

ORIGINAL

Analysis of the Organizational Culture of the Companies of the Massive Cargo Transportation Sector in the City of Pasto

Análisis de la Cultura Organizacional de las Empresas del Sector Transporte de Carga Masiva en la Ciudad de Pasto

Camilo Andrés Narváez¹, Claudia Magali Solarte Solarte¹  

¹Universidad Cesmag, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Administración de Empresas. San Juan de Pasto, Colombia.

Citar como: Andrés Narváez C, Solarte Solarte CM. Analysis of the Organizational Culture of the Companies of the Massive Cargo Transportation Sector in the City of Pasto. Management (Montevideo). 2024; 2:96. <https://doi.org/10.62486/agma202496>

Enviado: 06-12-2023

Revisado: 11-03-2024

Aceptado: 04-08-2024

Publicado: 05-08-2024

Editor: Ing. Misael Ron 

Autor para la correspondencia: Claudia Magali Solarte Solarte 

ABSTRACT

Introduction: research problem: within which is defined, research topic, which is related to Organizational Culture, is defined line of research focused on management and competitiveness, defining management mechanisms to identify type of organizational culture, hand in hand with competitiveness; the research problem is described and formulated, defined by objectives both general and specific, where the present research is justified and its study is endorsed, followed by the feasibility and the tools available for its execution together with the human capital to develop it, work delimited in the city of San Juan de Pasto during the years 2021 and 2022 in massive cargo companies. Within the referential framework we find the background and knowledge of this research key to carry out its development taking up objectives and conclusions; followed by the contextual framework we relate the macro context within the republic of Colombia where geographical location, population, definition of economic sectors among others are indicated, within the micro context we indicate aspects related to the city of San Juan de Pasto, making analysis of its region, economy, regional characteristics. The historical review details the origin of national road transportation and the origins during the presidency of Rafael Reyes, with the creation of the Ministry of Transportation and the different works in pursuit of the country's economic development. Theoretical framework referring to the pertinent norms that support the present investigation in relation to norms and laws that regulate the transport of cargo in Colombia, norms of storage of merchandise, substantive code of work. The theoretical framework defines the theoretical bases that support the study of organizational culture with authors such as Chiavenato, Schein, Harrison, Robbins, Denison, Ansoff among others, accompanied by the conceptual framework, where key words used within the research work are detailed, which in turn enriches vocabulary around organizational culture.

Method: within the present work the positivist paradigm is detailed, which explains, predicts and controls phenomena, verifies theories and laws, identifies real causes; with a quantitative approach which collects data to test a hypothesis that based on measurement and statistical analysis establishes patterns of behavior and tests theories. The method used is the scientific or empirical analytical method that, with characteristics of tangible reality, fragments them and allows a broad and effective study, analyzes measurements and statistical techniques and predicts facts that are universally endorsed. The type of research used is descriptive since it describes in a detailed and exact way the current conditions of the massive load companies and studies the behaviors within the group of collaborators. The population contemplated is 30 companies of the massive cargo sector and in turn are used as a sample of this work and thus be able to implement research instrument, using different sources of information collection in web pages, magazines, research bulletins, electronic books, degree works and the survey, among others, which with great validity allow to carry out this research work.

Conclusions: it is possible to analyze and identify the organizational culture of the companies of the massive cargo transportation sector, thanks to the disposition of the personnel, their commitment and assertive communication. It allows the inclusion of the concept of organizational culture within the companies of the sector, creating strategies on the part of the managers to strengthen key aspects related to the research topic. It allows the companies to have a general vision of the concept of organizational culture to be supported in the specific topic to project and channel new corporate objectives and that thanks to the implementation of strategies and durability in time will guarantee a remembrance in the final client and an increase in the level of sales included in shipments, reception of correspondence and massive load. It allows to improve the communication channels among the members since, thanks to the knowledge of the concept of organizational culture, it focuses and orients both personal and corporate objectives.

Recommendations: to make known to the group of collaborators that decision making implies changes that can impact positively or negatively on the organization and that thanks to the implementation of strategies and commitment by the group of collaborators without becoming imposing, but with the spirit of a significant positive change. Implement the concept of additional remuneration or commissions creating a culture of reward and incentive within the staff, since the staff is motivated and encouraged to give a little more of their potential, contributing to the increase of sales in the massive cargo companies. Supported by the new trends, seek for the implementation of E-Learning as a distance training tool in agreements with educational institutions in order to contribute to personal growth, qualification and qualification of human talent. To give way to new policies with an open mentality to change, leaving behind the cohesive factor of loyalty and tradition that in a certain way have been of great benefit to the massive cargo companies, but if new alternatives or policies are found, it will allow creating a more flexible organizational culture, finally including the concept of inclusive culture that allows integrating especially people with disabilities or different conditions and abilities among people and especially people members of the LGBTIQ+ group.

Keywords: Organizational Culture; Corporate Culture; Competitiveness; Transportation Sector; Corporate Culture; Transportation Sector.

RESUMEN

Introducción: 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.

Método: 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 LGBTIQ+.

Palabras clave: Cultura Organizacional; Cultura Corporativa; Competitividad; Sector Transporte.

INTRODUCCIÓN

Para el estudio de la Cultura Organizacional fue necesario medir aspectos esenciales constituidos por valores,^(1,2,3,4,5,6,7,8,9,10) creencias, percepciones las cuáles se manifestaron en la organización a través de procedimientos, tecnología, ritos, conductas, hábitos;^(11,12,13,14,15,16,17,18,19,20) y distintivos visibles como: forma de vestir, estructura física de la empresa, su organización en general.^(21,22,23,24,25,26,27,28,29,30) Es por esto, que en la presente investigación se realiza un análisis de la cultura organizacional,^(31,32,33,34,35,36,37,38,39,40) 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,^(41,42,43,44,45,46,47,48,49,50) incremento de ventas y una mejor imagen de la organización hacia los clientes y la competencia.^(51,52,53,54,55,56,57,58,59,60)

Teniendo en cuenta, que el sector abarcado es el sector transporte de carga masiva,^(61,62,63,64,65,66,67,68) 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.^(69,70,71,72,73,74,75,76)

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.

¿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?

Objetivo

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

MÉTODO

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 Herrera 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.

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 Hernández

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.

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

De acuerdo con lo citado por Quijano, 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.

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”.

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.

