

TRABAJO DE GRADO

Estudio de la cultura organizacional para la empresa Centro Comercial Santafé P.h.

MARIA KATHERINE GIRALDO DEL RÍO

Asesor

Jaime Alberto Beltrán Ríos

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

MEDELLÍN

2023

Tabla de contenido

Estudio de la cultura organizacional para la empresa Centro Comercial Santafé Medellín P.H.	2
Información del contexto corporativo	2
Resumen.....	3
Abstract	4
Marco teórico	4
Justificación	12
Pregunta Objeto de estudio, Orientadora	13
Objetivo General.....	13
Objetivos específicos	13
Metodología	14
Alcances del proyecto	15
Cronograma de actividades.....	16
Glosario de términos	16
DESARROLLO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN	18
Desarrollo de Objetivos Específicos:	18
<i>Identificar los hábitos y costumbres que se viven en el Centro Comercial Santafé Medellín P.H.</i>	18
Determinar las creencias y valores que se han construido durante los años en la organización.....	18
Establecer creencias y valores que se han construido durante los años en la organización.....	19
Metodología	19
Trabajo de Campo.....	20
Recolección de Información, Sistematización y Codificación:	22
Propuesta Técnica	31
Conclusiones	32
Referencias.....	34
Anexos	36

Estudio de la cultura organizacional para la empresa Centro Comercial Santafé Medellín P.H.

Información del contexto corporativo

El Centro Comercial Santafé Medellín P.H. fue un proyecto planeado estratégicamente para su estructura ya que se tuvieron en cuenta factores como topografía del lote, clima, tráfico; entre otros, ya que era un reto ambientar tanto lo interno como lo externo. Fue complejo crear 12 pisos; seis pisos de parqueo, cinco pisos comerciales y un piso para administración y áreas técnicas, cuenta con cinco accesos vehiculares y cinco accesos peatonales a diferentes niveles, con un total de área construida de 207.000 m², siendo el proyecto comercial más grande de Medellín y tercero en el país en su momento. Su construcción comenzó a partir del año 2007, tres años después, se inauguró el 08 de mayo de 2010 abriendo sus puertas y así dar comienzo a brindar una gran experiencia a todos los públicos de interés.

Desde el ámbito organizacional se dio comienzo con una Gerencia Tradicional y con muchos propósitos para sacar adelante este gran proyecto y dar cumplimiento a las perspectivas que ahora se centran en la operación general del Centro Comercial Santafé Medellín P.H.; desde su recurso humano ya contaba con muchas ventajas ya que desde la ejecución de la estructura se fueron sumando personas que conocían lo interno y lo externo, de esta misma manera se vincularon en ese tiempo, en cargos tales como: asistente administrativo, auxiliares de obra, apoyo logístico y servicios generales; entre otros. Durante estos años aún permanecen y algunos han crecido tanto profesionalmente que ahora son coordinadores y/o supervisores. En el transcurso de los años algunas de las personas se han ido retirando dejando huella y otros se han adherido al equipo.

De esta manera el Centro Comercial Santafé Medellín P.H., se ha transformado y agregado valor a la experiencia interna de la administración, en el año 2017 comienza una nueva gerencia renovada y con otras ideas, llega generando cambios y nuevas herramientas que hasta ahora en el 2022 se permean en el bien común; entre ellos hasta la manera de vestir, cambió hacer más informal, conservando estilo pero cómodo; actualmente se cuenta con un total de 71 colaboradores que poco a poco se integrando y sumando para asumir valores que caracterizan, como: transparencia en nuestra esencial, factor Wow, ¡más que bien, más allá!, lo hacemos de corazón, soñamos y lo hacemos realidad, maxi-mini, somos una gran familia, todos somos líderes, están cargados de gran emocionalidad con el propósito de propiciar un ambiente laboral seguro y ameno que permita conservar a través del tiempo una cultura organizacional pensada en Ser, hacer y saber.

Resumen

Este trabajo se ha construido para dar a entender que se entiende como cultura organizacional, y así darle forma a la historia que se ha transformado y construido durante estos doce años en el Centro Comercial Santafé Medellín P.H., ya que durante este tiempo se han ido adquiriendo hábitos y rituales que se han conservado con el tiempo, generando de esta manera tradiciones y costumbres que se han formalizado y sostenido permitiendo alinear los valores corporativos e integrarlos con la motivación e intereses de cada uno de los colaboradores.

Siendo la cultura la personalidad de la compañía, se reconoce la importancia de identificar factores que generarán bienestar e impacto, teniendo en cuenta aspectos que ya se tienen como el presupuesto, infraestructura, procesos y talento, esto con el fin de integrar estrategias tales como: compensación, liderazgo, oportunidades, desempeño, ya que se tiene

como propósito integrar e introyectar para lograr un impacto y significativo en la cultura Santafé Medellín.

Palabras claves: costumbres, creencias, hábitos y valores organizacionales, cultura organizacional.

Abstract

This work has been built to imply what is understood as organizational culture, and thus give shape to the history that has been transformed and built during these twelve years in the Santafé Medellín P.H. Shopping Center, since during this time they have been acquiring habits and rituals that have been preserved over time, thus generating traditions and customs that have been formalized and sustained, allowing the alignment of corporate values and integration with the motivation and interests of each of the employees.

Being the culture the personality of the company, the importance of identifying factors that will generate well-being and impact is recognized, taking into account aspects that already exist such as the budget, infrastructure, processes and talent, this in order to integrate strategies such as: compensation, leadership, opportunities, performance, since its purpose is to integrate and introject to achieve a significant impact on the Santafé Medellín culture.

Keywords: organizational customs, beliefs, habits and values, organizational culture.

Marco teórico

La cultura organizacional es uno de los pilares esenciales en una compañía, el cual permite afiliaciones entre la empresa y colaboradores. Según Segredo Pérez et al. (2017):

La organización también tiene su personalidad que se conoce como “cultura organizacional”, la cual se ha descrito como los valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que actúan los miembros de la organización. Aquellas organizaciones en que los valores fundamentales están profundamente arraigados y son compartidos, tienen mayor influencia sobre los empleados, además se ha encontrado que son más leales y están asociadas con el alto desempeño organizacional. Los empleados "aprenden" dicha cultura de diversas maneras, las más comunes son a través de historias, rituales, símbolos materiales y lenguaje. Esto influye y condiciona la forma en que los gerentes planean, organizan, dirigen y controlan la organización. (p. 93)

Durante la historia de una compañía surgen momentos e instantes que se van conservando durante el tiempo y queda marcado tanto para el colaborador como para la empresa, es de esta manera que es importante conservar instantes de valor y calidad que van dirigidos a personas, que deciden estar y vivenciar todo lo propuesto desde la dirección administrativa, con el fin de cumplir objetivos, ejecutar todo el plan estratégico y unirse a los valores creados para cultivar y dar forma a la estructura organizacional.

