome a enfrentar las adversidades con madurez y templanza, teniendo en mente el claro objetivo de cumplir las metas propuestas.

A mi esposa

DIANA quien es y ha sido la promotora y fuente de motivación para poder darle continuidad a mi proceso de formación, por ser, además pilar fundamental en momentos difíciles y apoyo constante ante las dificultades y que como parte de mi familia me apoya con su aliento para poder dar lo mejor de mí.

A mi hija.

NICOLLE ALEJANDRA por ser parte de mi motivación e inspiración para cumplir mi objetivo de ser un buen profesional y padre a la vez, porque en cada paso que doy siempre está allí presente en cualquier etapa de mi vida, y porque mi hija ha sido una de las bendiciones más grandes que he tenido.

A mi familia.

Por su apoyo incondicional y unión a pesar de las diferencias, a mis hermanos CLAUDIA por su gran corazón en medio de su condición que la hace especial en nuestras vidas, y su valentía, JHON a quien la vida le da una nueva oportunidad para dar lo mejor y a quien invito a ser mejor cada día y que logre todo lo que se propone y especialmente a ADRIANA Por haberme apoyado en todo momento, por ser una madre entregada con SOFIA, por su perseverancia y esfuerzo, a mi madre CRISTINA quien es una madre ejemplar que con tenacidad, trabajo y sacrificio dio lo mejor de sí, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles; a mi abuelita "LOLA" (Q.E.P.D) quien en vida fue de gran apoyo y pilar fundamental de nuestra existencia y que con sacrificio y perseverancia entregó todo sin pedir retribución en procura del bienestar de los suyos. En general a todos los que considero mi familia y quienes me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por estar en cada paso que doy y en cada etapa de mi vida ya que es mi guía y protector y su apoyo espiritual; en segundo lugar, agradezco las asesorías que con paciencia, dedicación y esmero fueron brindadas por la docente Mg Claudia Solarte, los jurados Javier Bastidas y Gloria Rivera Docentes de la Universidad CESMAG a quien en tercer lugar agradezco el abrir las puertas de su institución para poder formarme personal y profesionalmente.

Muchas gracias a las empresas del sector transporte de carga masiva de la ciudad de San Juan de Pasto, quienes permitieron con disposición el desarrollo del trabajo de campo para llevar a cabo la presente investigación y finalmente, a toda la planta de docentes, administrativos y compañeros que hicieron parte de mi proceso de aprendizaje y a quienes agradezco infinitamente por todo el acompañamiento y proyección de valores y disciplinas propias de la carrera durante ésta etapa de formación.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	18
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.3.1 Descripción del Problema	18
1.3.2 Formulación del problema	19
1.4 OBJETIVOS	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.2 Objetivos Específicos	19
1.5 JUSTIFICACIÓN	20
1.6 VIABILIDAD	21
1.7 DELIMITACIÓN	21
2. MARCO REFERENCIAL	22
2.1 ANTECEDENTES	22
2.2 MARCO CONTEXTUAL	25
2.2.1 Macrocontexto	25
2.2.2 Microcontexto	28
2.2.3 Reseña Histórica	32
2.3 MARCO LEGAL	34
2.4 MARCO TEÓRICO	44
2.5 MARCO CONCEPTUAL	58
3. METODOLOGÍA	62
3.1 PARADIGMA	62
3.2 ENFOQUE	62
3.3 MÉTODO	62
3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	63
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	63
3.5.1 Población	63
3.5.2 Muestra	63
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	65
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	66
4.1 DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA EN LA CIUDAD DE PASTO	96

4.2	IDENTIFICACIÓN DEL TIPO DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE CARGA MASIVA	96
4.3	FACTORES DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL QUE HAN INCIDIDO EN EL ÉXITO, LIDERAZGO Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA	102
	CONCLUSIONES	106
	RECOMENDACIONES	108
	BIBLIOGRAFÍA	109
	ANEXOS	116

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Estratos de la cultura organizacional	pág. 48
Cuadro 2. Niveles de cultura	57
Cuadro 3. Empresas de carga masiva en Pasto	64

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Mapa de Colombia	26
Gráfica 2. Pérdida de ingresos por ventas en empresas de Nariño	32
Gráfica 3. El iceberg de la Cultura Organizacional	46
Gráfica 4. Niveles de cultura y su interacción	50
Gráfica 5. Modelo de cultura organizacional según Schein	51
Gráfica 6. Nivel de competitividad	66
Gráfica 7. Posicionamiento en el mercado	67
Gráfica 8. Toma de decisiones nivel directivo	67
Gráfica 9. Toma de decisiones	68
Gráfica 10. Enfoque en cumplimiento estricto de normas y responsabilidades del cargo	69
Gráfica 11. Consecución relevante de objetivos	69
Gráfica 12. Obtención primordial de resultados	70
Gráfica 13. Optimización de recursos humanos	71
Gráfica 14. Optimización de recursos financieros	72
Gráfica 15. Optimización de recursos materiales	72
Gráfica 16. Desarrollo personal y profesional de los colaboradores	73
Gráfica 17. Fomento de valores sociales, motivación y creatividad de los colaboradores	73
Gráfica 18. Satisfacción del cliente interno y externo	74
Gráfica 19. Estrategias para competir en el mercado	75
Gráfica 20. Incentivos o beneficios económicos por cumplimiento de metas y logros	75
Gráfica 21. Respeto y confianza mutua entre colaboradores y la dirección de la organización	76
Gráfica 22. Reuniones periódicas para comunicar problemas de la empresa	77
Gráfica 23. Estabilidad laboral de colaboradores	77
Gráfica 24. Ambiente familiar de la organización	78
Gráfica 25. Empresa dinámica y emprendedora	79
Gráfica 26. Importancia de la empresa en relación a la competitividad y el logro	80
Gráfica 27. Estabilidad de los colaboradores	80
Gráfica 28. Directivos mentores o maestros	81
Gráfica 29. Directivos técnicos	82
Gráfica 30. Directivas conservadoras	83
Gráfica 31. Directivas coordinadoras	83
Gráfica 32. Directivas administradoras	84
Gráfica 33. Lealtad y tradición como factor cohesionador	85

Gráfica 34. Metas y tareas como factor cohesionador	85
Gráfica 35. Reglas y políticas formales como factor cohesionador	86
Gráfica 36. Logros y aprendizajes del capital humano	87
Gráfica 37. Reconocimiento como verdadero valor	87
Gráfica 38. Retroalimentación colaboradores	87
Gráfica 39. Compartir opiniones con honestidad entre colaboradores	88
Gráfica 40. La organización permite aportar ideas y opinar	89
Gráfica 41. Flexibilidad en toma de tiempo ante eventualidades	89
Gráfica 42. La organización y el balance sano entre trabajo y vida personal	90
Gráfica 43. El trabajo y la contribución al logro de objetivos	91
Gráfica 44. Responsabilidades claras dentro de la organización	91
Gráfica 45. Habilidades y fortalezas en el capital humano	92
Gráfica 46. Oportunidad de mejora en habilidades en la empresa	93
Gráfica 47. Libertad para decidir cómo realizar el trabajo	93
Gráfica 48. Buen nivel de transparencia con el grupo de colaboradores	94
Gráfica 49. Colaboración recíproca entre el capital de trabajo	94
Gráfica 50. Aceptación de opiniones diferentes entre el grupo de colaboradores	95

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta dirigida a gerentes de empresas de carga masiva	pág. 116
--	-------------

RESUMEN ANALÍTICO DE ESTUDIO

Programa académico: Administración de Empresas.

Fecha de elaboración del RAE: 3 junio 2022

Autor de la investigación: Camilo Andrés Narváez

Asesor: Mg. Claudia Magali Solarte Solarte.

Jurados: Mg. Gloria Alicia Rivera Vallejo y Ernesto Javier Bastidas Mera

Título: Análisis de la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva de la ciudad de Pasto.

Palabras claves: cultura organizacional, cultura corporativa, competitividad, sector transporte

Descripción: La investigación se trata del análisis de la cultura organizacional mediante el diagnóstico, la identificación y determinación de factores que inciden en el éxito, liderazgo y competitividad de las empresas del sector de carga masiva, utilizando un instrumento de investigación que permite evidenciar y analizar rasgos de la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva.

Contenido:

Problema de investigación: dentro del cual se define, tema de investigación, el cual hace relación a la Cultura Organizacional, se define línea de investigación centrada en gestión y competitividad, definiendo mecanismos de gestión para identificar tipo de cultura organizacional, de la mano de la competitividad; se describe el problema de investigación y se formula el mismo, definido por objetivos tanto generarles y específicos, donde se justifica la presente investigación y se avala su estudio, seguido de la viabilidad y las herramientas disponibles para su ejecución junto al capital humano para desarrollarla, trabajo delimitado en la ciudad de San Juan de Pasto durante los años 2021 y 2022 en empresas de carga masiva.

Dentro del marco referencial se encuentran los antecedentes y saberes de la presente investigación claves para llevar a cabo su desarrollo retomando objetivos y conclusiones; seguido del marco contextual relacionamos el macrocontexto dentro de la república de Colombia donde se indica ubicación geográfica, población, definición de sectores económicos entre otros, dentro del microcontexto se indica aspectos relacionados a la ciudad de San Juan de Pasto, haciendo análisis de su región, economía, características regionales. Dentro de la reseña histórica se detalla el origen en primera instancia del transporte por vías nacionales y los orígenes durante la presidencia de Rafael Reyes, con la creación del ministerio de transporte y las diferentes obras en procura del desarrollo económico del país.

Marco teórico referente a las normas pertinentes que avalan la presente investigación en relación a normas y leyes que regulan el transporte de carga en Colombia, normatividad de almacenamiento de mercancías, código sustantivo de trabajo.

Dentro del marco teórico se definen las bases teóricas que fundamentan el estudio de la cultura organizacional con autores como Chiavenato, Schein, Harrison, Robbins, Denison, Ansoff entre otros, acompañado del marco conceptual, donde se detallan palabras claves utilizadas dentro del trabajo investigativo que a su vez enriquece vocabulario en torno a la cultura organizacional

Metodología: dentro del presente trabajo se detalla el paradigma positivista, el cual explica, predice y controla fenómenos, verifica teorías y leyes, identifica causas reales; con un enfoque cuantitativo el cual recolecta datos para probar una hipótesis que con base en medición y análisis estadístico establece pautas de comportamiento y prueba teorías. El método utilizado es el científico o empírico analítico que, con características de la realidad tangible, las fragmenta y permite un estudio amplio y eficaz, analiza mediciones y técnicas estadísticas y predice hechos que se avalen de manera universal. El tipo de investigación utilizado es descriptiva ya que, describe de manera detallada y exacta las condiciones actuales de las empresas de carga masiva y estudia los comportamientos dentro del grupo de colaboradores.

La población contemplada es de 30 empresas del sector de carga masiva y a su vez se utilizan como muestra del presente trabajo y así poder implementar instrumento de investigación, utilizando las diferentes fuentes de recolección de información en páginas web, revistas, boletines de investigación, libros electrónicos, trabajos de grado y la encuesta, entre otros, que con gran validez permiten llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

Conclusiones: se permite analizar e identificar la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva, gracias a la disposición del personal, su compromiso y comunicación asertiva. Se permite incluir dentro de las empresas del sector el concepto de cultura organizacional, creando estrategias por parte de los gerentes que permitan fortalecer aspectos clave en relación al tema de investigación.

Permite a las empresas tener una visión general del concepto de cultura organizacional apoyarse en el tema específico para proyectar y canalizar nuevos objetivos corporativos y que gracias a la implementación de estrategias y perduración en el tiempo garantizarán una recordación en el cliente final y un incremento en el nivel de ventas comprendido en envíos, recepción de correspondencia y carga masiva.

Permite mejorar los canales de comunicación entre los miembros ya que, gracias al conocimiento del concepto de cultura organizacional, enfoca y orienta objetivos tanto personales como corporativos.

Recomendaciones: dar a conocer al grupo de colaboradores que la toma de decisiones, implican cambios que pueden impactar positiva o negativamente en la organización y que gracias a la implementación de estrategias y compromiso por parte del grupo de colaboradores sin que se torne de manera imponente, pero con el ánimo de un cambio significativo positivo.

Implementar el concepto de remuneración adicional o comisiones creando una cultura de premio e incentivo dentro del personal, ya que se cuenta con personal motivado e incentivado en dar un poco más de su potencial aportando al incremento de ventas en las empresas de carga masiva.

Apoyados en las nuevas tendencias procurar por la implementación de E-Learning como herramienta de formación a distancia en convenios con entidades educativas con el fin de aportar en el crecimiento personal, la calificación y cualificación del talento humano.

Darles paso a nuevas políticas con mentalidad abierta al cambio dejar atrás el factor cohesionador de la lealtad y tradición que de cierta manera han sido de gran beneficio para las empresas de carga masiva, pero si se encuentran nuevas alternativas o políticas permitirá crear una cultura organizacional más flexible, finalmente incluir el concepto de cultura inclusiva que permita integrar especialmente a personas en condición de discapacidad o condiciones y habilidades diferentes entre las personas y especialmente a personas miembros del grupo LGBTQ+.

Bibliografía

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La cultura organizacional. (en línea) En: <http://admindeempresas.blogspot.com> (Bogotá). 14, mayo, 2007. (Consultada: 12 de marzo de 2020, disponible en línea en: <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/05/la-cultura-de-la-organizacin-i.html?m=1>

CAJAL, Alberto. Sectores Económicos de Colombia: Primario, Secundario, Terciario. (en línea) En: lifeder.com. (Bogotá), 20, mayo, 2019. (Consultada: 25, enero, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.lifeder.com/sectores-economicos-colombia/>

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamiento Organizacional, segunda edición, (en línea) En: <https://www.gob.mx/> (México DF) 2000. Pág., 119. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA DANE. Censo Nacional de Población y Vivienda, (en línea) En: dane.gov.co. (Bogotá), 4, julio, 2019. (Consultada: 16, agosto, 2019). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

ENCICLOPEDIA ECONÓMICA. Elementos que conforman la cultura organizacional, (en línea) En: <https://enciclopediaeconomica.com/> (Argentina) 2018. (Consultada: 07, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://enciclopediaeconomica.com/cultura-organizacional/>

ENRIQUEZ CARO, Ricardo. Las funciones de la cultura organizacional, (en línea) En: <https://taemperuconsulting.com/> (Perú), 13, abril, 2014. (Consultada: 12, abril, 2021). Disponible en línea en: <https://taemperuconsulting.com/las-funciones-de-la-cultura-organizacional/>

GOMEZ DÍAZ, Carlos. RODRIGUEZ ORTIZ, Jenny. Teorías de la cultura organizacional, (en línea) En: <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/> (Buenos Aires), 2013. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/98/2019/03/TeoriasdeLaCulturaOrganizacionalCarlosGomezYJennyRodriguezrevision2013.pdf>

HARRISON, Roger, Conozca la forma de ser de su organización, (en línea) En: <https://www.diba.cat/> (Deusto, España), 1978, Pág. 4. (Consultada: 12, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.diba.cat/documents/477802/484452/formacio-fixers-pdf-fons_documental_historic-11conozcaformaserorg-pdf.pdf

HECHO & CO, La cultura organizacional del Iceberg, (en línea) En: <https://www.hecho.company/> (Madrid), 13, mayo, 2021. (Consultada: 10, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.hecho.company/blog/cultura-organizacional-iceberg>

HERNÁNDEZ, Sampieri, Roberto, Baptista María del Pilar. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, (en línea) En: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/> (México). 2014. p. 4. (Consultada: 24, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Anexos: Encuesta dirigida a los gerentes de las empresas del sector transporte de carga masiva de la ciudad de Pasto, como instrumento de investigación definido para el desarrollo mediante la escala Likert y que con 46 ítems en escala de respuesta de 1 a 5 permite verificar e identificar la cultura organizacional de las empresas de carga masiva.

INTRODUCCIÓN

Para el estudio de la Cultura Organizacional fue necesario medir aspectos esenciales constituidos por valores, creencias, percepciones las cuáles se manifestaron en la organización a través de procedimientos, tecnología, ritos, conductas, hábitos; y distintivos visibles como: forma de vestir, estructura física de la empresa, su organización en general. Es por esto, que en la presente investigación se realiza un análisis de la cultura organizacional, debido a su gran importancia en el contexto regional, nacional e internacional que permite a las organizaciones tener mayor cobertura del grado de acondicionamiento a los lineamientos y valores corporativos, incremento de ventas y una mejor imagen de la organización hacia los clientes y la competencia.

Teniendo en cuenta, que el sector abarcado es el sector transporte de carga masiva, se identifica los rasgos de la cultura organizacional que manejan las empresas pertenecientes a dicho sector con el fin de abarcar y determinar el potencial en cuanto al tema refiere.

Inicialmente se hizo un análisis y diagnóstico del estado actual de las empresas del sector de transporte de carga masiva objeto de estudio, mediante la aplicación de un cuestionario electrónico porque debido a las normas de emergencia sanitaria no fue posible la visita directa a las empresas, determinando de esta manera aspectos clave de la cultura organizacional reflejada y apoyados además en la información obtenida en las páginas corporativas. La importancia del estudio es que permite ser referente para otras empresas y también otras investigaciones, y realizar el análisis respectivo de su cultura organizacional. Seguido a ello se efectuó el trabajo de campo con el fin de aplicar el instrumento de investigación, mediante el cual se identificaron rasgos propios del tema de investigación con la realización de preguntas que posteriormente se tabularon con el fin de evidenciar la cultura organizacional de las empresas del sector de carga masiva.

Finalmente se desarrollaron los objetivos específicos contrastando marco teórico del presente trabajo con los evidenciado en el trabajo de campo para obtener las conclusiones y recomendaciones.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Cultura organizacional.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo la línea de investigación es *gestión y competitividad*, la cual se concentra en el estudio de la organización y sus mecanismos de gestión, a través de un diagnóstico para identificar el tipo de cultura organizacional que tienen las empresas del sector transporte de carga masiva de la ciudad de Pasto. Teniendo en cuenta que el nivel de competitividad de las organizaciones hoy en día depende de la cultura organizacional infundida a los agentes integrantes como organización, empresa y clientes en procura de un incremento de ventas, mejor calidad en servicio y calidad de vida de los colaboradores.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Descripción del problema

Actualmente las empresas tienen diferentes rasgos y características en cuanto a su razón de ser y esencia e imagen corporativa y que son comprendidos dentro de su cultura organizacional que han sido parte de ellas a lo largo de su trayectoria e historia y que al no ser definidos y puestos en marcha mediante un trabajo con el grupo de colaboradores se hace primordial la implementación de nuevas estrategias que permitan dar a conocer dichos rasgos y esencia de la organización como tal debido a que los nuevos tiempos con cambios significativos donde la globalización y la aplicación de nuevas tendencias y TIC, conllevan a estar en un nivel que permita afianzar dicho concepto de cultura organizacional. De tal manera el sector y en concreto las empresas de carga masiva concentran su trabajo en la fuerza física mediante la entrega de mercancía, cargue y descargue de camiones, para lo cual se hace primordial afianzar las relaciones internas y externas, además de su fortalecimiento con proyecciones de mejora para la organización.

Teniendo en cuenta que el impacto positivo gracias al fortalecimiento de la cultura organizacional permitirá a las organizaciones tener posicionamiento, competitividad, liderazgo y éxito dentro del sector de carga masiva obliga a las demás empresas del sector a la creación nueva estrategia y gracias a la implementación de dicho concepto como activo estratégico relevante y crear planes de acción que les permitan estar a nivel de competitividad de las empresas del sector y mejorar el desempeño de la organización en general.

El capital humano dentro de una organización juega un papel muy importante y es un recurso productivo de gran relevancia, por lo cual dentro del presente estudio se

hace necesario identificar y estudiar el análisis de la Cultura Organizacional y los puntos críticos que generan insatisfacción dentro de las organizaciones, y de esta manera crear estrategias que potencialicen sus capacidades y así motivarlos, creando en ellos un óptimo clima laboral y afianzando la estructura de la compañía, debido a la falta de fortalecimiento de su cultura organizacional y que las empresas pertenecientes a éste sector de carga masiva deben implementar para fortalecer su imagen frente a su competencia y clientes.

A su vez se hace primordial afianzar las relaciones tanto internas como externas, con proyección de mejora para la organización; otro aspecto relevante para fortalecer la cultura organizacional son los referentes a la necesidad de que las personas que trabajan en las diferentes organizaciones se encuentren dispuestas al cambio para mejorar e innovar sus procesos y de esta manera lograr un impacto positivo que permitirá a las organizaciones lograr posicionamiento, competitividad y liderazgo dentro del sector de carga masiva.

La identificación del tipo de cultura organizacional de las empresas del sector de transporte de carga masiva es el factor fundamental por analizar e identificar con claridad, para que los colaboradores de las organizaciones lo conozcan y propendan por el mejoramiento continuo. En la actualidad, si las empresas desean tener cierto nivel de competitividad, liderazgo, éxito y participación en el mercado, la cultura organizacional debe estar enfocada a fortalecer las relaciones tanto internas como externas.

1.3.2 Formulación del Problema

¿Mediante el análisis de la cultura organizacional en las empresas del sector transporte de carga masiva en la ciudad de Pasto, se contribuiría a su desarrollo, liderazgo y competitividad?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Analizar la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva en la ciudad de Pasto.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva en la ciudad de Pasto
- Identificar el tipo de cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva objeto de estudio.

- Determinar los factores de la cultura organizacional que han incidido en el éxito, liderazgo y competitividad de las empresas del sector transporte de carga masiva.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El trabajo de investigación pretende analizar la cultura organizacional dentro del sector transporte de carga masiva ubicadas en el Municipio de San Juan de Pasto, el cual pretende con su estudio identificar los factores relevantes que hacen parte de esa serie de costumbres y valores dentro de las empresas y que además permiten un crecimiento económico y social, y que a su vez se hace importante tener en cuenta al momento de contratar nuevo personal y dejar en ellos la esencia que la organización desea proyectar en el mercado.

En primera instancia es importante en el estudio dar a conocer la importancia y los beneficios que recibirán las diferentes áreas de las organizaciones en procura de proyectar y reflejar la cultura organizacional dentro del marco de la competitividad, éxito y liderazgo hacia el logro de objetivos organizacionales. Como segunda instancia cabe recalcar que con la presente investigación se tendrá un gran beneficio dentro de las organizaciones, como calidad de vida para los colaboradores, motivación, sentido de pertenencia que le permiten, “tener puesta la camiseta” y hacer de su labor un día a día más agradable en busca de mejoras; por otra parte, las empresas en Colombia del sector objeto de estudio obtendrán beneficio al identificar el tipo de cultura organizacional y potencializarla para lograr sus objetivos empresariales.

En tercer lugar, el estudio otorgará un beneficio social y económico al entorno organizacional y en general puesto que al determinar los factores clave de cultura organizacional y de éxito y competitividad de las organizaciones va a incrementar los niveles de exigencia con el fin de lograr posicionamiento dentro del sector de transporte de carga masiva. Además, el presente estudio motiva al autor a reflejar el conocimiento adquirido durante la investigación que le permitan afirmar dicho conocimiento para plasmarlo dentro de las organizaciones y el impacto benéfico y positivo que se obtendrá a causa de este, además de su incidencia y aporte a las dos empresas objeto de estudio.

Finalmente, la investigación tiene gran aporte a la sociedad en general porque el crecimiento de las organizaciones genera empleo, bienestar, competitividad, productividad, mejora la economía y por ende se da un desarrollo tanto local, como nacional.

1.6 VIABILIDAD

El presente estudio cuenta con gran viabilidad en primer lugar porque se cuenta con el acceso a las bases de datos de la Cámara de Comercio de Pasto 2022, donde se identificarán las empresas pertenecientes al sector transporte de carga masiva en la ciudad de Pasto, y se les aplicará la encuesta, además se tiene acceso a información que se encuentra en la página web del Ministerio de Transporte de Colombia y se tiene los conocimientos adquiridos sobre la cultura organizacional en la academia.

También se cuenta con la asesoría y evaluación de docentes calificados de la Universidad Cesmag, el tiempo y los recursos financieros necesarios para el desarrollo de la investigación.

1.7 DELIMITACIÓN

El presente trabajo se desarrollará en el municipio de San Juan de Pasto durante el periodo comprendido entre 2021 y 2022 en las empresas pertenecientes al sector de carga masiva y por lo cual, se analizará su cultura organizacional.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES

NACIONAL

TÍTULO: Análisis de la cultura organizacional de la empresa XYZ del sector transporte¹.

AUTORES: Sandra Paola Ortiz Tejada y José Luis Rodríguez Peña

AÑO: 2018

CIUDAD: Santa fé de Bogotá, DC Colombia

OBJETIVO GENERAL: El objetivo del presente estudio es analizar la cultura organizacional de la empresa de transporte XYZ, con el fin de determinar los componentes críticos de la misma para establecer así una propuesta de mejora.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- aplicar una herramienta de diagnóstico denominada IDCO, para determinar las variables que deben mejorar para conseguir fortalecer la cultura organizacional y formar una identidad distintiva.

CONCLUSIONES

Una vez aplicado el Instrumento para el Diagnóstico de Cultura Organizacional en la empresa XYZ, se corrobora que, efectivamente, la compañía se ha visto afectada por los cambios drásticos a nivel corporativo, haciendo que su cultura también se vea permeada. Frente a esta situación, que hace parte de los retos a los que las empresas deben hacer frente hoy por hoy, se infiere que, si desde la gerencia no se actúa con liderazgo, guiando a la organización hacia la consecución de sus metas mediante una comunicación asertiva e implementando nuevas y mejores estrategias para motivar a los colaboradores; se da pie a que se pierda el enfoque organizacional, la identidad y por ende no se tengan claros esos valores compartidos y patrones únicos de la empresa que conforman una cultura.

¹ ORTIZ TEJADA, Sandra Paola y RODRÍGUEZ PEÑA, José Luis. Análisis de la cultura organizacional de la empresa XYZ, (en línea) En: ciencia.lasalle.edu.co. (Bogotá). 01, enero, 2018. (Consultada: 12, mayo, 2019). Disponible en la dirección electrónica: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article%3D2538%26context%3Dadministracion_de_empresas&ved=2ahUKEwid68SqrPvAhXmSjABHTDxDJYQFjAEegQIGBAC&usg=AOvVaw2mZIH06_9kwiL_njOEalcx

Se concluye también que desconocer esa cultura organizacional o no hacerla visible al interior de la compañía hace que se pierda el interés de los colaboradores en asimilar la visión de la empresa y enfocar sus actividades al logro de los objetivos corporativos; afectando visiblemente su rendimiento y los resultados esperados de estos colaboradores en la empresa. Esto a gran escala puede significar una pérdida importante en términos de generación de valor agregado a la empresa e incluso, en el peor de los casos, la quiebra de la compañía.

APORTE: el presente trabajo brindará aportes significativos debido a que se cuenta con los lineamientos y estudios requeridos para el análisis de la cultura organizacional de las empresas, siendo de esta manera una guía para su ejecución y posteriores acondicionamientos y ajustes al sector de análisis. Una de las características particulares que se destaca dentro de la investigación, son los cambios presentados en la estructura organizacional en la empresa de transporte XYZ, ya que estos fueron de gran significancia, por lo cual, han impactado las condiciones internas de la estructura organizacional, cumplir con los objetivos que se trazaron en el plan de ampliación, además se logró aumentar los niveles de operatividad mediante la adopción de nuevos enfoques estratégicos que en el mediano y largo plazo impulsarán el crecimiento de la empresa en el mercado.

NACIONAL

TÍTULO: La Cultura Organizacional como factor fundamental para el desarrollo de las empresas del sector logístico en Colombia².

AUTOR: Billdoney Santamaría Medina.

AÑO: 2016

CIUDAD: Bogotá DC

OBJETIVO GENERAL: Analizar el impacto e importancia de la gestión apropiada de la Cultura Organizacional, en el desarrollo empresarial de las organizaciones del sector logístico de Colombia

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar las características de la cultura organizacional y su aporte a la gestión de relaciones interpersonales a nivel empresarial.

² SANTAMARIA MEDINA, Billdoney. La Cultura Organizacional como factor fundamental para el desarrollo de las empresas del sector logístico en Colombia, (en línea) En: repository.unimilitar.edu.co (Bogotá) 20, septiembre, 2016. (Consultada: 20, agosto, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14590>

- Analizar el desarrollo de estrategias para la aplicación de la cultura organizacional de las empresas colombianas del sector logístico.
- Identificar el impacto que posee el desarrollo de una buena cultura organizacional en las empresas del sector logístico del país.

APORTE: el anterior trabajo centra su objetivo en el análisis y las características de la Cultura Organizacional y su impacto dentro de la economía, logrando además el desarrollo de buenas relaciones interpersonales que permitan fortalecer la comunicación entre los colaboradores dentro y fuera de la compañía, y es de gran aporte ya que la cultura organizacional influye de manera directa dentro de las organizaciones en cuanto a su logro de objetivos y relaciones internas.

CONCLUSIONES: Para concluir se puede establecer que el impacto e importancia de la gestión apropiada de la cultura organizacional, en el desarrollo empresarial de las organizaciones del sector logístico en Colombia, recae en la generación de una mayor productividad, eficiencia, eficacia y desempeño por parte de los miembros que soportan las diferentes áreas y cadenas de distribución y valor; a lo largo de las cuales, se busca la disminución de costos, la obtención de un diferencial frente a la calidad y la innovación, la participación y cooperación por parte de los empleados.

Por otro lado, se puede encontrar que la generación de satisfacción para los empleados y los involucrados en las relaciones internas y externas de las compañías, dependerá del interés, el compromiso, la motivación y la importancia que encuentren los trabajadores en su actuar. De igual manera, el comportamiento de los colaboradores podrá variar de una empresa a otra de acuerdo a las creencias, hábitos, costumbres, historias, experiencias y las maneras de incentivar que posea la organización, debido a que estos aprenden, se apasionan y participan de acuerdo a lo que transmitan los líderes y las elecciones referentes al tipo de enfoque o énfasis de la cultura.

Los lineamientos y las orientaciones que posee una organización ante los comportamientos, las relaciones, actitudes, valores y principios de los empleados, impacta de manera positiva en las mismas, en la medida en que estas sean coherentes, transparentes y tramitadas de manera adecuada hacia los miembros de la empresa; debido a que son los colaboradores los encargados de realizar las actividades que establecerán una competencia y un diferencial frente al mercado y los servicios y productos que este ofrece, además son ellos los que defienden ante el público la identidad de la compañía, a través de acciones, comunicación, relaciones y resultados.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 Macrocontexto

La República de Colombia es un Estado social de derecho, el cual se encuentra debidamente organizado, descentralizado, y goza de la autonomía de sus entidades territoriales, es además un país democrático, participativo y pluralista, en función del respeto por la dignidad humana, el trabajo y la solidaridad de su gente, lo cual está contemplado en la constitución política de Colombia de 1991.