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:

Tabla 1. Empresas de carga masiva en Pasto

Empresa	NIT	Dirección	Teléfono
Transportes Humadea	830096376-7	clle 9A # 16A 02 Av panamericana	3216043727
Transoriente	890910871-2	clle 17 # 19 02 Fátima	7213073
Asociación de transportadores de carga	901336232-3	cra 7 # 7 25 Granada	3165635128
Compañía distribuidora de carga CDC	900087921-7	km 4 via perimetral	7211733

Logística y asesoría en operaciones de vehículos de carga de Colombia S.A.S	901081647-1	cll 12 # 20 08 Av Boyacá	7227472
Andina de carga internacional S.A.S	900800908-1	cll 12 # 6 33 chapal	3174272955
Transportadora de carga por Colombia S.A.S	900440009-8	clle 15 # 12A 41 las violetas	7213167
Operador logístico de carga Logimax S.A.S	900769542-6	cra 25 # 20 25 centro	3014421081
Administradores de carga especializada ACE S.A.S	900804392-8	casa 1 pinazaco	7312132
Transporte internacional de carga SATIC S.A	830514800-0	cra 15 # 18 32 javeriano	7331078
Compañía de carga rápida Ceballos S.A.S	901451354-5	clle 18 # 30 44 torre parque central 1405	3116683133
Carga logística y transportes Oriente S.A.S	901139046-5	cll 17 # 12 92 Fátima	7212527
Transportes T Y M S.A.S	800249053-2	cra 11 18 A 50 Fátima	3148336711
Transportadora comercial Colombia TCC S.A.S	860016640-4	Km 12 vía salida al sur	7312997
Intermodal	860053047-3	cll 17B # 21 48	7206837
Servivelez del sur S.A.S	900707326-6	clle 13 # 18 34 Las Américas	7207236
Transprensa	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	clle 11 # 17 64 Fátima	3226657277

Muestra

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

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.

RESULTADOS

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.

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 figura 1.

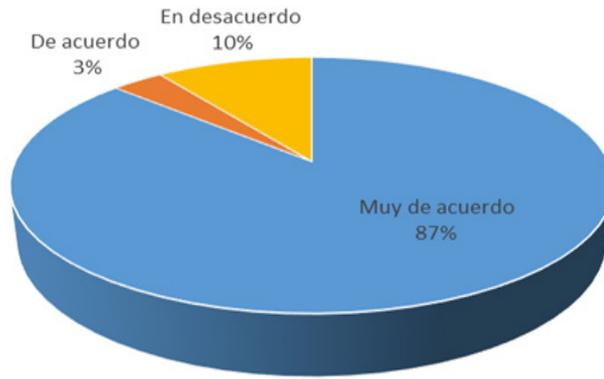


Figura 1. Nivel de competitividad

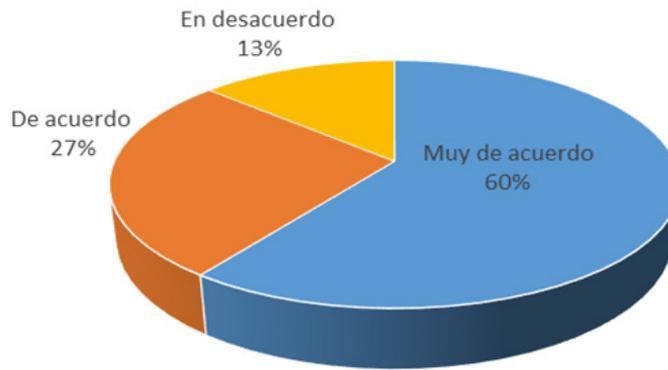


Figura 2. Posicionamiento en el mercado

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 figura 2 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.

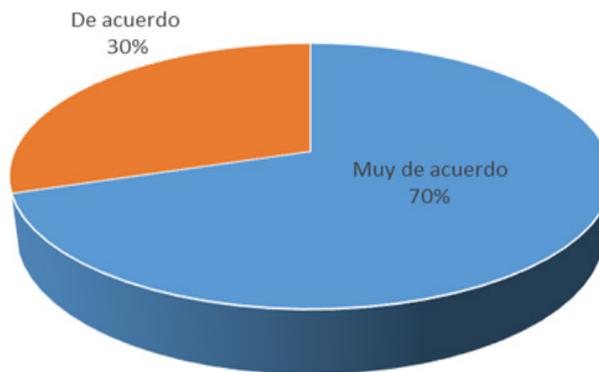


Figura 3. Toma de decisiones nivel directivo

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 figura 3, 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.



Figura 4. Toma de decisiones

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 imponentia 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 figura 4, 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.



Figura 5. Enfoque en cumplimiento estricto de normas y responsabilidades del cargo

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 figura 5, 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.

Para la totalidad de las 30 empresas encuestadas como se analiza en la figura 6 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.

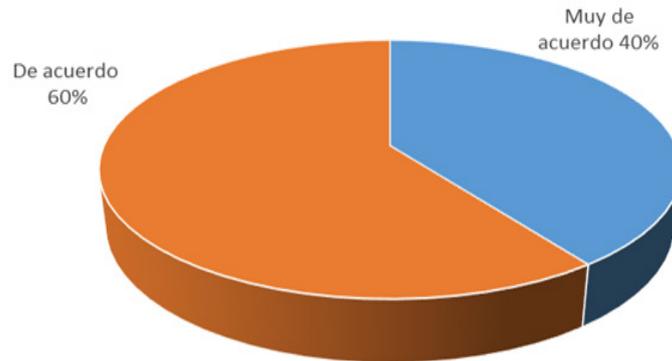


Figura 6. Consecución relevante de objetivos

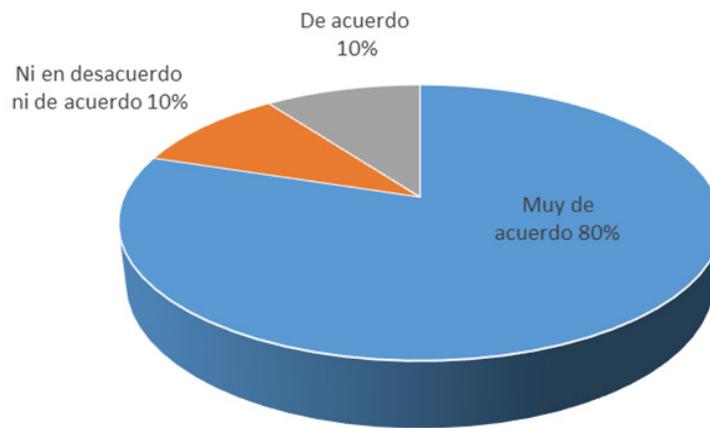


Figura 7. Obtención primordial de resultados

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 figura 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.



Figura 8. Optimización de recursos humanos

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 figura 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.



Figura 9. Optimización recursos financieros

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 imponentia 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 figura 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.



Figura 10. Optimización de recursos materiales

En relación con los recursos materiales la gran mayoría de las empresas encuestadas manifiestan su preocupación y cuidado por la optimización de estos (figura 10), 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.



Figura 11. Desarrollo personal y profesional de los colaboradores

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 figura 11, 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.