Es por ello que se menciona la importancia de la coherencia, cohesión y aprehensión en los procesos determinados, con el fin de proporcionar credibilidad como organización y así instaurar creencias esenciales donde los comportamientos aunque sean perceptuales vayan dirigidos y sostenidos en el tiempo, siendo particularmente necesarios para otorgar responsabilidades, capacidad de asumir nuevos retos y riesgos, que la supervisión sea mínima, se trabaje de una manera organizada y tiempos adecuados, criterios de rendimiento y así generar sistemas de incentivos; es todo un ecosistema de saberes que suman a una ejecución efectiva que

refleja sentido de pertenencia entre los colaboradores. La importancia de este análisis y adaptación es:

En primer lugar, cumple la función de definir los límites hasta los que los comportamientos difieren unos de otros. Segundo, transmite un sentido de identidad a sus miembros. Tercero, facilita la creación de un compromiso personal con algo más amplio que los intereses personales del individuo. Cuarto, incrementa la estabilidad del sistema social. (Segredo Pérez et al., 2017, p. 94)

Es así como nos adentramos en la conceptualización y teorización para darle sentido y significado a lo que vas a encontrar en este recorrido, ya que es importante destacar conceptos propensos a manifestar la vida interna de la organización. “La consecuencia de estos pensamientos ha impulsado al *management* a crear técnicas destinadas a “cultivar” creencias, supuestos y valores que puedan movilizar conductas alineadas con la estrategia organizacionales” (Rodríguez Garay, 2009, p. 69). Es importante comprender las perspectivas culturales en la organización, como realidad a las relaciones recíprocas, esto con el fin de constituir sistemas simbólicos y relatos que a través del tiempo se conserven y permanezcan en afinidad la filosofía, ya que sería la base de ponderación a las conexiones internas y externas determinantes para la gestión empresarial.

Con el propósito de sensibilizar la cultura organizacional del Centro Comercial Santafé Medellín P.H. ya que durante doce años se ha impactado y materializado los comportamientos en el día a día, dando forma a este sentido e influyendo entre los integrantes que han permanecido y se han unido a darle identidad y desarrollando fundamentos de adaptación y en relación a los procesos que se han fomentado se da paso a teorías integradores dando estructura y pilares potencializando al ser siendo “Lo máximo que puede hacer la organización es ofrecer un terreno

fértil donde cada persona decide o no, alcanzar su felicidad” (Caro Lasso, 2020, p. 31); durante la historia se cuentan anécdotas donde se encuentra enmarcada gran emocionalidad ya que cada evento, cada celebración, se evidencia la unión y consolidación para llevar a cabo rituales que integran y por consiguiente transmiten identidad en su esencia, logrando dar forma a la expresión del propósito cultural dentro de la organización.

El mundo organizacional ha ido evolucionado a lo largo del tiempo y con él toda la concepción respecto a las relaciones laborales. Este cambio de paradigmas se dio gracias a la inclusión de la psicología en el mundo empresarial, la misma que permitió estudiar el comportamiento y la dinámica que se da en las relaciones interpersonales al interior de las empresas y su repercusión en el desempeño laboral (Llanos Encalada et al., 2016, p.11)

Al realizar la respectiva revisión teórica sobre cultura organizacional, se puede hacer un comparativo con la actualidad, más lo que se vive en el Centro Comercial Santafé Medellín, esto nos permite sintetizar que las estrategias durante años nos ha permitido integrar que las administraciones empiezan migrar y evolucionar en conceptos propicios a la calidad en cada eje de la organización, es por esto que su convergencia ha sido generar impacto, Caro Lasso (2020) nos dice “Dicho impacto le permitirá a una organización contar con un Talento Humano Saludable, cuyas iniciales me permiten establecer la necesidad de alinear en este proceso el **Tener**, el **Hacer** y el **Sentir** que impactan a una persona en el escenario de su trabajo” (p.78). La organización se preocupa por ese **Ser** integral que actúa, como se siente y que entrega, este modelo se compone desde la experiencia desde su individualidad, teniendo en cuenta el entorno, que sin duda impacta de manera a la organización, para así generar un ambiente diferenciador.

Otra de las perspectivas a tener cuenta, considerando que las relaciones humanas y todo su componente estructural se derivan de comportamientos y conductas, unas más orientadas a cooperar y otras a competir, pero siempre se fundamenta en teorías que permitirán alinear aspectos evolutivos. Es por esto Ayala Espinoza (2014), nos adentra en que:

Una de las ideas principales de esta teoría es que para poder dar explicación a la forma en cómo se comportan las personas dentro de la organización, se hace ineludible hacer una referencia de lo que es la “motivación humana” y al respecto revisar la postura que Abraham H. Maslow propone en 1954, cuando señala que las necesidades tienen una jerarquización, representándolas por medio de una pirámide, estando en la base las necesidades inferiores (necesidades fisiológicas) y en la cima de la pirámide las necesidades más elevadas (necesidades de autorrealización). (p. 47)

Con el fin de aportar en cada persona la cual es esencial dentro del proceso de organizacional, se determina que cada uno integra de acuerdo a su historia de vida y experiencia personal, orientándose a cada una de las necesidades sean: fisiológicas, de seguridad, social, reconocimiento y/o autorrealización; de acuerdo a sus expectativas y naturaleza de transformación.

Siendo las organizaciones, parte del sistema social y siendo que la psicología pone atención a toda la dinámica de las personas al interior de las mismas, se empieza a tener una concepción diferente. Se presta mayor atención al personal, ya no como recursos, sino como personas independientes que forman parte de un todo y traen consigo un bagaje; no solo de conocimientos, sino también de experiencias, y cuyas personalidades interactúan entre sí al interior de las organizaciones. (Llanos Encalada et al., 2016, p.12)

Es significativa la importancia reconocer el histórico personal como organizacional por todos los aspectos que se deben de tener en cuenta, por ello ahora involucramos los valores que se conservan en los distintos ámbitos los cuales se tiene como objetivo introyectar en cada uno de los colaboradores, los del Centro Comercial Santafé (s.f.) son: *Transparencia en nuestra esencia, Factor Wow, ¡Más que bien, más allá!, Lo hacemos de corazón, Soñamos y lo hacemos realidad, Maxi-Mini, Una gran familia, Lideres.*