Colombia, cuya capital es Santa Fe de Bogotá con moneda nacional definida en el peso colombiano, y que, además está dividida territorialmente en departamentos, municipios y distritos; cuenta además con divisiones especiales comprendidas por las provincias y las entidades territoriales indígenas y los colectivos. Cabe recalcar que cada uno de los integrantes cuenta con la autonomía en el manejo de asuntos relacionados con la jurisdicción y en el caso de los departamentos cuya cabeza principal es el gobernador, sirve de intermediario entre la nación y los municipios del mismo.

La República de Colombia se localiza al noroeste del continente de América del Sur. Al norte limita con la República de Panamá y el mar Caribe, por el Oriente con las Repúblicas de Venezuela y Brasil, por el sur con las Repúblicas de Perú y Ecuador, y por el occidente con el océano Pacífico. Su territorio tiene 1.141.748 km² de superficie continental, sumadas las aguas marinas y submarinas, 928.660 kms², la extensión es de 2.070.408 km². El país está dividido en 32 departamentos y un distrito capital (Bogotá), además de contar con seis grandes regiones: Andina, Caribe, Pacífica, Orinoquía, Amazonía e Insular. Colombia se extiende desde los 4° 13' 30" de latitud sur, hasta los 12° 27' 46" de latitud norte; y desde los 66° 50' 54" al occidente del meridiano de Greenwich por el oriente, hasta los 79° 0' 23" del mismo meridiano, por el occidente³.

“La deuda del Gobierno Nacional de Colombia llegó a los \$715 billones con corte a noviembre de 2021, así lo reportó el Ministerio de Hacienda en su más reciente informe, en el que también precisó que la obligación ya llega al 65,3% en relación con el Producto Interno Bruto (PIB) del país, siendo un techo histórico en las finanzas nacionales”⁴. Cabe resaltar que en octubre de 2021 que la deuda se

³ BANCO DE LA REPÚBLICA. Posición astronómica y geográfica de Colombia, (en línea) En: banrepcultural.org. (Bogotá). 29, julio, 2020 (Consultada: 16, agosto, 2020). Disponible en línea en: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Posición_astronómica_y_geográfica_de_Colombi_a

⁴ QUICENO RAMÍREZ, Juan Camilo, Deuda pública de Colombia es la más alta en la historia, (en línea) En: <https://www.elcolombiano.com> (Bogotá). 03, enero, 2022 (Consultada: 26, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elcolombiano.com/negocios/deuda-publica-de-colombia-llega-a-niveles-historicos-CA16253111>

estudio y censo nacional, de los cuales el 51,2% son mujeres y el 48,8% corresponde a hombres. “Además, la mayor población en Colombia se ubica en las edades entre los 14 y 18 años, franja que concentra el 26,1%. Le siguen las personas entre 18 y 26 años, con un 16%; los mayores de 65 años con el 9,1% y, finalmente, están los niños entre 0 y 5 años con un 8,4%”⁶.

“Colombia cuenta además con una economía dividida en sectores importantes: sector primario o agrícola, sector secundario o sector industrial y por último se encuentra el sector terciario el cual es referente a la prestación de los diferentes servicios”⁷. Cada uno de estos sectores comprende un sin número de actividades económicas las cuales se diferencian entre sí. Dicho de otra forma, las categorías están divididas en diferentes maneras de acuerdo con las actividades económicas que se llevan a cabo en cada una. Esto quiere decir que cada sector guarda características en común, posee una unidad y se diferencia de los otros sectores precisamente debido a lo anterior.

- Sector primario: también llamado sector agrícola de la economía comprende actividades económicas relacionadas con la obtención de productos y bienes de la tierra mediante una ardua labor, en este sector no hay transformación del bien obtenido. Actividades como la agricultura y en general el sector agrícola permiten obtener productos mediante la plantación y posterior cultivo y cosecha. La agricultura cambia de acuerdo con su posición geográfica y repercute en la producción de diferentes alimentos, como la papa en el Departamento de Nariño, Boyacá, Cundinamarca; la caña de azúcar en el Valle del Cauca, entre otros.
- Sector secundario: comprende las actividades relacionadas con la industria, el cual, ejecuta procedimientos industriales para la transformación de la materia prima, bienes o mercancías, en bienes o productos para consumo. La manufactura juega un papel muy importante en la transformación de dicha materia prima en elementos finales y elaborados y poder ser comercializados en la economía nacional e internacional.
- Sector terciario: con actividades como las telecomunicaciones, el transporte, la medicina, la enseñanza, el comercio, el turismo, el gobierno, el sector financiero, administrativo y el sector de sanidad.

⁶ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. Censo Nacional de Población y Vivienda, (en línea) En: dane.gov.co. (Bogotá), 4, julio, 2019. (Consultada: 16, agosto, 2019). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-portal/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018/cuantos-somos>

⁷ CAJAL, Alberto. Sectores Económicos de Colombia: Primario, Secundario, Terciario. (en línea) En: lifeder.com. (Bogotá), 20, mayo, 2019. (Consultada: 25, enero, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.lifeder.com/sectores-economicos-colombia/>

“A pesar de que la pandemia no fue razón para cesar las operaciones en el transporte de carga terrestre, pero que de igual forma afectó las cifras en la economía, según Información obtenida en 2020 por la Federación de Empresarios de Transporte de Carga (Fedetranscarga) concluyó en que hubo una reducción de 8,1% en el volumen movilizado, representado en 9,5 millones de toneladas menos que el año 2019”⁸.

De esta manera los transportadores movilizaron durante el año 2020 más de 108.7 millones de toneladas mientras que en 2019 antes de pandemia, el total de carga movilizada en toneladas fue de 118,30 millones.

Al respecto, Henry Cárdenas Cruz, presidente de Fedetranscarga, aseguró que “la situación de 2020 para el sector de transporte de carga fue positiva a pesar de la reducción de toneladas frente al año 2019. Realmente en el sector hubo mucho trabajo, nos movilizamos y algo que movió muy bien la economía para la reactivación fue el plan del Ministerio de Transporte para la renovación del parque automotor. Eso fue supremamente importante”⁹. Respecto a los principales orígenes y destinos en cuanto a número de viajes y cargas, indica el informe, que se encuentran en los centros logísticos y de producción relacionados con ciudades capitales, destacándose, por ejemplo, municipios como Yumbo, Buenaventura, Funza-Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín y Barranquilla.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), “representa cerca del 3,9% del Producto Interno Bruto (PIB) (a precios constantes). En este sentido, su relevancia se reconoce en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 Pacto por Colombia: Pacto por la Equidad, Pacto por el transporte y la logística para la competitividad y la integración regional, donde se plantean las estrategias para el desarrollo del sector durante cuatro años”¹⁰.

2.2.2 Microcontexto

La ciudad de San Juan de Pasto se encuentra ubicada en el Suroccidente Colombiano, capital del departamento de Nariño. La ciudad se caracteriza por tener un mayor dinamismo en empresas que se encuentran dentro de las actividades

⁸ PORTAFOLIO. El transporte de carga cayó 8,1% por pandemia. (en línea) En: portafolio.co. (Bogotá), 10, marzo, 2021. (Consultada: 18, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: en línea en: <https://www.portafolio.co/economia/el-transporte-de-carga-cayo-8-1-por-pandemia-549930>

⁹ MUNDO MARÍTIMO. Colombia: Transporte de carga terrestre se redujo un 8,1% durante el 2020. (en línea) En: <https://www.mundomaritimo.cl> (Chile), 12, marzo de 2021, (consultada: 20, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/colombia-transporte-de-carga-terrestre-se-redujo-un-81-durante-el-2020>

¹⁰ MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA. Transporte en cifras 2019, (en línea) En: www.mintransporte.gov.co. (Bogotá). Octubre, 2020 (Consultada: 12, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://plc.mintransporte.gov.co/Estad%C3%ADsticas/Transporte-en-Cifras>

pertenecientes a los sectores de servicios, comercio y agrícola especialmente. Por lo cual se ha generado un desarrollo empresarial un poco más lento respecto a otras ciudades como: Bogotá, Medellín, Barrquilla, Pereira Bucaramanga y Cali, las cuales cuentan con empresas que exigen mayores estándares de calidad y productividad para ser competitivas en el mercado y que se logra, en gran parte a través de aplicaciones de logística y de la gestión en la cadena de suministros. “Pasto, conocida como la Ciudad Sorpresa de Colombia tiene dentro de su principal actividad económica el comercio y los servicios. Y dado su riqueza cultura andina, cuenta con el reconocimiento de ser Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO por su magno Carnaval de Negros y Blancos”¹¹.

Su gente, su mágica riqueza cultural y natural y sus potencialidades competitivas hacen de Pasto un lugar mágico para disfrutar y desarrollar proyectos estratégicos con potencial regional, nacional e internacional.

En la ciudad de San Juan de Pasto el sector comercial cuenta con algunos sistemas de planificación de recursos empresariales, pero en algunas de ellas, el desarrollo es ineficiente ya que cuentan con poco dominio, derivado del escaso conocimiento de la necesidad de tecnificar los procesos logísticos en todas las operaciones de la empresa.

Teniendo en cuenta que cada empresa del sector logístico y de carga masiva cuenta de cierta manera con sus diferentes ideologías, esencias que hacen parte de su cultura organizacional se hace importante y relevante a la vez traer a mención un tema de gran importancia que hoy en día debe hacer parte de las organizaciones en procura de un mejor desempeño dentro de la misma y fuera de ella con el cliente externo, como es el desarrollo de una cultura organizacional acorde a las organizaciones que le permitan crecer, fortalecer, afianzar las relaciones entre los agentes económicos que lo integran. Como capital del departamento de Nariño, se convierte en el centro de la actividad económica, política y social en la región.

Las particularidades culturales e históricas, condicionadas por un territorio geográfico especial, hacen que el suroccidente de Colombia tenga una afinidad con el norte del Ecuador, con quien mantiene importantes relaciones comerciales y movimiento poblacional.

Al igual que los demás departamentos, demostrando dinamismo a pese a lo que se vendría, dicho dinamismo es reflejado en sectores como turismo obtenido en los carnavales de bancos y negros durante el mes de enero y dónde la economía se estabiliza y armoniza creando interacción reactivando bares, restaurantes, hoteles, comercio entre otros. Más tarde la preparación de festividades se reflejaba en marzo

¹¹ CENTRO IBERAMERICANO DE DESARROLLO ESTRATÉGICO CIDEU, San Juan de Pasto. (en línea) En: <https://www.cideu.org/> (Barcelona), 13, septiembre, 2020, (consultada: 15, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.cideu.org/miembro/san-juan-de-pasto/>

y abril durante época de semana santa, dónde el departamento de Nariño se convierte en un destino muy apetecido por su riqueza arquitectónica y teológica requeridos por el turismo, se vio afectada por la situación mundial de pandemia y en marzo de 2020 el país entró en aislamiento preventivo, obligando a todo ese dinamismo económico que en muchos casos se vio afectado, a cerrar todos los establecimientos salvo los restaurantes, supermercados y farmacias que por ser productos de primera necesidad tuvieron una leve afectación.

El sector hotelero ha sido uno de los más afectados en este subsector de la economía; de acuerdo con COTELCO, el sector está en su punto más bajo de ocupación en la historia. “De acuerdo con las cifras de este gremio, en la semana del 7 al 15 de marzo del año en curso, la ocupación hotelera en Colombia fue de 49,8%, lo que implica una caída 6.6 puntos porcentuales, la semana del 7 al 15 de marzo del año en curso, la ocupación hotelera en Colombia fue de 49,8%, lo que implica una caída 6.6 puntos porcentuales, cifra que no se observa desde el 2002”¹².

Demostrando que los ingresos de dichos establecimientos han disminuido en 11.4%, lo que se traduce en una pérdida económica de 140.000 millones de pesos por efecto de cancelaciones, reserva de alojamiento y eventos, según informe COTELCO.

“La Cámara de Comercio de Pasto, es una de las instituciones que monitorean de manera continua la situación económica de la región y trabaja por la creación de estrategias que permitan un apoyo constante a los empresarios, mediante capacitaciones, muestras empresariales y participación en fondos de inversión permitiendo mitigar de cierta forma los problemas ocasionados por el impacto del coronavirus”¹³, todo eso con apoyo de entes gubernamentales y gobierno nacional. Durante el año 2020 realizó un monitoreo del impacto del Covid 19, en la jurisdicción de las empresas de la cámara de comercio de pasto, con el fin de evidenciar mediante informes estadístico con una serie de preguntas dirigida a empresarios y analizar que el impacto y dentro de esa encuesta se evidencia una perspectiva poco certera acerca del futuro de las empresas y denota además, que las empresas han tenido un déficit en sus cuentas por pagar y han tenido que cambiar de razón social,

¹² COTELCO, Informe de indicadores hoteleros octubre 2020, (en línea) En: www.cotelgo.org. (Bogotá). Octubre, 2020. (Consultado 17, noviembre, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.cotelco.org/estadisticas/indicadoresoct2020>

¹³ CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO, monitoreo del impacto del covid 19 en las empresas de la jurisdicción de la cámara de comercio de pasto, (en línea) En: <https://ccpasto.org.co> (Pasto). Noviembre, 2020. (Consultado: 15, abril, 2021. Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/12/Monitoreo-del-Impacto-Economico-del-Covid-19-en-las-Empresas-de-la-jurisdicci%C3%B3n-de-la-C%C3%A1mara-de-Comercio-de-Pasto-Noviembre.pdf>

hay que resaltar que el 70% de las empresas no pueden realizar su actividad económica de manera remota y obliga al 30% mantener actividad en su operación¹⁴.

“Se hace alusión a la jurisdicción comprendida para el municipio de san juan de pasto, contextualizada en el artículo 38 del decreto 622 de 2000”¹⁵, dónde se reúne a 41 de los 64 municipios del departamento de Nariño que a su vez están dentro de la jurisdicción cameral por lo cual se convierte en foco de la actividad comercial y empresarial y creando estrategias de crecimiento económico regional, seminarios y fomento al emprendimiento.

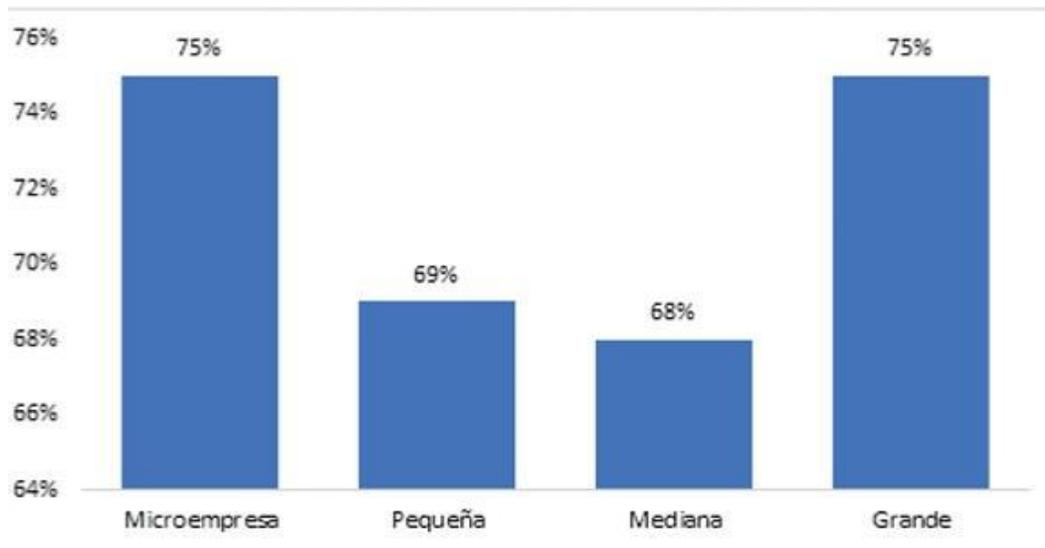
En relación a los análisis y estudios realizados por la Cámara de Comercio, se cita al segundo informe económico por covid 19, dónde se evidencia estudios en cuanto a la disminución de ingresos por ventas durante tiempos de pandemia y dónde se indica que: “Las acciones que se han implementado entorno a la emergencia sanitaria, han afectado de manera directa a las empresas en Nariño. De acuerdo con el estudio realizado, el 98% de las empresas han registrado disminuciones en sus ingresos por ventas en promedio en un 72%. En el caso de las microempresas las pérdidas se promedian en el 75% y en muchos de los casos, las disminuciones presentadas llegan al 100%”¹⁶.

¹⁴ Ibíd. <https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/12/Monitoreo-del-Impacto-Economico-del-Covid-19-en-las-Empresas-de-la-jurisdicci%C3%B3n-de-la-C%C3%A1mara-de-Comercio-de-Pasto-Noviembre.pdf>

¹⁵ SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN NORMATIVA, Decreto 622 de 2000, Por el cual se fija la jurisdicción de las cámaras de comercio en todo el territorio nacional, (en línea) En: <https://www.suin-juriscal.gov.co>, (Bogotá), 05, abril, 2000. (Consultada: 12 de marzo de 2020). Disponible en línea en: <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1131905>

¹⁶ CAMARA DE COMERCIO DE PASTO, Impacto Económico por COVID 19 en Nariño, (en línea) En: <https://ccpasto.org.co> (Pasto). 03, mayo, 2020. (Consultada: 10, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/10/Impacto-econ%C3%B3mico-por-covid-19-en-Nari%C3%B1o_Edici%C3%B3n_2-1.pdf

Gráfica 2. Pérdida de ingresos por ventas en las empresas de Nariño.



Fuente: Cámara de Comercio de Pasto 2020. https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/10/Impacto-econ%C3%B3mico-por-covid-19-en-Nari%C3%B1o_Edicion_2-1.pdf pág. 21

Según análisis del sector logístico de transporte de carga masiva y diferentes investigaciones para su desarrollo se ve la necesidad de la aplicación y concentración de una cultura organizacional ideal y adecuada, de la cual gozan caso todas las empresas de los diferentes sectores de la economía ya que gracias a esta inclusión y fortalecimiento se ven ampliamente beneficiadas tanto en su capital humano y el logro de objetivos organizacionales.

2.2.3 Reseña Histórica

La historia del transporte en Colombia se remonta a 1905 dónde, bajo la presidencia del general Rafael Reyes se crea el ministerio de obras públicas y transporte, con el claro objetivo de atender los bienes nacionales, las minas, petróleos, los ferrocarriles, caminos, puentes entre otras.

“El Ministerio de Transporte es la cabeza del Sector Transporte, el cual está constituido por el Ministerio, El Instituto Nacional de Vías (INVIAS), la Agencia Nacional de Infraestructuras (ANI), la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil (AEROCIVIL), la Superintendencia de Puertos y Transporte (SUPERTRANSPORTE) y la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV)”¹⁷.

¹⁷MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA, ¿Quiénes somos?, (en línea) En: <https://www.mintransporte.gov.co> (Bogotá), 08, mayo, 05, 2011. (Consultada: 12 de abril de 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/33/quienes_somos/

Dichas obras realizadas a mediados del siglo XX, bajo las normas definidas en la época y las cuáles avalaron la construcción y conservación de carreteras y caminos; durante esta época se crearon los distritos de obras públicas, la empresa Ferrocarriles Nacionales de Colombia, la Dirección de Transporte y Tarifas, dándole origen al Instituto Nacional tránsito. “En la segunda mitad del siglo XX, se aplicó el sistema de peajes con el claro objetivo de financiar obras civiles, creándose la Policía de Carreteras para vigilancia y control del tráfico en las vías nacionales; la empresa Puertos de Colombia; El Fondo de Caminos Vecinales para atender la construcción, mejoramiento de caminos y puentes; y el Fondo Vial Nacional para financiar obras civiles con recursos generados por los impuestos a los combustibles”¹⁸

Para 1993 el gobierno nacional vio la necesidad de reestructurarse y darle mayor dinamismo y modernizar dicha entidad convirtiéndose de esa manera en el Ministerio de Transporte, desarrollando importantes proyectos de trascendencia mediante la construcción de vías, túneles, puentes, mejorando las condiciones de servicio y seguridad en los aeropuertos trabajando de manera constante en la adecuación y mantenimiento de las vías fluviales y marítimas.

El sector transporte ha jugado un papel fundamental en las economías mundiales, en especial, la colombiana, puesto que gracias a su proceso permite en gran parte aportar al desarrollo, la globalización y la competitividad, permitiendo de esta manera optimizar los procesos productivos. Es aquí cuando toma fuerza el sector terciario al cual pertenece trabajo investigativo y dónde nace la necesidad de darle mayor dinamismo a la economía dentro de uno de los sectores con mayor influencia en el departamento de Nariño. El desarrollo de dicho sector trae más beneficios a los diferentes gremios y establecimientos de comercio y entre los cuales se puede mencionar la infraestructura, los combustibles, repuestos y servicios de asistencia en transporte entre otros, brindándole a la economía ese dinamismo y como se ha demostrado en varios estudios le brindan un gran desarrollo y crecimiento de un país como lo es la creación de vías de acceso¹⁹.

¹⁸ Ibíd. https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/33/quienes_somos/

¹⁹ RODRÍGUEZ ROSAS, Carlos Mario. Análisis del transporte de carga en Colombia, para crear estrategias que permitan alcanzar estándares de competitividad e infraestructura internacional, (en línea). En: <https://repository.urosario.edu.co> (Bogotá). 2013, Pág. 10. (Consultada: 18, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4537/10154047632013.pdf?sequence=1>

2.3 MARCO LEGAL

NORMAS Y LEYES QUE REGULAN EL TRANSPORTE DE CARGA EN COLOMBIA.

Teniendo en cuenta la normatividad de las diferentes empresas a nivel nacional y en especial a su actividad económica y por las cuales se rigen estrictamente a distintas normas, leyes, decretos y códigos en las distintas actividades propias de la empresa y las obligaciones legales que los empleadores tienen con su capital humano, se hace necesario traer a la presente investigación las leyes que regulan el transporte de carga masiva en Colombia, para poder estar al día en cuanto a toda normatividad exigida en el medio y que se reflejan a continuación y agrupadas según su naturaleza, y que dentro del marco legal, cabe resaltar la importancia que tiene la normatividad de tránsito de acuerdo a la reglamentación del código nacional de tránsito. “La ley 769 de 2002, Las normas del presente Código rigen en todo el territorio nacional y regulan la circulación de los peatones, usuarios, pasajeros, conductores, motociclistas, ciclistas, agentes de tránsito, y vehículos por las vías públicas o privadas que están abiertas al público, o en las vías privadas, que internamente circulen vehículos; así como la actuación y procedimientos de las autoridades de tránsito”²⁰, expresando de esa forma su fundamentación y aplicabilidad en el presente proyecto de investigación.

Existe personal capacitado e idóneo en el cumplimiento de las funciones de tránsito y movilidad, las cuales serán de carácter regulatorio y sancionatorio y sus acciones deben ser orientadas a la prevención y la asistencia técnica y humana a los usuarios de las vías. Por tal razón, las autoridades de tránsito velarán por la seguridad de las personas en la vía pública y privada, así como en las carreteras de Colombia.

Capítulo 2. AUTORIDADES DE TRÁNSITO. Son autoridades de tránsito en su orden, las siguientes:

- El Ministerio de Transporte
- Los Gobernadores y los alcaldes.
- Los organismos de tránsito de carácter departamental, municipal o distrital.
- La Policía Nacional en sus cuerpos especializados de policía de tránsito urbano y policía de carreteras.
- Los Inspectores de Policía, los Inspectores de Tránsito, Corregidores o quien haga sus veces en cada ente territorial.
- La Superintendencia General de Puertos y Transporte.
- Las fuerzas militares para cumplir exclusivamente lo dispuesto en el parágrafo 5o. de este artículo.

²⁰ SENADO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, Rama Legislativa, Código Nacional de Tránsito Terrestre, (en línea) En: secretariasenado.gov.co (Bogotá), 06, julio, 2002. (Consultada: 18, septiembre, 2021). Disponible en línea dirección electrónica: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0769_2002.html

- Los agentes de Tránsito y Transporte²¹.

Dentro de la normatividad de transporte de carga es primordial hablar lo referente a sus condiciones, dimensiones y los permisos, es por eso que en la ley 769 de 2002, se hace aclaración y énfasis en los siguientes artículos que hablan de ello:

Artículo 28. CONDICIONES TÉCNICO-MECÁNICA, DE GASES Y DE OPERACIÓN. Para que un vehículo pueda transitar por el territorio nacional, debe garantizar como mínimo el perfecto funcionamiento de frenos, del sistema de dirección, del sistema de suspensión, del sistema de señales visuales y audibles permitidas y del sistema de escape de gases; y demostrar un estado adecuado de llantas, del conjunto de vidrios de seguridad y de los espejos y cumplir con las normas de emisión de gases que establezcan las autoridades ambientales

Artículo 29. Acerca de las dimensiones y pesos, por lo cual los vehículos deberán someterse a nivel nacional e internacional²².

“Artículo 32. Condiciones de la carga. Haciendo referencia a la debida rotulación, embalado de la mercancía de acuerdo con normas técnicas nacionales ya sus medidas de seguridad.

Artículo 33. Permiso de carga. Por lo cual el ministerio de transporte define el permiso para el manejo de cargas extrapesadas y extradimensionales y especificaciones a vehículos que las manejan”²³.

Para abarcar el marco legal de la presente investigación se hace necesario recopilar la información contenida dentro del Decreto 1079 de 2015, Estatuto Único Reglamentario del Sector Transporte, con el objetivo de unificar y racionalizar la normatividad expedida por el Gobierno Nacional, para la cumplida ejecución de las leyes del sector transporte; además, mediante dicho decreto en el Libro 1, se ubica como cabeza principal del sector transporte al Ministerio de Transporte con su objetivo principal y potestad sobre otros sectores incluidos dentro del mismo.

“Art 1.1.1.1. Ministerio de Transporte. El Ministerio de Transporte tiene como objetivo primordial la formulación y adopción de las políticas, planes, programas,

²¹ ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS. Código Nacional de Tránsito Terrestre, Ley 769 de 2002, (en línea) En: <https://www.oas.org/es/default.asp> (Washington DC). 06, julio, 2002. Pág. 14. (Consultada: 20, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_col_ley_769_2002.pdf

²² REPÚBLICA DE COLOMBIA, Gobierno Nacional, Código de tránsito, (en línea) En: <https://www.colombia.com/> (Bogotá). 06, agosto, 2002. (Consultada: 14, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.colombia.com/actualidad/codigos-leyes/codigo-de-transito/Tit2Cp3-vehiculos.aspx>

²³ *Ibíd.* <https://www.colombia.com/actualidad/codigos-leyes/codigo-de-transito/Tit2Cp3-vehiculos.aspx>

proyectos y regulación económica en materia de transporte, tránsito e infraestructura de los modos de transporte carretero, marítimo, fluvial, férreo y aéreo y la regulación técnica en materia de transporte y tránsito de los modos carretero, marítimo, fluvial y férreo”²⁴.

De la misma forma que la anterior normatividad se hace énfasis en las diferentes normas, decretos y resoluciones que son fuente dentro del marco teórico para la presente investigación, y que, además se concentran términos referentes a las cualidades de los vehículos como, camiones, tracto camiones, camión articulado entre otros; además definiciones en cuanto a medidas de los mismos.

según lo contenido en la “Resolución 13791 del 21 de diciembre de 1988. Por la cual se determinan los límites de pesos y dimensiones de los vehículos de carga para la operación normal por la cual se determinan los límites de pesos y dimensiones de los vehículos de carga para operación normal en las carreteras del país”²⁵.

Cabe resaltar, que dentro del sector terciario especialmente en el sector transporte de carga masiva, juega un papel fundamental los diferentes tramites a aplicar para desarrollar la actividad comercial o razón social de las empresas, para ello dentro del “Acuerdo 050 del 14 de octubre de 1993, por el cual se establece el procedimiento para los trámites relacionados con el registro nacional de remolques, semirremolques, multiloculares y similares, se adoptan los formatos S.C.T N 03566 del 3 de diciembre de 1991”²⁶, Por la cual se autoriza a los directores territoriales para expedir permiso especial y transitorio a los propietarios de remolques, semirremolques, multimodulares y similares para transitar por las vías del país sin placa, aplicando de esa manera a excepciones de ley y poder circular libremente y los requisitos para poder duplicar placa registro e inventario de remolques, como la facultad del Instituto Nacional de Transporte y Tránsito para realizar los diferentes procedimientos, con la aclaración que hoy en día es una actividad que la realiza el Ministerio de Transporte, ya que la anterior es una extinta entidad.

El transporte de carga masiva se rige bajo la normatividad de transporte nacional colombiano, y se emiten los permisos pertinentes para la movilización de la carga por las vías nacionales; así como las características de la carga movilizadada y por lo

²⁴ GOBIERNO DE COLOMBIA, Decreto 1079 de 2015 Sector Transporte, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 26, mayo, 2015. (Consultada: 20, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77889>

²⁵ MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTE, Resolución 13791, (en línea) En: <https://www.allianz.co/> (Bogotá). 21, diciembre, 1988. (Consultada: 25, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.allianz.co/content/dam/onemarketing/iberolatam/allianz-co/seguros/empresas/portal-transportes-docs/Resolucion13791de1988.pdf>

²⁶ INSTITUTO NACIONAL DEL TRANSPORTE, Acuerdo 00050 de 1993, (en línea) En: <https://web.mintransporte.gov.co/> (Bogotá). 14, octubre, 1993. (Consultada: 15, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/785/1/Acuerdo_50_1993.pdf

cual en la “Resolución 777 del 14 de febrero de 1995, por la cual se delega una función y se fija los requisitos y procedimientos para conceder o negar permisos para el transporte de carga extra pesada y extra dimensional, por las carreteras nacionales a cargo del instituto nacional de vías”²⁷.

Para el desarrollo de la razón social, las empresas de transporte de carga deben estar ceñidas bajo las normas de movilización de carga por las vías de Colombia, mediante el contrato de transporte como lo contempla el “Decreto 1910 del 21 de octubre de 1996, por el cual se reglamenta parcialmente el contrato de transporte se carga y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1º. La empresa transportadora tiene la obligación de dar aviso oportuno y detallado al destinatario, por un medio idóneo, sobre la llegada de la carga al lugar de destino”²⁸.

Según el código de Comercio, define el contrato de transporte en su “Artículo 981. El transporte es un contrato por medio del cual una de las partes se obliga para con la otra, a cambio de un precio, a conducir de un lugar a otro, por determinado medio y en el plazo fijado, personas o cosas y entregar éstas al destinatario. El contrato de transporte se perfecciona por el solo acuerdo de las partes y se prueba conforme a las reglas legales”²⁹. Gracias a su aval y respaldo jurídico y en el evento en que el contrato o alguna de sus cláusulas sea ineficaz y se hayan ejecutado prestaciones, se podrá solicitar la intervención del juez a fin de que impida que una parte se enriquezca a expensas de la otra.