Figura 12. Fomento de valores sociales, motivación y creatividad de los colaboradores

Analizando la figura 12, 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 íntegro 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.

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 figura 13, 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.

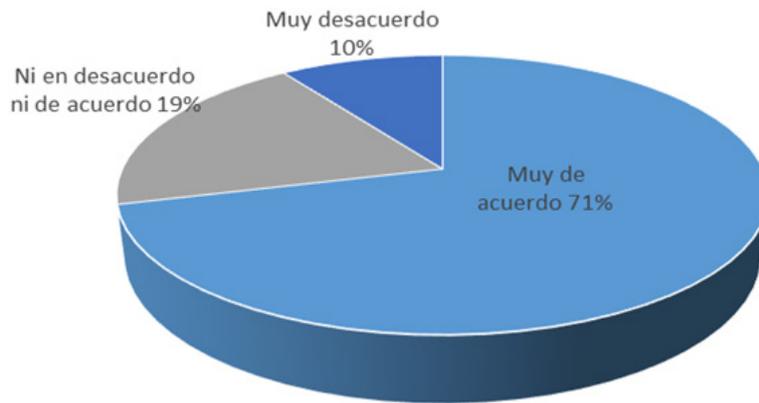


Figura 13. Satisfacción del cliente interno y externo



Figura 14. Estrategias para competir en el mercado

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 figura 14.

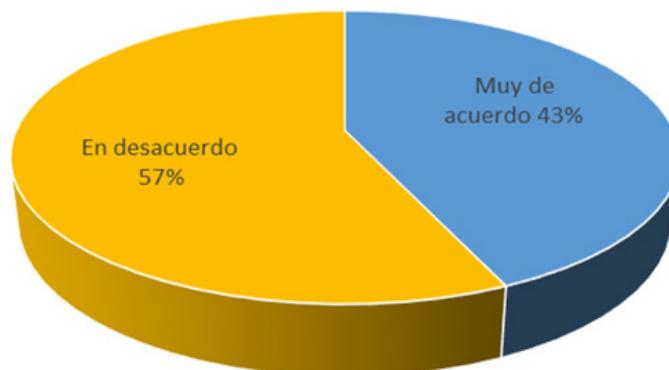


Figura 15. Incentivos o beneficios económicos por cumplimiento de metas y logros

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 figura 15, 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.



Figura 16. Respeto y confianza mutua entre colaboradores y la dirección de la organización

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 figura 16, 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.

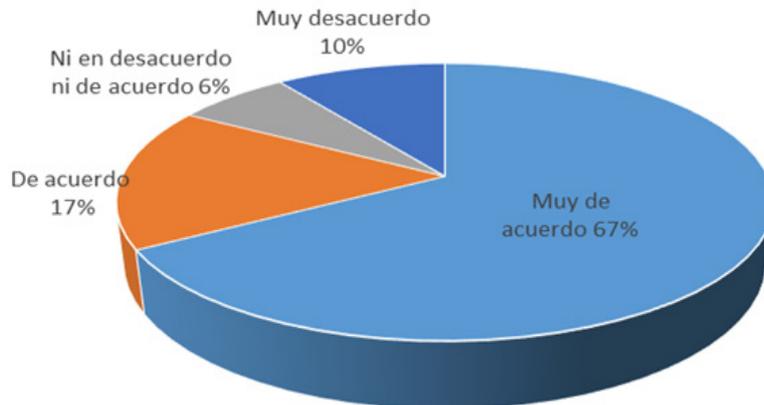


Figura 17. Reuniones periódicas para comunicar problemas de la empresa

La figura 17 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.

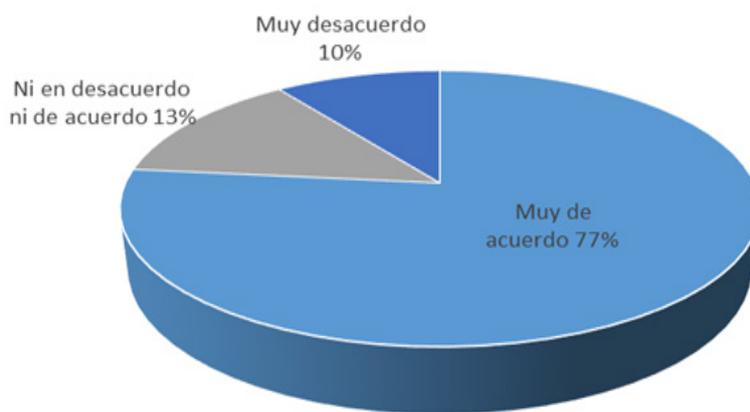


Figura 18. Estabilidad laboral de colaboradores

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 figura 18, 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.

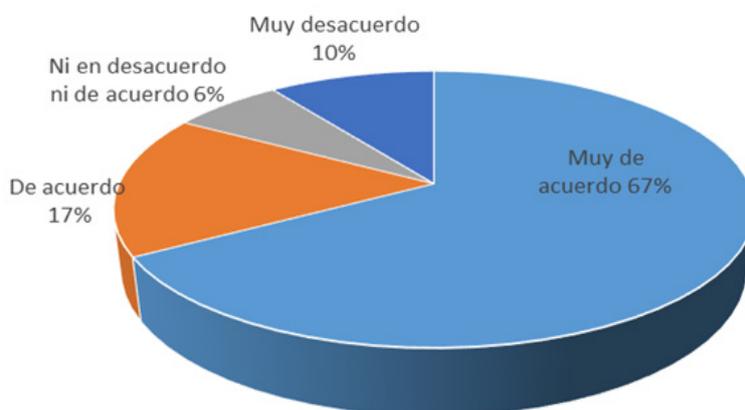


Figura 19. Ambiente familiar de la organización

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 figura 19, 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.

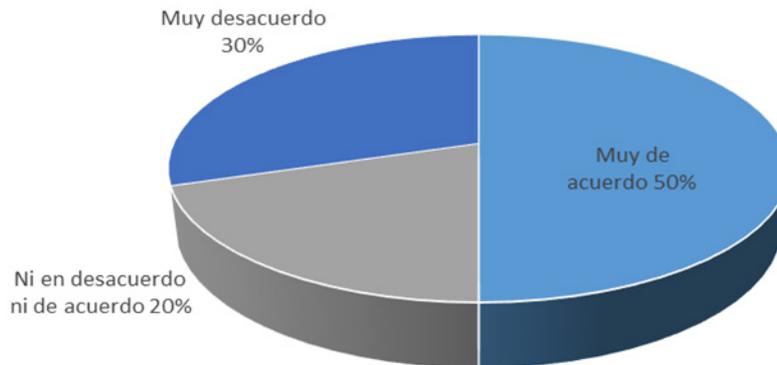


Figura 20. Empresa dinámica y emprendedora

En la siguiente figura correspondiente a la 20, 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 figuras anteriores su interés radica en mantenerse en el mercado, sin incursionar en el mercado.

