

Revista

TAJAMAR

Entre el Río y el Mar



El rol del individuo

en las organizaciones



LITORAL
INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Vol. 1 Núm. 2 (2022) Art. 21-26

El rol del individuo en las organizaciones

The role of the individual in organizations

Ignacio Chica Arrieta

● Doctorando en Administración, Magíster en Administración, Especialista en Gerencia de Procesos, Químico Farmacéutico; Universidad De Cartagena. Email: ichicaa@Unicartagena.edu.co

Cómo citar este artículo:

Chica A, I. (2022). El rol del individuo en las organizaciones. *Revista tajamar*, 1(2). p. 21-26.

Resumen

Las organizaciones en la formación de un capital intelectual a nivel individual, organizacional y social deben considerar al individuo como un ser social en sus diferentes dimensiones. Elementos como los principios, valores y antivalores, el reconocimiento y aceptación, la interacción social, la inclusión y exclusión social, la confiabilidad y competencia, el uso del lenguaje y la comunicación son fundamentales para lograr una cultura organizacional alineada hacia el logro de los objetivos, la autonomía, el crecimiento personal y profesional; configurando un comportamiento y cultura organizacional ajustado a las realidades económicas, social y ambientales de la organización y hacia el logro de ventaja competitiva sostenida.

Palabras clave: cultura organizacional, capital intelectual, interacción social.

Abstract

Organizations in the formation of intellectual capital at the individual, organizational and social levels must consider the individual as a social being in its different dimensions. Elements such as principles, values and anti-values, recognition and acceptance, social interaction, social inclusion and exclusion, trustworthiness and competence, the use of language and communication are essential to achieve an organizational culture aligned towards the achievement of objectives. , autonomy, personal and professional growth; configuring an organizational behavior and culture adjusted to the economic, social and environmental realities of the organization and towards the achievement of sustained competitive advantage.

Keywords: organizational culture, intellectual capital, social interaction.



Introducción

El ser humano es sociable por naturaleza, y necesita ser reconocido y aceptado socialmente en las organizaciones, redes, asociaciones, comunidades y grupos de interés. La dinámica de las organizaciones regida por estándares nacionales e internacionales de tipo gubernamental, sectorial, gremial o corporativo, por la tecnocracia y la normalización de los procesos, las certificaciones y la búsqueda de reconocimientos corporativos, objetivos y metas sin considerar el rol de los individuos y las dimensiones del ser en la organización como recurso importante para generar innovaciones radicales e incrementales que permitan una ventaja competitiva sostenible a través construcción de capital intelectual de manera individual, social y organizacional; generando movimientos sociales para la gestión de recursos a favor o en contra de los intereses organizacionales.

Según (Clougherty & Grajek, 2023), la última década ha sido testigo de un grado sustancial de comportamiento de descertificación, ya que las organizaciones han decidido cada vez más retirarse voluntariamente de los estándares de gestión de calidad al no volver a certificarse. Las organizaciones radicalmente innovadoras son más propensas que las organizaciones progresivamente innovadoras a discontinuar los estándares de gestión de calidad debido a que afectan negativamente la innovación radical y, por lo tanto, muestran una tendencia a retirarse de la certificación de calidad según los estudios realizados por los investigadores en varios países y sectores.

Las innovaciones son generadas de la interacción de los grupos de interés con

áreas claves de la organización como investigación, desarrollo e innovación y marketing. En las áreas de investigación, desarrollo e innovación se encuentran personas altamente calificadas que en la mayoría de los casos se abstraen de la realidad, desconocen las estructuras y protocolos formales de la organización y en el que su proceso creativo no es establecido por el orden lógico del direccionamiento corporativo. Áreas como el marketing donde es clave la interacción social con los clientes en ellos se identifican con valores y principios que transmite la marca de la organización.