Por otra parte, las empresas de carga deben cumplir con requerimientos y responsabilidades con relación a su razón social y los tiempos de entrega de mercancías a lugar de destino, así como, las indemnizaciones por incumplir las responsabilidades pactadas en los contratos de transporte, como está definido en el “Artículo 6º. La empresa transportadora responderá e indemnizará por los perjuicios que se causen al propietario o poseedor con el que haya celebrado un contrato de vinculación, por las omisiones o incumplimientos de las obligaciones pactadas en el contrato y deberes establecidos en la ley”³⁰.

²⁷ ALCALDÍA DE BOGOTÁ, Resolución 777 de 1995 Ministerio de Transporte, (en línea) En: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/> (Bogotá). 14, febrero, 1995. (Consultada: 16, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=28551&cadena=t>

²⁸ SISTEMA UNICO DE INFORMACION NORMATIVA, Suin Juriscol, (en línea) En: <https://www.suin-juriscol.gov.co/> (Bogotá). 21, octubre, 1996. Pág. 1. (Consultada: 14, abril, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1369530>

²⁹ GOBIERNO DE COLOMBIA, Código de Comercio de Colombia, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 27, marzo, 1971. (Consultada: 25, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

³⁰ SISTEMA UNICO DE INFORMACION NORMATIVA., Op. Cit., <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1369530>

Según las disposiciones básicas del sector transporte y como preceptos reglamentarios por los cuales se establece una autoridad y que deben ser cumplidos según su alcance, “la ley 195 de 1993 dicta disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones”³¹, que en su artículo uno, hace referencia a la integración de dicho sector encabezado por el Ministerio de Transporte con los organismos adscritos junto a la Dirección Marítima del Ministerio de Defensa Nacional, con el fin de crear políticas de transporte y creación de organismos relacionados a esa actividad, y que basados en las leyes y decretos nacionales como la “Ley 336 de 1996 que tiene por objeto unificar los principios y los criterios que servirán de fundamento para la regulación y reglamentación del transporte público aéreo, marítimo, fluvial, férreo, masivo y terrestre y su operación en el territorio nacional...”³².

Con todo lo anterior y como parte del presente trabajo de investigación y ampliando lo comprendido dentro del marco legal del mismo, y por el cual dicha actividad económica se encuentra reglamentada bajo los lineamientos y condiciones de habilitación y prestación del servicio como tal, se reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor de carga; mediante el presente artículo definido por el:

Decreto 173 de 2001 Artículo 1o. Objeto y principios. El presente decreto tiene como objeto reglamentar la habilitación de las empresas de Transporte Público Terrestre Automotor de Carga y la prestación por parte de estas, de un servicio eficiente, seguro, oportuno y económico, bajo los criterios básicos de cumplimiento de los principios rectores del transporte, como el de la libre competencia y el de la iniciativa privada, a las cuales solamente se aplicarán las restricciones establecidas por la ley y los Convenios Internacionales³³.

Se hace necesario hablar de dicha movilización y transporte de carga masiva debe contener cierto tipo de documentación requerida para su movilización por las diferentes vías y carreteras nacionales, y para ello se hace referencia a ciertas de resoluciones que avalan su razón social como son las siguientes:

³¹ CONGRESO DE LA REPÚBLICA, Ley 105 de 1993, (en línea) En: <http://www.secretariassenado.gov.co/> (Bogotá). 30, diciembre, 1993. (Consultada: 24, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0105_1993.html

³² GOBIERNO DE COLOMBIA, Ley 336 de 1996, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 20, diciembre, 1996. (Consultada: 25, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=346>

³³ GOBIERNO DE COLOMBIA. Decreto 173 de 2001, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 5, febrero, 2001. (Consultada: 12, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4308>

“La presente resolución tiene por objeto iniciar la transición para la adopción del Registro Nacional de Transporte de Despacho de Carga – RNTDC, establecer el formato único de manifiesto electrónico de carga, la ficha técnica para su elaboración y los mecanismos de control, y se aplica para el servicio público de transporte terrestre automotor de carga según la normatividad vigente”³⁴.

“Manifiesto electrónico de carga: es el documento expedido por las empresas de servicio público de transporte terrestre automotor de carga, usando los medios electrónicos, que ampara el transporte de mercancías ante las distintas autoridades, por lo tanto, debe ser portado por el conductor del vehículo durante todo el recorrido, el cual hace sus veces de Manifiesto de Carga”³⁵.

Por pertenecer al sector terciario y especialmente transporte de carga masiva y manejo de vehículos como remolques, tracto camión, camiones entre otros, deben regirse además de los trámites legales a el uso de la licencia de conducción de acuerdo a la categoría del vehículo para su libre circulación por las vías nacionales y que según el “Decreto Nacional 019 de 2012, Artículo 195 establece que la licencia de conducción habilitará a su titular para conducir vehículos automotores de acuerdo con las categorías que para cada modalidad establezca la reglamentación que adopte el Ministerio de Transporte, estipulando claramente si se trata de un conductor de servicio público o particular”³⁶.

“Artículo 196, por el cual se reglamenta los requisitos para que un vinculado a la empresa pueda obtener una licencia de conducción para vehículos automotores”³⁷.

Con lo anterior expuesto, se deja en evidencia la complejidad del marco legal del transporte terrestre de carga, ya que es una actividad económica relevante y dinamiza la economía nacional, que bajo las estrictas normas y leyes de obligatorio cumplimiento garantizan un buen desempeño y desarrollo de su actividad económica, brindando grandes beneficios a las empresas, los colaboradores y el desarrollo de la región.

Los medios de transporte como regla general y global, deben mantener ciertos lineamientos y normas dentro de las cuales se garantice la vida e integridad tanto del conductor como sus pasajeros, aunque en el caso del transporte de carga masiva se debe tener en cuenta el almacenamiento y transporte de la misma bajo

³⁴ MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA. Resolución 4496 de 2011, (en línea) En: <https://www.redjurista.com/> (Bogotá). 28, octubre, 2011. (Consultada: 20, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_4496_de_2011_ministerio_de_transporte.aspx#/

³⁵ *Ibíd.*, Pág., 2.

³⁶ MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA. Decreto 19 de 2012, (en línea) En: <http://web.mintransporte.gov.co/> (Bogotá). 20, febrero, 2012. (Consultada: 12, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://web.mintransporte.gov.co/jspui/handle/001/336>

³⁷ *Ibíd.* <http://web.mintransporte.gov.co/jspui/handle/001/336>

distintas directrices; y es importante hacer énfasis en el uso adecuado de los elementos de seguridad de los vehículos como lo define la “Resolución 19200 de 2002, por la cual se reglamenta el uso e instalación del cinturón de seguridad de acuerdo con el artículo 82 del Código Nacional de Tránsito Terrestre”³⁸, y que en los:

Artículo 2: Los cinturones de seguridad que portarán los vehículos que transitan por las vías del territorio nacional, incluyendo las urbanas deberán cumplir con las características técnicas, de fijación o anclaje contempladas en la norma Icontec NTC-1570, o la norma que la modifique o sustituya.

Artículo 3: El uso del cinturón de seguridad es obligatorio para todos los vehículos automotores. El conductor y el usuario que utilicen asientos con cinturón de seguridad instalado, deberán utilizarlo de manera apropiada durante la conducción normal del vehículo de tal forma que no limite la libertad de movimiento del conductor y del usuario y se reduzca el riesgo de daños corporales en un accidente eventual³⁹.

NORMATIVIDAD EN ALMACENAMIENTO

Como aspecto relevante e importante dentro del desarrollo de la actividad del transporte de carga masiva se encuentran las normas de seguridad en cuanto a el almacenamiento de mercancías y que están basadas en la evaluación de riesgos y su prevención de accidentes, a “las reglas propias de cualquier entorno laboral se unen unas medidas específicas para el almacén, un lugar en el que deben regir estrictas normas logísticas debido a sus particularidades de manipulación de mercancía y de uso de carretillas, gatos hidráulicos y elementos de seguridad industrial para los trabajos que impliquen riesgos inminentes⁴⁰.

Dentro de este trabajo de investigación se retoman algunas de las normas de seguridad más importantes para el almacenaje:

1. Normas de circulación en los pasillos

La circulación por los pasillos debe estar bien regulada para evitar choques y atropellos, deben ser puestas en conocimiento de los trabajadores y es muy importante que se respeten para evitar accidentes; entre las medidas más básicas de seguridad a implantar se incluyen:

³⁸ MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA, Resolución 19200 de 2002, (en línea) En: <https://www.aso-cda.org/> (Bogotá). 20, diciembre, 2002. (Consultada: 10, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/3213/1/Resolucion_19200_2002.pdf

³⁹ Ibíd. https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/3213/1/Resolucion_19200_2002.pdf

⁴⁰ RACTEM RACKING SYSTEM, Normas básicas de seguridad en un almacén. (en línea) En: <https://www.ractem.es/> (España). 24, julio, 2020. (Consultada: 10, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ractem.es/blog/normas-basicas-seguridad-almacen>

- El ancho de los pasillos: debe ser suficiente para que las máquinas puedan circular sin peligro y el transporte y manejo de las mercancías se efectúe sin problemas, se debe tener en cuenta también los giros y, especialmente, la zona de cruce de los pasillos, que debe estar bien señalizada para evitar choques.
- Vías exclusivas para desplazamiento de personas: establecer pasillos seguros, sin vehículos.
- Sin obstáculos: mantener los pasillos despejados, no abandonar mercancía ni ningún otro material en una zona de paso.
- Señalización de los desniveles

2. Correcta manipulación y almacenamiento de mercancías

Es muy importante que las cargas se manipulen y almacenen de forma equilibrada y que estén bien fijadas para evitar su caída o el desprendimiento de parte de la mercancía.

“Además, es imprescindible que los sistemas de almacenaje sean los apropiados para cada una de las cargas, es por eso que se precisa contar con estanterías metálicas para almacén o con sistemas de paletización; tanto las paletas como cualquier otro tipo de carga deben estar correctamente acomodadas en los largueros de las estanterías para evitar caídas, nunca se debe sobrepasar el peso máximo de carga”⁴¹.

3. Salidas de emergencia

Las salidas de emergencia tienen que estar bien señalizadas y libres de obstáculos y, sobre todo, listas para cumplir su función en caso de evacuación.

4. Buena ventilación e iluminación

Como en cualquier entorno laboral, una buena ventilación e iluminación favorecen que el trabajo se pueda realizar en buenas condiciones. Es por eso que se hace necesaria una amplia iluminación que a su vez evite la fatiga ocular y permita un buen desempeño de las labores cuando se las requiera.

5. Equipos de Protección Individual

Los trabajadores de los almacenes deben utilizar en algunas ocasiones Elementos de Protección Personal (EPP), los cuales se les proporcionarán en función de sus tareas y a los riesgos a los que estén expuestos; los más habituales son el calzado

⁴¹ Ibíd. <https://www.ractem.es/blog/normas-basicas-seguridad-almacen>

de protección (muchas veces con puntera reforzada para mitigar posibles golpes), los guantes y los cascos para proteger la cabeza.

6. Prevención de riesgos

Finalmente, siempre hay que insistir en la prevención de riesgos laborales y la importancia de cumplir siempre estas medidas que permitirán disminuir la exposición de los trabajadores a estas amenazas, en un almacén, es crucial estudiar y detectar estos riesgos, ya que pueden ser de diferente naturaleza en función del tipo de producto almacenado (tóxico, inflamable, de gran envergadura...), la forma de trabajo (si interviene maquinaria o todo se realiza de forma manual) y del tipo de almacén y sus características.

“Hay que tener en cuenta que sólo hasta 1979 el Gobierno Nacional por intermedio del Ministerio del Trabajo emite la Resolución 2400 de 1979, acerca de los requisitos mínimos de seguridad industrial para las empresas y organizaciones. A partir de este momento y de la Resolución 2400 de 1979 empiezan a surgir nuevas normas (decretos, resoluciones) que pretenden reglamentar diversos temas bajo la normatividad de seguridad industrial”⁴².

Según decreto emitido por el Ministerio de Trabajo y Protección social se obliga al representante legal y la empresa en diferentes requerimientos en cuestión de salud y lugar de trabajo, cabe resaltar que dichas normas y obligaciones son de manera recíproca con políticas de capacitación e inducción en riesgos laborales que permitan crear una sinergia donde la organización como tal va a ganar.

ARTÍCULO 2: Son obligaciones del Patrono.

- Dar cumplimiento a lo establecido en la presente Resolución, y demás normas legales en Medicina, Higiene y Seguridad Industrial, elaborar su propia reglamentación, y hacer cumplir a los trabajadores las obligaciones de Salud Ocupacional que les correspondan.
- Proveer y mantener el medio ambiente ocupacional en adecuadas condiciones de higiene y seguridad, de acuerdo a las normas establecidas en la presente Resolución.
- Establecer un servicio médico permanente de medicina industrial, en aquellos establecimientos que presenten mayores riesgos de accidentes y enfermedades profesionales, a juicio de los encargados de la salud Ocupacional del Ministerio, debidamente organizado para practicar a todo su personal los exámenes psicofísicos, exámenes periódicos y

⁴² STEEL. Resolución 2400 de 1979, Origen de la Normatividad en Seguridad y Salud en el Trabajo, (en línea) En: <https://www.steel.net.co/> (Bogotá). 22, mayo, 1979. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.steel.net.co/resolucion-2400-de-1979/>

asesoría médico-laboral y los que se requieran de acuerdo a las circunstancias; además llevar una completa estadística médico-social⁴³.

CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

El presente trabajo investigativo fundamenta su marco legal bajo las directrices del Código Sustantivo del Trabajo, el cual es una recopilación de normas que empezó a regir en Colombia en el año 1950, con el que se busca intervenir y regular las relaciones entre colaborador y empleador. La palabra trabajo de acuerdo con el CST en su art. 5, debe ser entendida de la siguiente manera: “toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra y, cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo”⁴⁴.

ARTICULO 57. OBLIGACIONES ESPECIALES DEL EMPLEADOR. Son obligaciones especiales del empleador:

Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.

Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra los accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

Prestar inmediatamente los primeros auxilios en caso de accidente o de enfermedad. A este efecto en todo establecimiento, taller o fábrica que ocupe habitualmente más de diez (10) trabajadores, deberá mantenerse lo necesario, según reglamentación de las autoridades sanitarias. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.

Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos⁴⁵.

⁴³ MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL, Resolución 2400 de 1979. (en línea) En: <https://vlex.com.co/> (Bogotá). 22, mayo, 1979. (Consultada: 18, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://vlex.com.co/vid/resolucion-2400-1979-establecen-586382931>

⁴⁴ RAGA, Camila, ¿Qué es el Código Sustantivo del Trabajo y cómo afecta a las empresas?, (en línea) En: <https://www.sesamehr.co/blog/> (Madrid). 18, mayo, 2021. (Consultada: 18, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: [https://www.sesamehr.co/blog/que-es-el-codigo-sustantivo-del-trabajo-y-como-afecta-a-las-empresas/#:~:text=Es%20un%20compendio%20de%20normas,partes%20\(trabajador%20y%20empleado\).](https://www.sesamehr.co/blog/que-es-el-codigo-sustantivo-del-trabajo-y-como-afecta-a-las-empresas/#:~:text=Es%20un%20compendio%20de%20normas,partes%20(trabajador%20y%20empleado).)

⁴⁵ MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL, Código Sustantivo del Trabajo, (en línea) En: <https://www.ilo.org/> (Bogotá), 5, agosto, 1950. (Consultada: 15, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/1539/CodigoSustantivodelTrabajoColombia.pdf>

2.4 MARCO TEÓRICO.

La cultura organizacional cuyo término tiene sus orígenes en el siglo XVIII, donde fue utilizado en términos relacionados con gestión del pensamiento y aspectos relacionados con el comportamiento humano, el cual pasó a ser un determinante para comparar la conducta humana de forma normativa durante el siglo XIX, surgido además, debido a las diferencias entre la productividad de los modelos de gestión empresarial norteamericano y el de la industria japonesa, por lo que despertó el interés por la cultura organizacional. Por un lado, el liderazgo de Japón en cuanto a calidad y funcionalidad de sus productos y que a su vez eran característicos de su cultura, obligando a muchos investigadores estudiarla por su estrategia relevante en el desempeño de las organizaciones⁴⁶.

Ya en 1930 se incluyó el término de cultura organizacional aplicándolo de los campos más relevantes dentro de las empresas y dentro de los estudios referentes a la organización y partir de este momento se empiezan a realizar estudios al respecto y publicación del primer libro “Cultura organizacional y Liderazgo por Shein quien descubre la gran riqueza e importancia del término, de allí en adelante distintos estudios organizacionales realizados a lo largo de este tiempo, por lo cuál ha sido un concepto de gran influencia para los gerentes y todo el equipo de trabajo”⁴⁷. Bien sabemos hoy en día que las empresas han mantenido cierto tipo de valores, tradiciones, conceptos y lineamientos perdurables en el tiempo con el fin de crear un sello que identifique su servicio y la calidad de este; por esa razón en el presente trabajo se hace referencia a las diferentes teorías que caracterizan las organizaciones y sus diferentes investigaciones.

“Así se entiende que existen manifestaciones internas de la cultura organizacional, dentro de los cuales encontramos, según lo planteado por Schein (1988), el lenguaje común y categorías conceptuales, límites grupales y criterios para la inclusión y exclusión, poder y jerarquía, intimidad, amistad y amor, recompensas y castigos, ideología y religión”⁴⁸.

⁴⁶ RODRIGUEZ GARAY, Rubén. La Cultura Organizacional un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración, (en línea) En: <https://dialnet.unirioja.es> (España) 04, mayo, 2009. (Consultada: 12, septiembre, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.redalyc.org/pdf/877/87722106.pdf>

⁴⁷ SCHEIN, E. H. La cultura empresarial y el liderazgo: Una visión dinámica, (en línea) En: <https://frrq.cvg.utn.edu.ar/> (Barcelona), enero, 1988. p. 11. (Consultada: 15, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15589/mod_resource/content/0/Schein%20La-Cultura-Empresarial-y-El-Liderazgo.pdf

⁴⁸ PEDRAZA, Lilibeth, OBISPO, Kelly y VASQUEZ Lina, Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico, (en línea) En: <https://dialnet.unirioja.es/> (La Rioja, España). 16, marzo, 2015. (Consultada: 7, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5139907>

Además, la cultura organizacional cuenta con ciertos elementos que permiten identificar su esencia y dentro de las cuales se puede mencionar:

- Modelo: visión, misión, valores corporativos, objetivos.
- Estructura organizacional: de acuerdo a la función desempeñada por el colaborador y su nivel jerárquico.
- Identidad de la marca: logos, marcas y distintivos de la organización.
- Creencias: determinadas por los valores y acontecimientos que se evidencian en los integrantes de la empresa.
- Hábitos: rutinas de los integrantes de la organización, reuniones, informes, horarios de llegada, actitudes, trato entre ellos, entre otros⁴⁹.

Algunos autores como Chiavenato plantean que “cada organización tiene sus propias características, su estilo de vida y su comportamiento, su mentalidad, su presencia, su personalidad. Además de eso, cada organización presenta características que no siempre son físicas o concretas, visibles o mensurables. Muchos de los fenómenos que ocurren en las organizaciones se deben a su cultura, que es como su código genético”⁵⁰.

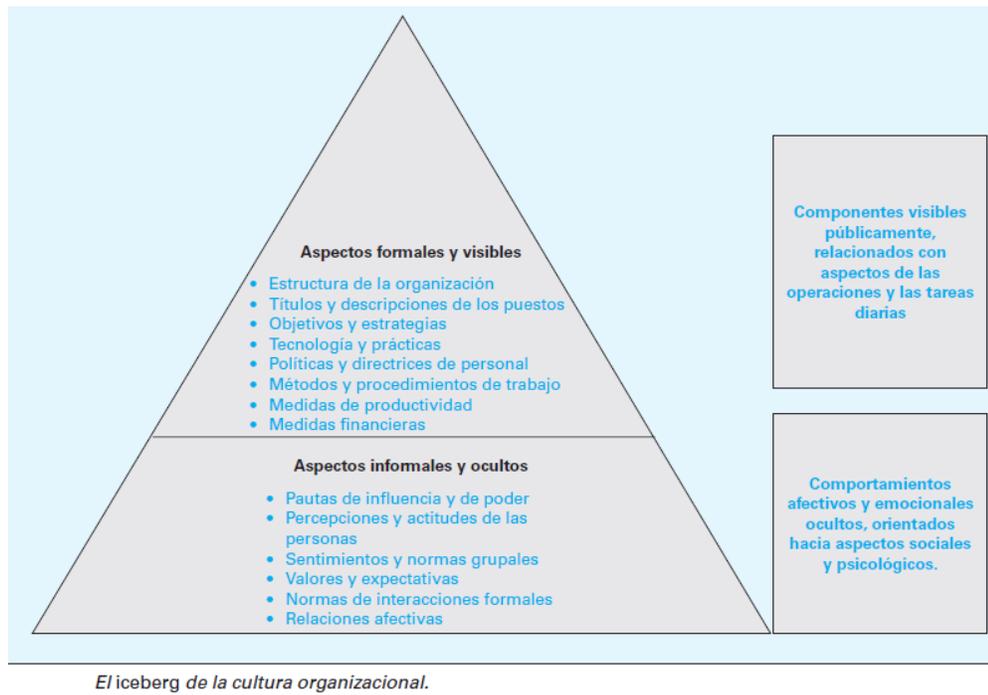
El Iceberg de la Cultura Organizacional.

De igual manera Chiavenato asemeja el concepto de Cultura Organizacional desde una postura teórica donde afirma que la cultura organizacional no es algo palpable, y que solo puede ser observada en razón de sus efectos y consecuencias; término asociado con un iceberg que resalta en la parte superior, los aspectos visibles y superficiales de las organizaciones, relacionados con los aspectos de las operaciones y las tareas diarias; y en la parte inferior, los aspectos informales y ocultos, como los comportamientos afectivos y emocionales orientados hacia aspectos sociales y psicológicos.

⁴⁹ ENCICLOPEDIA ECONÓMICA. Elementos que conforman la cultura organizacional, (en línea) En: <https://enciclopediaeconomica.com/> (Argentina) 2018. (Consultada: 07, enero, 2022).

Disponible en la dirección electrónica: <https://enciclopediaeconomica.com/cultura-organizacional/>
⁵⁰ CHIAVENATO, Idalberto. Comportamiento Organizacional, segunda edición, (en línea) En: <https://www.gob.mx/> (México DF) 2000. Pág., 119. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf

Gráfica 3. El iceberg de la Cultura Organizacional.



Fuente: El iceberg de la cultura organizacional. https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-El-iceberg-de-la-cultura-organizacional-Chiavenato-2001_fig1_287645946 pag.1

La cultura organizacional no es algo palpable. Sólo puede observarse en razón de sus efectos y consecuencias. En este sentido, es parecida a un iceberg. En la parte superior, la que está por encima del nivel del agua, están los aspectos visibles y superficiales de las organizaciones, los cuales se derivan de su cultura. Casi siempre son elementos físicos y concretos como el tipo de edificio, los colores utilizados, los espacios, la disposición de las oficinas y los escritorios, los métodos y procedimientos de trabajo, las tecnologías utilizadas, los títulos y las descripciones de los puestos y las políticas de administración de personal. En la parte sumergida están los aspectos invisibles y profundos, los cuales son más difíciles de observar o percibir. En esta parte se encuentran las manifestaciones psicológicas y sociológicas de la cultura⁵¹.

Los elementos visibles se pueden mencionar: La estructura que presenta la entidad, el organigrama, los objetivos a corto y largo plazo, las estrategias, las políticas y directrices del personal, medidas de eficiencia y productividad, procedimientos y metodologías de trabajo, medidas y aspectos de carácter financiero. La parte oculta del iceberg son los aspectos invisibles; es decir, el inconsciente de la organización. Estos elementos, no son fácilmente notables y

⁵¹ *Ibíd.*

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dinamica_en_las_organizaciones...pdf

visibles, pero sí son muy determinantes en el funcionamiento y desarrollo de la empresa; por ejemplo, son los valores, los mitos, la filosofía, la personalidad, los deseos, la satisfacción, las frustraciones y otros conceptos que comparten los integrantes de la empresa⁵².

A lo largo del tiempo se han realizado estudios que se han materializado y que han creado una gran riqueza literaria que distinguen las diferentes visiones teóricas y sus aportes pertinentes para tener un concepto global y más profundo de la cultura organizacional, el cual puede conceptualizarse en la agrupación de características únicas que distinguen las organizaciones unas de otras, además, el comportamiento de los miembros de la organización a través de un sistema de normas y valores que se transmiten mediante la socialización de una generación a otra. Se debe tener en cuenta que gracias a la existencia de una cultura organizacional permite a las personas identificar rasgos característicos a comparación de la personalidad de las empresas, creando de esta forma cierto nivel de sentido pertenencia.

Se debe tener en cuenta que existen parámetros definidos y por lo cuales se puede identificar la cultura organizacional de una empresa como: el grado de autonomía individual al interior de la empresa; el diseño de una estructura organizacional; la calidad del apoyo administrativo acordado para el logro de objetivos de la empresa y los resultados deseados; elementos que identifican patrones de identidad organizacional; mecanismos de recompensas por desempeño; tolerancia y aceptación positiva al manejo de un conflicto; mayor o menor aversión al riesgo en la toma de decisiones. Elementos clave que permiten llevar al concepto "un modo de vida organizacional".

Autores como Hellriegel y Slocum hablan acerca de la cultura organizacional y sus estratos en su libro Comportamiento Organizacional y la dinámica de la cultura organizacional y definen dicho concepto de la siguiente manera: "La cultura organizacional refleja los valores, creencias y actitudes que han aprendido y que comparten sus miembros. Las culturas de las organizaciones evolucionan lentamente con el transcurso del tiempo. A diferencia de los enunciados de la misión y la visión, las culturas no suelen estar de forma escrita y, sin embargo, son el alma de la organización"⁵³.

⁵² HECHO & CO, La cultura organizacional del Iceberg, (en línea) En: <https://www.hecho.company/> (Madrid), 13, mayo, 2021. (Consultada: 10, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.hecho.company/blog/cultura-organizacional-iceberg>

⁵³ HELLRIEGEL Don y SLOCUM, John W, Comportamiento organizacional, Cengage Learning Editores. S.A de C.V. p. 458. (en línea) En: <http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/> (México), 2009. (Consultada: 11, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5EF6TFGvk5S9uSmE0Qv7k6_COMPORTEAMIENTO_ORGANIZACIONAL.pdf

De igual manera definen que la Cultura Organizacional se encuentra dentro de varios niveles, lo cuales cuentan con gran visibilidad y una amplia resistencia al cambio, visto de otra manera dicha filosofía contiene los supuestos compartidos en primera instancia son representados por creencias básicas de lo real, la naturaleza humana y la forma de ser de las cosas, en segunda instancia se encuentran los valores culturales de la organización, representados por creencias, supuestos y sentimientos colectivos en cuanto a lo correcto, normal y racional, cabe resaltar que los valores suelen perdurar a lo largo del tiempo a pesar de los cambios realizados en el talento humano.

En tercera instancia se encuentran las conductas compartidas, contenidas por normas y son más flexibles al cambio a diferencia de los valores; y finalmente en cuarta instancia se encuentran los símbolos culturales que son los gestos, las imágenes u otros objetos físicos que significan algo dentro de determinada cultura⁵⁴.

Cuadro 1. Estratos de la cultura organizacional

ESTRATOS	DESCRIPCIÓN
Filosofía y supuestos compartidos	Creencias básicas de percibir la realidad, así como la forma de hacer las cosas.
Valores Culturales	Creencias, supuestos y sentimientos colectivos sobre lo correcto, valioso y racional.
Conductas compartidas	Normas o guías de comportamiento.
Símbolos Culturales.	Formas de expresarse con palabras, gestos e imágenes.

Fuente: Hellriegel y Slocum, 2009. http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5EF6TFGvk5S9uSmE0Qv7k6_COMPORTAMIENTO_ORGANIZACIONAL.pdf pág. 458.

MODELO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE EDGAR SCHEIN.

Corrían los años 80 cuando el profesor estadounidense Schein⁵⁵ desarrolló un modelo aplicado a la cultura organizacional y que permita hacerla más visible dentro de las organizaciones indicando además los pasos a seguir para lograr un efectivo cambio cultural, afirmando Schein que existen mecanismos directos e indirectos dentro de las organizaciones, los cuales influyen en los comportamientos, opiniones, status entre otras. Dichos elementos indirectos no

⁵⁴ Ibíd. http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5EF6TFGvk5S9uSmE0Qv7k6_COMPORTAMIENTO_ORGANIZACIONAL.pdf

⁵⁵ MULDER, P. Modelo de Cultura Organizacional por Edgar. 2013. Consultado 12 de marzo de 2021. Disponible en línea en: <https://www.toolshero.es/liderazgo/modelo-de-cultura-organizacional-por-edgar-schein/>

influyen dentro de la cultura organizacional, aunque son determinantes para su buen desarrollo en la búsqueda de la cultura ideal. Esto incluye la misión y la visión de una empresa, las guías formales, la identidad corporativa, rituales y diseño.

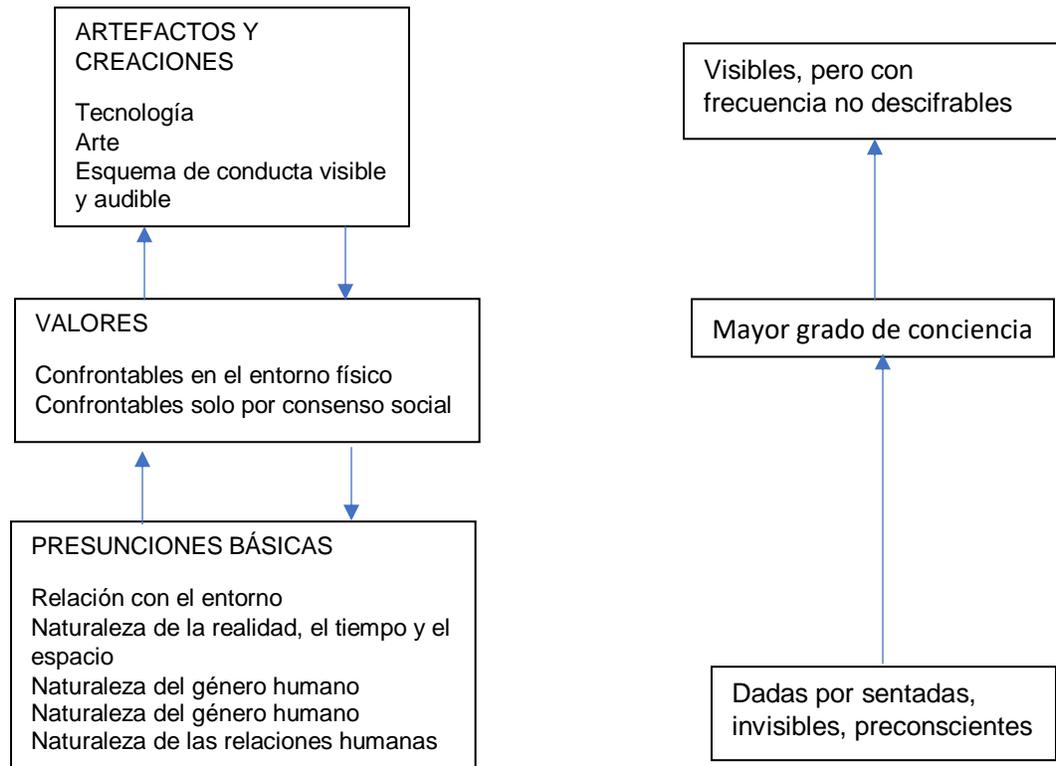
Los tres niveles de la cultura organizacional que propone el presente modelo y cuyo objetivo es comprender el comportamiento de los colaboradores en las empresas, se encuentran perfilados en función del grado de su visualización y que según el autor se dividen así:

Edgar Schein dividió la cultura organizacional en tres diferentes niveles:

1. Artefactos y símbolos (Creaciones): los cuales marcan la superficie de una organización, mediante elementos visibles como son: los logotipos, su estructura física, procesos, uso de prendas corporativas entre otros.
2. Valores adoptados: valores, papeles de la conducta de los colaboradores y su proyección ante el mercado, son el origen de la manera de hacer las cosas en la empresa y representa un mayor conocimiento de la cultura empresarial.
3. Suposiciones básicas y subyacentes (presunciones básicas): se experimentan mediante el comportamiento autoevidente e inconsciente las cuáles se hacen difíciles de identificar desde adentro de la organización y de cada individuo⁵⁶.