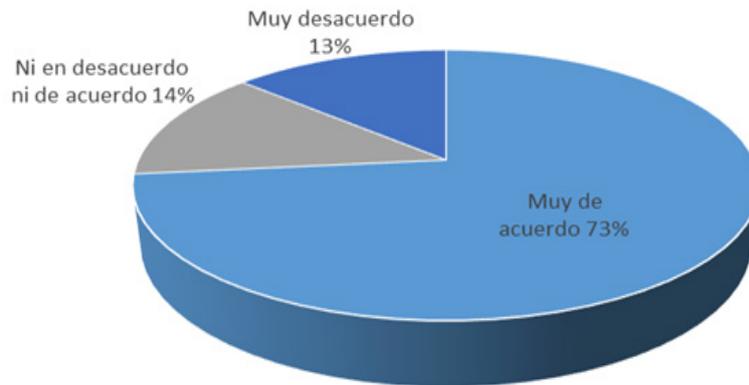


Figura 21. Importancia de la empresa en relación a la competitividad y el logro

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 figura 21, 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.

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 figura 22 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 las 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.



Figura 22. Estabilidad de los colaboradores

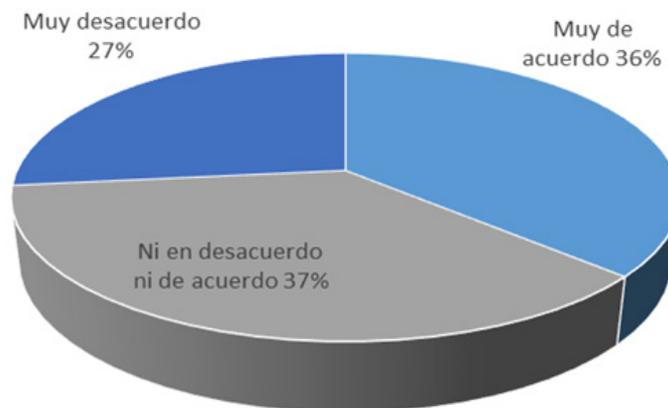


Figura 23. Directivos mentores o maestros



Figura 24. Directivos técnicos

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 figura 23, 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.

Para analizar el concepto de la figura 24, 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 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.

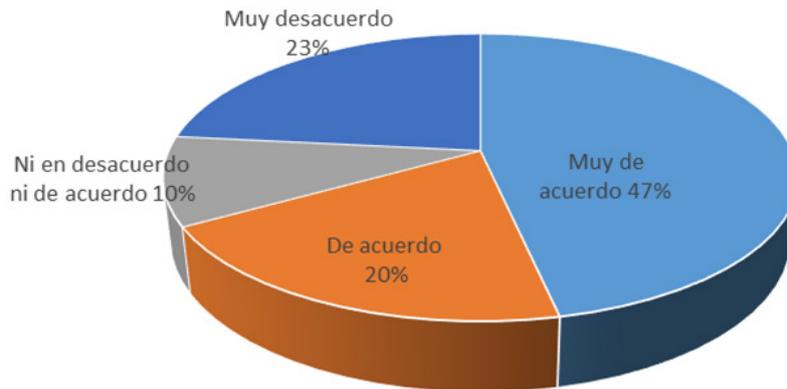


Figura 25. Directivas conservadoras

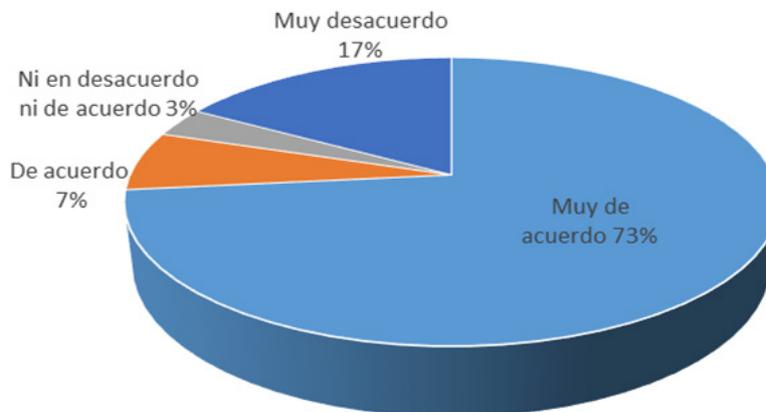


Figura 26. Directivas coordinadoras

Bajo los lineamientos tradicionales del manejo del negocio y como se analiza en la figura 25, 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.

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 figura 26 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.

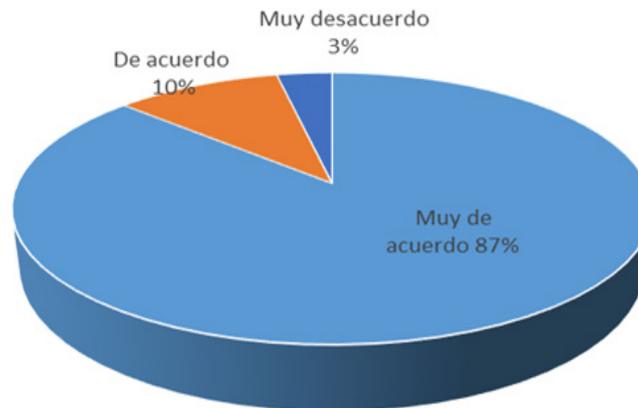


Figura 27. Directivas administradoras

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 administradores 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 figura 27.



Figura 28. Lealtad y tradición como factor cohesionador

Para la organización tanto la lealtad y la tradición son de vital importancia y según las empresas encuestadas y la figura 28 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.

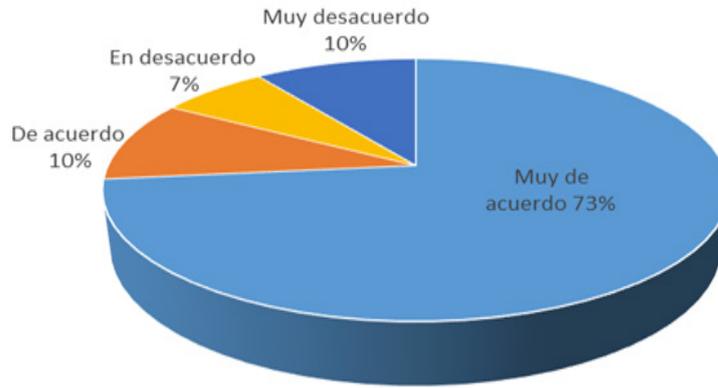


Figura 29. Metas y tareas como factor cohesionador

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 una postura neutra ni en desacuerdo ni de acuerdo por cuanto no identifican la relación entre metas y tareas como se describe arriba, en la figura 29.