Cuando se pretende un cambio en lo cultural de las organizaciones, conocer lo que valoran las personas es de capital importancia para la gerencia, a tal punto que se dispone de una nueva herramienta de dirección denominada Dirección por Valores (DpV) la cual pretende introducir la dimensión de la persona dentro del pensamiento directivo en la práctica diaria (García y Shimón, 1997, p. 5). De acuerdo a la DpV, el futuro empresarial se configura articulando valores, metáforas, símbolos y conceptos, que orienten la creación de valor de los empleados. La DpV plantea que los líderes tienen que conformar, desarrollar y recompensar el cumplimiento de ideas y valores compartidos. (Araujo Lobo, 2010, p. 228)

Los retos de la actualizada con el propósito de identificar la cultura y así implementar la introyección y para analizar datos, es bueno identificar tres tipos de culturas como se puede apreciar en la Figura 1 y que se describirán a continuación: La cultura es responsable cuando establece la base para orientar los principios, genera sostenibilidad a sus clientes internos, consolidando decisiones coherentes frente, donde se evidencia que se tiene concordancia con la cultura humana donde se tienen presente la dimensión del Ser, se tiene como prioridad y cohesiona con el talento actual, las relaciones fluyen utilizando de manera adecuada la comunicación. Es además considerable una cultura competitiva que sea sana, donde sus lideres

incentiven a los equipos atraer nuevas ideas, factores que, de organización y construcción equilibrada, que fluyan ideas donde se permita mejorar y sostener el talento general, aquí es donde a largo plazo se conserva una imagen de funcionamiento, influyente y sostenible para un rendimiento global y exitoso.

Figura 1

Los tres tipos de cultura son:



Fuente: Matamala Señor (2019)

Por consiguiente, entre el componente retórico entre la cultura organizacional y las personas que se adhieren a vivirlo y experimentarlo, se puede observar y medir por medio de herramientas que permiten evaluar que tan satisfechos se encuentran desarrollando su labor; además esto se puede evidenciar con su comportamiento al disfrutar de su ambiente laboral, evidenciándolo por medio de compromiso y satisfacción con el mismo. Kefela (como se citó en Rodríguez Castellanos y Romo Rojas, 2013) expone que “la cultura organizacional muestra la forma en cómo la gente actúa e interactúa y es influenciada fuertemente en todo lo que hace, además de que coordina los objetivos de la organización, las normas de comportamiento y las ideologías dominantes” (p. 12).

Los valores producen creencias entre lo que es apropiado y lo que no lo es, y guían las acciones y los comportamientos de los empleados para cumplir los objetivos; además, son la base para evaluar situaciones, actos, objetos y personas. Sirven para generar comportamientos estimados y apreciados por las personas, quienes reciben reconocimiento, o desaprobados, los cuales son sancionados por el grupo. Se transmiten por inducción, las estrategias de comunicación y por el ejemplo de todos. (Méndez Álvarez, 2019, p. 147)

Aunque cada modelo de cultura organizacional es diferente de acuerdo a cada organización es pertinente aceptar que no es perfecto y hay que apropiarse frente a la innovación y desarrollo del equipo humano para que de esta manera se garantice la permanencia para las generaciones futuras y retos en servicios y productos tanto internos como externos.

Cabe resaltar que durante años se ha permitido la transformación e interiorizar que además de la cultura organizacional es importante tener presente el bienestar del colaborador es primordial.

En los años setenta, el concepto de bienestar empieza a ligarse más con el de *calidad de vida laboral*, “en respuesta a la creciente preocupación en torno a la naturaleza poco recompensante del trabajo y las evidencias de una decreciente satisfacción con el empleo” (Kast y Rosenzweig, 1987, p. 691). Es decir, trascender un enfoque asistencialista de ‘dar cosas’ y propender por una propuesta que apunte hacia el desarrollo humano integral en la organización. (Calderón Hernández et al., 2003, p. 117)

Ahora bien, todos los recursos son indispensables con el fin de consolidar y propiciar el ADN dentro de la organización, admitiendo la gran significación de los valores los cuales

permiten validación a todo el entorno. Es así como se identifica el gran potencial que se tiene dentro del Centro Comercial Santafé ya que se acoge a elementos efectivos y diferenciadores, se preocupa por cada uno de los colaboradores, reconoce el potencial en conocimientos y valida cada habilidad, cree y tiene confianza en cada uno; se tiene consolidado un plan de beneficios, tales como: flexibilidad horaria, recreación, celebración de festividades, reconocimiento al buen desempeño, proyectos de vivienda y ahorro, se tiene en cuenta cada proyecto de vida con el fin de implementar cada idea para que sea más agradable el plan de beneficios. Y con el ámbito de trascender y así potencializar aún más se tienen proyectos a corto plazo de mejorar las instalaciones y ambientar espacios más integrales para generar conciencia en lo mental y físico.

Aterrizando todo lo mencionado se deja un escenario organizacional con visión de mejorar y permitir que cada colaborador afiance su compromiso, se sienta orgulloso de la organización, sienta sentido de pertenencia y cada día trabaje con pasión, haciendo que la identidad del Centro Comercial Santafé Medellín sea reconocida con orgullo tanto desde lo interno y se manifieste en lo externo.

Justificación

Este proyecto está pensando para recopilar información e identificar de qué manera se ha experimentado durante estos doce años la cultura organizacional en el Centro Comercial Santafé Medellín, con este se dinamizará aún más la organización ya que contribuirá hacer más evolutiva, cultivable tanto en las creencias como en los valores, ya que se integrará un nuevo modelo que estará pensando en generar una experiencia de sensibilización impactando de manera positiva a las necesidades tanto de los colaboradores como de la organización en general.

Por ello, conviene resaltar que este reconocimiento cultural organizacional, proporcionará factores determinantes que generaran un equilibrio de participación y colaboración para que se continúe potencializando al capital humano que se tiene actualmente. Para generar impacto se reconoce que es importante inversión y en gran medida se cuenta con presupuesto y apoyo desde la gerencia para integrar tanto costos como tiempo, para que de esta manera sea una intervención con resultados positivos y efectivos en el presente y futuro.

Pregunta objeto de estudio

¿La introyección de la cultura organizacional en el Centro Comercial Santafé Medellín, permitirá la formalización de los comportamientos y hábitos de los colaboradores?

Objetivo general

Introyectar la cultura organizacional a partir de la sensibilización en los colaboradores, acerca de la importancia de los comportamientos y hábitos del Centro Comercial Santafé Medellín, con el fin de formalizarlos, en un tiempo de seis (6) meses.