⁵⁶ Ibíd., Pág., 1

Gráfica 4. Niveles de cultura y su interacción.



Fuente. Schein. La Cultura Empresarial y El Liderazgo. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15589/mod_resource/content/0/Schein%20La-Cultura-Empresarial-y-El-Liderazgo.pdf p.30

“Modelo también conocido como el modelo de la cebolla en el cual se identifica claramente tres capas, donde la capa exterior la cual es fácil de adaptar y fácil de cambiar; como núcleo se encuentran los supuestos relacionados al funcionamiento del mundo y de acuerdo con las personas que pertenecen a la organización, supuestos derivados de la experiencia y la percepción. Convertidos además en suposiciones inconscientes considerándose así evidentes y que no necesitan ser incluidos”⁵⁷.

⁵⁷ MULDER, P. Modelo de Cultura Organizacional por Edgar. 2013. Consultado 12 de marzo de 2021. Disponible en línea en: <https://www.toolshero.es/liderazgo/modelo-de-cultura-organizacional-por-edgar-schein/>

Gráfica 5. Modelo de cultura organizacional según Schein



Fuente: toolshero. Modelo Schein. <https://www.toolshero.es/liderazgo/modelo-de-cultura-organizacional-por-edgar-schein/>

Modelos de cultura organizacional

Según Nuño⁵⁸

Muchos autores han escrito sobre este tema y para ello se destaca la clasificación hecha por el psicólogo Roger Harrison referente a los tipos de cultura organizacional, y los cuáles se relacionan a continuación:

1. Organizaciones orientadas al poder: cuyo objetivo definido dentro de esta tipología de cultura organizacional es la de incrementar el nivel de competitividad empresarial, destacando su poder y posicionamiento dentro del mercado. Sus valores y enfoque están orientadas a reforzar su posición de poder destacando la toma de decisiones centralizada destacando así la figura de poder del gerente sobre sus colaboradores denotando además la esencia de liderazgo empresarial dentro de este tipo de organizaciones.

“La organización orientada hacia el poder se esfuerza por dominar todo lo que le rodea y por vencer cualquier oposición. No quiere estar sujeta a ninguna ley o poder

⁵⁸ NUÑO, Patricia, Tipos de cultura organizacional, (en línea) En: <https://www.emprendepyme.net/> (Bogotá), 31, enero, 2018. (Consultada: 10, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-cultura-organizacional.html>

externos. Quienes detentan el poder dentro de la organización procuran mantener un control absoluto sobre sus subordinados”⁵⁹.

Cabe resaltar que las organizaciones anteriormente estaban ligadas fuertemente a esta tipología de cultura y solía ser protagonista dentro del entorno empresarial con formas de poder y decisión arbitrarias. Sin embargo, en la actualidad ya son menos las compañías que optan por este modelo de cultura organizacional.

2. Organizaciones orientadas a la norma: se rige bajo la modalidad en el cual garantiza la seguridad y estabilidad de la organización y que, para lograrlo, la empresa se enfoca en el cumplimiento estricto de las normas, la división y cumplimiento de las responsabilidades que cada puesto conlleva, haciendo a su vez un análisis minucioso y exhaustivo de todos los procedimientos y procesos llevados a cabo. Dicho modelo al igual que el anterior está quedando atrás dándole viabilidad a nuevos modelos más flexibles y menos imponentes debido a un constante cambio de la sociedad.
3. Organizaciones orientadas a resultados: centra su objetivo bien definido en la consecución de los objetivos con el logro de resultados, siendo más eficaces en la implementación de los recursos durante el desarrollo de sus procesos. Son organizaciones que optimizan los recursos, reducen costos, se rigen bajo el cumplimiento de objetivos empresariales en corto plazo, empleando los recursos materiales y humanos de manera mínima. Si bien la mayoría de las empresas buscan orientación a resultados es claro que las hace más competitiva dentro de un entorno empresarial que cada día se hace más exigente bajo el marco de la globalización y las tendencias y a su vez más complicado.
4. Organizaciones orientadas a personas: es tal vez la tipología más coherente y centra sus esfuerzos en el desarrollo personal y profesional del grupo de colaboradores, fomentando valores sociales, motivación y creatividad. Gira entorno a el beneficio general y colaborativo respecto a satisfacción del cliente y crecimiento personal y profesional de los colaboradores. Se resalta que en la actualidad son muchas las organizaciones que inclinan su tendencia hacia el cuidado del capital humano puesto que ven en ellos algo más que la prestación de un servicio y lo considera como un principal representante de la marca.

⁵⁹ HARRISON, Roger, Conozca la forma de ser de su organización, (en línea) En: <https://www.diba.cat/> (Deusto, España), 1978, Pág. 4. (Consultada: 12, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.diba.cat/documents/477802/484452/formacio-fitxers-pdf-fons_documental_historic-11conozcaformaserg-pdf.pdf

La forma de ver la cultura organizacional y la de ser una guía para los demás países depende en gran parte al desarrollo de estos, es por eso que “en los países subdesarrollados los tipos de cultura organizacional más generalizados son los de poder. Las organizaciones gastan mucho tiempo en vigilar a los miembros y se basan en recompensas o castigos en el desarrollo de las funciones. El sistema está dotado de docilidad y a la vez rebeldía, ante la imposibilidad de los miembros de aportar valor a la empresa. La organización debe ser capaz de que sus miembros mantengan la lealtad, de lo contrario se desintegrará”⁶⁰.

Mientras que, en los países desarrollados el talento humano busca la satisfacción en otros aspectos y poder aportar en gran medida al desarrollo de la organización, en los países subdesarrollados se hace más fuerte la teoría de tendencia al poder; teniendo en cuenta además su entorno de favorabilidad en aspectos como la economía del país, aspectos sociales y de orden público, los cuales permiten orientar esfuerzos enfocados hacia las personas, las normas o la resolución de problemas.

Los países desarrollados están sufriendo cambios en las culturas de las empresas. Donde la flexibilidad en el trabajo y el cuidado de los empleados es cada vez más importante. Según John Pencavel, profesor de economía de Stanford, asegura “La menor cantidad de horas podría no comprometer los resultados. La menor cantidad de horas podría implicar menores costos laborales. No sólo se beneficia el empleador, sino que también se beneficia el empleado”⁶¹.

Según un nuevo estudio de Boston Consulting Group (BCG) y The Network, titulado “Decoding Global Ways of Working”, sobre el impacto de la pandemia en las preferencias y expectativas de los trabajadores, asegura que el 89% de las personas dijo que la expectativa de trabajar de manera remota es un legado de la pandemia, dicho estudio contó con la participación de 209.000 personas en 190 países. La fuerte irrupción del COVID-19 obligó a gran parte de las organizaciones a adoptar el teletrabajo prácticamente de un día para otro”, explica Cristián Carafí, managing director y partner de BCG en Chile. “Un año después los trabajadores y gerentes han comprobado que es posible desarrollar un modelo de trabajo flexible. Es el momento de que las empresas analicen lo aprendido y den respuesta a las expectativas de los empleados que seguirán después de que termine la pandemia”⁶².

⁶⁰ DA SILVA, Douglas, ¿Conoces los tipos de cultura organizacional? ¿Cuál implementarías en tu organización?, (en línea) En: <https://www.zendesk.com.mx/> (México), 16, septiembre, 2021. (Consultada: 16, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-cultura-organizacional/>

⁶¹ *Ibíd.* <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-cultura-organizacional/>

⁶² BOSTON CONSULTING GROUP, El 89% de las personas espera que sus trabajos sean parcialmente remotos después de la pandemia, (en línea) En: <https://www.bcg.com/> (Buenos Aires), 31, marzo, 2021. (Consultada: 24, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bcg.com/press/31march2021-89-percent-of-people-expect-their-jobs-to-be-partially-remote-after-pandemic>

La anterior, es una clara, sencilla, completa y definida clasificación de los modelos de cultura organizacional, y en la actualidad son muchas las empresas que optan por modelos orientados a resultados y personas, dejando atrás modelos autoritarios mediante la implementación de culturas organizacionales imponentes que no permiten el empoderamiento y la autorrealización del capital humano, dónde se hace mención a empresas como Google y Facebook en las cuáles el centro de la actividad y protagonista, considerado de esa manera el activo más importante de la organización en la actualidad.

Las 7 funciones de la cultura organizacional

Generalmente, el concepto de cultura se relaciona a las características comunes de los miembros de un país y de esa misma manera la cultura organizacional hace referencia a las características comunes que comparten los miembros de una empresa, las empresas han empezado a dar importancia a los aspectos psicológicos y sociales de las personas en las organizaciones, así como sus relaciones. Hoy en día, se apuesta por una cultura fuerte y dominante, la forma en la que quiere ser vista, percibida y elegida por los clientes.

Junto a ello la cultura organizacional cumple con una serie de funciones vitales para las organizaciones en procura de mejora continua, expansión y fidelización de los clientes y dentro de las cuales se pueden mencionar:

- Brinda estabilidad y seguridad a las interacciones de la organización, ya sea entre clientes, colaboradores, socios, accionistas entre otros.
- Articulan e integran los diferentes procesos internos, ayudando a resolver los problemas que surgen en su actividad empresarial.
- Define y asegura la comprensión de la misión y las diferentes estrategias de trabajo dentro de la compañía.
- Establece metas tanto internas como externas, den igual manera centra los esfuerzos en su consecución.
- Ayuda a la empresa a adaptarse dentro del contexto social actual.
- Fomenta la creación y surgimiento de una comunidad.
- Orienta las decisiones de la empresa respecto a lo que conviene y no en la consecución de objetivos organizacionales⁶³.

Robbins y Judge definen “La cultura organizacional como la manera en que los empleados perciben las características de la cultura de una organización, no si les gusta. Es decir, es un término descriptivo. Esto es importante debido a que diferencia este concepto del de satisfacción en el trabajo. Las investigaciones sobre cultura organizacional buscan medir el modo que los empleados ven a su

⁶³ SORDO, Ana Isabel. Cultura organizacional: tipos, elementos y ejemplos extraordinarios, (en línea) En: <https://blog.hubspot.es/> (España), 2015. (Consultada: 13, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica <https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>

organización”⁶⁴. ¿Estimula el trabajo en equipo? ¿Premia la innovación? ¿Apoya las iniciativas? En cambio, la satisfacción en el trabajo busca medir las respuestas eficaces al ambiente del trabajo. Tiene que ver con la forma en que los empleados sienten respecto de las expectativas de la organización, prácticas de recompensa, etc. Aunque los dos términos sin duda tienen características que se traslapan, hay que recordar que el término cultura organizacional es descriptivo, mientras que satisfacción en el trabajo es evaluativo.

De la misma manera Robbins⁶⁵ señala en relación a la cultura organizacional Existen muchos autores que hacen mención de las funciones de la cultura organizacional y quien señala en relación a las funciones de la cultura organizacional como las funciones que tiene la cultura en la organización, las que se relacionan a continuación:

- Define límites y diferencias entre las diferentes organizaciones.
- Da un sentido de identidad a las organizaciones.
- Crea compromisos con la organización por encima de los intereses individuales.
- Proporciona un sistema de control social en las organizaciones.
- Apoya la estabilización del sistema social organizacional

Modelo de cultura organizacional Daniel R. Denison

El modelo desarrollado por Denison⁶⁶ se basa en analizar mediante un paralelo entre la cultura organizacional y las mediciones del desempeño dentro de las cuales se pueden mencionar crecimiento en ventas, calidad, innovación, nivel de satisfacción del talento humano, entre otros; modelo diseñado con base en estudios que permiten evidenciar el impacto de la cultura organizacional teniendo en cuenta factores observados en el desarrollo de sus actividades, los cuales permitieron identificar cuatro características que impactan: involucramiento, consistencia, adaptabilidad y misión.

⁶⁴ ROBBINS, Stephen, P. y JUDGE, Timothy A. Comportamiento Organizacional. (en línea) En: <https://frrq.cvg.utn.edu.ar/> (México), 2009. p.552. (Consultada: 24, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

⁶⁵ ENRIQUEZ CARO, Ricardo. Las funciones de la cultura organizacional, (en línea) En: <https://taemperuconsulting.com/> (Perú), 13, abril, 2014. (Consultada: 12, abril, 2021). Disponible en línea en: <https://taemperuconsulting.com/las-funciones-de-la-cultura-organizacional/>

⁶⁶ GOMEZ DÍAZ, Carlos. RODRIGUEZ ORTIZ, Jenny. Teorías de la cultura organizacional, (en línea) En: <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/> (Buenos Aires), 2013. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/98/2019/03/TeoriasdelaCulturaOrganizacionalCarlosGomezYJennyRodriguezrevision2013.pdf>

Denison plantea la idea central de “hipótesis de cultura fuerte”, la cual sostiene que, a fin de lograr incrementar significativamente el desempeño, la cultura necesita ser tanto fuerte como distintiva. A partir de esto, Denison elabora un modelo que es presentado en un perfil circular. Para ello muestra las cuatro características y al interior de cada una, tres índices que proveen la representación gráfica de la cultura. El modelo ofrece cuatro tipologías de cultura definidas de la siguiente manera:

- Cultura de la adaptabilidad: caracterizada por una concentración estratégica en el ambiente externo a través de la flexibilidad y el cambio para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Cultura de la misión: otorga una importancia crucial a una visión compartida del propósito organizacional.
- Cultura del involucramiento: tiene una concentración principal en el involucramiento y participación de los miembros de la organización.
- Cultura de la consistencia: tiene una concentración interna y otorga un énfasis a la propuesta estable, metodológica y cooperativa de hacer negocios⁶⁷.

De esa manera Denison concluye que la cultura de las organizaciones es eminentemente operacional y definida con enfoque hacia el desempeño en función de la eficiencia organizacional. Dicho modelo es usado para presentar de forma estructurada el análisis de la efectividad organizacional, con base en otros instrumentos desarrollados por el mismo autor.

TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE ANSOFF

“Ansoff es un personaje sobresaliente y fundador del concepto en administración estratégica, su trabajo en el área es globalmente reconocido por representar la vanguardia del paradigma de la administración corporativa moderna. Igualmente ha desarrollado investigación concentrada en los conceptos de turbulencia ambiental, el paradigma contingente del éxito estratégico y la administración estratégica de tiempo real”⁶⁸. Dicho estudio centra su tipología en la evolución de la empresa: el análisis de este tipo de empresas toma en cuenta el dinamismo o estabilidad ante los cambios y su propensión al riesgo; establece como objeto de estudio una tipología cultural caracterizada donde propone cuatro niveles representativos de cultura estratégica, los cuales correlaciona con diversos atributos como: de competencia, culturales, de perfiles empresariales, entre otros. Por lo cual en estudio Ansoff propone siete atributos que son los siguientes:

1. Valores gerenciales, que se refiere a cómo opera la organización en función de

⁶⁷ Ibíd. <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/98/2019/03/TeoriasdelaCulturaOrganizacionalCarlosGomezJennyRodriguezrevision2013.pdf>

⁶⁸ Óp., Cit., <https://taemperuconsulting.com/las-funciones-de-la-cultura-organizacional/>

características internas.

2. El foco de la conducta, que se refiere a lo que se importantiza, o a lo que se presta

atención, ya sea en el marco de eventos interno o hacia el exterior, hacia lo que ocurre en el ambiente.

3. Gatillador de respuesta organizacional al cambio, se refiere a los eventos que generan respuestas organizacionales, que son medidos por la fuerza de las señales necesarias para gatillarlo.

4. Reacción al cambio, se refiere a la forma o tipo de reacción organizacional frente al cambio.

5. El dominio de alternativas en las cuales la organización busca posibilidades de acción. Esto se refiere al marco de referencia de acción, ya sean experiencias pasadas, precedentes de acción, posibilidades globales, posibilidades creativas o posibilidades extrapoladas.

6. La propensión al riesgo en la elección de alternativas, que habla de la aversión o preferencia por el riesgo.

7. Metas de respuesta, que se refiere a la discontinuidad de la experiencia pasada

aceptable en las alternativas de acción. Se refiere a los niveles que mantengan o se alejen del status quo⁶⁹.

Por lo cual, para ello, Ansoff crea una propuesta analítica – práctica que utiliza herramientas cualitativas y cuantitativas, evaluando la cultura organizacional como parte de la planificación estratégica con el fin de resolver un problema netamente organizacional desde una visión total. A partir de esta clasificación de atributos, o en función de ellos, Ansoff propone 4 tipos de cultura organizacional, los cuales se detallan en el cuadro siguiente:

El modelo opera en función de correlacionar el nivel competitivo, el nivel empresarial y la probabilidad de turbulencia futura y, a partir de esto, determinar marcos de acción organizacional. “En función de las características de las tipologías definidas por Ansoff, podría identificarse que algunos ejemplos de la operación de las tipologías son:

- Estable: Unidades de Producción y Unidades de Contabilidad.
- Reactiva: Unidades de Producción/Control Financiero.
- Anticipadora: Unidades de Marketing y Unidades de Producción.
- Iniciativa: Unidades de Investigación de Nuevos Negocios”⁷⁰.

⁶⁹ GÓMEZ DÍAZ, Carlos. RODRIGUEZ ORTÍZ, Jenny. Teorías de la Cultura Organizacional, (en línea) En: <https://www.researchgate.net/publication/> (Santiago de Chile), enero, 2001. Pág., 3. (Consultada: 20 de marzo de 2020). Disponible en la dirección electrónica: https://www.researchgate.net/publication/216737064_Teorias_de_la_cultura_organizacional

⁷⁰ *Ibíd.*, https://www.researchgate.net/publication/216737064_Teorias_de_la_cultura_organizacional

Cuadro 2. Niveles de cultura

TIPOS DE ATRIBUTOS ORGANIZACIONALES	NIVELES DE CULTURA			
	ESTABLE	REACTIVA	ANTICIPADORA	INICIATIVAS
Valores gerenciales	No agitar las cosas	Actúa de acuerdo a lo que venga	Planea anticipadamente	Soñar anticipadamente
Foco de la conducta	Operaciones repetitivas	Eficiencia	Efectividad sinérgica	Efectividad global
Gatillador de la respuesta organizacional al cambio	Crisis	Historia de desempeño insatisfecho	Anticipación de amenazas y oportunidades	Búsqueda continua del cambio novedoso
Reacción al cambio	Rechazo	Adaptación	Anticipación	Busqueda
Fuente de alternativas	Casual	Experiencia pasada	Experiencias pasadas y extrapolación al futuro	Totalidad de oportunidades futuras, incluyendo aquellas no relacionadas con la experiencia pasada
Preferencia por el riesgo	Rechazo	Acepta riesgo familiar	Busca riesgo familiar	Busca transar entre riesgo y ganancia
Metas de respuesta	Restaurar el status quo	Minimiza los problemas de eficiencia organizacional	Mejora el desempeño pasado	El potencial de desempeño mejor posible

Fuente: Ansoff. <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/98/2019/03/TeoriasdeLaCulturaOrganizacionalCarlosGomezYJennyRodriguezrevisión2013.pdf> pág. 4.

En ese orden de ideas y en conclusión se define que a partir de dicha categorización el autor desarrolla la temática del cambio organizacional que tiene su base en la estrategia, identificando el ciclo de acción del desarrollo estratégico, los determinantes de la estrategia y el plan estratégico, que complementa con flujos decisionales y análisis de variables conductuales para finalmente concluir con el método acordeón de administración del cambio.

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Administración: disciplina científica cuyo objetivo es el estudio de las organizaciones, es la encargada de seguir los lineamientos del proceso administrativo mediante: planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos, físicos, financieros, tecnológicos y del conocimiento, de determinada organización y con el fin de obtener el máximo beneficio ya sea social, económico y encaminado a el logro de objetivos de la organización. “La administración es el proceso que busca por medio de la planificación, la

organización, ejecución y el control de los recursos darles un uso más eficiente para alcanzar los objetivos de una institución”⁷¹.

Aptitud: Capacidad que tiene una persona o una cosa para realizar adecuadamente cierta actividad, función o servicio, habilidad natural para adquirir cierto tipo de conocimientos o para desenvolverse adecuadamente en una materia, es una habilidad en potencia. “En psicología, la aptitud es la habilidad que se tiene para lograr algo. También puede definirse como la serie de condiciones o requisitos que tiene una persona para cumplir con una función u objetivo concreto”⁷².

Clima y cambio organizacional: consiste en determinar las percepciones que tienen los individuos a cerca de las características y cualidades de su organización, además es un aspecto clave y determinante al momento de identificar y evaluar la cultura organizacional, permite de esta manera crear estrategias, mejoras en busca del logro de los objetivos. Cambio temporal en la actitud de los integrantes de la organización respecto al ambiente y el entorno que lo rodea, se refiere en cuanto a el conjunto de propiedades o características del ambiente interno laboral percibido por los miembros de una organización y por las cuales determinan e influyen en la conducta de un colaborador. “El Clima Organizacional es un fenómeno interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización (productividad, satisfacción, rotación, etc.)”⁷³.

Cultura: es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social. El término cultura conforme ha ido evolucionando en la sociedad, está asociado a progreso y a valores; proviene del latín *cultus*, el cual hace referencia a la forma del cultivo del espíritu humano y de las capacidades intelectuales del hombre, las cuales se manifiestan de diversas maneras y formas. “Cultura es todo lo existente en el mundo, y es producto de la mente y la mano humana, dentro de lo que se puede mencionar: las fiestas, la gastronomía, los sistemas políticos, la manera libre de pensar, la forma de vestir y las modas, el daño al medio ambiente, la manera de jugar al fútbol, la guerra y las armas, los actos humanitarios, entre otros”⁷⁴.

⁷¹QUIROA, Myriam. Administración. (en línea) En: <https://economipedia.com/> (Guatemala), 29, enero, 2020. (Consultada: 19, agosto, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>

⁷²CHEN, Caterina. Actitud y Aptitud. (en línea) En: <https://www.diferenciador.com/> (Venezuela), (s/f). (Consultada: 16, agosto, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-actitud-y-aptitud/>

⁷³ GONÇALVES, Alexis, P. Dimensiones del clima organizacional, (en línea) En: <http://www.geocities.ws/> (Buenos Aires), julio, 1998. (Consultada:16, abril, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.geocities.ws/janethqr/liderazgo/130.html>

⁷⁴ PORTUGAL, María, G. Concepto de cultura, (en línea) En: <https://www.promonegocios.net/> (España), octubre, 2007. (Consultada: 14, abril, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>

Cultura corporativa: Es básicamente la ideología de una organización, donde, las actitudes, hábitos, creencias, y una serie de comportamientos humanos interactúan en busca del logros personales e institucionales. Su desarrollo libre se guía bajo la dirección y estilo de las prioridades y valores, y de la integración de la fuerza laboral y esencia característica de los colaboradores. “La cultura corporativa u organizacional es, básicamente, la ideología de una empresa: el conjunto de actitudes, hábitos, creencias y comportamientos del grupo humano que la conforma, el modo en que interactúan y la manera en que gestionan las transacciones comerciales externas”⁷⁵.

Desarrollo organizacional: Esfuerzo planificado y sistemático de renovación que involucra a la dirección y abarca a todo el sistema de la empresa con el objetivo de aumentar la efectividad general. Enfoque que se nutre de la planificación empresarial, la dirección por objetivos y las ciencias del comportamiento para producir cambios de manera paulatina, pero sostenida. “Se define al desarrollo organizacional como el proceso de conocer y cambiar la salud, la cultura y el desempeño de la organización. Está diseñado para mejorar las habilidades, el conocimiento y la efectividad individual de una empresa en términos de todos sus objetivos”⁷⁶.

Estructura: define las relaciones oficiales dentro de las organizaciones que permite tener un trabajo sea eficaz, además se refiere a la manera de organización de las partes que conforman un todo. Conformada por el talento humano y son quienes ejecutan las actividades de la organización, relacionándose en forma estructural para llevar a cabo su razón ser y logro de objetivos organizacionales de manera eficaz. “Dentro de la Teoría marxista se entiende a la estructura como el conjunto de las relaciones, sociales y técnicas, de producción. En otras palabras, se hace referencia los vínculos económicos. Por otro lado, también definen a la superestructura como aquello que se relaciona a las instituciones sociales, religión, ideología y a la política, determinado por la estructura”⁷⁷.

Eficacia: Capacidad de lograr los objetivos y metas programados con los recursos asignados en el tiempo preestablecido. Respecto a la eficacia podemos definirla como el nivel de consecución de metas y objetivos, haciendo referencia a nuestra capacidad para lograr lo que nos proponemos. “La eficacia difiere de la eficiencia

⁷⁵ STAROFSERVICE, ¿Qué es la cultura corporativa y por qué es importante?, (en línea) En: <https://www.emprendices.co/> (Bogotá), 29, junio, 2017. (Consultada: 12, agosto, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.emprendices.co/la-cultura-corporativa-importante/>

⁷⁶ GERENS, Escuela de postgrados, ¿Qué es el desarrollo organizacional?, (en línea) En: <https://gerens.pe/blog/que-es-desarrollo-organizacional/> (Lima, Perú), 6, junio, 2006. (Consultada: 24, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://gerens.pe/blog/que-es-desarrollo-organizacional/>

⁷⁷ CONCEPTO.DE. Estructura, (en línea) En: <https://concepto.de/> (Argentina), 5, agosto, 2021. (Consultada: 14, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://concepto.de/estructura/#ixzz7LdS3HwE4>

en el sentido que la eficiencia hace referencia a la mejor utilización de los recursos, en tanto que la eficacia hace referencia en la capacidad para alcanzar un objetivo, aunque en el proceso no se haya hecho el mejor uso de los recursos, es decir, no importa si fuimos eficientes en el proceso llevado a cabo para alcanzar el objetivo y ser eficaces”⁷⁸.

Estrategia: Definido como conjunto de principios y directrices que señalan e indican el camino o dirección, organización y canalización de recursos con el propósito claro del logro de objetivos. Además, se considera la manera de cómo enfrentar determinada acción, teniendo en cuenta aspectos a realizar y los que no y donde el uso de herramientas e instrumentos son determinantes para llevar a cabo los objetivos de un plan. “La define como la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa, la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas”⁷⁹.

Evaluación: consiste en la revisión minuciosa de un plan, tarea, proyecto de manera parcial o total, con el fin de medir de forma objetiva los resultados obtenidos en relación a los previstos y a los niveles de eficiencia, productividad, calidad. Permite adicionalmente determinar desviaciones y su adopción de medidas correctivas las cuales van a garantizar el cumplimiento de las metas programadas. “Se denomina evaluación al proceso dinámico a través del cual, e indistintamente, una empresa, organización o institución académica puede conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y flaquezas y así reorientar propuestas o bien focalizarse en aquellos resultados positivos para hacerlos aún más rendidores”⁸⁰.

Valores y creencias: Dentro y fuera de la organización los valores y creencias son de gran importancia y relevancia que caracterizan los principios de las personas y las cuales apuntan a realizar acciones que impliquen hacer el bien ante cualquier circunstancia y situación. “Los valores son afirmaciones acerca de lo que está bien o mal de una organización. Creencia es la percepción de las personas entre una acción y sus consecuencias. Valores y creencias se concretan por medio de normas, cuyo papel es especificar el comportamiento esperado”⁸¹.

⁷⁸ GERENCIE. Diferencia entre eficiencia y eficacia, (en línea). En: <https://www.gerencie.com> (Bogotá) 11, enero, 2019. (Consultada: 14, abril, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/diferencias-entre-eficiencia-y-eficacia.html>

⁷⁹ MARCOS, Loren Altagracia, La cultura organizacional. Escuela de Organización Industrial. (en línea). En: <https://www.eoi.es> (España) 2012. (Consultada: 26, septiembre, 2020). Disponible en Línea en: <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/02/27/la-cultura-organizacional/>

⁸⁰ UCHA, Florencia. Definición evaluación. (en línea). En: <https://www.definicionabc.com> (Bogotá) 15, marzo, 2009. (Consultada: 16, abril, 2020). Disponible en línea en: <https://www.definicionabc.com/general/evaluacion.php>

⁸¹ ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La cultura organizacional. (en línea) En: <http://admindeempresas.blogspot.com> (Bogotá). 14, mayo, 2007. (Consultada: 12 de marzo de 2020, disponible en línea en: <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/05/la-cultura-de-la-organizacin-i.html?m=1>

3. METODOLOGÍA

3.1 PARADIGMA

La presente investigación se enfoca dentro de marco del paradigma positivista ligado a la investigación cuantitativa, el cual “reúne y relaciona ejemplos y teorías que se formulan dentro de él. Según Herrera⁸² El paradigma positivista también llamado (cuantitativo, empírico-analítico, racionalista) busca explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar teorías y leyes para regular los fenómenos; identificar causas reales, temporalmente precedentes o simultáneas, esto permite el análisis de la cultura organizacional de las empresas de carga masiva.

3.2 ENFOQUE

En la investigación se desarrolla el enfoque cuantitativo, el cual utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Según Hernández⁸³

Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis.

