
LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN TIEMPOS DE FELIEMPREDIMIENTO

GONZÁLEZ DURÁN, Egberto José

Licenciado en Administración, egresado de la Universidad de Los Andes - Venezuela. Especialista en Derecho Administrativo egresado de la Universidad de Los Andes - Venezuela. Ejerciendo actualmente actividades como personal administrativo de la Universidad de Los Andes – Venezuela, en la Dirección General de Cultura en el área de planificación, control y evaluación de actividades culturales y de extensión cultural, doctorando en Ciencias Organizacionales. GILOG – FACES – ULA – Venezuela.
e-mail: egbertojose@gmail.com.
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7957-4677>

Recibido: 10-03-2023

Revisado: 07-04-2023

Aceptado: 05-06-2023

RESUMEN

El presente trabajo pretende, a partir de una investigación documental - bibliográfica, indagar en la relación: cultura organizacional y feliemprendimiento; análisis donde estarán involucrados los términos: cultura, organización, cultura organizacional, feliemprendimiento, felicidad y emprendimiento, cuyos vínculos permitirán, en medio de la diversidad de interpretaciones, iniciar, desde la cultura una lectura cierta sobre las relaciones entre la realidad social, como constructo en permanente transformación, con la realidad organizacional, producto, ambas, de la trascendencia del hombre, donde la cultura organizacional, como forma de vida, de identidad, traducida en fortaleza y adaptación a la incertidumbre, da permanentemente una nueva cosmovisión en cuanto al orden y determinación, donde la felicidad se visualiza amarrada a la gestión de las personas, al salario emocional, al reconocimiento a la participación en innovación en liderazgo natural, donde el emprendimiento hace efectiva la acción a favor, la del ser que se es, el que lo hace y el que lo quiere hacer.

Palabras clave: cultura, organización, cultura organizacional, feliemprendimiento, felicidad, emprendimiento.

THE ORGANIZATIONAL CULTURE INTIMES OF HAPPY FELIEMPRENDIMIENTO

ABSTRACT

The present work intends, from a documentary - bibliographical investigation, to investigate the relationship: organizational culture and feliemprendimiento; analysis where the terms will be involved: culture, organization, organizational culture, feliemprendimiento, happiness and entrepreneurship will participate, whose links will allow, in the midst of the diversity of interpretations, to initiate, from culture, a certain reading on the relationships between social reality, as a construct in permanent transformation, with the organizational reality, product, both, of the transcendence of man, where the organizational culture, as a way of life, of identity, translated into strength and adaptation to uncertainty, permanently gives a new worldview in terms of order and determination, where happiness is visualized tied to the management of people, to the emotional salary, to the recognition of participation in innovation in natural leadership, where entrepreneurship makes effective the action in favor of the being that is, the one who does and who wants to do it.

Keywords: culture, organization, organizational culture, feliemprendimiento, happiness, entrepreneurship.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende, a partir de una investigación documental - bibliográfica, indagar sobre la relación entre cultura organizacional y el feliemprendimiento como herramienta para el nuevo modelo de gestión organizacional; en este análisis se considerarán los términos: cultura, organización, cultura organizacional, feliemprendimiento, felicidad y emprendimiento, cuyos vínculos permiten en medio de la diversidad de interpretaciones, iniciar desde la cultura una lectura cierta sobre las relaciones entre la realidad social, como constructo en permanente transformación, con la realidad organizacional, producto ambas, de la trascendencia del hombre, donde las creencias, los valores, las conductas y comportamientos de los individuos miembros de una sociedad inciden en el actuar organizacional, donde, desde un punto de vista axiológico, el estudio de los valores, de lo deseable en la organización, tal como lo expusiera Hofstede, (1980) citado por (Castillo, 2015:35) la cultura es, “para la colectividad humana lo que la personalidad es al individuo”, sin ella, el valor, significado y existencia que posee la organización, aun teniendo estructuras densas o no, con mayor o menor complejidad, no podrían darse.

