



Raúl Santos Morales
Profesor-Investigador del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada
raul.santos@anahuac.mx



Alejandra Morales Carranza
Estudiante del Doctorado en Investigación de la Comunicación
doctoradoanahuac989@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La cultura de una organización se construye principalmente a partir del subsistema filosófico, que incluye la visión, misión, filosofía y valores de la organización[1], además de combinar de manera acertada los diferentes estilos que existen dentro de ella, ya sea de clan, jerárquico, adhocrático o de mercado[2] (tabla 1), por lo que dependiendo del estilo que predomine, sus actividades estarán ligadas en mayor o menor grado al emprendedurismo, entendido como cualquier intento de creación de un nuevo negocio o empresa por parte de un individuo, equipo de individuos o negocio establecido[3], especialmente si en la organización predomina un estilo adhocrático, que se vincula directamente con el emprendedurismo[4].

METODOLOGÍA

Para desarrollar un nuevo modelo de emprendedurismo universitario, el cual forma parte de un proyecto de investigación más grande, se midió el estilo de cultura organizacional en dos diferentes universidades tecnológicas (UTs) del Estado de México. Con las herramientas de diagnóstico desarrolladas por Cameron & Quinn, se aplicó un cuestionario a 120 administrativos y docentes en la primer universidad tecnológica, 45 mujeres (38%) y 75 hombres (63%); y a 264 administrativos y docentes en la segunda universidad tecnológica, 141 mujeres (53%) y 123 hombres (47%), durante el periodo agosto-diciembre de 2018. El cuestionario mide el estilo de liderazgo, el estilo gerencial, la unión de la organización, el énfasis estratégico, el clima laboral, el sistema estructural y el sistema filosófico de las universidades.

RESULTADOS

Ambas universidades tecnológicas cuentan con estilos similares y predomina el estilo adhocrático enfocado hacia el emprendedurismo, pero en diferentes niveles: 4.7 para la UT1 y 4.9 para la UT2; mientras que el estilo de clan se encuentra en segundo plano: 3.8 para la UT1 y 4.1 para la UT2; y el estilo de mercado se encuentra en tercer plano: 2.5 para la UT1 y 2.8 para la UT2; y, finalmente, el estilo jerárquico aparece en cuarto plano: 1.9 para la UT1 y 2.0 para la UT2 (tabla 2).

REFERENCIAS

1. Rebeil MA, Hidalgo JA, Moreno M. Gestión de la comunicación integrada en las organizaciones: competencias básicas para la formación del gestor. En: Duarte GL, editor. Estudios de la comunicación: estrategias metodológicas y competencias profesionales en comunicación. México: Pearson; 2011. p. 51-82.
2. Cameron KS, Quinn RE. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. Reading: Addison-Wesley Longman; 1999.
3. GEM. How GEM defines entrepreneurship [Internet]. London: Global Entrepreneurship Research Association, 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2ynhvQS>
4. Cameron KS, Quinn RE. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. 2a ed. San Francisco: Jossey Bass-John Wiley & Sons; 2005.

CLAN	ADHOCRACIA
Orientación: colaborativa	Orientación: creativa
Tipo de líder: facilitador, mentor, formados de equipos	Tipo de líder: innovador, emprendedor, visionario
Efectividad: cohesión	Efectividad: salidas de vanguardia
Controles de valor: compromiso, comunicación y desarrollo	Controles de valor: salidas de innovación, transformación y agilidad
Criterios: moral y desarrollo de recursos humanos	Criterios: crecimiento y creatividad
Teoría: el desarrollo humano y la participación producen efectividad; la participación fomenta el compromiso	Teoría: la innovación fomenta nuevos recursos; la innovación, la visión y los nuevos recursos producen efectividad
JERARQUÍA	MERCADO
Orientación: controladora	Orientación: competidora
Tipo de líder: coordinador, monitor, organizador	Tipo de líder: Director/ejecutor, competidor, productos
Efectividad: eficiencia	Efectividad: porción de mercado
Controles de valor: eficiencia, oportunidades, consistencia y uniformidad	Controles de valor: cuota de mercado, logro de metas y rentabilidad
Criterios: oportunidades y buen funcionamiento	Criterios: logro de metas y superar a los competidores
Teoría: el control y la eficiencia con procesos capaces produce efectividad; el control fomenta la eficiencia	Teoría: la competencia agresiva y el enfoque al cliente producen efectividad; la competencia fomenta la productividad

Tabla 1. Diferentes estilos de cultura organizacional

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA	NÚMERO DE EMPLEADOS	ESTILO ADHOCRÁTICO	ESTILO DE CLAN	ESTILO DE MERCADO	ESTILO JERÁRQUICO
UT1	120	4.7	3.8	2.5	1.9
UT2	264	4.9	4.1	2.8	2.0

Tabla 2. Estilos de cultura organizacional en dos universidades tecnológicas del estado de México

DISCUSIÓN

Una institución educativa de nivel superior que desea adquirir un enfoque de emprendedurismo requiere forzosamente tener un estilo adhocrático en su subsistema filosófico y en su cultura organizacional, pero al mismo tiempo debe alejarse de un estilo jerárquico. Sin embargo, también necesita hacer énfasis en un segundo plano hacia el estilo de mercado, algo que ambas universidades tienen en tercer plano, lo que les seguirá impidiendo convertirse en instituciones educativas de vanguardia dentro del contexto de las universidades tecnológicas del país.