Objetivos específicos

- Identificar los hábitos y costumbres que se viven en el Centro Comercial Santafé Medellín P.H.
- Determinar las creencias y valores que se han construido durante los años en la organización
- Establecer creencias y valores que se han construido durante los años en la organización

Metodología

Este proyecto de investigación tipo cualitativo tiene como propósito introyectar la cultura organizacional en los colaboradores del Centro Comercial Santafé Medellín, por ello:

La investigación cualitativa por su parte, se nutre epistemológicamente de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico. El *pensamiento hermenéutico* parte del supuesto que los actores sociales no son meros objetos de estudio como si fuesen cosas, sino que también significan, hablan, son reflexivos. También pueden ser observados como subjetividades que toman decisiones y tienen capacidad de reflexionar sobre su situación, lo que los configura como seres libres y autónomos ante la simple voluntad de manipulación y de dominación. (Monje Álvarez, 2021, p. 12)

De esta manera se tendrán espacios de escucha con los diferentes colaboradores que ocupan diferentes cargos y de esta misma manera personas que laboraron o tuvieron alguna relación con la compañía, con el fin de identificar en cada proceso de qué manera se han evidenciado y se puede continuar consolidando la cultura organizacional dentro del Centro Comercial Santafé Medellín. La cotidianidad será un factor esencial ya que permitirá recopilar durante el desarrollo de actividades, identificar de qué manera se vive la cultura en el día a día.

Por ello para adquirir mayor información se contará con el apoyo de una breve encuesta como método a la recopilación de información y se tomarán notas durante la observación, esto como alternativa a la construcción y efectividad de la observación y conversación con las personas seleccionadas para este trabajo.

Alcances del proyecto

Se define como las tres actividades principales que deben ser controladas: Alcance, Duración y Costo, dado que se requiera identificar ese sumatorio total de todos los productos y sus requisitos o características involucrados en el proceso de mejora. todo lo que hay que hacer en el proyecto, se refiere a todo el trabajo requerido y solamente el trabajo requerido para poder completar el proyecto con éxito.

Se debe definir igualmente, criterios basados en sus Objetivos del Proyecto, que soporten las Metas, para que logren identificar las Subfases y Tareas que se requieren desarrollar y que, con ello, se soportan el cómo se usaran los Recursos necesarios para el mismo y que den cuenta, de la base de Presupuesto del Proyecto y así estructurar su Programación temporal en pro del cumplimiento de los objetivos trazados.

La Administración de proyecto de Intervención, dará cuenta entonces, del proceso en el cual se establece como un cargo que tiene dentro de sus múltiples funciones, coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

La Administración de proyecto de Intervención, dará cuenta entonces, del proceso en el cual se establece como un cargo que tiene dentro de sus múltiples funciones, coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

Cronograma de actividades

Tabla 1

Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definición de preguntas para encuesta																								
Consolidación de información para encuesta																								
Diseño de encuesta																								
Realizar encuesta																								
Envío de encuesta a los participantes																								
Confirmación de respuestas																								
Revisión de alcance del trabajo																								

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Glosario de términos

Público interno administración: Dirección de Gerencia - Dirección de Operaciones - Dirección Administrativo y financiero - Dirección de Mercadeo, comunicaciones y servicios - Desarrollo humano y Gestión Organizacional – Dirección de Marcas y Comercial

Público externo contratos: Anfitriones de aseo (Sosty), Anfriones de seguridad (Miro) y Anfitriones de estacionamiento (Sosty).

Mundo Net: intranet corporativa del centro comercial, medio por el cual se puede obtener información valiosa del Mall, circulares, publicaciones respecto información de los diferentes públicos.

Escuela de servicios: es un programa que incluye plan de formación, medición, comunicación y reconocimiento para las marcas, personal de la administración y anfitriones en general.

Anfitriones: porque recibir a los clientes y visitantes en Santafé es como cuando llega una visita esperada a nuestra casa.

Promesa de servicio: somos apasionados, sorprendemos, facilitamos la vida y te cuidamos.

La familia: en Santafé se promueve los valores de la familia y orienta su programación hacia la promoción de la unidad y el bienestar de todos sus integrantes.

P.H. propiedad horizontal

T.O.H: Top Of Heart (grado de afinidad, cariño y preferencia hacia un producto, desde el marketing se centra en el escenario emocional).

Mi Mundo Santafé: se relaciona a todo el personal interno del Centro Comercial Santafé Medellín.

Desarrollo del proyecto de intervención

Desarrollo de objetivos específicos:

Identificar los hábitos y costumbres que se viven en el Centro Comercial Santafé Medellín

P.H.

Con el fin de reconocer dentro del Centro Comercial Santafé Medellín P. H., que se logra referir como cultura, como se vive y se cómo se determina; se creó una encuesta por medio de la herramienta formularios de Google nombrada “Cultura Organizacional Santafé”, este se compartió a diferentes públicos unos vinculados que ocupan cargos como: asistente de administrativa y de servicios, anfitriona de marcas, auxiliar contable, supervisor de mantenimiento, auxiliar de tecnología, anfitrión de servicios y anfitrión de entretenimiento. Otros que laboraron en algún momento con el centro comercial o conocen la funcionalidad por ser conocidos de esta población.

Determinar las creencias y valores que se han construido durante los años en la organización

Han sido más de trece (13) años de historia y aunque muchos de los primeros colaboradores ya no se encuentran en la organización, otros se han unido durante el tiempo logrando fomentar nuevas experiencias que han permitido unir “La familia Santafé”, esta es la manera de nombrar el crecimiento de los equipos, pero se reconoce la importancia de continuar con la implementación de nuevas estrategias para seguir construyendo saberes que logren cultivar la cultura organizacional de Santafé Medellín P.H.

Establecer creencias y valores que se han construido durante los años en la organización

Es importante precisar que los valores, creencias y costumbres que son establecidos por la compañía, particularmente se adaptan de acuerdo a las experiencias de cada colaborador, es por ello que significativamente se procede en la transformación y para lograrlo se diseña un programa de liderazgo y estrategias que unan para compartir espacios mediante actividades lúdicas y de bienestar que complementen nuevos estilos y se acoja una adecuada cultura Santafé.

Metodología

Este proyecto de investigación tipo cualitativo tiene como propósito introyectar la cultura organizacional en los colaboradores del Centro Comercial Santafé Medellín, por ello:

La investigación cualitativa por su parte, se nutre epistemológicamente de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico. El *pensamiento hermenéutico* parte del supuesto que los actores sociales no son meros objetos de estudio como si fuesen cosas, sino que también significan, hablan, son reflexivos. También pueden ser observados como subjetividades que toman decisiones y tienen capacidad de reflexionar sobre su situación, lo que los configura como seres libres y autónomos ante la simple voluntad de manipulación y de dominación. (Monje Álvarez, 2021, p. 12)

De esta manera se tendrán espacios de escucha con los diferentes colaboradores que ocupan diferentes cargos y de esta misma manera personas que laboraron o tuvieron alguna relación con la compañía, con el fin de identificar en cada proceso de qué manera se han evidenciado y se puede continuar consolidando la cultura organizacional dentro del Centro Comercial Santafé Medellín. La cotidianidad será un factor esencial ya que permitirá recopilar durante el desarrollo de actividades, identificar de qué manera se vive la cultura en el día a día.