De hecho, la cultura organizacional, como forma de vida, da identidad, buscando fortaleza y adaptación a la incertidumbre, da permanentemente una nueva cosmovisión en cuanto al orden y determinación por los retos individuales, grupales y empresariales que están surgiendo en el diario devenir competitivo de la organización; cultura organizacional que en tiempos de posmodernidad se soporta en su razón en el feliemprendimiento como nuevo aliado en acción positiva, que de la mano con la identidad y su significancia, contribuyen a crear y consolidar el nuevo modelo de organización, donde la felicidad, tal como lo expresa Tel Ben-Shahar, (2008), no es sonreír todo el rato o que no haya ninguna tensión, sino que es, aprender a lidiar con las dificultades de nuestra vida; felicidad amarrada a la gestión de las personas, es la meta, en liderazgos naturales, donde el emprendimiento hara efectiva la acción a favor, la del ser que se és, el que lo hace y el que lo quiere hacer, y que trae consigo ambientes de trabajo adecuados, cambios conductuales, aprendizaje en equipo, una gestión desde el ser,

con criterios participativos, un nuevo pensar y un nuevo actuar con calidad de vida, una nueva intelección multicultural con conciencia propia, ajustada a la hipermodernidad, con proyectos empresariales sostenibles, proactivos, verosímiles y fructíferos con un enfoque social auténtico en la que los individuos explayen toda su creatividad (Ostoich, 2020: 236).

2. DE LA CULTURA, LA ORGANIZACIÓN Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL

2.1 La cultura

La importancia de la cultura radica en el hecho de que proporciona el conocimiento y las técnicas que le permiten sobrevivir a la humanidad, tanto física como socialmente, así como dominar y controlar, hasta donde ello es posible, el mundo que le rodea. (Chinoy, 1978: 36-37), citado por (Semerena P., 1998: 11), palabras que permiten presentarla como realidad social, como constructo en permanente transformación, en conocimientos como en comportamientos, que se va adecuando a los cambios que el medio y los nuevos tiempos van presentando. Por otro lado, no existe consenso sobre un único concepto, son muchos los autores y sus interpretaciones, para uno, es la parte humana a medida del medio ambiente, para otro, son ideas, tradiciones y valores como núcleo esencial; para terceros, son herramientas, implementos, utensilios, vestimenta, ornamentos, costumbres, instrucciones, creencias, rituales, lenguajes. Es un rasgo de personalidad; son prácticas adoptadas por los ciudadanos en cada aspecto de la vida. (Herskovitz, 1948), (Kluckhohn, 1951), (White, 1959), (Bauman, 2002) y (Russell et al., 2010), citados por (Castillo P., 2015:33). Es producto del hombre, de su trascendencia, de su esencia y existencia, es todo lo aprendido y compartido de generación en generación, cuyo valor radica en la manera como el hombre percibe al mundo, y busca adaptarse a las circunstancias (Gibson, 1996:37), citado por (Font Playán y Córdova Villegas, 2000), en definitiva, la cultura es el rostro identificador del individuo, es una permanente emancipación del ser humano, es “una comunidad de ideas y principios” (Bauman, 2017: 12), es el lenguaje que une a los pueblos, a las sociedades y sus miembros.