Figura 30. Reglas y políticas formales como factor cohesionador

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 figura 30, 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.



Figura 31. Logros y aprendizajes del capital humano

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 afianza 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 figura 31.

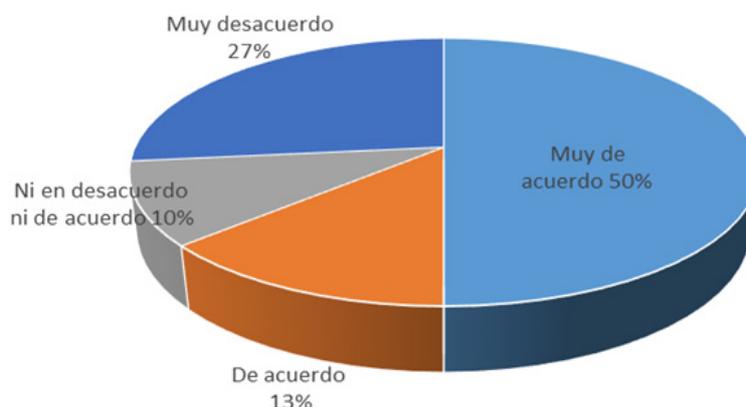


Figura 32. Reconocimiento como verdadero valor

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 figura 32.



Figura 33. Retroalimentación colaboradores

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 figura 33, 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.

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 figura 34 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.

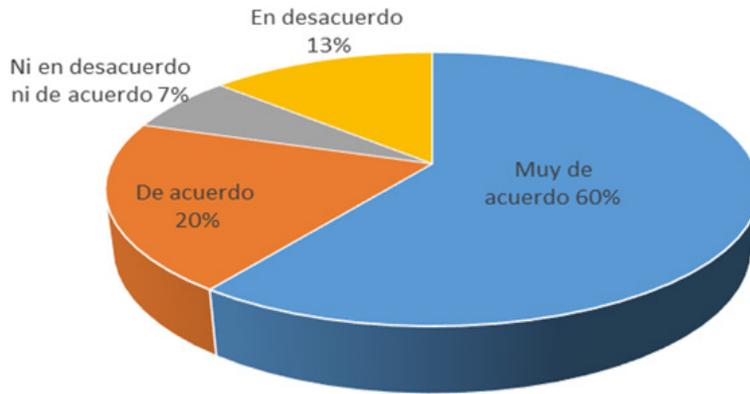


Figura 34. Compartir opiniones con honestidad entre colaboradores



Figura 35. La organización permite aportar ideas y opinar

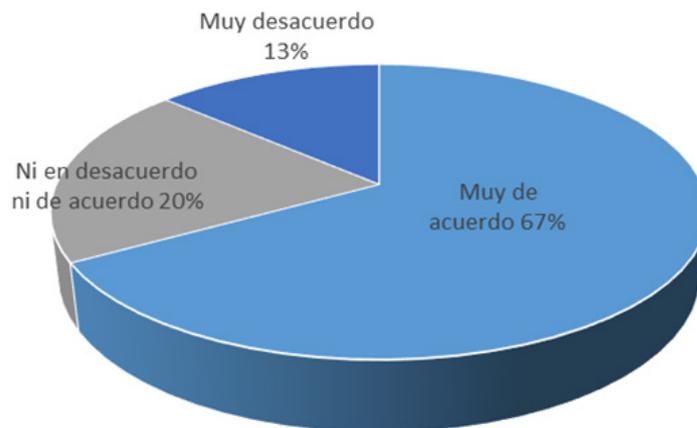


Figura 36. Flexibilidad en toma de tiempo ante eventualidades

Como se refleja en la figura 35, 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.

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 figura 36, 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 respondiendo 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.

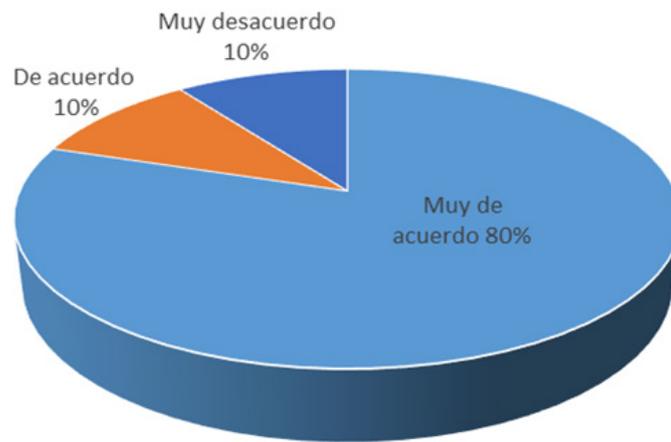


Figura 37. La organización y el balance sano entre trabajo y vida personal

En la figura 37 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.

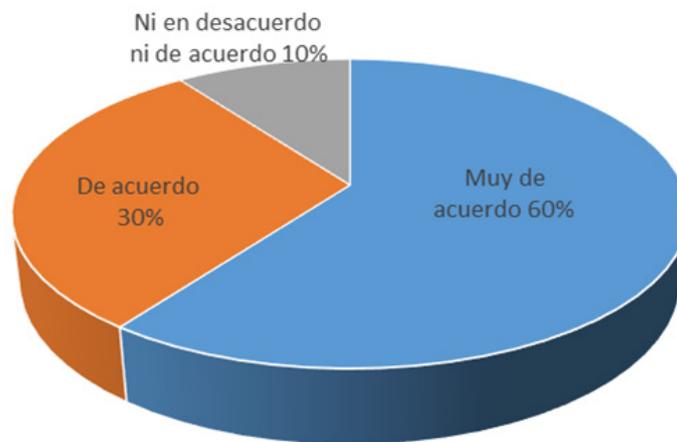


Figura 38. El trabajo y la contribución al logro de objetivos

En la figura 38 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.



Figura 39. Responsabilidades claras dentro de la organización

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 figura 39.