Con el fin de adquirir la mayor información se contará con el apoyo de una breve encuesta como método a la recopilación de información y se tomarán notas durante la observación, esto como alternativa a la construcción y efectividad de la observación y conversación con las personas seleccionadas para este trabajo.

Trabajo de campo

Con el interés de recopilar insumos, identificar y referir información concerniente para la elaboración de este trabajo, se procede con la realización de la siguiente encuesta como se puede apreciar en la Futura 2, donde se contextualizan términos y conocimiento generales respecto a la Cultura Organizacional del Centro Comercial Santafé Medellín P.h.

Figura 2

Encuesta Cultura Organizacional

The image shows a screenshot of a Google Forms survey titled "CULTURA ORGANIZACIONAL". The survey is in Spanish and is the first section of a three-part survey. The title is "CULTURA ORGANIZACIONAL" and the subtitle is "Esta encuesta está creada con propósitos académicos que permitirán identificar que tan arraigada se tiene la cultura en Mi Mundo Santafé." The survey contains the following questions:

- Nombre Completo ***: Texto de respuesta corta
- Cargo ***: Texto de respuesta corta
- Proceso al que pertenece ***: Texto de respuesta corta
- Antigüedad laboral en el Centro Comercial ***: Texto de respuesta corta
- Trabajas para el centro comercial**: Radio buttons for "Sí" and "No"
- Nombre Empresa para la que trabajas ***: Texto de respuesta corta

At the bottom of the form, there is a navigation bar with the text "Después de la sección 1" and "Ir a la siguiente sección".

Sección 2 de 3

CULTURA CENTRO COMERCIAL SANTAFÉ MEDELLÍN

Espacio para recopilar conocimientos generales sobre el Centro Comercial Santafé Medellín

¿Qué conoces del Centro Comercial Santafé Medellín Ph.? *

Texto de respuesta corta

¿Qué te parecen las instalaciones del Centro Comercial Santafé Medellín Ph.? *

Texto de respuesta larga

¿Menciona hábitos que consideras se tienen en el Centro Comercial Santafé Medellín Ph.? *

Texto de respuesta larga

¿Qué símbolos son más reconocidos del Centro Comercial Santafé Medellín Ph.? *

Texto de respuesta corta

¿Qué mitos conoces del Centro Comercial Santafé Medellín Ph.? *

Texto de respuesta corta

Después de la sección 2 [Ir a la siguiente sección](#)

Sección 3 de 3

CULTURA INTERNA MI MUNDO SANTAFÉ MEDELLÍN

Este apartado nos permitirá encontrar la percepción que tienen los colaboradores internos del centro comercial.

Menciona los hábitos y costumbres que se viven en Mi Mundo Santafé *

Texto de respuesta larga

¿Cuáles consideras que son los mitos en Mi Mundo Santafé? *

Texto de respuesta larga

¿Consideras que se tiene una cultura en Mi Mundo Santafé? *

Texto de respuesta corta

¿Qué te parece el lenguaje/Comunicación que se usa dentro de la comunicación Mi Mundo Santafé? *

Texto de respuesta corta

¿Consideras que se tienen héroes dentro de Mi Mundo Santafé? *

Texto de respuesta corta

¿Cuáles son las expresiones más nombradas en Mi Mundo Santafé? ¿De donde salen? *

Texto de respuesta larga

¿Consideras que hace falta algún otro valor corporativo? ¿En caso contrario agregarías algún valor corporativo? *

Texto de respuesta larga

¿Qué te parece el plan de bienestar que se tiene en Mi Mundo Santafé? *

Texto de respuesta larga

¿Cuáles son los eventos que se celebran en Mi Mundo Santafé? ¿Cuál disfrutas más? *

Texto de respuesta corta

¿Cuales consideras que son los símbolos más representativos en Mi Mundo Santafé? *

Texto de respuesta corta

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Recolección de información, sistematización y codificación

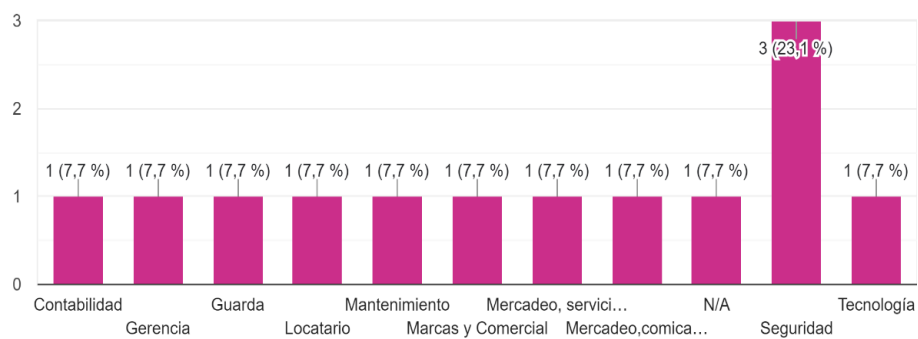
Luego de aplicar la encuesta mencionada, como metodología se lleva a cabo y de esta manera se recopila información por parte de colaboradores internos que ocupan diferentes cargos en la organización, otros que laboraron de manera externa y otros que han tenido alguna relación con el centro comercial, el objetivo fue evidenciar que tanto se conoce de la cultura tanto desde la manera interna como externa.