3.3 MÉTODO

El método a desarrollar en la presente investigación es el método científico, que además se lo conoce como empírico analítico, el cual contiene características de la realidad tangible y única que mediante su fragmentación permite un estudio amplio y eficaz; y que para su estudio se realizan mediciones controladas de las diferentes variables y técnicas estadísticas para tratarla, utilizarla y posteriormente

⁸² HERRERA RODRIGUEZ, José Ignacio. Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos. (en línea) En: <https://www.indteca.com/> (Chuquipata, Ecuador). 5, febrero, 2018. p. 7. (Consultada: 23, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173/170

⁸³ HERNÁNDEZ, Sampieri, Roberto, Baptista María del Pilar. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, (en línea) En: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/> (México). 2014. p. 4. (Consultada: 24, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

analizarla, todo con el fin de predecir hechos del método y que permitan tener validez universal.

De acuerdo con lo citado por Quijano⁸⁴, el método científico tiene las siguientes características:

- Asume que la realidad es tangible.
- La realidad es única, pero se necesita fragmentarla para poderla estudiar (reduccionismo).
- Hace mediciones controladas de variables.
- Utiliza información cuantitativa y técnicas estadísticas para tratarla y analizarla.
- Busca obtener generalizaciones con validez universal, que permitan predecir hechos desde la teoría.
- El sujeto de investigación se distancia del objeto de investigación, buscando la objetividad en el proceso de conocimiento.

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a utilizar es descriptiva, por cuanto se requiere una descripción detallada y exacta de las condiciones actuales de las empresas del sector transporte de carga masiva objeto de estudio ya que dicha investigación se basa en el estudio de los distintos comportamientos presentados en determinado grupo de personas, colaboradores de las empresas en mención y por ende permitir la identificación de una cultura organizacional.

“Muchas disciplinas científicas, especialmente las ciencias sociales y la psicología, utilizan este método para obtener una visión general del sujeto o tema. Algunos sujetos no pueden ser observados de ninguna otra forma; por ejemplo, un estudio de caso social de un sujeto individual representa un diseño de investigación descriptiva y esto permite la observación sin afectar el comportamiento normal”⁸⁵.

3.5 POBLACIÓN

3.5.1 Población

Se cuenta para la población con 30 empresas de carga masiva en la ciudad de Pasto, de acuerdo a bases estadísticas de la Cámara de Comercio de Pasto 2020, por lo cual las 30 empresas se retoma el siguiente listado en el recuadro y el cuál se convierte en la población para esta investigación.

⁸⁴ QUIJANO VODNIZA, Armando José. Guía de investigación cuantitativa. Institución Universitaria CESMAG. San Juan de Pasto. 2009. p. 76.

⁸⁵ SHUTTLEWORTH, Martyn. Diseño de Investigación Descriptiva. Consultada 20 de abril de 2020. Disponible en línea en: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>

Para ello se relaciona a continuación el listado de empresas que manejan su operación dentro de la delimitación del presente trabajo investigativo mediante la siguiente información:

Cuadro 3. Empresas de carga masiva en Pasto

EMPRESA	NIT	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Transportes Humadea	830096376-7	clle 9A # 16A 02 Av panamericana	3216043727
<i>Trasorienta</i>	890910871-2	clle 17 # 19 02 Fátima	7213073
<i>Asociación de transportadores de carga</i>	901336232-3	cra 7 # 7 25 Granada	3165635128
<i>Compañía distribuidora de carga CDC</i>	900087921-7	km 4 via perimetral	7211733
<i>Logística y asesoría en operaciones de vehículos de carga de Colombia S.A.S</i>	901081647-1	cll 12 # 20 08 Av Boyacá	7227472
<i>Andina de carga internacional S.A.S</i>	900800908-1	cll 12 # 6 33 chupal	3174272955
<i>Transportadora de carga por Colombia S.A.S</i>	900440009-8	clle 15 # 12A 41 las violetas	7213167
<i>Operador logístico de carga Logimax S.A.S</i>	900769542-6	cra 25 # 20 25 centro	3014421081
<i>Administradores de carga especializada ACE S.A.S</i>	900804392-8	casa 1 pinazaco	7312132
<i>Transporte internacional de carga SATIC S.A</i>	830514800-0	cra 15 # 18 32 javeriano	7331078
<i>Compañía de carga rápida Ceballos S.A.S</i>	901451354-5	clle 18 # 30 44 torre parque central 1405	3116683133
<i>Carga logística y transportes Oriente S.A.S</i>	901139046-5	cll 17 # 12 92 Fátima	7212527
<i>Transportes T Y M S.A.S</i>	800249053-2	cra 11 18 A 50 Fátima	3148336711
<i>Transportadora comercial Colombia TCC S.A.S</i>	860016640-4	Km 12 vía salida al sur	7312997

Intermodal	860053047-3	cll 17B # 21 48	7206837
<i>Servivelez del sur S.A.S</i>	900707326-6	calle 13 # 18 34 Las Américas	7207236
<i>Transprensa</i>	890301067-4	cra 19 # 12A 13 Las Américas	7382001
Saferbo	890920990-3	cra 24 # 12 07	7290303
LG Operadores logísticos S.A.S	900292448-2	cra 15 # 18 55	7291667
Rivera transporte de carga internacional		cll 22 # 21 13 Av Santander	7207853
Transporte internacional galeras S.A.S	900169861-6	calle 11 # 17 64 Fátima	3226657277

Fuente: Base de datos Cámara de Comercio de Pasto. 2020

3.5.2 Muestra

Al ser una población de 30 empresas, estas se presentan como la muestra de la investigación de este proyecto.

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

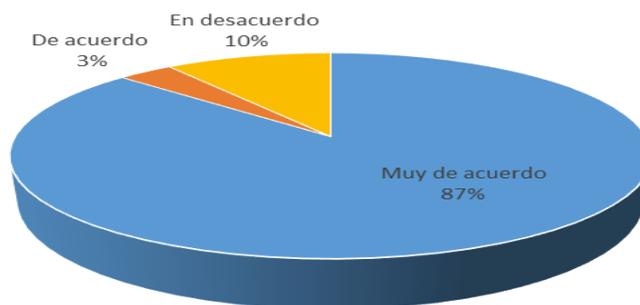
Para el desarrollo del trabajo de grado se utilizarán las siguientes fuentes de recolección de información de la siguiente manera:

- Fuentes primarias: se utilizará la encuesta que será aplicada a la muestra objeto de estudio.
- Fuentes secundarias: se consultarán libros, trabajos de grado, revistas, periódicos, boletines para el desarrollo de la investigación.
- Fuentes terciarias: se revisarán libros electrónicos, documentos que aparezcan en blogs, trabajos de grado de páginas electrónicas, entre otros.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Realizado el trabajo de campo con la visita a las empresas que estuvieron prestas a brindar su aporte mediante el desarrollo de un cuestionario con ítems y dentro del desarrollo del presente trabajo investigativo enfocado en la cultura organizacional se da lugar al análisis de cada una de las preguntas enfocadas dentro del mismo, resuelto por cada uno de los líderes de las organizaciones y que cuyo resultado se detallan a continuación. Cabe resaltar que la respuesta dada dentro del cuestionario es interpretada con la autonomía del encuestado con respaldo en cuanto a alguna aclaración por parte del investigador del presente trabajo, además de la disposición de la gran mayoría de los líderes de las organizaciones en su tiempo para la implementación del instrumento de investigación; mediante el análisis de los 46 ítems se dio conocer la percepción que tienen las empresas en torno a un tema relevante y esencial dentro y fuera de las organizaciones enfocada a analizar la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva y los alcances que puede tener su mejora dentro de las mismas.

Gráfica 6. Nivel de competitividad.

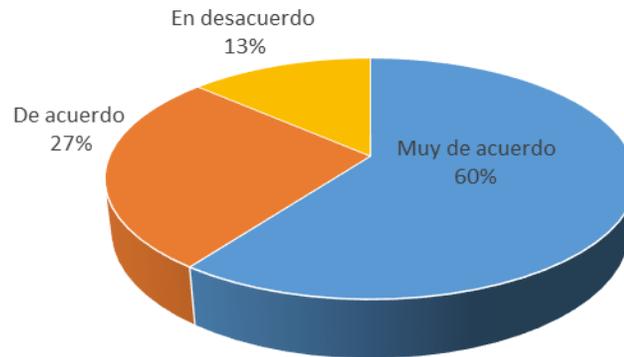


Fuente: la presente investigación.

Las empresas por lo general tratan de cumplir una serie de objetivos y dentro de los cuales se puede mencionar el aumentar los niveles de competitividad y por lo cual 26 empresas correspondientes al 87% afirman que es muy importante y están plenamente de acuerdo en que seguirá siendo un objetivo fundamental dentro de las empresas el lograr aumentar los niveles de competitividad dentro del sector terciario y aportar en gran medida a la economía regional y por ende nacional; por otra parte, el 10% comprendido en 3 empresas manifestaron que su objetivo es lograr permanencia dentro del sector ya que es complejo competir a nivel de empresas grandes del sector y debido a la escasa visión comprendida dentro del crecimiento de la organización y con lo cual se evidencia que la mayoría de las empresas se enfocan en lograr de manera positiva un impacto dentro de la

economía regional y nacional aumentando los niveles de competitividad, como lo muestra la gráfica 6.

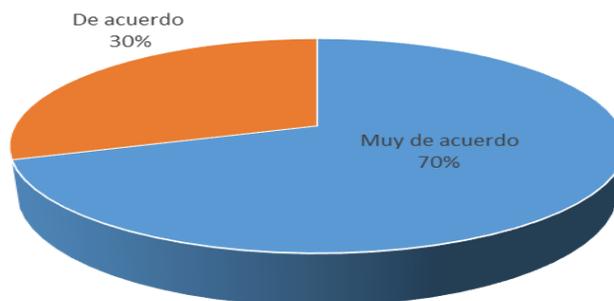
Gráfica 7. Posicionamiento en el mercado.



Fuente: la presente investigación.

De la mano del anterior objetivo se encuentra el posicionamiento que buscan las empresas dentro del sector transporte de carga masiva para lo cual 18 empresas correspondientes al 60% afirman que su claro objetivo es lograr posicionamiento dentro del mercado y están muy de acuerdo como se refleja en la gráfica 7 respondiendo además el 27% de acuerdo siendo un total de 26 empresas que se enfocan en lograr el posicionamiento dentro del sector; por otra parte, el 13% de las empresas aclaran que se encuentran en desacuerdo, puesto que manejan un objetivo de permanencia dentro del sector debido a su escasa visión corporativa de crecimiento e índices de competitividad al igual que encontrar un nivel óptimo de competitividad adecuado que le permita lograr crecer.

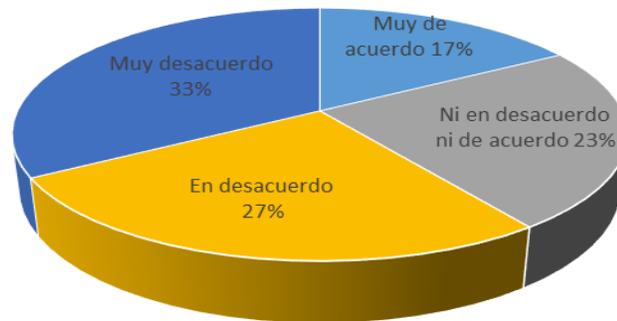
Gráfica 8. Toma de decisiones nivel directivo.



Fuente: la presente investigación.

En cuanto a la toma de decisiones de las empresas de carga masiva se manejan de manera centralizada por lo cual el 70% de las encuestas lo demuestran ya que sus sedes principales están ubicadas en departamentos como Valle del Cauca, Cundinamarca, Antioquia entre otros y las ordenes son emitidas desde allí, por lo general son empresas de gran reconocimiento a nivel nacional, mientras que 9 empresas dentro del municipio de Pasto manejan de manera descentralizada la toma de decisiones, como se refleja en la gráfica 8, ya que son sucursales regionales que emiten ordenes, dirigen y controlan su operación desde la ciudad origen o de cierta manera se les entrega autonomía para que las directivas de cada región tomen las decisiones pertinentes para que permitan un adecuado desempeño de funciones y desarrollo de operaciones en cuanto a manejo de rutas y carga nacional. Cabe resaltar que las ordenes emitidas siempre giran en torno a una cabeza principal de la organización ya sea junta directiva, accionistas o gerente de las empresas.

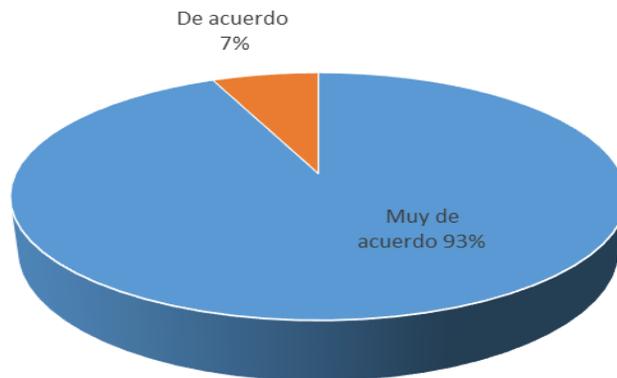
Gráfica 9. Toma de decisiones



Fuente: la presente investigación.

Para las empresas el tomar una decisión implica una acción determinante que en lo esperado se enfoca sea algo acertado que genere impacto positivo dentro de la misma, pero para los diferentes grupos dentro de las organizaciones se pueden manifestar con alto nivel de imponencia y que se califican con 10 empresas muy desacuerdo y 8 en desacuerdo abarcando el 60% de las encuestas; el 17% restante por el contrario afirman que la toma de decisiones se realiza de manera contraria y permite cierto grado de democracia entre los miembros de los altos mandos ya sea junta directiva, socios entre otros. Por otra parte, el 23% correspondiente a 7 empresas manifiestan una postura neutra frente al interrogante como lo muestra la gráfica 9, debido a que si es una decisión relevante o significativa la toman los directivos de la organización y si es de fácil manejo la toman los jefes de las diferentes sucursales.

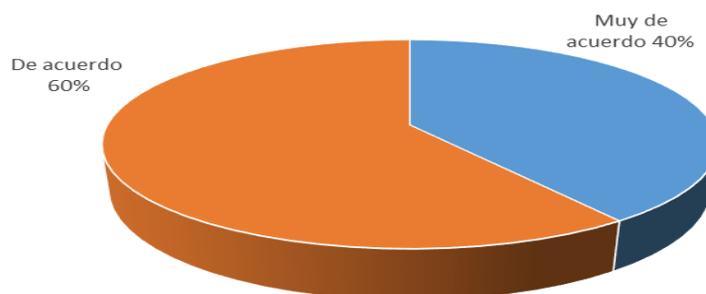
Gráfica 10. Enfoque en cumplimiento estricto de normas y responsabilidades del cargo.



Fuente: la presente investigación.

Dentro y fuera de las organizaciones se cumplen ciertas normas y reglas que permiten tener responsabilidades y mayor tendencia al logro de objetivos gracias a ello se han obtenido muchos logros en varias empresas del sector de carga masiva y como se define claramente en la gráfica 10, donde se afirma de manera mayoritaria que el 93% de las empresas encuestadas giran en torno al cumplimiento estricto de normas y responsabilidades como parte fundamental de su cultura basada en responsabilidad, disciplina y constancia cuyo objetivo principal es tener un plus que le permita afianzarse a sus objetivos corporativos. Bajo esos mismos lineamientos, aproximadamente el 7% correspondientes a tan solo 2 empresas manifiestan similitud en cuanto al cumplimiento de normas y responsabilidades, teniendo en cuenta que se les permite realizar tareas asignadas, de manera que exista confianza y empoderamiento, sin salirse del marco de cumplimiento y responsabilidad.

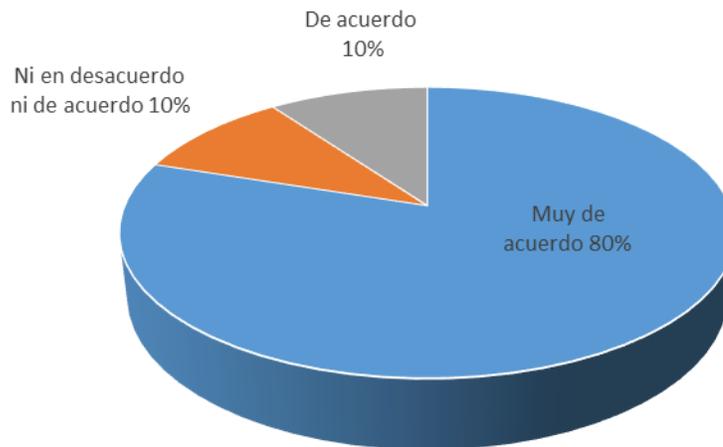
Gráfica 11. Consecución relevante de objetivos.



Fuente: la presente investigación.

Para la totalidad de las 30 empresas encuestadas como se analiza en la gráfica 11 es importante la consecución de objetivos, donde el 60% está de acuerdo y el 40% está muy de acuerdo en la relevancia del logro de objetivos debido a que es parte de la cultura hacia el logro con impactos significativos dentro y fuera de la organización y por lo cual afirman que se definen con indicadores de cumplimiento que les permite medir el logro ya sea corto o largo plazo de objetivos corporativos.

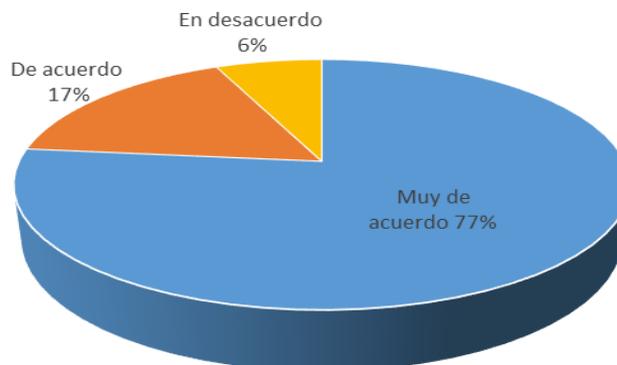
Gráfica 12. Obtención primordial de resultados.



Fuente: la presente investigación.

Para las organizaciones es muy importante el logro de resultados para alcanzar ciertos objetivos como posicionamiento, mantenerse en el mercado, crecimiento entre otras, por tal razón la gráfica 12 muestra la percepción de las empresas encuestadas en base a la obtención de resultados de manera primordial por la cual el 80% de las empresas respondieron muy de acuerdo acompañado del 10% con un total a favor de 27 empresas que manifiestan la prioridad en la obtención de resultados que garanticen un camino hacia el logro de objetivos. Mientras que el 10% comprendido en 3 empresas mantienen una postura neutra frente a la obtención de resultados puesto que dentro de esas empresas no es tan relevante ni primordial solo lo hacen de manera que la empresa se mantenga dentro del mercado.

Gráfica 13. Optimización de recursos humanos



Fuente: la presente investigación.

El capital humano dentro y fuera de la organización es de vital importancia porque es el motor de la empresa que de manera articulada entre sus miembros y dependencias permitiendo de esa manera un trabajo de acción conjunta orientada al logro de objetivos corporativos; por lo cual las empresas encuestadas manifestaron que su optimización es relevante con el 77% de las mismas ya que es de vital importancia en la optimización del talento humano, puesto que las empresas tratan de convertir al colaborador en una persona multifuncional y permite de cierta manera ahorrar tiempo, dinero y garantiza a las empresas eficiencia y productividad con el menor recurso disponible. Por otra parte, como se analiza en la gráfica 13, el 6% de las empresas encuestadas manifiestan que dentro de dichas organizaciones no es de gran importancia por la cual no se optimiza el talento humano y existe personal altamente calificado en el desempeño de sus funciones y áreas acompañado del tiempo que el personal las viene realizando.

Gráfica 14. Optimización recursos financieros.



Fuente: la presente investigación.

En la siguiente gráfica se detalla la percepción de las empresas encuestadas con relación a la optimización de los recursos financieros y por el cual las mismas velan por su capital y que según la gráfica 14, el 80% de las empresas se enfocan en realizar una planeación financiera mediante la elaboración de presupuestos, mejorar un flujo de caja, establecer objetivos claros, con el fin de optimizar el recurso financiero. Por otra parte, aproximadamente el 6% correspondiente a 2 empresas no tienen claro la elaboración de planes financieros ni presupuestos con los cuales en muchas ocasiones se incurren en pérdidas para la organización o gastos innecesarios que permiten de cierta manera alcanzar los objetivos, pero sin medir el capital invertido por las empresas.

Gráfica 15. Optimización de recursos materiales.



Fuente: la presente investigación.

En relación con los recursos materiales la gran mayoría de las empresas encuestadas manifiestan su preocupación y cuidado por la optimización de estos (ver gráfica 15), dónde, 27 de las empresas encuestadas correspondientes al 90% se interesan por el cuidado y optimización de los recursos materiales de la organización utilizando estrategias de reutilización de insumos, manejo de residuos como papel, plástico y cartón, con los cuales le permiten economizar en gran medida el capital financiero de la empresa. De la misma manera, el 10% de las empresas manifiestan su postura de acuerdo con la optimización de recursos ya que identifican que es benéfico para la organización y se vela por el cuidado del capital económico de la misma.

Gráfica 16. Desarrollo personal y profesional de los colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

El desarrollo personal y profesional de los colaboradores hoy en día es muy importante ya que permiten cualificar y calificar la mano de obra dentro de las empresas y como se analiza en la gráfica 16, comprendida con 25 empresas cerca del 83%, se prioriza el crecimiento personal y profesional ya que encuentran dentro de éste factor un potencial que permite a la organización contar con profesionales integrales con correcto desenvolvimiento dentro de sus funciones, aumentar la creatividad y su productividad, lograr además un impacto positivo tanto a su cliente externo como interno. Por otra parte, tan solo el 17% concentrado en 5 empresas encuestadas manifiestan que no fomentan el crecimiento personal ni profesional ya que encuentran apatía con el estudio y no miran un beneficio sino un gasto a la empresa, por lo cual para dichas empresas no es relevante el desarrollo personal ni profesional de los colaboradores.

Gráfica 17. Fomento de valores sociales, motivación y creatividad de los colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

Analizando la gráfica 17, el 63% de las empresas propicia un ambiente donde se permite fomentar valores sociales, motivación y creatividad del grupo de colaboradores ya que se cuenta con capital de trabajo integro con tendencia al logro de objetivos, dicho porcentaje va de la mano del 27% de las empresas que mantienen una postura a favor y están de acuerdo en el fomento de valores dentro y fuera de la organización como parte de su cultura organizacional; tan solo un 10% de las empresas no evidencian una postura de aplicación de valores, ni motivación ni creatividad ya que carecen de personal idóneo que les permita explorar y explotar el potencial que cada colaborador posee.

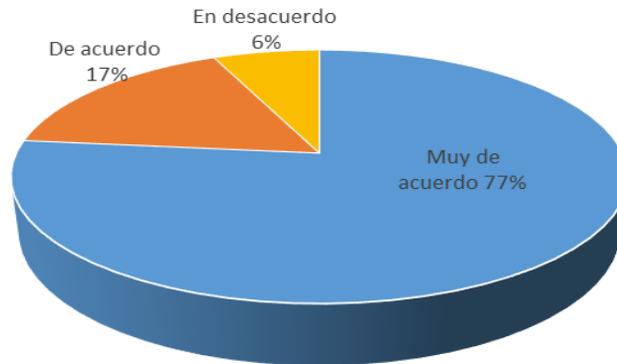
Gráfica 18. Satisfacción del cliente interno y externo.



Fuente: la presente investigación.

En las empresas es muy importante mantener buenas relaciones con el cliente interno y el externo ya que son de gran ayuda y sirven de voz a voz o referidos para que la línea de clientes se amplíe mucho más, según la gráfica 18, el 73% se enfoca en la satisfacción tanto de cliente interno y externo con lo cual le permite ampliar su nivel de ventas mediante envíos constantes y descuentos que fidelizan clientes, mientras que el 20% mantienen una perspectiva neutra frente a la satisfacción de los clientes, puesto que manejan tarifas que se ajustan a la demanda de los clientes y manejan clientes desde años atrás y se han mantenido con los mismos sin afectar su nivel de ventas con una satisfacción enfocada en el cliente externo; por otra parte, se encuentra la postura de 2 empresas que no se enfoca en la satisfacción de los clientes por que se han acostumbrado a llevar su operación de manera conservadora sin visión de crecimiento ni mejorar niveles de satisfacción.

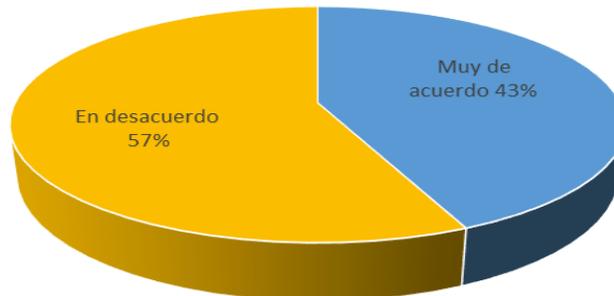
Grafica 19. Estrategias para competir en el mercado.



Fuente: la presente investigación.

Las empresas ya sea para mantenerse o crecer dentro del mercado y especialmente dentro del sector de carga masiva, tienen que implementar estrategias que le permitan de cierta manera competir dentro del entorno económico y que según 23 empresas mantienen una perspectiva positiva y procuran una implementación por parte de la gerencia estrategias para abarcar un mercado completamente cambiante con tendencia a la globalización, el 17% mantienen una postura afirmativa donde plantean que existen estrategias no tan fuertemente definidas pero tratan de llevarlas a cabo para competir dentro del sector de carga masiva, mientras que los gerentes de 2 empresas afirman que no se centran en ello ni tienen visión de crecimiento dentro del sector de carga masiva como se refleja claramente en la gráfica 19.

Gráfica 20. Incentivos o beneficios económicos por cumplimiento de metas y logros.



Fuente: la presente investigación.

Los incentivos económicos dentro de las organizaciones son de vital importancia ya que de esa manera motivan e incentivan al grupo de colaboradores y crean a su vez sentido de pertenencia ya que bajo los lineamientos de la cultura organizacional abarcan la cultura de premio por el esfuerzo ya sea por cumplimiento de metas o logros personales o dentro de sus funciones y como se analiza en la gráfica 20, existe postura dividida en relación a éste factor, puesto que, no se evidencia la implementación de un sistema de incentivos en 17 empresas; esto obedece a que la única área encargada de aperturas de nuevos convenios es la gerencia y que en muchas ocasiones se rige a las órdenes de ciudades capitales impidiendo crear una serie de incentivos al grupo de colaboradores, mientras que 13 empresas comprendidas en el 43% afirman que existe beneficios económicos por el cumplimiento, con lo cual, establecen una cultura de premios e incentivos permitiendo al grupo de colaboradores mantenerse motivados y entregados en su labor diaria.

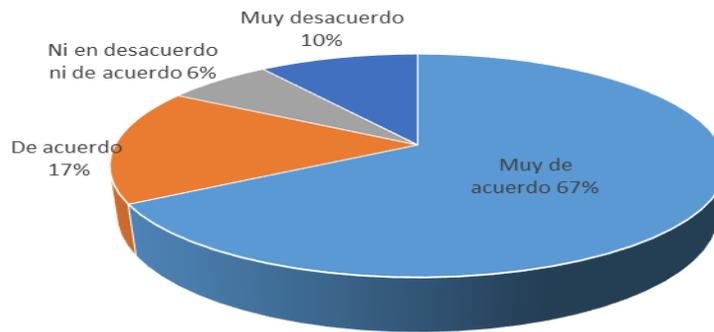
Gráfica 21. Respeto y confianza mutua entre colaboradores y la dirección de la organización.



Fuente: la presente investigación.

El respeto dentro y fuera de la organización es muy importante entre sus miembros ya que se enfocan en el cumplimiento de objetivos y trabajo constante y en equipos creando un ambiente y una cultura de respeto y esto se refleja entre todo el grupo de colaboradores, según la gráfica 21, de las 30 empresas encuestadas, 28 manifiestan una postura muy de acuerdo a la existencia de respeto y confianza mutua entre todo el grupo de colaboradores y la dirección de la organización, el 7% restante con 2 empresas manifestaron una postura de acuerdo, abarcando la totalidad de las 30 empresas que se enfocan de manera positiva y favorable frente a la confianza y respeto dentro de la organización.

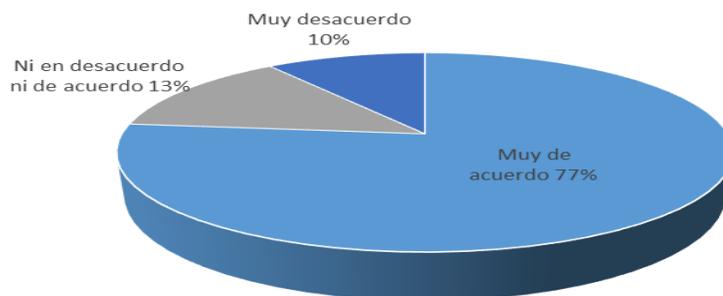
Gráfica 22. Reuniones periódicas para comunicar problemas de la empresa.



Fuente: la presente investigación.

La gráfica 22 se hace mención a la realización de reuniones de manera periódica con el fin de brindar información de los diferentes problemas de la organización, donde se valida que aproximadamente el 67% de las mismas mantienen una postura muy de acuerdo y manifiestan que se propician espacios para dar a conocer la situación actual de la organización especialmente entre las directivas cuando existe problemas relevantes que solo compete a las altas directivas, mientras que 5 empresas las realizan de acuerdo y con mayor razón cuando existen problemas operativos que involucren el capital humano operativo de la organización, por otra parte, en dos encuestas se manifiesta una postura neutra frente a dicho precepto y finalmente 3 empresas de las 30 encuestadas manifestaron que no realizan reuniones periódicas para mencionar problemas de la organización debido a que existe demasiada operación y no se permite espacios para mencionar problemas referentes y porque además existen problemas dentro de la organización que son solucionados en la mayor brevedad posible sin que afecte la actividad de las empresas.

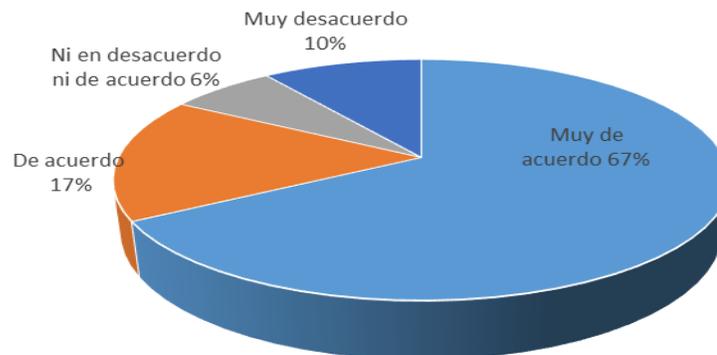
Gráfica 23. Estabilidad laboral de colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

La estabilidad laboral del grupo de colaboradores garantiza seguridad y confianza entre sus miembros ya que con ello se garantiza estabilidad y seguridad y aporta a la organización en reducción de costos innecesarios en capacitaciones e inducciones y reduce el indicador de rotación de personal creando estabilidad laboral y sentido de pertenencia con todo el grupo de colaboradores, y como se refleja en la gráfica 23, de las 30 empresas encuestadas, 27 responden de manera favorable y muy de acuerdo a la estabilidad laboral brindada por parte de la organización creando un impacto positivo y favorable con el capital humano permitiendo autorrealización y eficiencia de sus labores, mientras que 4 empresas manifiestan una postura neutra frente a la estabilidad por cuanto el colaborador es partícipe de dicho logro y si se comete alguna falta en contra del reglamento dicha estabilidad se verá afectada y si no lo es, puede garantizar su estabilidad dentro de la organización. Finalmente 3 empresas manifiestan una postura en desacuerdo debido a que ha existido filtros de contratación donde no se elige al personal adecuado y faltas al reglamento interno de trabajo.