2.2 La organización

Poder evaluar la cultura dentro de las organizaciones, conduce a un breve repaso sobre el valor y significado de las mismas, ya que aun pudiendo éstas tener estructuras con mayor o menor complejidad, con niveles altos o bajos de competitividad, ambientes de trabajo tolerantes o no a la incertidumbre, líneas de mando que pudieran tener orientaciones de control, de competitividad interna, de apoyo al líder natural, en fin, este análisis va más por lo conceptual, que por lo filosófico. Por consiguiente, y tal como sucede con el término cultura, no existe consenso sobre el término organización, por lo que se tratará de ser lo más amplio posible en la presentación de definiciones que se aproximen a la idea de investigación. Según el Diccionario Epistemológico General de la Lengua Castellana (Corripio, 1973:334), citado por (López G., 2004: 15), el término organización se deriva de “organon”: órgano o instrumento, herramienta. Desde la mirada de la teoría administrativa, organización, se puede leer, como una estructura de roles a ser cumplidos (Koontz, 2000: 67), como también se le puede dar trato multidisciplinario, transdisciplinario o interdisciplinario ya que participan en su accionar, la antropología, la sociología, la psicología, las ciencias políticas y la economía, sirviendo de apoyo al estudio y conceptualización de la organización en atención a cada particularidad. Aceptaciones que derivan, tal como lo expresan Cruz S. y Peña., (2018: 11) en organizaciones como estructuras de funcionamiento administrativo, como son las organizaciones de tipo matricial, vertical, lineal, geográfica, o, como lo sugieren (Chester y Barnard, 1960) y (Herbert Simón, 1988), citados por (Cruz S. y Peña., 2018: 12), en organizaciones como la Iglesia, el gobierno, la universidad o un partido político. Por añadidura, se podría decir que la organización, en medio de diversas interpretaciones, se pudiera conceptualizar en dos acepciones: la de la organización relacionada al tema empresarial, comercial, la de los fines de lucro, y la del conglomerado de personas que se reúnen con un mismo fin, que no se dedican al ámbito comercial, las que aun administrando recursos, son sin fines de lucro. Ambas, en búsqueda permanente de eficacia, del logro de las metas u objetivos propuestos. Tal como lo expresa Chacón, (2006), las organizaciones son entidades sociales creadas

por los hombres –ya sea como consecuencia de su naturaleza social o efecto de su esfuerzo organizador– para la consecución de objetivos particulares y/o comunes, en donde los recursos disponibles se sistematizan de forma consciente; lo que resulta en condición sine qua non de su razón de vida.

2.3 Cultura organizacional

Entender a la cultura organizacional como derivada de la cultura social, es ir a la sociedad, la cual “incluye toda clase de relaciones directas e indirectas, conscientes o inconscientes, de colaboración o antagonismo. [Donde] Ella construye todo el tejido de relaciones humanas;” (Chinoy, 1978: 45), citado por (Semerena P., 1998: 19), sociedad que nos lleva a presentar a la cultura organizacional como forma de vida, como valor en identidad de la organización, cimentada en principios y valores, así como en creencias, tradiciones, comportamientos, interacciones y conductas. Cultura que se reflejará en las formas productivas de la empresa, a través del reconocimiento del otro, de la diversidad, de la comunicación fluida, de la práctica operativa, cuyo reto permanente, no sólo será su adaptación a los cambios y a un entorno competitivo, sino que también irá en pro de la consolidación de una única cultura sin subculturas como referente de la organización, comportamientos unánimes entre los miembros, que premie el desempeño por encima de los resultados, ya que de no estar consolidado el discurso, el sentir y el accionar de la organización en base a una cultura organizacional sólida, su comportamiento en rendimiento y competitividad no sería el aspirado.

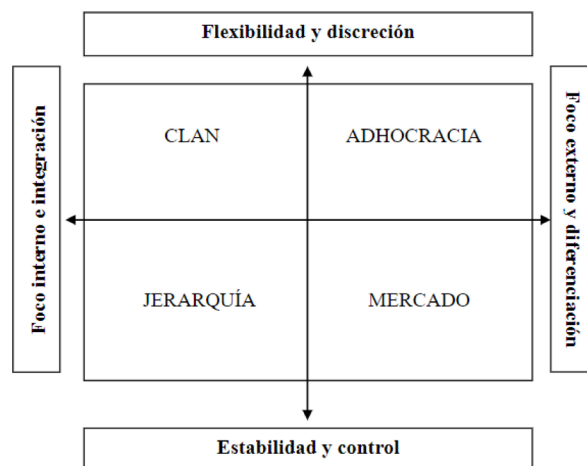
Adicional, la cultura organizacional, como conciencia colectiva de significados compartidos que identifica y diferencia a los miembros de una organización con otra, estandarizando conductas (Méndez, 2006) citado por (Vesga, R, et al., 2020), se enfrenta a un mundo sin barrera, a la soberanía líquida y, como lo expresa Schein (2004: 18) citado por (Vesga, R, et al., 2020: 40), tanto organizaciones como grupos, sin importar su tamaño, deben lidiar con dos retos primordiales: “(1) supervivencia, crecimiento y adaptación a su entorno; y (2) integración interna que le permita funcionar diariamente y la habilidad para adaptarse y aprender”