Figura 3

Encuesta Cultura Organizacional

Proceso al que pertenece

13 respuestas



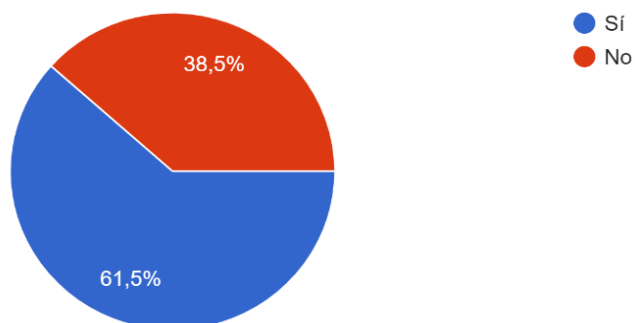
Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 4

Encuesta Cultura Organizacional

Trabajas para el Centro Comercial

13 respuestas



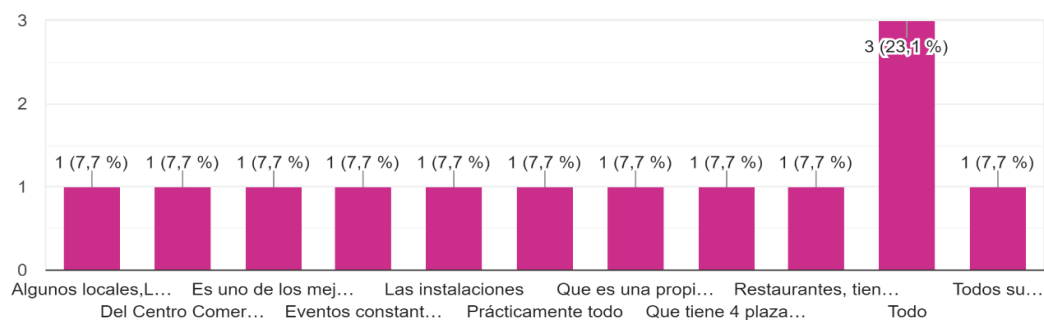
Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 5

Encuesta Cultura Organizacional

¿Qué conoces del Centro Comercial Santafé Medellín P.h.?

13 respuestas



Fuente:

María Katherine Giraldo del Río

Figura 6

Encuesta Cultura Organizacional

¿Qué te parecen las instalaciones del Centro Comercial Santafé Medellín P.h.?

13 respuestas



Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 7

Encuesta Cultura Organizacional

Menciona hábitos ¿Qué consideras se tienen el centro comercial Santafé Medellín P.h.?

13 respuestas

Sonreír, saludar, Servir, Innovar

Cada fecha es especial y conmemorada (día de cumpleaños, día de alguna profesión , día de madres y padres, día del secretario y muchas más) esto es algo muy ganador
Un hábito a nivel general visita de extranjeros a nuestro hermoso tapete de Flores

Trabajo en equipo

Actuaciones para turistas

Amabilidad, muy buena información para sus visitantes, personal calificado y capacitado, y oportuna y eficaz respuesta para sus visitantes

Atención al cliente, ambiente agradable cultura

Bienestar institucional, alegría, risas y diversión.

Las celebraciones en cada fecha especial

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 8

Encuesta Cultura Organizacional

¿Qué símbolos son más reconocidos del Centro Comercial Santafé Medellín P.h.?

13 respuestas

La flor por supuesto y sus colores, algunos evento que son muy representados como el tapete de flores

La florecita de varios colores y la frase de Nuestro Mundo, mi mundo, tu mundo entre otros

Las flores

Servicio al cliente

Su logotipo, que es como una flor,

La Fé, sus juegos y actividades de plazoleta principal

Mi mundo

La plazoleta principal y sus eventos

Los petalos del logo

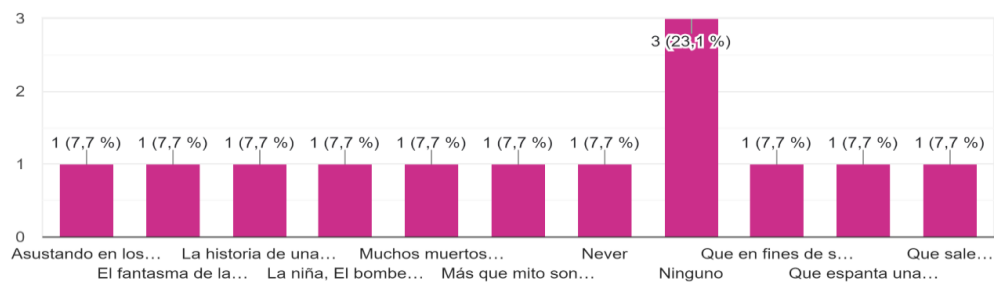
Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 9

Encuesta Cultura Organizacional

¿Qué mitos conoces del Centro Comercial Santafé Medellín P.h.?

13 respuestas



Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 10

Encuesta Cultura Organizacional

Menciona los hábitos y costumbres que se viven en Mi Mundo Santafé

13 respuestas

- Poner en práctica los valores corporativos, siempre sonreír, saludar
- Una costumbre es el tapete de Flores y Pista de Hielo
Un hábito es tener a todos nuestros colaboradores en cuenta para las actividades de plazoleta Principal
- Trabajo en equipo, apoyo, crecimiento
- Se trabajaba en equipo antes que llegara Germán Agudelo
- Compañerismo, respeto, amistad, decencia.
- Hábitos familiares, culturales.
- Diversión, alegría, compañerismo inclusión y diversidad
- Celebración de cumpleaños, fechas especiales, la santa misa. Rumbo aerobica los domingos. Tapete de flores ETC

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 11

Encuesta Cultura Organizacional

¿Cuáles consideras que son los mitos en Mi Mundo Santafé?

13 respuestas

:
Que sale una niña en los sótanos
Discriminación
No tengo ninguno
La niña.. se trata de una niña que al parecer sale en los pasillos del centro comercial,cuentan algunos contratistas que la han visto.
El de la niña
Accidente de un trabajador, se escuchan ruidos de trabajo
No se
Asustan en los sótanos

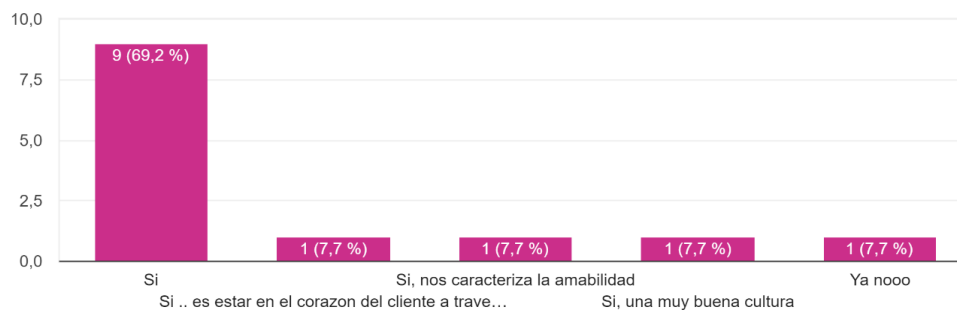
Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 12

Encuesta Cultura Organizacional

¿Consideras que se tiene una cultura en Mi Mundo Santafé?

13 respuestas



Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 13

Encuesta Cultura Organizacional

¿Qué te parece el lenguaje/comunicación que se usa dentro de la comunicación Mi Mundo Santafé?