Gráfica 24. Ambiente familiar de la organización.

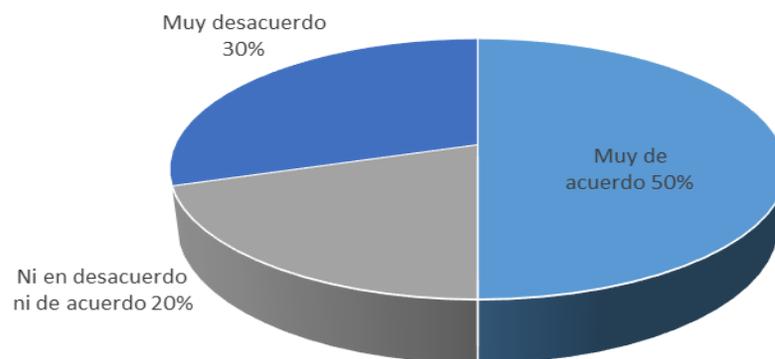


Fuente: la presente investigación.

Un aspecto fundamental dentro de las organizaciones hoy en día es el crear espacios y ambientes laborales agradables y adecuados para el grupo de colaboradores, y que, a su vez sean motivantes e inspiradores, acogedores y familiares dentro de la organización debido a que de cierta manera el lugar de trabajo se convierte en el segundo hogar y gran parte del tiempo está destinado a cumplir obligaciones laborales y la otra se encuentra para la vida personal y compartir con la familia tanto como hijos, esposos, y demás roles de familia. Por lo cual, en la gráfica 24, las empresas encuestadas manifiestan que 20 de ellas propician espacios agradables y familiares para el desarrollo de las funciones del grupo de trabajo y permiten un óptimo desempeño de sus funciones manteniendo una postura muy de acuerdo, mientras que 5 empresas se presentan con una postura de acuerdo respondiendo al tema en cuestión ya que las empresas se enfocan en desarrollar actividades como cumpleaños, logros del capital humano, reconocimientos entre otros permitiendo de esa manera, crear espacios y ambientes

familiares dentro de la organización. Tan solo 2 empresas correspondiente al 6% de las encuestadas afirman que en ciertas ocasiones se mantiene el ambiente familiar pero en otras no se logra, puesto que existen diferentes puntos de vista entre sus miembros y no se llega a acuerdos que beneficien al grupo de colaboradores, finalmente 3 empresas manifiestan que las organizaciones no se preocupan por la creación de ambientes laborales sanos y agradables debido a diferencias entre sus miembros afectando su desempeño dentro del desarrollo de sus funciones.

Gráfica 25. Empresa dinámica y emprendedora.



Fuente: la presente investigación.

En la siguiente gráfica correspondiente a la 25, se define la perspectiva de las empresas en cuanto a su dinamismo y emprendimiento, donde existen posturas de dinamismo y emprendimiento, son ejes fundamentales para el desarrollo de su razón social y referentes para el cumplimiento de los objetivos corporativos, por otra parte, 6 empresas mantienen una postura neutra frente a la pregunta ya que no identifican en varias ocasiones ese enfoque emprendedor dentro de la organización pero si resaltan el dinamismo de su operación para llevar a cabo su razón social, cabe resaltar que dicho dinamismo es enfocado en el día a día de su trabajo pero sin tener una visión con claridad. El 30% correspondiente a 9 de las empresas encuestadas concluyen que están en desacuerdo ya que no se evidencia dinamismo ni emprendimiento por parte de ellas y como se vio las gráficas anteriores su interés radica en mantenerse en el mercado, sin incursionar en el mercado.

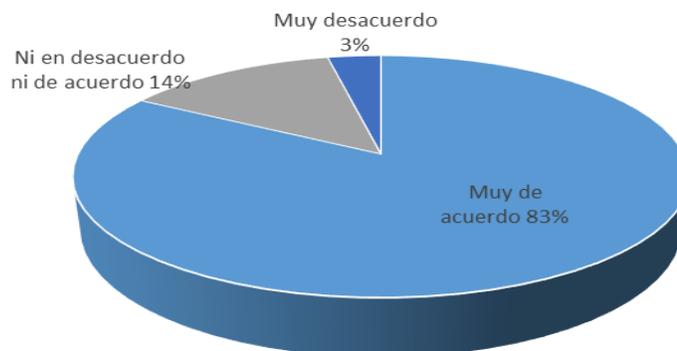
Gráfica 26. Importancia de la empresa en relación a la competitividad y el logro.



Fuente: la presente investigación.

El enfoque relacionado a la competitividad y el logro dentro de las empresas del sector transporte de carga masiva impacta de manera positiva como se identifica en la gráfica 26, donde 22 empresas manifiestan que como líderes y gerentes de dichas empresas el ideal de toda organización es ser competentes y lograr diferentes objetivos corporativos y que a su vez dependen también de las ordenes emitidas por las directivas de la empresa sin tener en cuenta el nivel de centralización que manejan, imposibilitando la toma de decisiones de manera autónoma, mientras que 4 empresas manifiestan una postura neutra frente a dicho concepto ya que desconocen si la proyección de la empresa está enfocada en la competitividad y el logro; de acuerdo al análisis y en último lugar se encuentra la postura de 4 empresas restantes que afirman que se encuentran muy desacuerdo que a las empresas se les brinde la importancia en relación a competitividad y logro, debido a que su objetivo organizacional es mantenerse dentro del sector transporte de carga masiva sin tener una visión más objetiva que establezca parámetros de logro de objetivos.

Gráfica 27. Estabilidad de los colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

La estabilidad laboral de los colaboradores depende en gran magnitud del nivel de desempeño de sus funciones y su adaptabilidad dentro de la organización y que como empresas de carga masiva expresadas con el apoyo de los gerentes y líderes manifiestan mediante el instrumento de consulta que es de vital importancia para no incurrir en costos y gastos innecesarios debido a capacitaciones y reinducciones sino por el contrario garantizar espacios y condiciones laborales que afiancen el trabajo del grupo de colaboradores y motiven al capital humano en general, y según gráfica 27 se analiza el concepto de estabilidad laboral de los colaboradores con 25 empresas que responden afirmativamente y muy de acuerdo a garantizar estabilidad para el capital humano, mientras que 4 empresas mantienen una perspectiva de neutralidad debido a que la estabilidad depende del desempeño y nivel de productividad en sus labores e ideales con los cuales se compagina entre los miembros de la empresa y los valores corporativos con los cuales se identifica el capital humano, tan solo una de las 30 empresas correspondiente al 3% de las encuestadas manifiestan que la organización no centra su interés en el cuidado del capital humano, no por la eficiencia sino por el tipo de cultura que caracteriza a la organización donde se impone sin permitir el empoderamiento dentro del desarrollo de funciones.

Gráfica 28. Directivos mentores o maestros.

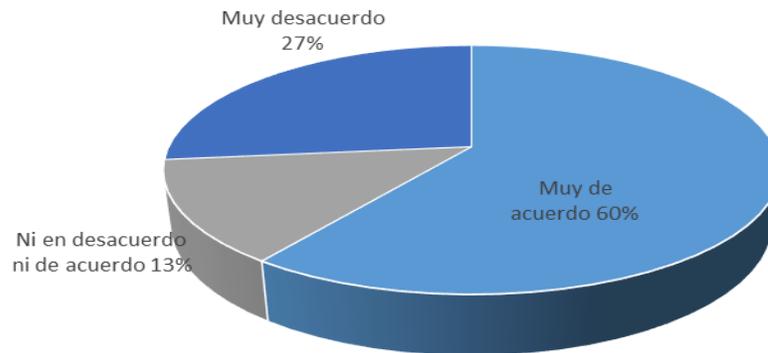


Fuente: la presente investigación.

Las organizaciones según la administración tradicional manejan el concepto de jefe sin tener en cuenta que todo con el tiempo va cambiando y evolucionando, por una parte, el jefe impone ordenes sin guiar, mientras que el líder sirve de guía para el grupo de colaboradores por lo cual en las siguientes cinco preguntas se detalla la perspectiva de cada líder de la organización en relación a su accionar dentro de la organización detallado como mentor o maestro, según gráfica 28, 11 empresas manifiestan positivamente muy de acuerdo ya que en las directivas miran un apoyo y una guía que se enfoca en enseñar y crear sentido de pertenencia dentro de la organización; por otra parte, 11 de las 30 empresas encuestadas manifiestan una postura intermedia, donde no determinan si las directivas son mentores o maestros

ya que desconocen la diferencia entre los dos conceptos, finalmente 8 empresas manifiestan que se encuentran en desacuerdo en que las directivas sean mentores o maestros ya que la parte operativa no evidencia el apoyo que desde un escritorio se puede aportar para el logro de objetivos organizacionales.

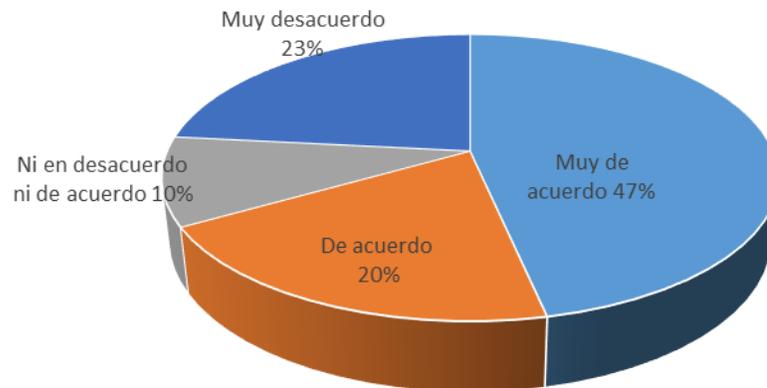
Gráfica 29. Directivos técnicos.



Fuente: la presente investigación.

Para analizar el concepto de la gráfica 29, donde se determina si las directivas se caracterizan por ser técnicas, se hace aclaración al tema en mención ya que manejar dicho concepto involucra llevar a cabo el proceso administrativo y bajo esa directriz las directivas de las organizaciones coordinan y llevan a cabo planes que permitan cumplir los objetivos de las empresas de carga masiva, donde 18 empresas manifiestan que las directivas son netamente técnicas y llevan a cabo su operación con base en fundamentos claros de administración y logística especialmente ya que bajo dichos lineamientos se fundamenta el logro de objetivos de las empresas; mientras que 8 empresas manifiestan que se encuentran muy en desacuerdo debido a que los líderes de las empresas encuestadas carecen de conocimientos básicos de administración y su operación lleva claros lineamientos empíricos que les ha permitido llevar a cabo las operaciones de manera satisfactoria. Finalmente 4 empresas de las 30 encuestadas manifiestan una perspectiva intermedia y parten de la idea de manejar la operación bajo fundamentos de administración con conceptos y directrices técnicas va de la mano de la experiencia reflejada en el transcurso de su vida laboral sin que se afecte el logro de objetivos corporativos.

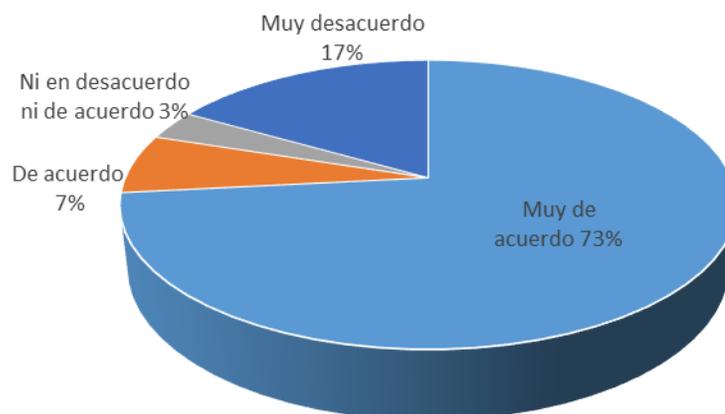
Gráfica 30. Directivas conservadoras.



Fuente: la presente investigación.

Bajo los lineamientos tradicionales del manejo del negocio y como se analiza en la gráfica 30, 14 empresas confirman que las directivas se ciñen a directrices conservadoras y que han sido de gran beneficio y aportan en el desarrollo de las operaciones teniendo en cuenta los cambios en el entorno competitivo, mientras que 7 empresas aceptan ideas innovadoras por tal razón están en desacuerdo manteniendo una orientación al cambio y la globalización, por otra parte 3 empresas manifiestan una postura neutral y se refleja imparcialidad en relación a que las directivas sean conservadoras o mantengan ideas de innovación.

Gráfica 31. Directivas coordinadoras.



Fuente: la presente investigación.

Como directivas que se basan en fundamentos administrativos y directrices de la administración general centran sus esfuerzos en mantener de manera coordinada toda su operación la cual se lleva a cabo con el objetivo de cumplir las metas de la organización, en la gráfica 31 se detalla la perspectiva de 22 empresas que manifiestan que la coordinación con la directivas es de vital importancia para el desarrollo de la razón social, mientras que 5 empresas se mantienen muy desacuerdo a la coordinación establecida por las directivas ya que no se desarrolla dicho proceso dejando a libre rumbo la ejecución de sus labores y de la mano de la experticia manejada en la empresa por parte de los líderes. Tan solo una empresa manifiesta postura neutral con relación a la coordinación con las directivas debido a la falta de comunicación y que de paso posibilite un mejor desempeño de funciones dentro y fuera de la organización.

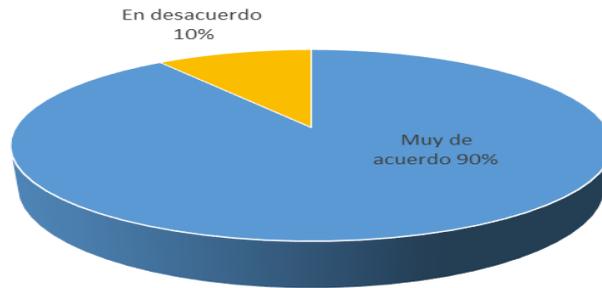
Gráfica 32. Directivas administradoras.



Fuente: la presente investigación.

Aproximadamente el 87% de las empresas encuestadas correspondiente a 26 empresas manifiestan que se encuentran muy de acuerdo en que las directivas se caracterizan por ser administradoras y centran esfuerzos bajo las directrices de la administración general y llevan a cabo el cumplimiento claro de objetivos corporativos de las empresas, tan solo una empresa manifiesta que se encuentra muy desacuerdo en que las directivas sean administradoras ya que dejan en manos de los jefes operativos el peso de las decisiones y desarrollo de la operación, como se evidencia en la gráfica 32.

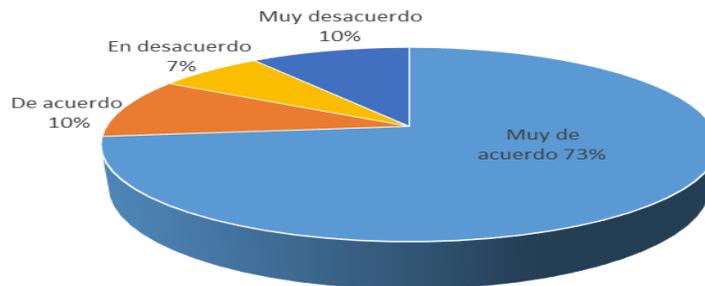
Gráfica 33. Lealtad y tradición como factor cohesionador.



Fuente: la presente investigación.

Para la organización tanto la lealtad y la tradición son de vital importancia y según las empresas encuestadas y la gráfica 33 se encuentran muy de acuerdo 27 empresas, mientras que 3 empresas están en desacuerdo ya que manejan una mentalidad abierta al cambio y la innovación. Cabe resaltar que cada empresa mantiene su esencia y su forma de trabajar y llevar a cabo los procesos que se realizan durante la acción social de las empresas, por tal razón las 27 empresas encuestadas manifiestan una postura muy de acuerdo en la estrecha relación existente entre la lealtad y la tradición, mediante las cuales de cierta manera han permitido mantenerse en el mercado.

Gráfica 34. Metas y tareas como factor cohesionador.

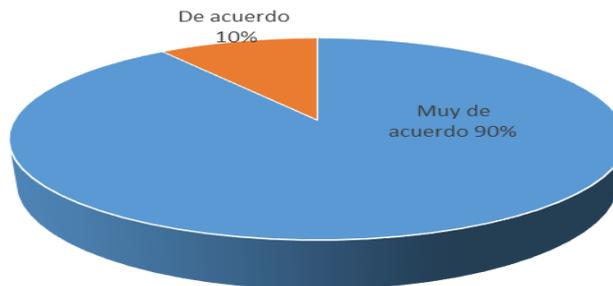


Fuente: la presente investigación.

Gran parte de las funciones y objetivos de las organizaciones van guiados bajo el logro de metas, tareas entre otros y cuyo objetivo final es el logro de objetivos dentro y fuera de las organizaciones, según las empresas encuestadas y su punto de vista se fortalece ya que 22 empresas manifiestan una postura muy de acuerdo, mientras que 3 empresas manifiestan que no encuentran relación a la ejecución de tareas y metas como factor cohesionador debido a que no cumplen objetivos claros de crecimiento y buen desempeño de funciones; mientras que 2 empresas mantienen

unas postura neutra ni en desacuerdo ni de acuerdo por cuanto no identifican la relación entre metas y tareas como se describe arriba, en la gráfica 34.

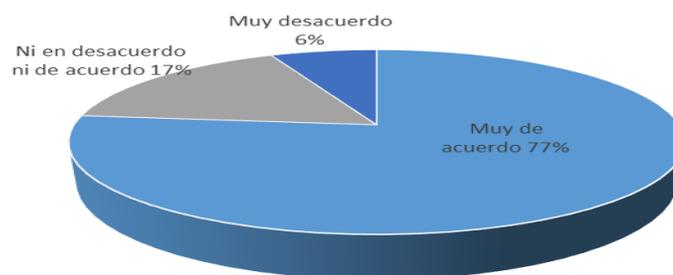
Gráfica 35. Reglas y políticas formales como factor cohesionador.



Fuente: la presente investigación

Las políticas formales y reglas dentro de una organización son de gran importancia debido a que se definen pautas y lineamientos claros para el cumplimiento de las funciones, evite conflictos internos y se encaminen hacia el logro de objetivos, según la gráfica 35, la gran mayoría de empresas encuestadas con un total de 27 empresas manifiestan que existe una gran relación entre las reglas y políticas formales dentro y fuera de la organización y sobre las cuales se basan para lograr un óptimo desempeño de funciones que conlleven al logro adecuado de objetivos, al igual que las 3 empresas restantes con una postura afirmativa respondiendo de acuerdo a la pregunta.

Gráfica 36. Logros y aprendizajes del capital humano.

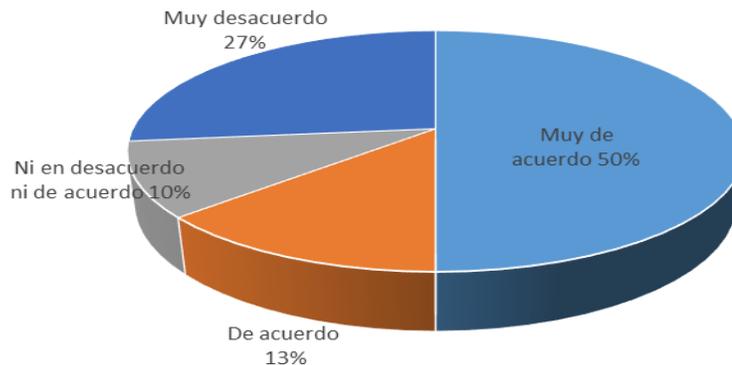


Fuente: la presente investigación.

Para 23 de las empresas encuestadas ratifican que se preocupan por ser partícipes de los logros y aprendizajes del capital humano manifestado mediante reconocimientos internos como ascensos y detalles que enaltecen su formación y procura de mejora de su perfil profesional y de paso afiance su crecimiento personal generando de esa manera una propuesta de valor al talento humano y permita potencializar las diferentes habilidades. Por otra parte, 2 de las empresas

encuestadas manifiestan que sus empresas no brindan ese beneficio de crecimiento debido a horarios de trabajo y no ven oportunidades de mejora cuando se accede a sistemas de formación como se analiza arriba en gráfica 36.

Gráfica 37. Reconocimiento como verdadero valor.



Fuente la presente investigación.

El reconocimiento es un verdadero valor que las empresas crean como propuesta de valor hacia el cliente interno y externo, visto desde la parte interna de las empresas encuestadas, 15 de ellas afirman que valoran el reconocimiento como oportunidad de crecimiento hacia el grupo de colaboradores y procesos de fidelización con el cliente externo e interno; por otra parte, 3 empresas manifiestan que están muy desacuerdo ya que dicho reconocimiento debe manifestarse de manera monetaria y que a su vez motive al grupo de colaboradores. Mientras que 8 empresas manifiestan un punto de vista neutro donde no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo ya que no se evidencia ningún tipo de reconocimiento por parte de las empresas de ningún tipo, según gráfica 37.

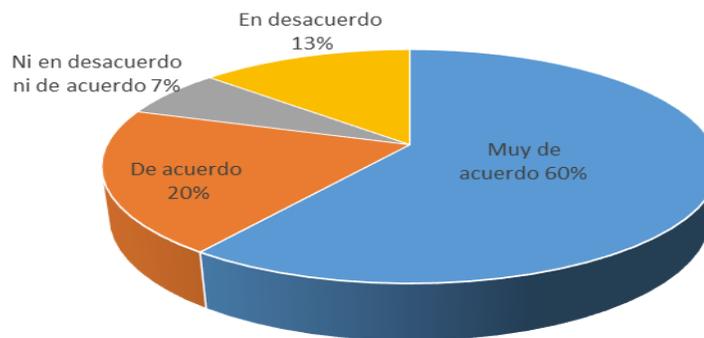
Gráfica 38. Retroalimentación colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

La retroalimentación como parte fundamental del trabajo en equipo y aspecto clave dentro del desarrollo de funciones dentro de una organización permite una visión que diseñe un camino claro hacia el logro de objetivos, por tal razón se analiza según gráfica 38, dónde 27 empresas manifiestan que están muy de acuerdo con la retroalimentación al grupo de colaboradores ya que se genera autoconfianza en el trabajo y sus funciones fortaleciendo lo que se está realizando, fortaleciendo y afianzando habilidades y mejorando los procesos de las empresas. Tan solo 2 empresa de las 30 encuestadas definen que se encuentran muy en desacuerdo debido a que no se propician espacios para evaluar dichos temas en procura del desempeño de las funciones del grupo de colaboradores.

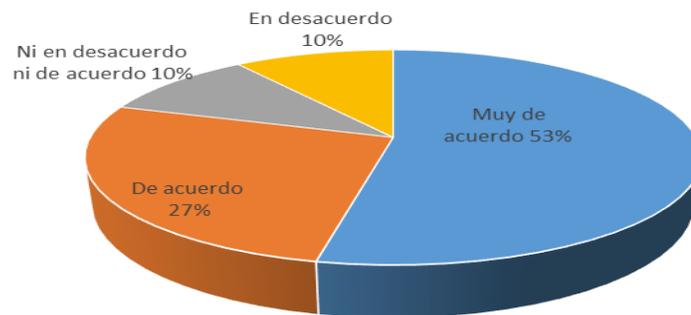
Gráfica 39. Compartir opiniones con honestidad entre colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

El grupo de colaboradores debe caracterizarse por ser un equipo de trabajo, en medio de confianza y honestidad y que, a su vez se le permita expresarse de manera honesta sin ofender a ningún miembro, creando de esa manera, entornos más agradables con ideas respetuosas y coherentes a los objetivos de las empresas, por lo cual se evidencia en 18 de las empresas encuestadas que afirman que su grupo de colaboradores comparte de manera honesta sus opiniones reflejando su punto de vista hacia el desarrollo de actividades cotidianas; para ello la gráfica 39 muestra además, que 2 de las 30 empresas encuestadas mantienen una postura neutra frente a éste tema ya que han existido conflictos internos debido a las maneras de expresarse del grupo en general y que en otras ocasiones se les permite opinar pero en contra de su manera de pensar con el fin de ir acorde a los lineamientos de la empresa sin tener alguna repercusión negativa en contra del colaborador. Finalmente 4 empresas manifiestan que no se tiene en cuenta para dar con honestidad su punto de vista, sino que no tienen otra alternativa que ir en vía de lo que manifieste la empresa.

Gráfica 40. La organización permite aportar ideas y opinar.



Fuente. La presente investigación.

Como se refleja en la gráfica 40, el 53% de las empresas encuestadas manifiestan que se garantiza la participación activa del grupo de colaboradores especialmente en procesos operativos con el fin de validar aspectos de mejora y crear de esa forma canales de comunicación entre los miembros, mientras que 3 empresas manifiestan su desacuerdo ya que no se tiene en cuenta la opinión del grupo de colaboradores sino que se encarga a la parte administrativa en la toma de decisiones, de esa manera se crea entornos laborales que cohiben y no permiten desarrollar habilidades del grupo de colaboradores, además de la autoconfianza en el desarrollo de sus funciones. Tan solo 3 empresas manifiestan que se les permite dar esa opinión cuando respecta a la parte operativa, pero en otras ocasiones no se tiene en cuenta o si tiene en cuenta, pero no se llevan al plano de la acción.

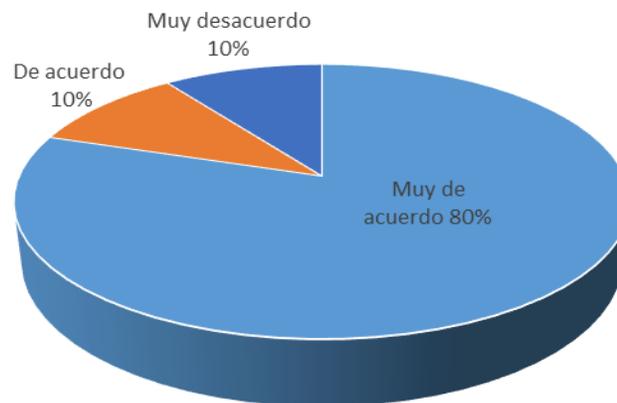
Gráfica 41. Flexibilidad en toma de tiempo ante eventualidades



Fuente: la presente investigación.

El día a día de las actividades está ligado a el desarrollo de eventualidades dentro y fuera de la organización, ya sea por agentes externos como manifestaciones, lluvias, tráfico, reuniones entre otras, y que según 20 de las 30 empresas encuestadas, como se refleja en la gráfica 41, responden muy de acuerdo por cuanto sus empresas brindan esa alternativa ante eventualidades con tiempo que en muchas ocasiones no se debe compensar sino que se otorga con manejo interno para apoyar al colaborador, mientras que 4 empresas manifiestan su descontento respondiend muy en desacuerdo ya que no se permite esa flexibilidad y se incurre en sanciones al personal que sin justificación llegue tarde o presente evidencia de su eventualidad.

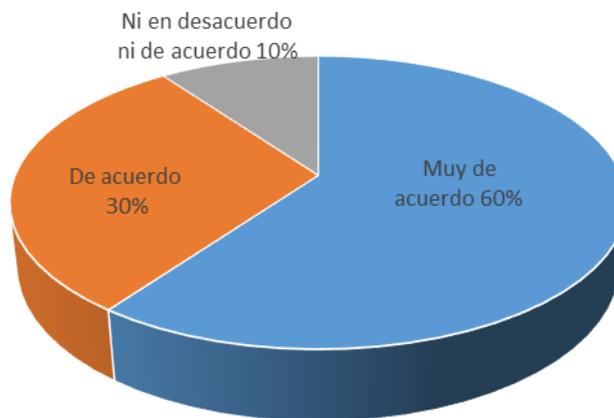
Gráfica 42. La organización y el balance sano entre trabajo y vida personal.



Fuente: la presente investigación.

En la gráfica 42 se muestra la percepción de 24 empresas con relación a su impacto positivo y manifiesta una postura muy de acuerdo en relación a que el capital humano debe mantener un balance sano entre su vida laboral y personal brindando flexibilidad entre su trabajo y la vida familiar o personal de cada colaborador, brindando calidad de vida y realizando gestión en el número de horas laboradas y el tiempo para compartir con la familia. Tan solo 3 empresas manifiestan que se encuentran muy en desacuerdo en que sus empresas les brinde ese sano equilibrio entre la vida personal y laboral ya que el ritmo de la parte operativa y la falta de personal han hecho que se labore más de las 8 horas legales diarias con un ingreso adicional, pero con impacto negativo en gran parte al tiempo requerido para realizar diligencias o cosas personales.

Gráfica 43. El trabajo y la contribución al logro de objetivos.



Fuente: la presente investigación.

En la gráfica 43 en relación al aporte del trabajo hacia el logro de objetivos según las empresas encuestadas, 18 de ellas manifiestan que se encuentran muy de acuerdo ya que el logro de objetivos se logra con el aporte del día a día de cada uno de los colaboradores en acción conjunta, articulando las demás áreas de las empresas para lograr una acción que permite el sustento de cada uno de los hogares de los colaboradores, al igual que 9 empresas más que respondieron a favor y se encuentran de acuerdo en que el trabajo de cada colaborador es de vital importancia con el fin de entregar servicio y en el caso de las empresas de carga masiva envíos a tiempo y en buen estado.

Gráfica 44. Responsabilidades claras dentro de la organización.



Fuente: la presente investigación.

Las responsabilidades en cada organización permiten mantener lineamientos y pautas de desarrollo de las actividades de cada función y permiten una ejecución y óptimo desempeño de funciones durante de la vida laboral de cada colaborador dentro de la organización, por esa parte 29 de las 30 empresas encuestadas manifiestan que se encuentran muy de acuerdo debido a que son claras tanto la existencia de manuales de funciones y sentido de pertenencia por parte del grupo de colaboradores, que permitirán un adecuado desarrollo de funciones y tareas que con procesos de capacitación se refuerzan y aportan en el cumplimiento de objetivos organizacionales, según la gráfica 44.