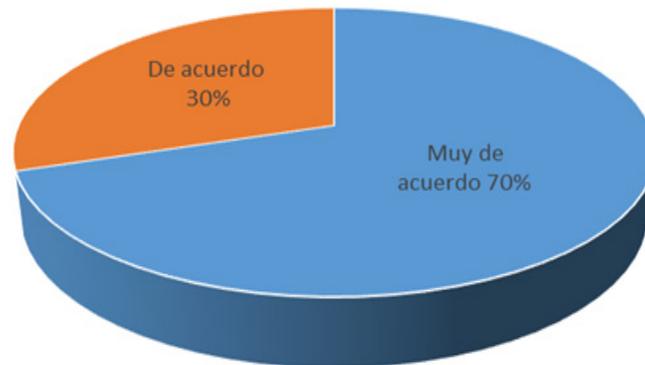


Figura 40. Habilidades y fortalezas en las funciones del capital humano

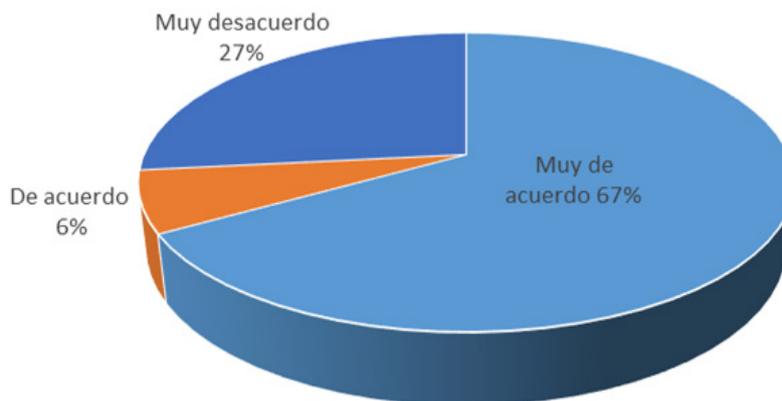


Figura 41. Oportunidad de mejora de habilidades en la empresa

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 figura 40, 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.

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 figura 41, 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.



Figura 42. Libertad para decidir cómo realizar el trabajo

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 figura 42, 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.

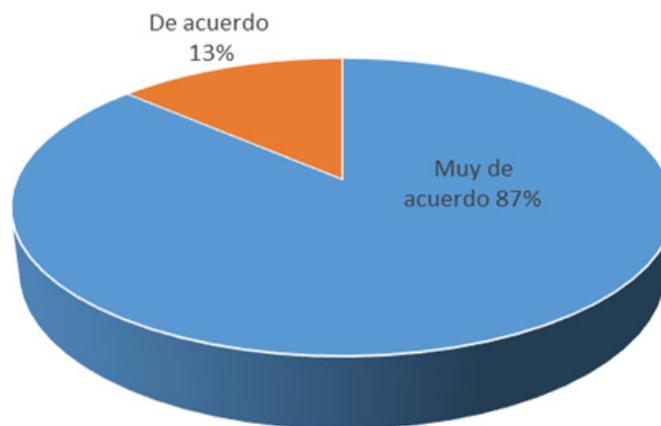


Figura 43. Buen nivel de transparencia con el grupo de colaboradores

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 figura 43 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.

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 figura 44, 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.



Figura 44. Colaboración recíproca entre el capital de trabajo



Figura 45. Aceptación de opiniones diferentes entre el grupo de colaboradores

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 figura 45, 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 cohibe 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.

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.

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, Servivelez, 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 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.

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.

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 óptima 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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Administración de Empresas. La cultura organizacional. Bogotá: Administración de Empresas; 2007 May

14 [citado 2020 Mar 12]. <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/05/la-cultura-de-la-organizacin-i.html?m=1>

2. Alcaldía de Bogotá. Resolución 777 de 1995 - Ministerio de Transporte. Bogotá: Alcaldía de Bogotá; 1995 Feb 14 [citado 2022 Jan 16]. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=28551&cadena=t>

3. Baena-Navarro R, Serrano-Ardila L, Carriazo-Regino Y. Innovative model for the integration of ICTs in rural environmental education: towards a sustainable pedagogy. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2024;2:35-35. <https://doi.org/10.56294/pa202435>.

4. Banco de la República. Posición astronómica y geográfica de Colombia. Bogotá: Banrepcultural; 2020 Jul 29 [citado 2020 Aug 16]. https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Posición_astronómica_y_geográfica_de_Colombia

5. Boston Consulting Group. El 89% de las personas espera que sus trabajos sean parcialmente remotos después de la pandemia. Buenos Aires: BCG; 2021 Mar 31 [citado 2022 Jan 24]. <https://www.bcg.com/press/31march2021-89-percent-of-people-expect-their-jobs-to-be-partially-remote-after-pandemic>

6. Cajal A. Sectores económicos de Colombia: primario, secundario, terciario. Bogotá: Lifeder; 2019 May 20 [citado 2020 Jan 25]. <https://www.lifeder.com/sectores-economicos-colombia/>

7. Cámara de Comercio de Pasto. Impacto económico por COVID-19 en Nariño. Pasto: CCPasto; 2020 May 3 [citado 2021 Jun 10]. 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

8. Cámara de Comercio de Pasto. Monitoreo del impacto del COVID-19 en las empresas de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Pasto. Pasto: CCPasto; 2020 Nov [citado 2021 Apr 15]. <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>

9. Castillo VS, Cano CAG. Gamification and motivation: an analysis of its impact on corporate learning. *Gamification and Augmented Reality* 2024;2:26-26. <https://doi.org/10.56294/gr202426>.

10. Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano (CIDEU). San Juan de Pasto. Barcelona: CIDEU; 2020 Sep 13 [citado 2021 Mar 15]. <https://www.cideu.org/miembro/san-juan-de-pasto/>

11. Chen C. Actitud y aptitud. Venezuela: Diferenciador; s.f. [citado 2021 Aug 16]. <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-actitud-y-aptitud/>

12. Chiavenato I. Comportamiento organizacional. 2ª ed.. México D.F.: Gobierno de México; 2000 [citado 2022 Jan 17]. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf

13. Concepto.de. Estructura. Argentina: Concepto.de; 2021 Aug 5 [citado 2022 Jan 14]. <https://concepto.de/estructura/#ixzz7LdS3HWE4>

14. Congreso de la República. Ley 105 de 1993. Bogotá: Senado de la República; 1993 Dec 30 [citado 2021 Dec 24]. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0105_1993.html

15. Cotelco. Informe de indicadores hoteleros octubre 2020. Bogotá: Cotelco; 2020 Oct [citado 2020 Nov 17]. <https://www.cotelco.org/estadisticas/indicadoresoct2020>

16. Da Silva D. ¿Conoces los tipos de cultura organizacional? ¿Cuál implementarías en tu organización?. México: Zendesk; 2021 Sep 16 [citado 2021 Dec 16]. <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-cultura-organizacional/>

17. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Censo Nacional de Población y Vivienda. Bogotá: DANE; 2019 Jul 4 [citado 2019 Aug 16]. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018/cuantos-somos>