Ésta, debe transformarse permanentemente buscando no perder su esencia, su sustancia. Cultura organizacional de la complejidad en comportamientos y conductas, la de la dualidad orden – desorden, la dialógica, la del productor que produce, la recursiva, y la del todo que potencialmente está en las partes, la hologramática, (Borjas y Monasterio, 1012), donde las decisiones y los liderazgos no sólo deben salir de un jefe feliz, sino de trabajadores felices, lo que obliga reflexionar sobre las capacidades de pensar, evaluar, [aprender y desaprender], entender y actuar, [en una] nueva cosmovisión, [en cuanto al] orden, [el] determinismo, [la] estabilidad, causalidad y previsibilidad. (Borjas y Monasterio, 1012: 55), capacidades todas que se deben sopesar en la organización.

Como segunda lectura sobre la cultura organizacional, se hará mención a Cameron y Quinn, (2006) citados por (Vesga, R, et al., 2020: 44 y 45), a través del “Modelo de valores en competitividad” propuesto por estos autores, modelo que busca determinar el tipo de cultura dominante en la organización, la cual gira en torno a (1) la cultura del Clan –

la de la cohesión, la de la moral, lealtad y tradición-, (2) la Adhocrática –la dinámica, la de las oportunidades, la cambiante y altamente flexible e innovadora-, (3) la Jerárquica –la rígida en políticas y reglas verticales, la de la cadena de mando y la formalización de los procesos-, y (4) la de Mercado –orientada a los resultados, a la productividad y competitividad con líderes exigentes-, clasificación que lleva a considerar unos parámetros, que en atención a las características de la organización develarían un posible estatus en valores y competencia. Cómo se podrá apreciar en el siguiente Cuadro N° 1, se visualizará una tabla con cuatro celdas en cuyo interior están ubicados los tipos de cultura que se mencionaron anteriormente, clasificación que se evaluará sobre la base de la (a) Flexibilidad y discreción, y la (b) Estabilidad y control, ambos parámetros a partir de la (c) Integración interna y a la (d) Diferenciación externa. De cuyos cruces horizontales y verticales, se podrá, a partir de su aplicación en cada organización por medio del método cualitativo descriptivo a través de cuestionarios y entrevistas, conocer la cultura organizacional predominante.

Cuadro N° 1. Modelos de valores en competencia



Fuente: Cultura organizacional y cambio, por Vesga, R, et al., (2020)

Ahora bien, habiéndose mencionado previamente a la cultura, la organización y la cultura organizacional, considero importante, en tiempos de posmodernidad, hacer un ejercicio comparativo, que facilitará la intelección de la

cultura organizacional en cuanto a su valor, desde una mirada externa a la organización, su desempeño ante la competitividad, su fuerza en desarrollo y crecimiento, su identidad, así como desde lo interno, el arraigo y la identidad

del individuo para con su organización, considerando a los líderes naturales y, a la eficiencia y eficacia. Apreciaciones validas en momentos donde las Organizaciones pueden compararse con Sociedades, en cuyo interior existen Comunidades (grupos de trabajo/ departamentos/talleres, etc.) con sus propias culturas, lenguajes y armonías; comunidades que se ajustan al estado de derecho (constitución, característica y estrategias de cada una de ellas), donde lo consuetudinario y sus particularidades, dan libertad a innovar y participar en medio de los cambios ideológicos, políticos, económicos y sociales, existentes. Sociedades locales que deben adecuarse a su lengua y sus lenguajes a la nueva sociedad global, reto permanente, en el que el Feliemprendimiento debe estar presente; sin el empuje y la voluntad del emprendedor y la felicidad como oxígeno vital, todo lo que se pudiera iniciar, resultaría infructuoso en momentos donde lo efímero, lo individual, el ahora y el presente son obstáculos que permanentemente se deberán confrontar. Pensar a las organizaciones como sociedades, en medio de la globalización, del mundo sin barrera, obliga asumir que las mismas están sujetas a las influencias culturales y sociales de este nuevo mundo desarraigado, donde las sociedades –organizaciones- locales,