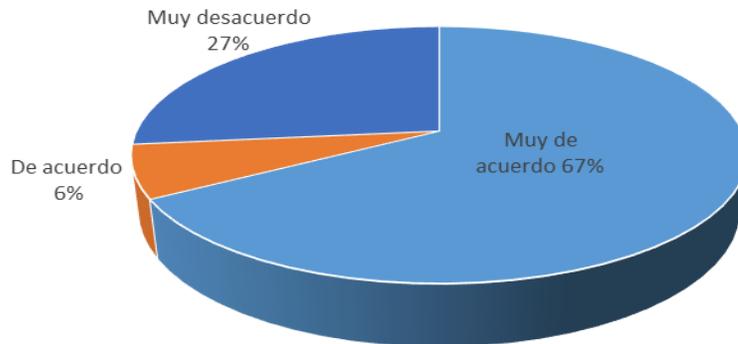
Gráfica 45. Habilidades y fortalezas en las funciones del capital humano.



Fuente: la presente investigación.

Es muy importante que el capital humano tenga cierto tipo de habilidades y que dentro de la organización desarrolle habilidades como fortalezas para el desempeño de las funciones y tareas asignadas y de esa manera aporte al logro de objetivos corporativos y por lo cual 21 de las empresas encuestadas respondieron muy de acuerdo ya que es de vital importancia para las organizaciones que el grupo de colaboradores pongan a disposición de la empresa las diferentes habilidades que posean para ponerlas en práctica dentro del desarrollo de las funciones, y como se refleja en la gráfica 45, respondieron de manera positiva 9 empresas, las cuales manifiestan que están de acuerdo en que el capital humano se dé a conocer con las diferentes habilidades en procura de la función y el logro de los objetivos de la empresa.

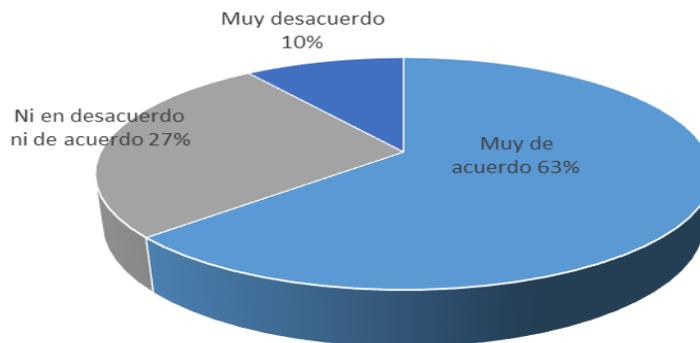
Gráfica 46. Oportunidad de mejora de habilidades en la empresa.



Fuente: la presente investigación.

En cuanto a las oportunidades de mejora de habilidades que ofrecen las empresas del sector de carga masiva, mantienen una tendencia positiva ya que como se refleja en la gráfica 46, 20 de las empresas encuestadas se encuentran muy de acuerdo en que se permite al capital humano desarrollar y mejorar las habilidades en procura del desarrollo de las habilidades y aportar en gran magnitud a sus funciones como parte del desarrollo personal y crecimiento de la empresa, mientras que 8 empresas se encuentran muy desacuerdo ya que no evidencian apoyo por parte de la organización en el desarrollo de habilidades que beneficiarían al capital humano y la empresa en general debido a los turnos cruces de horarios.

Gráfica 47. Libertad para decidir cómo realizar el trabajo.

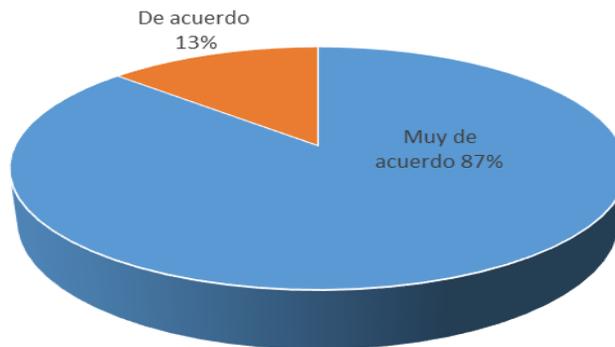


Fuente: la presente investigación.

Desde el punto de vista operativo 19 empresas consideran que el colaborador tiene autonomía en la forma de realizar las funciones siempre y cuando no afecte su productividad y servicio, ceñidos a los reglamentos internos y manuales de funciones contenidos dentro de los diferentes cargos, brindando de esa forma

autonomía y empoderamiento hacia el colaborador, como se puede ver en la gráfica 47, tan sólo 3 empresas manifiestan un punto de vista muy en desacuerdo ya que por parte de la gerencia y administrativa se prohíbe la realización de funciones diferente a la manera tradicional de hacer las cosas en las empresas, privando a los gerentes en tomar sus propias decisiones hacia el grupo de colaboradores en procura de mejorar la productividad, rendimiento y tiempos de entrega.

Gráfica 48. Buen nivel de transparencia con el grupo de colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

Para 26 empresas encuestadas correspondiente al 87%, los niveles de transparencia se consideran muy importantes y mantienen su perspectiva muy de acuerdo, esto se debe a que dentro de las empresas de carga masiva permite contar con personal honesto que permite fluidez de ideas y transparencia hacia el grupo de colaboradores, según la gráfica 48 de similar manera 4 empresas mantienen afirmación positiva y se encuentran de acuerdo en que la transparencia que se evidencia en la empresa es notoria y permite comunicación clara y definida, creando ambientes de confianza y responsabilidad.

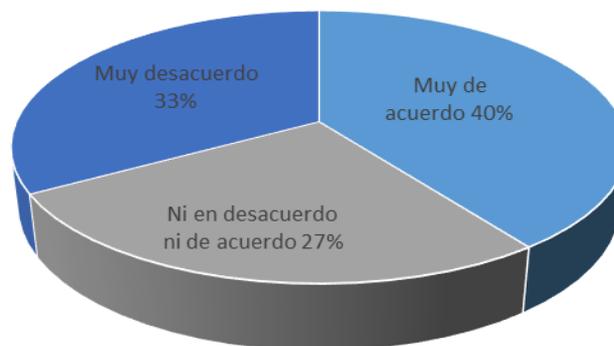
Gráfica 49. Colaboración recíproca entre el capital de trabajo.



Fuente: la presente investigación.

La perspectiva en relación a la colaboración mutua entre el grupo de colaboradores es notoria y muy favorable para 22 de las 30 empresas encuestadas ya que manifiestan su postura muy de acuerdo en que son un grupo de trabajo que se apoya mutuamente teniendo en cuenta que del trabajo en equipo dependen los objetivos de las organizaciones y el esfuerzo es beneficio colectivo tanto para la empresa como para el grupo de colaboradores, como se aprecia en la gráfica 49, tan solo 3 empresas se encuentran en desacuerdo ya que consideran que dentro de esas empresas se presentan ambientes de egoísmo y falta de colaboración entre el grupo de colaboradores incurriendo muchas veces en errores operativos que no son convenientes para el desarrollo de la razón social de las empresas y de paso afectar el logro de los objetivos de las organizaciones.

Gráfica 50. Aceptación de opiniones diferentes entre el grupo de colaboradores.



Fuente: la presente investigación.

Existen opiniones divididas en relación a la aceptación de opiniones e ideas diferentes a las de los demás, por lo cual como se analiza en la gráfica 50, 12 empresas encuestadas manifiestan que se encuentran muy de acuerdo y se permite la aceptación de ideas diferentes a las de los jefes operativos o gerentes ya que mantienen mentalidad abierta a mejoras y aportes constructivos que permitan optimizar recursos y mejorar la productividad, por otra parte 10 empresas de las 30 encuestadas manifiestan que se encuentran muy en desacuerdo ya que no se les permite dar el punto de vista de manera que se cohíbe al grupo en oportunidades de mejora para la empresa. Mientras que 8 empresas manifiestan un punto de vista neutro ni en desacuerdo ni de acuerdo ya que para ciertas ocasiones se permite aportar ideas, pero quien toma la decisión es el gerente y a su manera de ver las cosas son bien ejecutadas, sin tener en cuenta el impacto generado en el grupo de colaboradores y la parte operativa y de paso el impacto hacia el logro de objetivos corporativos.

4.1 DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA EN LA CIUDAD DE PASTO

Como parte del presente trabajo investigativo basado en analizar la cultura organizacional con herramientas y mecanismos de consulta que desarrollados dentro de la teoría y el trabajo de campo, motivaron al investigador a realizar en primera instancia un diagnóstico de la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva en la ciudad de Pasto y que como primer objetivo específico del presente trabajo se realizó mediante la aplicación de un cuestionario con 36 ítems o preguntas en cuestión, dónde la disposición de las 30 empresas fue relevante y primordial para llevar a cabo el trabajo exigente de campo con visita a las empresas y coordinación de agendamiento de cita y desplazamiento hasta las empresas del sector de carga masiva dentro de la ciudad de Pasto.

Dentro de dicho cuestionario se realizaron preguntas clave que una escala de 1 a 5 permitieron identificar rasgos propios de la cultura organizacional enfocadas dentro de los parámetros o ejes fundamentales definidos dentro del marco teórico analizando de esa manera, las normas, los resultados, las personas y el poder de las organizaciones, con las cuales permitieron al encuestado definir su postura frente al concepto eje de la presente investigación. Con dicho diagnóstico permitió evidenciar rasgos característicos de la cultura organizacional y poder identificar e indagar en el tema de investigación.

Finalmente, con la implementación del modelo de encuesta a los gerentes de las empresas del sector de carga masiva permitió realizar al investigador un análisis que definidos dentro del enfoque de investigación del presente trabajo se evidenció gracias al método de observación dentro del desarrollo de las funciones del capital humano, rasgos de la cultura organizacional como imagen corporativa, filosofía, misión, visión y valores de la organización, así mismo, su ambiente de trabajo, normas y sentido de identidad por parte del grupo de colaboradores y mediante la identificación de objetivos propios de cada organización.

4.2 IDENTIFICACIÓN DEL TIPO DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA

Seguido al análisis de la situación actual de las empresas del sector de carga masiva en la ciudad de Pasto y que, desarrollado dentro del presente trabajo y a manera general, permitió identificar el tipo de cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva.

Enfoque con orientación hacia el poder.

Según el marco teórico referente a lo escrito por el psicólogo Roger Harrison la cultura organizacional es clasificada con base a un eje de ideología mediante las cuales las empresas definen una orientación específica ya sea hacia personas,

poder, resultados y normas; basado en dicha orientación y la aplicación del instrumento de investigación permitió identificar que las empresas de carga masiva mantienen una cultura organizacional con orientación al poder ya que concentran sus esfuerzos en orientarse hacia el aumento de los niveles de competitividad logrado con el trabajo del día a día y con el claro objetivo de satisfacer la demanda de envío y recepción de mercancías a nivel nacional, reduciendo tiempos de entrega entre otros; es importante resaltar que la creación de una estructura vista desde la parte administrativa es relevante ya que gracias a la creación de una estructura de procedimientos para llevar a cabo la ejecución de su razón social y a la coordinación del capital humano de las empresas permitirá en consecuencia conseguir los objetivos de las empresas de carga masiva.

El crecimiento de las organizaciones y con base en los lineamientos de poder y con los cuales se garantiza a las empresas mantenerse y posicionarse en el mercado, fue de gran importancia pese a que existe cierta tendencia hacia el no posicionamiento dentro del mercado, pero que en la mayoría de las empresas encuestadas definieran su orientación hacia el poder y el posicionamiento dentro del sector de carga masiva, dicho concepto es tomado por las directivas de las empresas entre las cuales se mencionan Transoriente Ltda, Transportadora Comercial Colombia TCC, Compañía Distribuidora de Carga CDC, Servientrega, entre otras, como claro objetivo corporativo que permite a las empresas del sector unir esfuerzos para lograrlo gracias a las herramientas tecnológicas, mano de obra calificada mejoramiento de procesos y manejo de almacenamiento de mercancías.

Por otra parte, se encuentra que los gerentes y líderes de las organizaciones, especialmente de carga masiva de la ciudad de Pasto establecen estrategias que permitan la consecución de objetivos organizacionales y que, analizados bajo los enfoques de Harrison, permiten darle aval al mismo, puesto que independiente a la razón social de las organizaciones, los líderes están llamados a establecer estrategias que permitan al capital humano lograr posicionamiento para poder competir dentro del mercado o sector de carga masiva específicamente. Gracias a las tendencias de la globalización y los diferentes cambios, en especial a los generados por pandemia que atacó al mundo entero sin excepción, se hace referencia a lo planteado por Roger Harrison, ya que la característica de las empresas encuestadas en un 50% se caracterizan por ser dinámicas y emprendedoras, mientras que el 25% afirman que no cuentan con esa visión de crecimiento e innovación ya sea mediante las herramientas tecnológicas o especialización de la mano de obra y que a su vez, permitan ser parte del enfoque con orientación al poder y que el autor refiere según marco teórico.

Enfoque con orientación hacia las normas.

Con elación al enfoque con orientación a las normas se concluye que dentro de las empresas del sector transporte de carga masiva entre las cuales se pueden mencionar Asociación de Transportadores de Carga, Andina de Carga

Internacional, Transportadora de Carga por Colombia, entre otras, se evidenciaron rasgos que permiten identificar su amplia relación con éste enfoque puesto que el punto de partida de la orientación hacia las normas inicia desde la toma de decisiones de manera centralizada en el nivel directivo quienes desde las principales ciudades como Cali, Medellín, Bogotá entre otros y desde donde se maneja la operación y se emiten y se imparten instrucciones para las diferentes regionales. Además, la presente investigación permitió identificar que en general, las empresas del sector se enfocan fuertemente en el cumplimiento de normas y responsabilidades que cada cargo tiene, normas contenidas dentro de los diferentes manuales como manual de funciones y procedimientos, reglamentos internos de las empresas, instructivos de transporte de carga y dentro de los cuales se contemplan los lineamientos a cumplir por parte del capital humano y para el buen desempeño de funciones y que a su vez, permitan lograr el cumplimiento de objetivos corporativos; sumado a lo anterior se hace mención a que cada empresa maneja su misión, visión, valores corporativos que contenidos dentro del direccionamiento estratégico que permite a las empresas del sector de carga masiva con el apoyo de la alta dirección, determinar el rumbo claro y promover actividades y políticas que encaminen y empoderen a todo el capital humano hacia el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones.

Dicho enfoque se evidenció, puesto que las empresas de carga masiva de la ciudad de Pasto manejan distintivos corporativos como identidad de la marca como tal y que en relación a los elementos que permiten identificar la esencia de la cultura organizacional y que se encuentran contenidos dentro del marco teórico del presente trabajo investigativo, permitieron identificar ciertos elementos característicos como son: los logos, marcas y distintivos de las empresas de carga masiva, a mismo, se identificaron aspectos clave como son los hábitos y rutinas de los integrantes de las empresas, participación en reuniones, horarios de ingreso y salida, actitudes entre otros.

El papel de las directivas es fundamental en todo aspecto dentro y fuera de la organización y que gracias a las estrategias implementadas dependerá el logro de los objetivos de las organizaciones y que según lo evidenciado en el trabajo de campo y obtenido mediante el instrumento de investigación, permitió identificar la característica de las directivas ya sea como mentores o maestros, técnicos, coordinadores o administradores, y que efectivamente se validó que dentro de las empresas de carga masiva de la ciudad de Pasto, se refleja de manera clara que las directivas de las mismas realizan su trabajo de tal manera que se logra identificar líderes que guían a las empresas y que gracias a lo propuesto por Roger Harrison en el marco teórico en su enfoque con orientación hacia las normas, es de vital importancia ya que se cuenta con líderes que aplican la normatividad dentro de las empresas y logran que la cultura organizacional de las mismas sea enfocada con base al cumplimiento de normas y responsabilidades.

Dicho enfoque centrado en normas y cumplimiento de responsabilidades va de la mano de las normas internas laborales por lo cual se identificó que las empresas de carga masiva reflejan un factor determinante y coherente que mantiene en relación un aspecto con otro como son las reglas y política formales, donde las directivas y los líderes centran sus esfuerzos en crear estrategias que basadas en el enfoque con orientación hacia las normas, permiten orientar esfuerzos del capital humano con reglas claras que permitan un óptimo desempeño de funciones tanto dentro de las empresas como fuera de ellos visualizado por el cliente externo al momento de realizar sus actividades de recepción y entrega de mercancía.

Finalmente las empresas de carga masiva se encontró congruencia frente al factor cohesionador dentro de las mismas ya que son la lealtad y la tradición que se ciñen a las normas y permiten mantener una postura conservadora en cuanto al desarrollo de sus actividades por lo cual, la mayoría de las empresas concluyen que dentro de su políticas se encuentran la lealtad y la tradición, permitiendo de ésta manera identificar el enfoque con orientación a normas dentro de las empresas del sector de carga masiva de la ciudad de pasto.

Enfoque con orientación hacia los resultados.

Siguiendo el orden de los enfoques de la cultura organizacional y en los cuales se menciona la orientación hacia los resultados de las organizaciones y como premisa ante los objetivos de las mismas, se hace relación a los resultados como desarrollo y objetivo de las actividades de las empresas y en especial de las de sector transporte de carga masiva, por lo cual se evidenció mediante el trabajo de campo que existe gran tendencia en la mayoría de las empresas entre las cuales se pueden mencionar Intermodal, Serviveloz, Transportadora Comercial Colombia TCC, Envía, Coordinadora Mercantil, ya que la consecución de objetivos es relevante y que gracias a la integración de las diferentes áreas de las organizaciones visto desde la parte directiva, se concentran y se unen fuerzas para crear una sinergia para poder alcanzar los objetivos organizacionales; como resultado de dicha interacción las directivas de las empresas de carga masiva son encargados de garantizar dichos resultados para que la organización mantenga su horizonte y permitan de cierta manera, mantenerse o crecer dentro del sector de carga masiva.

Contrastado con el marco teórico, se evidencia que existe gran tendencia de las empresas de carga masiva hacia el enfoque a resultados ya que las mismas empresas velan por optimizar recursos financieros, materiales, y talento humano, permitiendo de esa manera que las empresas encuentren mejores resultados, mayor eficacia y mejor desempeño dentro del desarrollo de las actividades; cabe resaltar que la optimización de recursos se evidenció con la planeación financiera que manejan las empresas gracias a los presupuestos destinados para las mismas y el manejo adecuado del capital financiero; el uso adecuado de materiales, reciclaje y aprovechamiento de materiales como madera, cartón, entre otros, así como la impresión de papelería siempre y cuando sea necesaria; finalmente la optimización

se refleja con el desarrollo de multitareas dentro del capital humano creando capacitaciones que permitan el aprovechamiento de las diferentes habilidades y mejorar de esa manera el desempeño y el desarrollo de la operación.

La característica de toda organización enfocada hacia los resultados se denota porque dentro de las mismas se establecen metas y objetivos claramente definidos y que además de ser mencionando como parte de los elementos de la cultura organizacional, hacen parte de la visión que manejan las empresas en general y hacen parte de su esencia en procura de la consecución de resultados, cabe resaltar que las empresas realizan reuniones periódicas dentro de las mismas para establecer comunicación sobre los diferentes problemas que impiden el logro de los resultados medidos como factores y variables y de esa manera, crear estrategias para mitigar y eliminar los diferentes riesgos para encaminar medidas que abarquen las áreas específicas.

Enfoque con orientación hacia las personas.

Las empresas de los países subdesarrollados mantienen una fuerte tendencia hacia el enfoque con orientación hacia el poder, mientras que en los países desarrollados mantienen una fuerte tendencia al enfoque con orientación hacia las personas, por lo cual se menciona en marco teórico en los estudios y análisis del psicólogo John Pencavel, donde afirma que si se labora menos horas no podría comprometer los resultados de las empresas de cierta manera, por lo cual, se permite flexibilidad con el capital humano y crea un beneficio mutuo entre la empresa y el colaborador.

Según el enfoque con orientación hacia las personas, permitió identificar dentro del trabajo investigativo y de campo reflejar aquellos aspectos relevantes en procura del desarrollo del capital humano y el aprovechamiento de sus habilidades en procura del desarrollo de actividades y en consecuencia aportar al logro de los objetivos de las empresas de carga masiva; para la gran mayoría de las empresas es de gran relevancia el desarrollo personal y profesional de su capital humano ya que identifica en ello una apertura hacia el desarrollo de diferentes habilidades que dentro del desarrollo de actividades y funciones permite una mayor cualificación de su capital de trabajo, empodera y brinda autonomía y autorrealización; dentro de las empresas que tienen enfoque con orientación hacia las personas se encuentran Servientrega, Saferbo, Coordinadora Mercantil, Transprensa.

De igual manera se evidenciaron que dentro de las empresas del sector transporte de carga masiva se fomentan valores sociales, motivación y la creatividad de los colaboradores, haciendo de ello un potencial que, con apoyo del área de talento humano dentro de las empresas, permite contar con capital comprometido con su trabajo, incentivado y dispuesto a realizar sus funciones de manera agradable, creando a su vez un entorno laboral que empodere su desarrollo personal y profesional. Contrastado con los tres niveles propuestos por Edgar Schein, descrito en el marco teórico hace relación al nivel de los valores adaptados, puesto que, el

colaborador cumple con las funciones de su cargo y lo adquirido durante su vida laboral que con capacitaciones e inducciones consolidando al personal en general y que se presenta y proyecta ante el mercado en el día a día de su trabajo representando un mayor conocimiento de la cultura organizacional ante el cliente externo y define su postura mediante su servicio y trato.

El respeto y confianza dentro y fuera de la organización es de gran importancia por lo cual las directivas de las empresas de carga masiva concentran esfuerzos en fomentarlas, a su vez, hace parte del enfoque con orientación a personas propuesto por Harrison, ya que según lo evidenciado en las empresas y las respuestas de los gerentes y líderes de las empresas permiten crear espacios que propicien un ambiente sano y agradable con niveles de confianza mutua dentro del grupo de colaboradores. Dicho enfoque orientado hacia las personas no tendría validez si la estabilidad como factor de vital importancia y se refleja dentro de las empresas de carga masiva ya que las directivas manifestaron que se garantiza estabilidad laboral y que, gracias al desempeño del cargo del capital humano, crea una cultura de estabilidad. El ambiente familiar dentro de las empresas de carga masiva es reflejado en el desarrollo de las actividades rutinarias, ya que las directivas manifestaron que la empresa es el segundo hogar y que gran parte del tiempo es destinado para cumplir con el desarrollo de actividades remuneradas como su trabajo en las distintas áreas, las empresas velan por mantener espacios como cafeterías, duchas, espacios recreativos para garantizar un ambiente familiar hacia el grupo de colaboradores.

Dentro del enfoque con orientación a personas, se encuentra la retroalimentación hacia el grupo de colaboradores , el cual se reflejó en el desarrollo de las actividades con el ánimo de instruir y crear comunicación asertiva dentro del desarrollo de las funciones del capital humano quienes son la imagen de la empresa ante el cliente externo; por otra parte se resalta la participación activa de la gran mayoría de empresas del sector de carga masiva, puesto que, realizan distinción a los logros obtenidos por el personal en cuanto a sus aprendizajes y que con detalles motivan y fomentan el desarrollo de habilidades del capital humano; con celebraciones internas y reconocimientos y ascensos. También el enfoque se reflejó puesto que existe flexibilidad en cuanto a horarios de trabajo ante las eventualidades surgidas en el día a día ya que nadie está exento de algún accidente, calamidad doméstica, factores externos como tráfico y clima, reuniones, citas médicas entre otros; gracias a que los líderes de las organizaciones tienen sentido humano frente a dichas eventualidades, siendo prestos a ellas, creando soluciones que no afecten la productividad y desarrollo de las actividades rutinarias.

De ésta manera se menciona que las empresas de carga masiva cuentan con un con balance sano entre la parte laboral y la vida personal, por lo cual hace fuerte la inclinación hacia la cultura organizacional con orientación hacia las personas, siendo una de las tipologías más destacadas y primordiales y por la cual las empresas deben enfocarse sin dejar de lado las consecuencias del capitalismo y

concentrar más su potencial hacia el humanismo de las empresas en la actualidad, se enaltece el aporte de las empresas de carga masiva en procura de velar por el bienestar de su capital humano quien es el representante de marca ante el cliente externo.

Por lo anteriormente expuesto se concluye que las empresas del sector de carga masiva tienen mayor tendencia al enfoque de poder y personas, ya que la mayoría de las empresas afirman tener mentalidad de crecimiento, innovación, creación de estrategias, mantenerse y lograr posicionamiento dentro del mercado y mantienen viva la ideología de que lo más importante para las empresas del sector de carga masiva son la competitividad y el logro, y a su vez cuidando y fomentando el crecimiento del capital humano, creando espacios agradables y un ambiente familiar dentro de las organizaciones; por otra parte se recalca que las empresas en general y por su naturaleza y el lucro generado no dejan de lado los enfoques en relación a las normas y resultados ya que de ello dependen los logros de los objetivos corporativos y el crecimiento de las empresas dentro del sector al cual pertenece.

4.3 FACTORES DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL QUE HAN INCIDIDO EN EL ÉXITO, LIDERAZGO Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA.

Siguiendo los lineamientos del presente trabajo de investigación enfocado hacia la cultura organizacional, se da lugar al desarrollo del tercer objetivo específico en dónde se determinan los factores de la cultura organizacional que han incidido en el éxito, liderazgo y competitividad de las empresas del sector transporte de carga masiva en la ciudad de Pasto, cabe resaltar que con base en la muestra se encuentran empresas con gran trayectoria dentro del sector de carga masiva y otras que llevan menos de 5 años en la actividad, esto hace que los objetivos y niveles de competitividad sean contextualizados en diferentes aspectos: económicos, políticos y sociales, los cuales son enfocados bajo las normas y resultados de las distintas empresas del sector, y que a su vez, no dejan de lado su visión corporativa, logro de resultados y su misión dentro de las mismas.

De esa manera se recalca que en cierta medida todas las empresas del sector de carga masiva, tienen factores de éxito, liderazgo y competitividad, los cuales les han permitido mantenerse o ser líder en el sector transporte, permitiendo de esa manera, la visualización de factores de la cultura organizacional que aportan e inciden en la economía regional y nacional y dentro de los cuales se pueden mencionar los que se detallan a continuación:

Las empresas del sector de carga masiva afirman y resaltan que dichos factores de éxito se enfocan en aumentar los niveles de competitividad como parte de su planeación estratégica reflejada en su misión, visión y objetivos corporativos; siempre centrados como organización en el logro de objetivos y resultados haciendo

a su vez, organizaciones más sólidas y firmes creando una cultura organizacional enfocada hacia el logro y los resultados, implementando estrategias operativas y comerciales que permiten de cierta manera incrementar las ventas y creación de sentido de pertenencia por parte del grupo de colaboradores quienes tienen contacto directo en los servicios de recepción y envío de mercancías.

Acompañado del anterior factor, el éxito al cual se atribuye la contextualización de su cultura organizacional se debe a que las empresas tienen en su gran mayoría un enfoque hacia el posicionamiento en el mercado, especialmente en el sector de carga masiva, lo cual es de gran incidencia por ser más consistente y rígida ante la competencia; el tan solo hecho de que las decisiones se tomen de manera centralizada permite que el factor de liderazgo de las directivas de primer nivel en la organización, hace que el éxito de su cultura organizacional radique en que las decisiones impacten de manera positiva desde su implementación hasta su culminación, creando compromiso y apoyo por parte del líder o los gerentes de las empresas de carga masiva.

Otro factor fundamental de éxito se enfoca en la optimización de recursos tanto humanos, financieros y materiales, ya que de esa manera y gracias al uso adecuado de recursos permiten que la cultura organizacional sea responsable corporativa y socialmente. La optimización de talento humano permite que la cultura organizacional sea más flexible en cuanto al desarrollo de las funciones, empoderando al grupo de colaboradores en la toma de decisiones y desarrollo de las diferentes habilidades dentro de la organización y autorrealización.

Por otra parte, es importante destacar que la cultura organizacional parte del involucramiento de los diferentes actores principales como son el grupo de colaboradores, las directivas de la organización y el cliente como tal, quien es finalmente quien percibe e interpreta ese mensaje entregado a través de la imagen corporativa, lenguaje y servicio, por lo tanto, el factor humano es de vital importancia y gira en torno a la cultura organizacional, convirtiéndose en un determinante para impulsar el crecimiento de las empresas del sector transporte de carga masiva.

Como factores claves de éxito para llevar a cabo el tema de investigación, se resalta que las empresas de carga masiva velan por el desarrollo personal y profesional de los colaboradores, creando convenios de capacitación con centros de estudio como el servicio nacional de aprendizaje SENA, dónde se profundiza y certifica las diferentes habilidades que permitan un crecimiento personal y aportar hacia el logro de objetivos corporativos.

Cabe resaltar, que las empresas de carga masiva propician espacios familiares con ambiente y clima organizacional adecuados para poder desarrollar fácilmente las funciones, fomentando los valores sociales, motivación y creatividad del talento humano, y se define de esa manera el enfoque con orientación hacia las personas como clave de éxito en el desarrollo de su cultura organizacional acompañado del

compromiso activo del grupo de colaboradores y la comunicación entre las distintas dependencias de las empresas permitiendo fluidez en la comunicación y armonía dentro del desarrollo de las funciones.

La estabilidad laboral y el respeto entre el grupo de colaboradores son factores relevantes dentro de la cultura organizacional de las empresas de carga masiva, puesto que como políticas dentro de las organizaciones se establecen criterios y lineamientos de estricto cumplimiento, que si bien se cumplen a cabalidad y se respetan las normas, se permite la continuidad de contratación del personal, en caso contrario se interrumpe dicho vínculo laboral, casos concretos evidenciados dentro del trabajo investigativo en empresas como Transportadora Comercial Colombia TCC, Saferbo, Servientrega entre otros, existen personas que han prestado su servicio sin interrupción entre 15 y 20 años, siendo un factor determinante de éxito que contemplado dentro de la cultura organizacional permite tener un amplio sentido de pertenencia por parte del grupo de colaboradores de las empresas de carga masiva permitiendo el crecimiento de las familias y las empresas como tal.

El papel de las directivas ha sido de vital importancia dentro del desarrollo de las diferentes actividades de las empresas del sector transporte de carga masiva, ya que gracias a su aporte en experiencia y conocimiento del sector transporte han permitido llevar a cabo los resultados de las empresas, por tal razón y su gran aporte dentro y fuera de las organizaciones, se resalta como factores de la cultura organizacional que inciden en el éxito, liderazgo y competitividad, ha sido llevar a cabo tareas que bajo el cumplimiento estricto de normas y lineamientos han permitido dar un salto importante hacia el logro de objetivos corporativos, por otra parte, llevar a cabo reuniones periódicas que permitan dar a conocer el estado o problemáticas dentro de las empresas, el nivel de transparencia con el equipo de trabajo y permitir la retroalimentación hacia el grupo de colaboradores, son aspectos claves que permiten determinar el éxito dentro de las empresas de carga masiva, aportando en gran manera hacia el logro de los objetivos corporativos.