13 respuestas

No es el mejor, la información en ocasiones suele fallar con nuestros anfitriones de Seguridad
Agradable y acogedor
Era muy buena ya no creo
Muy bueno, muy asertivo
Bien aunque puedemejorar por el personal de seguridad
Ilustrativo descriptivos y precisos para dar a conocer la información
Acertado
Adecuado
Muy buena

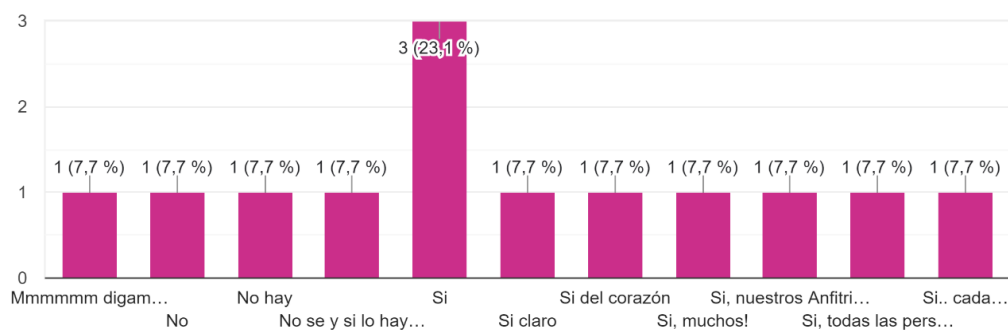
Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 14

Encuesta Cultura Organizacional

¿Consideras que se tienen héroes dentro de Mi Mundo Santafé?

13 respuestas



Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 15

Encuesta Cultura Organizacional

¿Cuáles son las expresiones más nombradas en Mi Mundo Santafé? ¿De dónde salen?

13 respuestas

Es muy relativo va más ligado a la personalidad y la forma de ser de los colaboradores
Mi mundo, tu mundo, sale de que este es un mundo para todos y es lo que nos caracteriza
Expresiones enfocadas en el compañerismo
Salen de los guardas ajajajaja
Hola, buenos días, buenas tardes, buenas noches, muchas gracias.
Que el parqueadero es muy costoso salen de los mismos visitantes
Maxi mini, top hard, somos anfitriones de corazón, lo hacemos por tí, te cuidamos...
Padre amado.. ojalá te lleve Diosito
Anfitrión

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 16

Encuesta Cultura Organizacional

¿Consideras que te hace falta algún otro valor corporativo? ¿En caso contrario agregarías algún valor corporativo?

13 respuestas

No, considero que el equipo está muy bien conformado
Cocreacion
No se
Nos consentimos
Ninguna
Creo que no
Respeto (Igualdad)
Están bien
No hace falta .

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 17

Encuesta Cultura Organizacional

¿Qué te parece el plan de bienestar que se tiene en Mi Mundo Santafé?

13 respuestas

Muy completo
Es bueno, pero falta mas conomiento sobre este
Muy bueno ya que piensan en el bienestar de los empleados
No lo conocí
Muy bueno, muy incluyente y variado
No los conozco
Verdaderamente es inclusivo y contribuye con el bienestar de todos los colabores del centro comercial, por tanto me parece excelente
Apropiado
Me gusta

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 18

Encuesta Cultura Organizacional

¿Cuáles son los eventos que se celebran en Mi Mundo Santafé? ¿Cuál disfrutas más?

13 respuestas

El tapete de flores, el mar de pelotas, mundo dulce
A nivel general del Centro Comercial son muchos, el que más disfruto es pista patinaje. Internamente en administración el que más disfruté es día del cumpleaños tanto mío como de algún compañero
Mundo fiesta, mundo hielo, mundo flores y hasta ahora no he tenido la oportunidad de estar en alguno
Las rifas de fin de año
Día de la familia, día de la mujer, día del hombre, día de la madre, día del padre, cumpleaños, entre otros. El que más disfruto es la celebración de novenas.
La pista de hielo y adoptar a animalitos
Mundo santa, mundo hielo, mundo pets, mundo dulce, mundo rosa. El que más disfruto es mundo santa
Se celebra.

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Figura 19

Encuesta Cultura Organizacional

¿Cuáles consideras que son los símbolos más representativos en Mi Mundo Santafé?

13 respuestas

La flor

La flor de colores

Flores

!

El logotipo

Otra vez

Sus eventos.

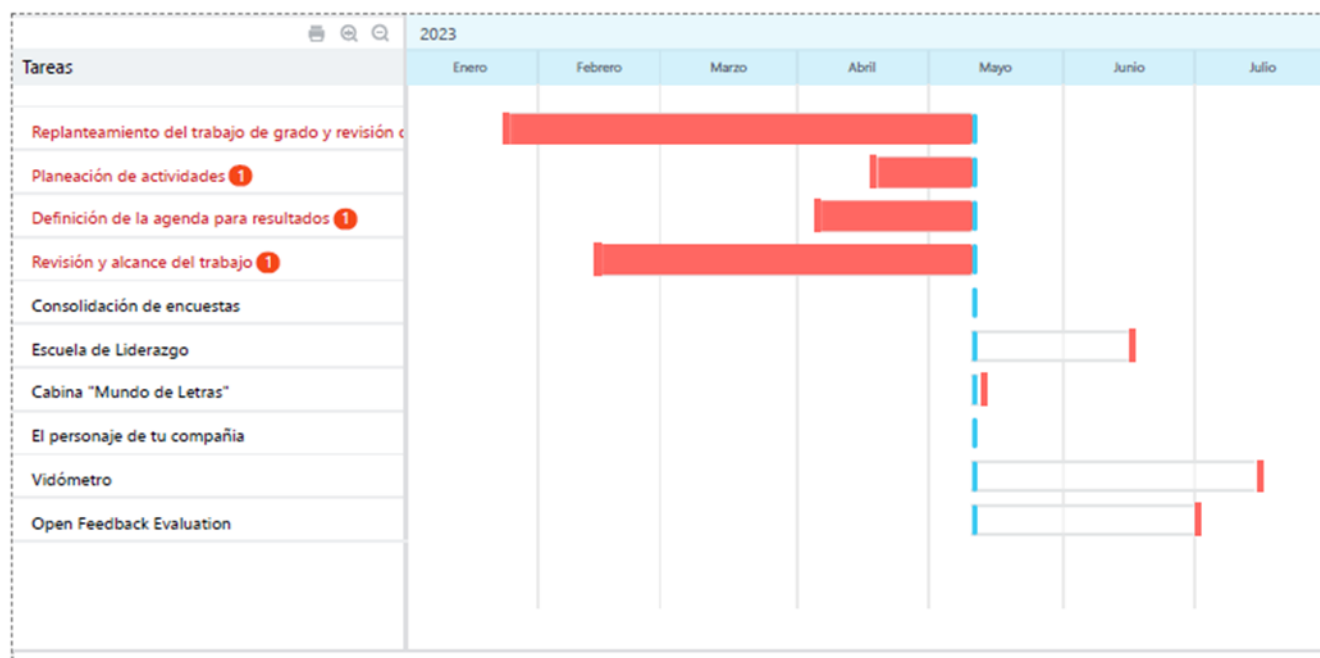
Se celebra.. dia de la familia.. cumoleaños santa fe.. dia de halloween..y el que mas disfruto es la fiesta de santa fe

El logo del centro comercial

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Propuesta Técnica

Con el ámbito de lograr que los valores, costumbres y hábitos sean integradores en la cultura Santafé y logrando que se incorpore en cada colaborador, se planean varias estrategias que serán implementadas con el propósito de lograr interiorizar y disfrutar cada experiencia para así generar vivencias de valor.