las de cada ámbito geográfico, pasan a ser comunidades con sus propias identidades dentro de la gran sociedad global multicultural, donde la pretensión de una única cultura organizacional global en organizaciones con áreas comunes sólo permitirá evaluar la competitividad a la que se enfrentan. Metáfora que permite ver el cómo desde el individuo hacia el mundo globalizado, la espiral de vida organizacional seguirá girando, lo que redundará en cambios permanentes por sobrevivencia y adecuación, donde, reitero, el Feliemprendimiento debe estar presente en la evolución global de la organización, de su cultura, de su éxito, de su crecimiento, permanencia y superación.

Por otro lado, importante por demás, hacer mención a la Etnopsicología como propuesta para el estudio cognoscitivo de los miembros de la organización, que permite estudiar las diferentes actitudes del comportamiento humano, (Semerena P., 1998: 73); comportamientos y conductas que no se pueden desvincular de la cultura organizacional, por lo que en el siguiente Cuadro N° 2 se señalarán las contribuciones de esta rama de la psicología a favor de la cultura organizacional y su significado dentro de la organización.

Cuadro N° 2. Aportaciones de la Etnopsicología

Cultura Organizacional	Etnopsicología
Unidad del concepto	<ul style="list-style-type: none"> • Facilita la comprensión del funcionamiento de las organizaciones. • Ayuda a predecir las conductas. • Constituye un sustituto de la experiencia. • Facilita los cambios.
Manejo y definición del concepto	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de diferencias grupales o individuales originadas por las distintas variables, así como por la percepción de sí mismos. • Tales diferencias propician subculturas dentro de la organización. (Regionales, ocupacionales, organizacionales). • El concepto está construido por afirmaciones verbales y entidades estructurales. • Los individuos instrumentan sus decisiones a través de premisas histórico-socioculturales. (PHSC) que determinan su pensamiento y su conducta. • Las diferentes PHSC de los miembros de una organización, reflejan aspectos básicos de la cultura que los origina.
Definición de la filosofía organizacional. (Aspecto simbólico)	<ul style="list-style-type: none"> • El aspecto simbólico PHSC determina el comportamiento. • Definición de los valores organizacionales a través de la medición de las PHSC que prevalecen. • Determinación de estilos de confrontación a través de la medición de las PHSC. • Congruencias entre los valores organizacionales y los valores culturales. • Considerar la importancia de la relación existente entre cultura y personalidad para comprender el comportamiento en el trabajo.

Fuente: La Etnopsicología y la cultura organizacional.

3. SOBRE EL FELIEMPREDIMIENTO, LA FELICIDAD Y EL EMPREDIMIENTO

3. 1. Feliemprendimiento

Escribir sobre el Feliemprendimiento (Ostoich, 2020:235), conlleva a considerar a la Felicidad (Maestro, 2020), neologismos ambos, que se relacionan con la Felicidad, el primero nace de los lexemas de Felicidad y Emprendimiento, y el segundo de los lexemas de Felicidad y Eficacia, ambos se complementan, uno va por el camino de los resultados empresariales: Objetivos + Talento + Involucración, y el otro, el Feliemprendimiento, que es tema de estudio, y que se cimienta en la ejecución de las tareas, en la acción, en la construcción identitaria, donde el trabajador y la empresa, el Amor + Objetivos + Compromiso, marcan el rumbo a la cultura organizacional que se debe implementar como identidad de la organización, hologramática, dialógica y experiencial.