18. Enciclopedia Económica. Elementos que conforman la cultura organizacional. Argentina: Enciclopedia Económica; 2018 [citado 2022 Jan 7]. <https://enciclopediaeconomica.com/cultura-organizacional/>
19. Enríquez Caro R. Las funciones de la cultura organizacional. Perú: TAEM Perú Consulting; 2014 Apr 13 [citado 2021 Apr 12]. <https://taemperuconsulting.com/las-funciones-de-la-cultura-organizacional/>
20. Estrada MRM, Estrada ESM. Ethnic ecotourism: an alternative for the environmental sustainability of the Rancheria River delta, La Guajira. *Multidisciplinar (Montevideo)* 2024;2:103-103. <https://doi.org/10.62486/agmu2024103>.
21. Fidel WWS, Cuicapusa EEM, Espilco POV. Managerial Accounting and its Impact on Decision Making in a small company in the food sector in West Lima. *Edu - Tech Enterprise* 2024;2:8-8. <https://doi.org/10.71459/edutech20248>.
22. Gerencie. Diferencia entre eficiencia y eficacia. Bogotá: Gerencie; 2019 Jan 11 [citado 2020 Apr 14]. <https://www.gerencie.com/diferencias-entre-eficiencia-y-eficacia.html>
23. GERENS, Escuela de Postgrados. ¿Qué es el desarrollo organizacional?. Lima: GERENS; 2006 Jun 6 [citado 2021 Sep 24]. <https://gerens.pe/blog/que-es-desarrollo-organizacional/>
24. Gobierno de Colombia. Código de Comercio de Colombia. Bogotá: Función Pública; 1971 Mar 27 [citado 2022 Jan 25]. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>
25. Gobierno de Colombia. Decreto 1079 de 2015 - Sector Transporte. Bogotá: Función Pública; 2015 May 26 [citado 2022 Jan 20]. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77889>
26. Gobierno de Colombia. Decreto 173 de 2001. Bogotá: Función Pública; 2001 Feb 5 [citado 2021 Dic 12]. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4308>
27. Gobierno de Colombia. Ley 336 de 1996. Bogotá: Función Pública; 1996 Dec 20 [citado 2021 Dec 25]. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=346>
28. Gómez Díaz C, Rodríguez Ortiz J. Teorías de la cultura organizacional. Buenos Aires: UBA; 2013 [citado 2022 Ene 17]. <http://teoriaycomorg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/98/2019/03/TeoriasdeLaCulturaOrganizacionalCarlosGomezJennyRodriguezrevision2013.pdf>
29. Gómez Díaz C, Rodríguez Ortiz J. Teorías de la cultura organizacional. Santiago de Chile: ResearchGate; 2001 Ene [citado 2020 Mar 20]. https://www.researchgate.net/publication/216737064_Teorias_de_la_cultura_organizacional
30. Gonçalves AP. Dimensiones del clima organizacional. Buenos Aires: Geocities; 1998 Jul [citado 2020 Abr 16]. <http://www.geocities.ws/janethqr/liderazgo/130.html>
31. Gutierrez JHA, Torres CEG, Mejia CAO, Gastelo SXF. Improving thermal comfort in educational environments: an innovative approach. *Land and Architecture* 2024;3:103-103. <https://doi.org/10.56294/la2024103>.
32. Harrison R. Conozca la forma de ser de su organización. Deusto, España: Diputación de Barcelona; 1978 [citado 2021 Jun 12]. https://www.diba.cat/documents/477802/484452/formacio-fitxers-pdf-fons_documental_historic-11conozcaformaserg-pdf.pdf
33. Hecho & Co. La cultura organizacional del iceberg. Madrid: Hecho Company; 2021 May 13 [citado 2021 Jun 10]. <https://www.hecho.company/blog/cultura-organizacional-iceberg>
34. Hellriegel D, Slocum JW. Comportamiento organizacional. México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.; 2009. p. 458 [citado 2022 Ene 11]. http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5EF6TFGvk5S9uSmE0Qv7k6_COMPORTEAMIENTO_ORGANIZACIONAL.pdf
35. Hernández Sampieri R, Baptista MP. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill; 2014. p.

4 [citado 2021 Nov 24]. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

36. Herrera Rodríguez JI. Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos. Chuquipata, Ecuador: Indteca; 2018 Feb 5. p. 7 [citado 2022 Feb 23]. https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173/170

37. Instituto Nacional del Transporte. Acuerdo 00050 de 1993. Bogotá: Ministerio de Transporte; 1993 [citado 15 de enero de 2022]. https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/785/1/Acuerdo_50_1993.pdf

38. Marcos LA. La cultura organizacional. Escuela de Organización Industrial. España: EOI; 2012 [citado 26 de septiembre de 2020]. <https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/02/27/la-cultura-organizacional/>

39. Ministerio de Obras Públicas y Transporte. Resolución 13791 de 1988. Bogotá: MOPT; 1988 [citado 25 de enero de 2022]. <https://www.allianz.co/content/dam/onemarketing/iberolatam/allianz-co/seguros/empresas/portal-transportes-docs/Resolucion13791de1988.pdf>

40. Ministerio de Protección Social. Código Sustantivo del Trabajo. Bogotá: Ministerio de Protección Social; 1950 [citado 15 de enero de 2022]. <https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/1539/CodigoSustantivodelTrabajoColombia.pdf>

41. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Resolución 2400 de 1979. Bogotá: Ministerio de Trabajo; 1979 [citado 18 de enero de 2022]. <https://vlex.com.co/vid/resolucion-2400-1979-establecen-586382931>

42. Ministerio de Transporte de Colombia. ¿Quiénes somos?. Bogotá: Ministerio de Transporte; 2011 [citado 12 de abril de 2021]. https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/33/quienes_somos/

43. Ministerio de Transporte de Colombia. Decreto 19 de 2012. Bogotá: Ministerio de Transporte; 2012 [citado 12 de marzo de 2021]. <http://web.mintransporte.gov.co/jspui/handle/001/336>

44. Ministerio de Transporte de Colombia. Resolución 19200 de 2002. Bogotá: Ministerio de Transporte; 2002 [citado 10 de enero de 2022]. https://web.mintransporte.gov.co/jspui/bitstream/001/3213/1/Resolucion_19200_2002.pdf

45. Ministerio de Transporte de Colombia. Resolución 4496 de 2011. Bogotá: Ministerio de Transporte; 2011 [citado 20 de marzo de 2021]. https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_4496_de_2011_ministerio_de_transporte.aspx#/

46. Ministerio de Transporte de Colombia. Transporte en cifras 2019. Bogotá: Ministerio de Transporte; 2020 [citado 12 de diciembre de 2021]. <https://plc.mintransporte.gov.co/Estad%C3%ADsticas/Transporte-en-Cifras>

47. Mulder P. Modelo de Cultura Organizacional por Edgar. Toolshero; 2013 [citado 12 de marzo de 2021]. <https://www.toolshero.es/liderazgo/modelo-de-cultura-organizacional-por-edgar-schein/>