Es importante conocer en los individuos sus motivaciones y objetivos con propósito de ampliar la comprensión de las capacidades reales de cada individuo. No hay reglas sencillas, ni prácticas para trabajar con las personas, ni debe existir una solución absoluta, ni única para la solución de problemas en las organizaciones. El desempeño y comportamiento del individuo dentro de las organizaciones es producto de los principios y valores por los que se identifican y conforma la cultura de los equipos de trabajo; la cual guían sus acciones, satisfacción y orgullo por alcanzar las metas.

La alineación de la interacción entre los individuos y los elementos socio culturales de los grupos de interés, emociones, los valores y principios de la organización con el sentir e identidad del colectivo de individuos marcan códigos de ética y conducta colectivas que transforman la cultura organizacional y la manera como se gestionan los procesos para alcanzar objetivos comunes.

La organización debe cada día mejorar la productividad, competitividad y rentabilidad a través del uso eficiente de

los recursos organizacionales. La comprensión de las dimensiones de desarrollo del recurso humano en plano físico, social, cognoscitivo, emocional, comunicativo ético-moral y espiritual como un factor decisivo para la mejora de la entropía y del uso de los demás recursos en las organizaciones y sus relaciones de mutuo beneficio con sus grupos de interés, es un aspecto clave que permite aumentar la eficiencia y eficacia organizacional. Por ende es importante que las empresas inviertan en programas enfocados en incentivar la autonomía y proactividad, el crecimiento personal y profesional; así como en el diseño de los roles, la flexibilización de las jornadas laborales y horarios, el fomento a las capacidades lúdicas y creativas, el diseño de espacios de trabajo, la cultura del trabajo en equipo, la celebración de fechas especiales, responsabilidad social y ambiental, los programas para el desarrollo de destrezas y habilidades, recreación, deporte, zonas comunes y vacaciones.

Reflexiones

La organización debe comprender el perfil profesional de cada individuo en la organización y generar los espacios y seguridad para la aplicación conocimientos, habilidades y destrezas. La comprensión del desarrollo profesional del individuo contribuye a la realización de las metas de la compañía y al desarrollo personal y profesional; generando procesos de aprendizaje continuo que permiten el incremento del capital individual y organizacional e impactando en la construcción de una cultura del aprendizaje en los miembros de la organización.

Para los autores (Currie et al., 2022) ,el capital intelectual consta de tres componentes: a) capital humano- el conocimiento, habilidades y destrezas de

las personas, b) capital social – relaciones entre las personas y c) capital organizacional – procesos y rutinas dentro de las organizaciones.

Los individuos deben integrar el saber- ser y Saber-hacer con el propósito de aprovechar sus conocimientos, destrezas y habilidades individuales en la construcción de capital intelectual interrelacionado a nivel individual, organizacional y social orientado hacia la creación de valor a través de la incorporación de rutinas y capacidades de absorción interorganizaciones para la innovación de procesos, bienes y servicios, marketing , según los autores (Agneessens & Labianca, 2022) se han identificado cuatro elementos principales que requieren atención al recopilar los datos en interacción humana entre los miembros de la organización: 1) negociar el acceso a la organización; 2) identificar el límite de la red, las estructuras organizacionales formales relevantes que afectan las redes, 3) decidir cómo abordar los sujetos de investigación y recopilar datos, y 4) proporcionar retroalimentación útil y éticamente sensible a la organización y a sus miembros.

Así mismo, el desarrollo cognoscitivo de los individuos en las organizaciones obedece a la necesidad o el deseo de mejorar su capacidad de pensar y razonar en su quehacer específico con el fin de incrementar su nivel de competitividad intelectual cuando el sector donde se realiza la actividad económica es dinámico, incierto, cambiante y altamente competitivo. Los individuos tienden a aumentar su acervo cognoscitivo para mantener su imagen, prestigio y reputación, pero no significa que es aprovechado como capital social y organizacional para beneficios del capital intelectual en procesos de innovación de procesos, producto, organizacional y de

marketing. Del mundo abstracto al mundo real, del mundo imaginario al mundo real, de lo ontológico a lo praxeológico.