El Feliemprendimiento surge como apoyo en el impulso a la acción positiva de crear, de nuevas ideas, de solución a la crisis de identidad y de cultura organizacional, ser emprendedor implica, hacerlo desde la pasión, el compromiso, y la perseverancia, [lo que] permitirá el desarrollo de todo el potencial del emprendedor y el ejercicio de su proyecto de vida con el firme empoderamiento de sus experiencias y decisiones (Ostoich, 2020: 235). El cual, deberá considerar a la vorágine globalizadora, la que ha obligado a reconsiderar, deconstruir y desaprenderse de la gestión organizacional tradicional, para poder enfrentarla, reconstruyendo y reaprendiendo en tiempos de modernidad líquida (Bauman, 2017: 7), donde la razón sustituida por el deseo, ha dado paso a la seducción por la persuasión, a lo superficial por lo profundo, a lo efímero por lo permanente, a la dialéctica de la multiplicidad de verdades individuales, a una sociedad flexible a cambio de la normalizada, la disciplinada, en la cual, el estado fue sustituido por el mercado y, el hombre prometeico por el hombre dionisíaco, (Álvarez Terán, 2017).

3.2 Felicidad

Poder profundizar en el Feliemprendimiento, se debe ir a la Felicidad en primera instancia. Se puede aprender a ser feliz emprendiendo,

convirtiéndose así el Feliemprendimiento en su identidad y de esa forma transmitirlo a todos los integrantes de la organización para conseguir los resultados esperados de una manera efectiva (Ostoich, 2020: 235). Aristóteles le llamó *eudaimonía*, cuya etimología se compone de las palabras "eu" ("bueno") y "daimōn" ("espíritu"), término al que se le dieron dotes de virtud, rectitud, verdad y justicia. Puede llamarse feliz al que gracias a la razón, ni desea, ni teme. (...) que ésta contento con las circunstancias presentes, donde la felicidad verdadera, es aquella que usa los dones de la vida sin ser esclavos de ellos. Para el autor, (Tel Ben-Shahar, 2008), no es sonreír todo el rato o que no haya ninguna tensión. Es aprender a lidiar con las dificultades de nuestra vida. Dialéctica de la Felicidad que no debe ser mal entendida, no es la que permite al más apto ascender y lograr una felicidad deseada por el otro, pero que ninguno logrará conseguir plenamente, salvo el pago por la superioridad, la despersonalizada, la hueca, la emoción por tenerlo todo con la única satisfacción de disfrutarlo en el momento, para ir por más, sin límites, esa no es la verdadera felicidad, es la de la falsa imagen. La Felicidad con el pasar de los siglos ha sufrido muchos cambios, en un tiempo, estar vivo y no ser esclavo, era un logro, era felicidad, en otro, el poder descansar en medio de largas jornadas y recibir el salario que le correspondía, era reconocimiento, reconocimiento que se podía traducir en satisfacción, en felicidad, pero para otros, simplemente era demostrar poder y riquezas, como lo contrario en otras personas, ser humildes y tener una familia, vivir en caos pero teniendo fortaleza para no caer, las lecturas serán variadas y seguirán en estos tiempos presentes, aun cuando se mantienen las más arraigadas en la sociedad, las que surgen de la opresión y el maltrato al otro, y las que surgen a favor del ser humano. Margot, (2007:55) expuso que "Ser feliz supone que el hombre sea capaz de lograr un equilibrio que supere sus contradicciones y sus conflictos, donde la felicidad es el resultado de una conquista, primero sobre él mismo y luego sobre un mundo." Definición que permite comprenderla como una plenitud en medio de la adversidad. Continuando en la búsqueda para poder ir a su intelección, la felicidad según RAE, es "placer, satisfacción, contento grande." De las anteriores acepciones se tomarán prestadas palabras puntuales y se agregarán otras: equilibrio,

plenitud, contradicciones, conflictos, el sí mismo, satisfacción, alegría, consciencia, paz interior, todas vitales y necesarias y, entendiendo que la moneda tiene dos caras, se debe aprender a captar que la felicidad es equilibrio entre dos realidades, equilibrio que lo dará la capacidad de cada ser.