Figura 20*Planeación y ejecución de actividades*

Fuente: María Katherine Giraldo del Río

Conclusiones

La cultura organizacional es un factor clave para el debido desarrollo de una compañía, tomando principalmente la influencia y factores que interactúan entre valores, normas, rituales y las historias que se desarrollan a través del tiempo que se moldea y se mejora por la gestión, siendo coherente y dándole fuerza a la consecución de objetivos, alineación y enfrentando dificultades en la gestión y decisiones estratégicas que surgen.

La comprensión de la cultura organizacional es importante para la implementación exitosa durante cambios y transiciones de esta manera puede ayudar a identificar las barreras y resistencias al cambio, es por ello que al llevar a cabo este trabajo, permitió identificar que aunque ha sido consolidada ya que desde la gerencia se permite gestionar y replantear planes de

mejora que generen gran impacto y eficacia, con el propósito de sostener un adecuado ambiente laboral y que los beneficios cubran a todos los colaboradores.

Las personas que lograron dar respuesta y fueron facilitadores en este trabajo, proporcionaron información de algunos conceptos son confusos, sin embargo se determina que mediante nuevas estrategias a implementar ayudarán a mejorar y seguir construyendo una cultura organizacional solida que durante los años permita ser reconocida y ejemplo para otras organizaciones que se unan en esta convivencia y determinación a ser mejores cada día.

Recomendaciones

Reconocer la Cultura Organizacional en el Centro Comercial Santafé Medellín Santafé P.h., se identifica lo eficiente y lo fundamental que es para los directivos, ya que reconocen que es esencial y fundamental para que internamente funcione la compañía, es por esto que este proyecto servirá para tomar acciones y así buscar darle más fuerza a como se comunica, continuar siendo más transparentes, esto para fomentar un ambiente más abierto, promover la retroalimentación promover espacios cómodos para compartir ideas, opiniones y preocupaciones, con el propósito de fomentar colaboración, creatividad y resolución de problemas de manera conjunta.

Establecer metas y objetivos claros ayudará a consolidar y alinear los equipos y colaboradores en general, creando oportunidades promoviendo a que se apoyen, se reconozcan y se recompensen el desempeño de cada uno, potencializando la capacitación y programas de mentoría o asignación de proyectos desafiantes. Fomentar un equilibrio entre trabajo y vida

personal, con la implementación planes saludables, opciones de trabajo remotos, más programas de bienestar que se acoja a todos los procesos internos, promover más la diversidad e inclusión valorando oportunidades a que se sientan escuchados.

Los líderes juegan un papel fundamental a la hora de movilizar y motivar de manera interna y externa, por ello es importante realizar salidas pedagógicas donde se compartan otros espacios que permitan su interacción para así ser más asequibles y alentar al crecimiento personal y profesional de sus equipos, siendo más flexibles a la hora de tomar decisiones y crear políticas que no sean beneficioso para todos.

Entre todos los aspectos compilados se define prologar planes, programas y actividades que permitan dar continuidad a lo que se tiene, teniendo en cuenta perspectivas que son enriquecedoras a la hora de promover la innovación y creación, para mantener la cultura sólida.

Referencias

Araujo Lobo, A. J. (2010). La cultura organizacional innovadora desde una perspectiva valorativa. *Visión Gerencial*, (2), 219-239.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545889010.pdf>

Ayala Espinoza, P. (2014). Cultura Organizacional e Innovación. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 7(19), 44-55.

<https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847107004.pdf>

Calderón Hernández, G., Murillo Galvis, S. M. y Torres Narváez, K. Y. (2003). Cultura organizacional y bienestar laboral. *Cuadernos de Administración*, 16(25), 109-137.

<https://www.redalyc.org/pdf/205/20502506.pdf>

Caro Lasso, J. M. (2020). *Zanahorias con convicción. Una receta para mejorar la experiencia de las personas en el trabajo*. Plurum Consultores.

Centro Comercial Santafé. (s.f.). *Quienes somos*. <https://www.santafemedellin.com/quienes-somos>

Llanos Encalada, M., Pacheco Rodríguez, M. G., Romero Vélez, E. M., Coello Arrata, F., y Armas Ortega, Y. M. (2016). *La Cultura Organizacional: Eje de Acción en la Gestión Humana*. Universidad ECOTEC. <https://doi.org/10.21855/librosecotec.53>

Matamala Señor, R. (2019, 8 de marzo). *¿Qué es Cultura Organizacional y para qué medirla?*. LinkedIn. https://www.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-cultura-organizacional-y-para-medirla-ricardo-matamala-se%C3%B1or/?trk=public_profile_article_view

Mendez Álvarez, C. E. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Universidad & Empresa*, 21(37), 136-169. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>

Monje Álvarez, C. A. (2021). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana. <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxpbnZlc2l0aWN8Z3g6NmMxYzcxOTFjOWRkYjkxYw>

Rodríguez Castellanos, C. R., y Romo Rojas, L. (2013). Relación entre Cultura y Valores Organizacionales. *Conciencia Tecnológica*, (45), 12-17. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94427876003>

Rodríguez Garay, R. (2009). La Cultura Organizacional. Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. *Invenio*, 12(22), 67-92.

<https://www.redalyc.org/pdf/877/87722106.pdf>

Segredo Pérez, A. M., García Milian, A. J., Cabrera, P. L., y Perdomo Victoria, I. (2017).

Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *INFODIR*, (24), 86-99.

<https://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/200>

Anexos

Anexo 1. Fotos comunicación sobre la llegada de la cabina



Anexo 2. Fotos de la cabina.



Anexo 3. Foto alineación equipos de Operaciones



Anexo 3. Foto alineación equipos de Administrativo y Financiero