En las organizaciones los individuos deben ser confiables y competentes. La confiabilidad se basa en la conducta del individuo la cual es transmitida por los principios y valores inculcados en su núcleo familiar y la comunidad. La organización en sus procesos de selección debe tener identificado los tipos de principios y valores que requieren en la formación de sus equipos de trabajo para alcanzar las metas propuestas. El desarrollo de competencias está ligado a la formación escolar, técnica, universitaria y posgradual recibida por sus colaboradores y estas son el fundamento para el desarrollo de capacidades, habilidades y destrezas.

Las escuelas de pensamiento marcan los comportamientos, ideales, conductas morales y éticas que son propias del pensamiento autocrítico; las estructuras de pensamiento y la manera de actuar de los individuos. Las escuelas de pensamiento están basadas en corrientes filosóficas las cuales apuntan en diferentes direcciones como el realismo, humanismo, empirismo, racionalismo, idealismo, positivismo, pragmáticos, fenomenología, estructuralismo en las que los individuos basan sus posiciones y marca su comportamiento racional y emocional.

Para (Agneessens et al., 2022), el interés central de los académicos organizacionales es la forma en que los miembros de la organización interactúan entre sí. Las relaciones de red interorganizacional no se limitan a las interacciones instrumentales relacionadas con el trabajo (como el intercambio de información, la búsqueda de consejos y la colaboración), sino que también incluyen relaciones instrumentales más amplias

(como el apoyo emocional), lazos afectivos positivos (como la amistad y los lazos de simpatía) y los vínculos negativos (como la intimidación, conflicto u obstáculo), las organizaciones deben comprender los constructos sociales y los sentimientos de inclusión y exclusión inmerso en los individuos y comunidades donde desarrollan sus operaciones. Aspectos como la religión predominante, creencias, valores, costumbres, cultura, conductas éticas aceptadas; La capacidad de los líderes de equipos para identificar, indagar e interpretar las frustraciones, las realidades que viven y sienten los individuos en las estructuras de la organización. El conocimiento de las estructuras sociales, el sentir de los grupos de individuos y sus relaciones de mando y poder formales e informales existentes en la dinámicas sociocultura y económica de las organizaciones, permite a los líderes generar interacciones naturales entre los individuos y los procesos; logrando un comportamiento organizacional colectivo para el intercambio de conocimiento y recursos para el logro de las metas conjuntas.

El uso del lenguaje de manera verbal, no verbal, oral o escrito es un factor clave en la comprensión, trasmisión y comunicación de la visión de presente y futuro de las organizaciones. El uso del lenguaje y la comunicación entre el emisor y receptor representados por las interacciones formales e informales entre los individuos originan diferentes interpretaciones y distorsiones de los mensajes que se quiere transmitir sino se logra un lenguaje común.

Investigadore como (Metz et al., 2022), basados en la teoría de la identidad social y la autocategorización investiga como el capital humano y social puede estar asociado con un sentido de inclusión y exclusión; mostrando una interacción

compleja entre el capital humano y el capital social, el capital social y la participación en actividades dan forma a las percepciones de inclusión, la falta de capital humano y capital social influye en las percepciones de exclusión, los individuos experimentan tanto inclusión como exclusión, los miembros pueden identificarse con múltiples subcomunidades dentro de la asociación; La estructura formal jerárquica o su rediseño a estructuras menos piramidal de la organización en la alineación de la estructura informal que mejoren el flujo de información e intercambio de conocimientos para logro de los objetivos estratégicos,

Por otra parte, la cultura organizacional moldea el comportamiento de los individuos y grupos sociales en la organización y las comunidades que integran su grupo de interés. La creación de una cultura organizacional se logra a través de construcción de principios y valores en los individuos de la organización que permita la consolidación de la estrategia corporativa sostenible, según, Cherian et al., (2021), la cultura organizacional tiene un efecto notable en comportamiento, actitudes, productividad y desempeño de los empleados. Cada organización tiene una cultura única y un conjunto de creencias que un empleado deber comprender e internalizar, independientemente de su nacionalidad y antecedentes anteriores. El grado en que un empleado se ajuste a la cultura corporativa y se integre con ella influirá significativamente en su desempeño. Una cultura corporativa puede vincular colectivamente y producir uniformidad incluso entre diversos miembros de la organización y, en consecuencia, mejora la dedicación y la eficiencia de los empleados.