Russell, (2019), escribiendo sobre la felicidad en el trabajo, habló de dos realidades, la felicidad por hacer el trabajo o la desdicha por trabajar, cómo darle una lectura satisfactoria a las tareas, cómo evitar hacer aburrido el trabajo y que no sea matar tiempo, la lectura sobre felicidad que muchos le dan al beneficio económico por el trabajo, el estatus, el ascenso, el saberse el mejor, sólo son maneras de aumentar el ego, reforzando la individualidad y ésta no es la mejor aliada de la organización. Lo anterior sólo se podrá revertir con un ambiente adecuado en cada espacio de la organización, con respeto, reconocimiento del esfuerzo y de los resultados, corrigiendo errores permanentemente, con iniciativas que permitan proactividad y ética, que apoyen la unión de los trabajadores sin fomentar el individualismo. La Felicidad en el trabajo es un constructo en medio de las dinámicas propias de cada empresa y del mundo que le rodea. ¿Gestión de las personas o gestión de la organización?, ¿cuál debería ser la meta para lograr una organización feliz, emprendedora?, y la respuesta la dará la capacidad de liderazgo y de reconocimiento hacia el otro, que aun sin ser el líder, tenga las actitudes para lograr formar equipos emprendedores en medio de adversidades, todo a favor de los trabajadores, de su felicidad, de su paz interior, de su serenidad y consciencia, donde la gestión sea de las personas, con una mirada crítica y constructiva en pro de los objetivos propuestos por la organización, con lecturas ciertas de las realidades en cada espacio, departamento, área de trabajo, que permita que la organización sea viva y no autómatas, en el que esté presente la lectura de

la cultura organizacional y la percepción que los miembros de la organización tengan de ella. La felicidad laboral es satisfacción, equilibrio entre lo diverso, es promoción de la innovación y de las iniciativas, es solución en equipo.

3.3. Emprendimiento

El Feliemprendimiento no es sólo Felicidad, es leerlo también desde el Emprendimiento -término que proviene del francés “entrepreneur”, y procede del vocablo latino “prenderé” que significa “acometer” e “intentar”-, de donde se deriva el término Emprender, el que emprende desde el ser que se es, que se quiere hacer y que se hace, el que lleva consigo ambientes de trabajo inspiradores, que propone cambios conductuales, aprendizaje en equipo, que busca una nueva cultura en gestión, emprendimiento a favor de la rehumanización y/o humanización de los espacios de trabajo, con criterios participativos, un nuevo pensar y un nuevo actuar, nuevas propuestas, nuevas ideas, agregando calidad de vida, el de la nueva era organizacional como nueva intelección, la metacognición, aspirando llegar a la cultura organizacional con conciencia propia, ajustada a la hipermodernidad, con proyectos empresariales sostenibles, proactivos, verosímiles y fructíferos con un enfoque social auténtico en la que los individuos explayan toda su creatividad (Ostoich, 2020: 236). Emprendimiento significa, creación, capacidad de identificar oportunidades y asumir riesgos, de poder romper equilibrios innovando, resolviendo problemas específicos en situaciones complejas, en definitiva, emprendimiento es cambio, es abrir nuevos mercados, clientes y empleos. (Low y MacMillan, 1998), (Rumball, 1989), (Shumpeter, 1934), (Harper, 1996: 3), (Morrison, et al., 1999), citados por (Castillo, 2015: 22), el Emprendedor, es el que empuja para lograr las metas, el que, en medio de crisis, de incertidumbres, es resiliente con certeza y con convicción a favor.

4. REFLEXIONES FINALES

La cultura organizacional es un reducto de multiculturalidad, la incidencia que ha tenido la cultural social sobre ella, da una lectura posible sobre su contenido. Ésta estará definida por conductas y comportamientos que han llevado a la reflexión sobre la identidad de sus miembros, sus particularidades en costumbres, ideas, tradiciones, ética, comportamientos, religiones,