La flexibilidad y el balance sano entre la vida laboral y personal teniendo en cuenta que la cultura organizacional y su amplia relación con el enfoque con orientación hacia las personas permite establecer con mayor relación dichos conceptos puesto que, son aspectos clave y fundamental para las empresas en general y pueden ser definidas como factores de la cultura organizacional en empresas como Transportes Humadea, dónde se ha incluido el concepto de flexibilidad laboral permitiendo hacer frente a las diferentes eventualidades del día a día y como parte fundamental de su cultura organizacional; de esa manera permite mantener un equilibrio entre la vida laboral y personal. Otra empresa que se suma gracias a su aporte en la flexibilidad se refleja en Servientrega y Serviveloz principalmente en la parte administrativa, cabe resaltar que la parte operativa no está exenta de presentar alguna eventualidad, pero en muchas ocasiones no permite interrumpir la operación por lo cual las directivas manejan plan de contingencia con personal alterno que cubra

dichas vacantes en momentos de ser solicitados, es por eso que Transportes Humadea, Serviveloz y Servientrega, velan por la inclusión dentro de las empresas el concepto de cultura organizacional en aspectos como la flexibilidad y establecer de esa manera equilibrio entre la vida personal y laboral, de tal manera que, el grupo de colaboradores sientan por parte de sus empresas un apoyo constante que permite tener beneficio mutuo entre las partes, fortaleciendo su cultura organizacional.

CONCLUSIONES

Gracias al desarrollo de la presente investigación enfocada en analizar la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva se concluye que el tema de investigación es de vital importancia, ya que permite analizar e identificar la cultura organizacional gracias al aporte del personal que fue comprometido y centrado en el logro de objetivos corporativos y personales, apoyados en la comunicación clara, asertiva que integra a todo el capital humano permitiendo de esa manera una mayor relación entre sus integrantes, creación de espacios de trabajo y canales de comunicación más fluidos que con su ejecución en el tiempo permitirán a las organizaciones incluir dentro de las empresas el concepto de cultura organizacional.

De igual manera su desarrollo permitió a las organizaciones tener una perspectiva en torno a la cultura organizacional evidenciada en el desarrollo e implementación del instrumento de investigación comprendido por la encuesta, analizando aspectos propios del tema con el fin de implementar el concepto o fortalecer con mayor eficacia en aspectos que permitan un mejor desempeño de las funciones y cumplimiento de objetivos corporativos, de esa misma manera permitió al autor implementar y poner en marcha la serie de conocimientos adquiridos durante la etapa de formación para lograr una mejor y mayor visión del concepto que como tema de investigación la cultura organizacional aporta en gran significancia en el crecimiento de las organizaciones, como la creación de una marca propia de las empresas vista por el cliente final mediante la entrega de nuevas experiencias de entrega y recepción de mercancías.

La cultura organizacional es la serie de ideologías adquiridas que implementadas en el tiempo y su constancia permiten identificar a las empresas y en especial a las de carga masiva ante el consumidor y cliente final, y que desarrollada dentro de las empresas son una proyección ante el cliente externo y el mercado en primera instancia, permitiendo de esa manera afianzar las relaciones, incremento en el nivel de ventas y en segunda instancia al cliente interno aunque es aquí donde nace y se gesta el concepto de cultura organizacional que acompañado de los valores, creencias y niveles de adaptabilidad del grupo de colaboradores permite hablar de un concepto como tal definido en la cultura organizacional; la motivación como aspecto fundamental en el desarrollo de las personas y que a su vez, permite afianzamiento en su autorrealización como tal, permitiendo de esa manera identificarse dentro de una organización, es uno de los factores de aporte en general al concepto de cultura organizacional reflejado en las empresas objeto de estudio y que es de vital importancia y aplicación por parte de los líderes de las empresas del sector transporte de carga masiva desempeñando un gran papel como administradores.

El presente trabajo permitió además a las empresas mejorar los canales de comunicación entre los miembros de las empresas y que gracias a la ejecución y

conocimiento del concepto de cultura organizacional definió a las empresas de carga masiva en determinar su orientación tanto a normas, resultados, personas y poder por parte de sus respectivos gerentes, creando estrategias que permitan afianzar la comunicación asertiva dentro y fuera de las empresas. Se destaca el trabajo activo e inclusivo por parte de todo el grupo de colaboradores de las diferentes empresas de carga masiva ya que gracias a ello se permitió llevar a cabo el presente trabajo investigativo con fines académicos y profesionales en procura de aportar en gran magnitud al tema de investigación de la cultura organizacional.

Finalmente se concluye que el conocimiento e implementación de la cultura organizacional dentro y fuera de las empresas, permite identificar a tiempo los problemas reflejados en las mismas, para la creación de estrategias que permitan mitigar eventualidades presentadas y de esa manera aprovechar oportunidades para poder mejorar en las diferentes actividades y aportar en el logro de objetivos.

RECOMENDACIONES

Como recomendaciones finales enfocadas hacia la buena implementación de la cultura organizacional y oportunidad de mejora de las empresas de carga masiva en primer lugar, se concentra en dar a conocer al grupo de colaboradores que la toma de decisiones implican cambios que dependiendo de su ejecución y lo esperado permite establecer lineamientos y estrategias para la consecución de objetivos de manera clara, asertiva y menos imponente o arbitraria, que al mismo tiempo poder contar con la plena disposición del grupo de colaboradores para su óptima ejecución.

Otro tema fundamental hace referencia a la implementación dentro de su cultura organizacional de aspectos de remuneración adicional a manera de comisiones, debido a que su implementación en empresas de carga masiva ha sido tomada en referencia para las demás y que cuyo resultado han sido mejora en los niveles de productividad, motivación y sentido de pertenencia por parte del grupo de colaboradores y hacia la empresa un incremento en el nivel de ventas y en caso concreto incremento en envíos de mercancías nacionales.

El uso de herramientas tecnológicas que permitan la capacitación del talento humano, optimiza y fortalecen de cierta manera las habilidades del personal y el crear espacios aptos para llevar a cabo dichos procesos de aprendizaje permiten a las organizaciones estar al nivel de multinacionales que gracias a la globalización y tendencias tecnológicas han logrado el éxito de su operación, por esta razón, se recomienda la implementación del e – Learning dentro de las empresas de carga masiva o crear convenios con empresas de capacitación y portar en el crecimiento del potencial del talento humano y de esta manera ampliar los niveles de competitividad en un mercado cambiante y de paso fortalezca el enfoque con orientación hacia las personas como fuerte tendencia de impacto en la cultura organizacional.

El factor cohesionador de la gran mayoría de las empresas de carga masiva es la lealtad y la tradición como parte de su cultura organizacional, acompañado de que son lideradas por gerentes que se ciñen a las normas emitidas por las altas directivas, pero debido a las fuertes tendencias y miras hacia la globalización se recomienda mirar un poco más allá y darle la oportunidad a una mentalidad abierta y presta al cambio y que le permita a las empresas regionales de carga masiva incrementar los niveles de competitividad y obtener una visión optima del negocio como tal. Finalmente se recomienda a las empresas del sector transporte incluir dentro de sus políticas internas la cultura inclusiva que permita darle la oportunidad a personas en situación de discapacidad y especialmente a personas de la comunidad LGBTIQ+, quienes pueden aportar desde su punto de vista al desarrollo de las organizaciones y sus habilidades.

BIBLIOGRAFÍA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La cultura organizacional. (en línea) En: <http://admindeempresas.blogspot.com> (Bogotá). 14, mayo, 2007. (Consultada: 12 de marzo de 2020, disponible en línea en: <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/05/la-cultura-de-la-organizacin-i.html?m=1>)

ALCALDÍA DE BOGOTÁ, Resolución 777 de 1995 Ministerio de Transporte, (en línea) En: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/> (Bogotá). 14, febrero, 1995. (Consultada: 16, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=28551&cadena=t>

BANCO DE LA REPÚBLICA. Posición astronómica y geográfica de Colombia, (en línea) En: banrepcultural.org. (Bogotá). 29, julio, 2020 (Consultada: 16, agosto, 2020). Disponible en línea en: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Posici%C3%B3n_astron%C3%B3mica_y_geogr%C3%A1fica_de_Colombi%C3%A1

BOSTON CONSULTING GROUP, El 89% de las personas espera que sus trabajos sean parcialmente remotos después de la pandemia, (en línea) En: <https://www.bcg.com/> (Buenos Aires), 31, marzo, 2021. (Consultada: 24, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bcg.com/press/31march2021-89-percent-of-people-expect-their-jobs-to-be-partially-remote-after-pandemic>

CAJAL, Alberto. Sectores Económicos de Colombia: Primario, Secundario, Terciario. (en línea) En: lifeder.com. (Bogotá), 20, mayo, 2019. (Consultada: 25, enero, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.lifeder.com/sectores-economicos-colombia/>

CAMARA DE COMERCIO DE PASTO, Impacto Económico por COVID 19 en Nariño, (en línea) En: <https://ccpasto.org.co> (Pasto). 03, mayo, 2020. (Consultada: 10, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/10/Impacto-econ%C3%B3mico-por-covid-19-en-Nari%C3%B1o_Edici%C3%B3n_2-1.pdf

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO, monitoreo del impacto del covid 19 en las empresas de la jurisdicción de la cámara de comercio de pasto, (en línea) En: <https://ccpasto.org.co> (Pasto). Noviembre, 2020. (Consultado: 15, abril, 2021. Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2020/12/Monitoreo-del-Impacto-Economico-del-Covid-19-en-las-Empresas-de-la-jurisdicci%C3%B3n-de-la-C%C3%A1mara-de-Comercio-de-Pasto-Noviembre.pdf>

CENTRO IBERAMERICANO DE DESARROLLO ESTRATÉGICO CIDEU, San Juan de Pasto. (en línea) En: <https://www.cideu.org/> (Barcelona), 13, septiembre, 2020, (consultada: 15, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.cideu.org/miembro/san-juan-de-pasto/>

CHEN, Caterina. Actitud y Aptitud. (en línea) En: <https://www.diferenciador.com/> (Venezuela), (s/f). (Consultada: 16, agosto, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-actitud-y-aptitud/>

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamiento Organizacional, segunda edición, (en línea) En: <https://www.gob.mx/> (México DF) 2000. Pág., 119. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf

CONCEPTO.DE. Estructura, (en línea) En: <https://concepto.de/> (Argentina), 5, agosto, 2021. (Consultada: 14, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://concepto.de/estructura/#ixzz7LdS3HwE4>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA, Ley 105 de 1993, (en línea) En: <http://www.secretariasenado.gov.co/> (Bogotá). 30, diciembre, 1993. (Consultada: 24, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0105_1993.html

COTELCO, Informe de indicadores hoteleros octubre 2020, (en línea) En: www.cotelgo.org. (Bogotá). Octubre, 2020. (Consultado 17, noviembre, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.cotelco.org/estadisticas/indicadoresoct2020>

DA SILVA, Douglas, ¿Conoces los tipos de cultura organizacional? ¿Cuál implementarías en tu organización?, (en línea) En: <https://www.zendesk.com.mx/> (México), 16, septiembre, 2021. (Consultada: 16, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-cultura-organizacional/>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA DANE. Censo Nacional de Población y Vivienda, (en línea) En: dane.gov.co. (Bogotá), 4, julio, 2019. (Consultada: 16, agosto, 2019). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018/cuantos-somos>

ENCICLOPEDIA ECONÓMICA. Elementos que conforman la cultura organizacional, (en línea) En: <https://enciclopediaeconomica.com/> (Argentina) 2018. (Consultada: 07, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://enciclopediaeconomica.com/cultura-organizacional/>

ENRIQUEZ CARO, Ricardo. Las funciones de la cultura organizacional, (en línea) En: <https://taemperuconsulting.com/> (Perú), 13, abril, 2014. (Consultada: 12, abril, 2021). Disponible en línea en: <https://taemperuconsulting.com/las-funciones-de-la-cultura-organizacional/>

GERENCIE. Diferencia entre eficiencia y eficacia, (en línea). En: <https://www.gerencie.com> (Bogotá) 11, enero, 2019. (Consultada: 14, abril, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/diferencias-entre-eficiencia-y-eficacia.html>

GERENS, Escuela de postgrados, ¿Qué es el desarrollo organizacional?, (en línea) En: <https://gerens.pe/blog/que-es-desarrollo-organizacional/> (Lima, Perú), 6, junio, 2006. (Consultada: 24, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://gerens.pe/blog/que-es-desarrollo-organizacional/>

GOBIERNO DE COLOMBIA, Código de Comercio de Colombia, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 27, marzo, 1971. (Consultada: 25, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

GOBIERNO DE COLOMBIA, Decreto 1079 de 2015 Sector Transporte, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 26, mayo, 2015. (Consultada: 20, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77889>

GOBIERNO DE COLOMBIA, Ley 336 de 1996, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 20, diciembre, 1996. (Consultada: 25, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=346>

GOBIERNO DE COLOMBIA. Decreto 173 de 2001, (en línea) En: <https://www.funcionpublica.gov.co/> (Bogotá). 5, febrero, 2001. (Consultada: 12, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4308>

GÓMEZ DÍAZ, Carlos. RODRIGUEZ ORTIZ, Jenny. Teorías de la cultura organizacional, (en línea) En: <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/> (Buenos Aires), 2013. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/98/2019/03/TeoriasdelaCulturaOrganizacionalCarlosGomezJennyRodriguezrevision2013.pdf>

GÓMEZ DÍAZ, Carlos. RODRIGUEZ ORTÍZ, Jenny. Teorías de la Cultura Organizacional, (en línea) En: <https://www.researchgate.net/publication/> (Santiago de Chile), enero, 2001. Pág., 3. (Consultada: 20 de marzo de 2020). Disponible en la dirección electrónica: https://www.researchgate.net/publication/216737064_Teorias_de_la_cultura_organizacional

GONÇALVES, Alexis, P. Dimensiones del clima organizacional, (en línea) En: <http://www.geocities.ws/> (Buenos Aires), julio, 1998. (Consultada: 16, abril, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.geocities.ws/janethqr/liderazgo/130.html>

HARRISON, Roger, Conozca la forma de ser de su organización, (en línea) En: <https://www.diba.cat/> (Deusto, España), 1978, Pág. 4. (Consultada: 12, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.diba.cat/documents/477802/484452/formacio-fixers-pdf-fons_documental_historic-11conozcaformaserorg-pdf.pdf

HECHO & CO, La cultura organizacional del Iceberg, (en línea) En: <https://www.hecho.company/> (Madrid), 13, mayo, 2021. (Consultada: 10, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.hecho.company/blog/cultura-organizacional-iceberg>

HELLRIEGEL Don y SLOCUM, John W, Comportamiento organizacional, Cengage Learning Editores. S.A de C.V. p. 458. (en línea) En: <http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/> (México), 2009. (Consultada: 11, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5EF6TFGvk5S9uSmE0Qv7k6_COMPORTAMIENTO_ORGANIZACIONAL.pdf

HERNÁNDEZ, Sampieri, Roberto, Baptista María del Pilar. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, (en línea) En: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/> (México). 2014. p. 4. (Consultada: 24, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

HERRERA RODRIGUEZ, José Ignacio. Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos. (en línea) En: <https://www.indteca.com/> (Chuquipata, Ecuador). 5, febrero, 2018. p. 7. (Consultada: 23, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173/170

INSTITUTO NACIONAL DEL TRANSPORTE, Acuerdo 00050 de 1993, (en línea) En: <https://web.mintransporte.gov.co/> (Bogotá). 14, octubre, 1993. (Consultada: 15, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/785/1/Acuerdo_50_1993.pdf

MARCOS, Loren Altagracia, La cultura organizacional. Escuela de Organización Industrial. (en línea). En: <https://www.eoi.es> (España) 2012. (Consultada: 26, septiembre, 2020). Disponible en Línea en: <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/02/27/la-cultura-organizacional/>

MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTE, Resolución 13791, (en línea) En: <https://www.allianz.co/> (Bogotá). 21, diciembre, 1988. (Consultada: 25, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.allianz.co/content/dam/onemarketing/iberolatam/allianz-co/seguros/empresas/portal-transportes-docs/Resolucion13791de1988.pdf>

MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL, Código Sustantivo del Trabajo, (en línea) En: <https://www.ilo.org/> (Bogotá), 5, agosto, 1950. (Consultada: 15, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/1539/CodigoSustantivodelTrabajoColombia.pdf>

MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL, Resolución 2400 de 1979. (en línea) En: <https://vlex.com.co/> (Bogotá). 22, mayo, 1979. (Consultada: 18, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://vlex.com.co/vid/resolucion-2400-1979-establecen-586382931>

MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA, Resolución 19200 de 2002, (en línea) En: <https://www.aso-cda.org/> (Bogotá). 20, diciembre, 2002. (Consultada: 10, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/3213/1/Resolucion_19200_2002.pdf

MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA. Decreto 19 de 2012, (en línea) En: <http://web.mintransporte.gov.co/> (Bogotá). 20, febrero, 2012. (Consultada: 12, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://web.mintransporte.gov.co/jspui/handle/001/336>

MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA. Resolución 4496 de 2011, (en línea) En: <https://www.redjurista.com/> (Bogotá). 28, octubre, 2011. (Consultada: 20, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_4496_de_2011_ministerio_de_transporte.aspx#/

MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA. Transporte en cifras 2019, (en línea) En: www.mintransporte.gov.co. (Bogotá). Octubre, 2020 (Consultada: 12, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://plc.mintransporte.gov.co/Estad%C3%ADsticas/Transporte-en-Cifras>

MINISTERIO DE TRANSPORTE DE COLOMBIA, ¿Quiénes somos?, (en línea) En: <https://www.mintransporte.gov.co> (Bogotá), 08, mayo, 05, 2011. (Consultada: 12 de abril de 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/33/quienes_somos/

MULDER, P. Modelo de Cultura Organizacional por Edgar. 2013. Consultado 12 de marzo de 2021. Disponible en línea en: <https://www.toolshero.es/liderazgo/modelo-de-cultura-organizacional-por-edgar-schein/>

MULDER, P. Modelo de Cultura Organizacional por Edgar. 2013. Consultado 12 de marzo de 2021. Disponible en línea en: <https://www.toolshero.es/liderazgo/modelo-de-cultura-organizacional-por-edgar-schein/>

MUNDO MARÍTIMO. Colombia: Transporte de carga terrestre se redujo un 8,1% durante el 2020. (en línea) En: <https://www.mundomaritimo.cl> (Chile), 12, marzo de 2021, (consultada: 20, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/colombia-transporte-de-carga-terrestre-se-redujo-un-81-durante-el-2020>

NUÑO, Patricia, Tipos de cultura organizacional, (en línea) En: <https://www.emprendepyme.net/> (Bogotá), 31, enero, 2018. (Consultada: 10, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-cultura-organizacional.html>

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS. Código Nacional de Tránsito Terrestre, Ley 769 de 2002, (en línea) En: <https://www.oas.org/es/default.asp> (Washington DC). 06, julio, 2002. Pág. 14. (Consultada: 20, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_col_ley_769_2002.pdf

ORTIZ TEJADA, Sandra Paola y RODRÍGUEZ PEÑA, José Luis. Análisis de la cultura organizacional de la empresa XYZ, (en línea) En: ciencia.lasalle.edu.co. (Bogotá). 01, enero, 2018. (Consultada: 12, mayo, 2019). Disponible en la dirección electrónica: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article%3D2538%26context%3Dadministracion_de_empresas&ved=2ahUKEwid68SqrPvAhXmSjABHTDxDJYQFjAEegQIGBAC&usq=AOvVaw2mZIH06_9kwiL_njOEalcx

PEDRAZA, Lilibeth, OBISPO, Kelly y VASQUEZ Lina, Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico, (en línea) En: <https://dialnet.unirioja.es/> (La Rioja, España). 16, marzo, 2015. (Consultada: 7, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5139907>

PORTAFOLIO. El transporte de carga cayó 8,1% por pandemia. (en línea) En: portafolio.co. (Bogotá), 10, marzo, 2021. (Consultada: 18, junio, 2021). Disponible en la dirección electrónica: en línea en: <https://www.portafolio.co/economia/el-transporte-de-carga-cayo-8-1-por-pandemia-549930>

PORTUGAL, María, G. Concepto de cultura, (en línea) En: <https://www.promonegocios.net/> (España), octubre, 2007. (Consultada: 14, abril, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>

QUICENO RAMÍREZ, Juan Camilo, Deuda pública de Colombia es la más alta en la historia, (en línea) En: <https://www.elcolombiano.com> (Bogotá). 03, enero, 2022 (Consultada: 26, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elcolombiano.com/negocios/deuda-publica-de-colombia-llega-a-niveles-historicos-CA16253111>

QUIJANO VODNIZA, Armando José. Guía de investigación cuantitativa. Institución Universitaria CESMAG. San Juan de Pasto. 2009. p. 76.

QUIROA, Myriam. Administración. (en línea) En: <https://economipedia.com/> (Guatemala), 29, enero, 2020. (Consultada: 19, agosto, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>

RACTEM RACKING SYSTEM, Normas básicas de seguridad en un almacén. (en línea) En: <https://www.ractem.es/> (España). 24, julio, 2020. (Consultada: 10, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ractem.es/blog/normas-basicas-seguridad-almacen>

RAGA, Camila, ¿Qué es el Código Sustantivo del Trabajo y cómo afecta a las empresas?, (en línea) En: <https://www.sesamehr.co/blog/> (Madrid). 18, mayo, 2021. (Consultada: 18, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: [https://www.sesamehr.co/blog/que-es-el-codigo-sustantivo-del-trabajo-y-como-afecta-a-las-empresas/#:~:text=Es%20un%20compendio%20de%20normas,partes%20\(trabajador%20y%20empleado\).](https://www.sesamehr.co/blog/que-es-el-codigo-sustantivo-del-trabajo-y-como-afecta-a-las-empresas/#:~:text=Es%20un%20compendio%20de%20normas,partes%20(trabajador%20y%20empleado).)

REPÚBLICA DE COLOMBIA, Gobierno Nacional, Código de tránsito, (en línea) En: <https://www.colombia.com/> (Bogotá). 06, agosto, 2002. (Consultada: 14, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.colombia.com/actualidad/codigos-leyes/codigo-de-transito/Tit2Cp3-vehiculos.aspx>

ROBBINS, Stephen, P. y JUDGE, Timothy A. Comportamiento Organizacional. (en línea) En: <https://frrq.cvg.utn.edu.ar/> (México), 2009. p.552. (Consultada: 24, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

RODRIGUEZ GARAY, Rubén. La Cultura Organizacional un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración, (en línea) En: <https://dialnet.unirioja.es> (España) 04, mayo, 2009. (Consultada: 12, septiembre, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.redalyc.org/pdf/877/87722106.pdf>

ROSAS, Carlos Mario. Análisis del transporte de carga en Colombia, para crear estrategias que permitan alcanzar estándares de competitividad e infraestructura internacional, (en línea). En: <https://repository.urosario.edu.co> (Bogotá). 2013, Pág. 10. (Consultada: 18, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4537/10154047632013.pdf?sequence=1>

SANTAMARIA MEDINA, Billdoney. La Cultura Organizacional como factor fundamental para el desarrollo de las empresas del sector logístico en Colombia, (en línea) En: repository.unimilitar.edu.co (Bogotá) 20, septiembre, 2016. (Consultada: 20, agosto, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14590>

SCHEIN, E. H. La cultura empresarial y el liderazgo: Una visión dinámica, (en línea) En: <https://frrq.cvg.utn.edu.ar/> (Barcelona), enero, 1988. p. 11. (Consultada: 15, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15589/mod_resource/content/0/Schein%20La-Cultura-Empresarial-y-El-Liderazgo.pdf

SENADO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, Rama Legislativa, Código Nacional de Tránsito Terrestre, (en línea) En: secretariasenado.gov.co (Bogotá), 06, julio, 2002. (Consultada: 18, septiembre, 2021). Disponible en línea dirección electrónica: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0769_2002.html

SHUTTLEWORTH, Martyn. Diseño de Investigación Descriptiva. Consultada 20 de abril de 2020. Disponible en línea en: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>

SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN NORMATIVA, Decreto 622 de 2000, Por el cual se fija la jurisdicción de las cámaras de comercio en todo el territorio nacional, (en línea) En: <https://www.suin-juriscal.gov.co>, (Bogotá), 05, abril, 2000. (Consultada: 12 de marzo de 2020). Disponible en línea en: <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1131905>

SISTEMA UNICO DE INFORMACION NORMATIVA, Suin Juriscal, (en línea) En: <https://www.suin-juriscal.gov.co/> (Bogotá). 21, octubre, 1996. Pág. 1. (Consultada: 14, abril, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1369530>

SISTEMA UNICO DE INFORMACION NORMATIVA., Op. Cit., <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1369530>

SORDO, Ana Isabel. Cultura organizacional: tipos, elementos y ejemplos extraordinarios, (en línea) En: <https://blog.hubspot.es/> (España), 2015. (Consultada: 13, diciembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>

STAROFSERVICE, ¿Qué es la cultura corporativa y por qué es importante?, (en línea) En: <https://www.emprendices.co/> (Bogotá), 29, junio, 2017. (Consultada: 12, agosto, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.emprendices.co/la-cultura-corporativa-importante/>

STEEL. Resolución 2400 de 1979, Origen de la Normatividad en Seguridad y Salud en el Trabajo, (en línea) En: <https://www.steel.net.co/> (Bogotá). 22, mayo, 1979. (Consultada: 17, enero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.steel.net.co/resolucion-2400-de-1979/>

UCHA, Florencia. Definición evaluación. (en línea). En: <https://www.definicionabc.com> (Bogotá) 15, marzo, 2009. (Consultada: 16, abril, 2020). Disponible en línea en: <https://www.definicionabc.com/general/evaluacion.php>

Anexo A

UNIVERSIDAD CESMAG FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA DE LA CIUDAD DE PASTO

Objetivo: Conocer e identificar el tipo de Cultura Organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva de la ciudad de Pasto.

Instrucciones: En una escala de 1-5, dónde 1 es muy desacuerdo, 2 En desacuerdo, 3 Ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 De acuerdo, 5 Muy de acuerdo; evalúe las siguientes preguntas y responda marcando con una equis (X), según corresponda a cada una de ellas.

PREGUNTA	Muy de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Ni en desacuerdo ni de acuerdo (3)	En desacuerdo (2)	Muy desacuerdo (1)
1. ¿La empresa está enfocada en aumentar el nivel de su competitividad?					
2. ¿La empresa está interesada en posicionarse en el mercado?					
3. ¿En la empresa la toma de decisiones está centralizada en el nivel directivo?					
4. ¿En la empresa se toman decisiones arbitrarias e imponentes?					
5. ¿En la empresa se enfoca en el cumplimiento estricto de las normas y las responsabilidades que cada cargo tiene?					
6. ¿En la empresa la consecución de los objetivos es relevante?					
7. ¿En la empresa la obtención de resultados es primordial?					
8. ¿En la empresa se optimizan los recursos humanos?					
9. ¿En la empresa se optimizan los recursos financieros?					

10.¿En la empresa se optimizan los recursos materiales?					
11.¿ En la empresa es relevante el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores?					
12.¿ En la empresa se fomenta valores sociales, motivación y creatividad de los colaboradores?					
13.¿En la empresa se busca la satisfacción del cliente interno y externo?					
14.¿Dentro de la organización se establecen metas y objetivos claramente definidos?					
15.¿Cómo gerente y líder de la organización establece estrategias para competir dentro del mercado?					
16.¿La organización implementa algún sistema de incentivos o beneficios económicos no remuneratorios por el cumplimiento de metas y logros dentro de sus funciones?					
17.¿Cómo gerente usted sabe si existe respeto y confianza mutua entre grupo de colaboradores y la dirección de la organización?					
18.¿Se realizan reuniones periódicas dentro de la organización para establecer comunicación sobre los problemas de la empresa?					
19.¿Considera usted que la organización ofrece estabilidad laboral a sus colaboradores?					
20.¿La empresa se caracteriza por mantener un ambiente familiar?					
21.¿La empresa se caracteriza por ser dinámica y emprendedora?					
22.¿Lo más importante en la empresa es la competitividad y el logro?.					

23. ¿Lo más importante en la empresa es la estabilidad de sus colaboradores?.					
24. ¿Los directivos de la empresa se caracterizan por ser mentores o maestros?.					
25. ¿Los directivos de la empresa se caracterizan por ser técnicos?.					
26. ¿Los directivos de la empresa se caracterizan por ser jefes conservadores?.					
27. ¿Los directivos de la empresa se caracterizan por ser coordinadores?.					
28. ¿Los directivos de la empresa se caracterizan por ser administradores?.					
29. ¿El factor cohesionador de la empresa es la lealtad y la tradición?.					
30. ¿El factor cohesionador de la empresa es el logro de las metas y las tareas.					
31. ¿El factor cohesionador de la empresa son las reglas y políticas formales?.					
32. ¿Considera usted que la organización celebra los logros y aprendizajes del capital humano?.					
33. ¿Considera que el reconocimiento como un verdadero valor?.					
34. ¿Usted retroalimenta a sus colaboradores?.					
35. ¿Siente que entre usted y sus colaboradores, se puedan compartir opiniones con honestidad?.					
36. ¿Siente que la organización le permite aportar ideas y opinar?.					
37. ¿Tiene la flexibilidad de tomar tiempo cuando lo necesita o en alguna eventualidad?.					

38. ¿Siente que la organización cuenta con un balance sano entre el trabajo y la vida personal?					
39. ¿Considera que el trabajo contribuye a los objetivos de la organización?					
40. ¿Considera que las responsabilidades dentro de la organización están claras?					
41. ¿Cómo califica la puesta en práctica de las habilidades y fortalezas para el desempeño de funciones de su capital humano?					
42. ¿Siente que la organización brinda la oportunidad de mejora de habilidades?					
43. ¿Considera que tiene la libertad para decidir cómo realizar su trabajo?					
44. ¿Considera usted que tiene un buen nivel de transparencia con el equipo.?					
45. ¿Considera que la colaboración es recíproca entre su capital de trabajo?					
46. ¿Considera que entre compañeros están prestos y abiertos a recibir opiniones diferentes a las suyas?					

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MIMEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 5 de Julio 2022

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado Análisis de la cultura organizacional de las empresas del sector transporte de carga masiva de la ciudad de Pasto, presentado por el autor Camilo Andrés Narváz del Programa Académico Administración de Empresas al correo electrónico trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,

Claudia Solarte Solarte

Mg. Claudia Magali Solarte Solarte
CC. 59.816.989 de Pasto
Administración de Empresas
3206724490
cmsolarte@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: CAMILO ANDRÉS NARVÁEZ	Documento de identidad: 1085266799
Correo electrónico: cabjnarvaez@hotmail.com	Número de contacto: 3165841556
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Título del trabajo de grado: ANÁLISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE CARGA MASIVA DE A CIUDAD DE PASTO	
Facultad y Programa Académico: FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</p>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 24 días del mes de Junio del año 2022.

	
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor: Camilo Andrés Narváez	Nombre del autor:
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 Nombre del asesor: Mg. Claudia Magali Solarte Solarte	