48. Mundo Marítimo. Colombia: Transporte de carga terrestre se redujo un 8,1% durante el 2020. Chile: mundomaritimo.cl; 2021 mar 12 [citado 20 de junio de 2021]. <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/colombia-transporte-de-carga-terrestre-se-redujo-un-81-durante-el-2020>

49. Nuño P. Tipos de cultura organizacional. Bogotá: emprendepyme.net; 2018 ene 31 [citado 10 de febrero de 2022]. <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-cultura-organizacional.html>

50. Organización de Estados Americanos. Código Nacional de Tránsito Terrestre, Ley 769 de 2002. Washington DC: OEA; 2002 jul 6 [citado 20 de enero de 2022]. http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_col_ley_769_2002.pdf

51. Ortiz Tejada SP, Rodríguez Peña JL. Análisis de la cultura organizacional de la empresa XYZ. Bogotá: ciencia.lasalle.edu.co; 2018 ene 1 [citado 12 de mayo de 2019]. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2538&context=adminstracion_de_empresas

52. Pacheco AA, Sabattini AC. Impact of contrast agents on renal function: A systematic review. *South Health and Policy* 2024;3:121-121. <https://doi.org/10.56294/shp2024121>.
53. Pedraza L, Obispo K, Vásquez L. Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. *La Rioja: dialnet.unirioja.es*; 2015 mar 16 [citado 7 de febrero de 2022]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5139907>
54. Portafolio. El transporte de carga cayó 8,1% por pandemia. Bogotá: portafolio.co; 2021 mar 10 [citado 18 de junio de 2021]. <https://www.portafolio.co/economia/el-transporte-de-carga-cayo-8-1-por-pandemia-549930>
55. Portugal MG. Concepto de cultura. España: promonegocios.net; 2007 oct [citado 14 de abril de 2020]. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
56. Quiceno Ramírez JC. Deuda pública de Colombia es la más alta en la historia. Bogotá: elcolombiano.com; 2022 ene 3 [citado 26 de enero de 2022]. <https://www.elcolombiano.com/negocios/deuda-publica-de-colombia-llega-a-niveles-historicos-CA16253111>
57. Quijano Vodniza AJ. Guía de investigación cuantitativa. San Juan de Pasto: Institución Universitaria CESMAG; 2009. p. 76.
58. Quiroa M. Administración. Guatemala: economipedia.com; 2020 ene 29 [citado 19 de agosto de 2021]. <https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>
59. Ractem Racking System. Normas básicas de seguridad en un almacén. España: ractem.es; 2020 jul 24 [citado 10 de enero de 2022]. <https://www.ractem.es/blog/normas-basicas-seguridad-almacen>
60. Raga C. ¿Qué es el Código Sustantivo del Trabajo y cómo afecta a las empresas?. Madrid: sesamehr.co; 2021 mayo 18 [citado 2022 ene 18]. <https://www.sesamehr.co/blog/que-es-el-codigo-sustantivo-del-trabajo-y-como-afecta-a-las-empresas>
61. República de Colombia, Gobierno Nacional. Código de tránsito. Bogotá: colombia.com; 2002 ago 6 [citado 2021 mar 14]. <https://www.colombia.com/actualidad/codigos-leyes/codigo-de-transito/Tit2Cp3-vehiculos.aspx>
62. Robbins SP, Judge TA. Comportamiento organizacional. México: frrq.cvg.utn.edu.ar; 2009 [citado 2021 mar 24]. p.552. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
63. Rodríguez Garay R. La cultura organizacional: un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. España: dialnet.unirioja.es; 2009 mayo 4 [citado 2020 sep 12]. <https://www.redalyc.org/pdf/877/87722106.pdf>
64. Rondón GFA, Vega JAO, Londoño A del PM, Rocha JHO. Integral optimization of the Quebrada La Honda water supply system: social and financial impacts in Villavicencio, Meta. *Environmental Research and Ecotoxicity* 2024;3:11-11. <https://doi.org/10.56294/ere202211>.
65. Rosas CM. Análisis del transporte de carga en Colombia, para crear estrategias que permitan alcanzar estándares de competitividad e infraestructura internacional. Bogotá: repository.urosario.edu.co; 2013 [citado 2021 sep 18]. p.10. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4537/10154047632013.pdf?sequence=1>
66. Santamaría Medina B. La cultura organizacional como factor fundamental para el desarrollo de las empresas del sector logístico en Colombia. Bogotá: repository.unimilitar.edu.co; 2016 sep 20 [citado 2020 ago 20]. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14590>
67. Schein EH. La cultura empresarial y el liderazgo: Una visión dinámica. Barcelona: frrq.cvg.utn.edu.ar; 1988 ene [citado 2021 mar 15]. p.11. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15589/mod_resource/content/0/Schein%20La-Cultura-Empresarial-y-El-Liderazgo.pdf

68. Senado de la República de Colombia. Código Nacional de Tránsito Terrestre, Ley 769 de 2002. Bogotá: secretariassenado.gov.co; 2002 jul 6 [citado 2021 sep 18]. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0769_2002.html

69. Shuttleworth M. Diseño de investigación descriptiva. Explorable.com; [citado 2020 abr 20]. <https://explorable.com/es/disenodeinvestigaciondescriptiva>

70. Sistema Único de Información Normativa. Decreto 2150 de 1995. Bogotá: suin-juriscol.gov.co; 1996 oct 21 [citado 2021 abr 14]. p.1. <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1369530>

71. 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. Bogotá: suin-juriscol.gov.co; 2000 abr 5 [citado 2020 mar 12]. <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1131905>

72. Sordo AI. Cultura organizacional: tipos, elementos y ejemplos extraordinarios. España: blog.hubspot.es; 2015 [citado 2021 dic 13]. <https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>

73. StarOfService. ¿Qué es la cultura corporativa y por qué es importante?. Bogotá: emprendices.co; 2017 jun 29 [citado 2021 ago 12]. <https://www.emprendices.co/la-cultura-corporativa-importante/>

74. Steel. Resolución 2400 de 1979: Origen de la Normatividad en Seguridad y Salud en el Trabajo. Bogotá: steel.net.co; 1979 mayo 22 [citado 2022 ene 17]. <https://www.steel.net.co/resolucion-2400-de-1979/>

75. Ucha F. Evaluación: definición. Bogotá: definicionabc.com; 2009 mar 15 [citado 2020 abr 16]. <https://www.definicionabc.com/general/evaluacion.php>

76. Zapata EMJ. Evolution of the relationship between gentrification and urban planning. *Gentrification* 2024;2:51-51. <https://doi.org/10.62486/gen202451>.

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Curación de datos: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Análisis formal: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Investigación: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Metodología: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Administración del proyecto: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Recursos: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Software: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Supervisión: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Validación: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Visualización: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Redacción - borrador original: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.

Redacción - revisión y edición: Camilo Andrés Narváez, Claudia Magali Solarte Solarte.