Domingues, A. R., Mazhar, M. U., & Bull, R. (2022) Se presentan cinco factores interrelacionados que influyen en el cambio organizacional y sus implicaciones para una evaluación del desempeño de la sustentabilidad más holística: el papel de los organismos de financiación, las políticas y redes locales, la cultura y el liderazgo organizacional, la falta de recursos y la creación de propiedad.

Conclusión

Las organizaciones que trabajan por la consolidación de un capital social y organizacional deben considerar el capital individual de cada individuo en las organizaciones y generar las condiciones y espacios para la interacción entre los individuos de las organizaciones y de diferentes organizaciones pertenecientes a sus grupos de interés. El producto de estas interacciones genera acuerdo de voluntades entre los individuos de las organizaciones para trabajar de manera conjunta en proyectos que apuntan la consolidación de alianzas estratégicas para la generación de ventajas competitivas sostenibles.

Lo gerentes deben desarrollar habilidades sociales para el liderazgo, la solución de problemas, la organización y gestión del tiempo, trabajo en equipo, comunicación y flexibilización que generen interconexiones entre los individuos para promover la creatividad y el desarrollo de actitudes que configuren el comportamiento y cultura organizacional ajustado a las realidades económicas, social y ambientales de la organización y hacia el logro de ventaja competitiva sostenida.

Referencias

- Agneessens, F. y Labianca, G. (Joe). (2022). Recopilación de información de redes sociales basada en encuestas en organizaciones laborales. *Redes sociales*, 68, 31-47. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2021.04.003>
- Agneessens, F., Trincado-Munoz, F. J., & Koskinen, J. (2022). Network formation in organizational settings: Exploring the importance of local social processes and team-level contextual variables in small groups using bayesian hierarchical ERGMs. *Social Networks*. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2022.07.001>
- Bakker, SR, Hendriks, PHJ y Korzilius, HPLM (2021). ¿Dejarlo ir o dejarlo crecer? – Desarrollo de redes personales y movilización de capital social intraorganizacional. *Redes Sociales*, 68, 179–194. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2021.06.002>
- Cherian, J., Gaikar, V., Paul, R. y Pech, R. (2021). La cultura corporativa y su impacto en la actitud, el rendimiento, la productividad y el comportamiento de los empleados: un análisis de investigación de organizaciones seleccionadas de los Emiratos Árabes Unidos (EAU). *Revista de Innovación Abierta: Tecnología, Mercado y Complejidad*.
- Clougherty, J. A., & Grajek, M. (2023). Decertification in quality-management standards by incrementally and radically innovative organizations. *Research Policy*, 52(1). <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104647>
- Currie, D., McCracken, M., & Venter, K. (2022). Avoiding the vicious cycle, engendering the virtuous circle: Understanding the interaction of human, social and organizational capitals in non-profit and voluntary organizations. *Journal of Business Research*, 152, 17–28. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.022>
- Dang-Pham, D., Kautz, K., Hoang, AP y Pittayachawan, S. (2022). Identificación de líderes de opinión de seguridad de la información en las organizaciones: perspectivas desde la teoría de las bases del poder social y el análisis de redes sociales. *Informática y Seguridad*, 112. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2021.102505>
- Domingues, A. R., Mazhar, M. U., & Bull, R. (2022). Environmental performance measurement in arts and cultural organisations: Exploring factors influencing organisational changes. *Journal of environmental management*, 326(Pt B), 116731. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.116731>
- Metz, I., Stamper, CL y Ng, E. (2022). Sentirse incluidos y excluidos en las organizaciones: El papel del capital humano y social. *Revista de investigación empresarial*, 142, 122–137. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.045>