enseñanzas, lenguajes, sus cosmovisiones, donde Camerón y Quinn, (2006) citados por (Vesga, R, et al., 2020: 44 y 45) contribuyen con el “Modelo de valores en competencia,” a reconocer la cultura de mayor dominio, dentro de la cuales la cultura Adhocrática es la idónea, ya que representa a la organización emprendedora, al modelo posible a implementar por concebirla dinámica, cambiante, altamente flexible, innovadora, de avanzada; cultura ésta idónea para el nuevo modelo de gestión empresarial que propone el Feliemprendimiento. Por otro lado, la Etnopsicología como estudio cognoscitivo facilita evaluar las actitudes del individuo en comportamiento y conducta, arroja de acuerdo a (Semerena, 1998), una lectura enriquecedora sobre la comprensión del funcionamiento de la organización, contribuyendo en la predicción de las conductas, así como en la determinación de las diferencias grupales e individuales originadas por las distintas variables, como por la percepción de sí mismos, evaluaciones necesarias para la intelección de la cultura organizacional.

En definitiva, es la felicidad como primer componente, la que aportará el equilibrio entre las contradicciones y los conflictos, el sí mismo con las satisfacciones y la alegría, da consciencia, plenitud; términos vitales, donde será el equilibrio entre dos realidades contrarias, equilibrio que lo dará la capacidad de cada ser. Se aprende a ser feliz, emprendiendo, convirtiendo al Feliemprendimiento en su identidad. En segundo elemento está el Emprendimiento, el que trae consigo el nuevo método participativo, el de la gestión de las personas, con valor agregado por nuevas acciones e ideas, y el nuevo pensar y actuar con acción positiva, el de la construcción identitaria, que contiene la pasión, el compromiso y la perseverancia. El motivador en empuje y voluntad, el cual junto a la felicidad como oxígeno vital, dan vida a las ideas, a los nuevos proyectos, así como a la reconstrucción y al reaprendizaje a partir del Feliemprendimiento como nuevo paradigma.

Sin la cultura organizacional como adhesivo social, como filosofía de vida, como marco guía en comportamientos y conductas, como factor de estabilidad a favor del sentido de pertenencia organizacional, grupal e individual, difícilmente se podrán detectar los fenómenos organizacionales, y sin su conocimiento, el Feliemprendimiento carecerá de fuerza en su existencia. Dicho de otra manera, los términos: cultura, organización, cultura organizacional, feliemprendimiento, felicidad y emprendimiento, son escalones necesarios para ir al modelo organizacional de los nuevos tiempos.

4. REFERENCIAS

- ÁLVAREZ TERÁN, Claudio. (2017). Cambio de paradigma cultural. De la modernidad a la posmodernidad. Cultura posmoderna. Disponible: [Youtube] <https://www.youtube.com/watch?v=NmAbTg9V2i8> (27 de febrero de 2023)
- BAUMAN, Zygmunt. (2017). *Identidad. Conversaciones con Benedetto Vecchi*. Epublibre. Editor digital: mandius, 106 p.
- BEN-SHAHAR, Tal. (2008). La ciencia de la felicidad. Disponible: [Youtube]. <https://www.youtube.com/watch?v=0vTxfrNY8kU>
- BORJAS DE XENA, Leslie & MONASTERIO DE MÁRQUEZ Dilia. “La gerencia venezolana. Una perspectiva desde la complejidad.” En: *Cuadernos de Administración*. Universidad del Valle. Colombia. Número 28, N° 48, Julio-Diciembre 2012, p. 53 - 63
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. (2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores S. A., (19 ed.). Paraguay, 166 p.
- CASTILLO. PALACIO. Marysol. (2015). *Emprendimiento y cultura: Una aproximación al concepto*

de disonancia cultural. Aplicación en el sector turístico de la ciudad de Medellín, Colombia. (Tesis Doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canarias. Facultad de Economía, Empresa y Turismo, 224 p.

CHACÓN, Galia. "La Triple Dimensión Cognoscitiva del Término 'Organización'." En: *Actualidad Contable FACES* Año 9 N° 12, Enero-Julio 2006. Mérida. Venezuela, (51 – 56)

CRUZ SOTO, Luis Antonio & JULIÁN PEÑA, Martha. "El problema de la terminología en la administración." En: *XXIII Congreso internacional de contaduría, administración e informática. Octubre 2018*. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Contaduría y Administración. Ciudad Universitaria. México, (1 – 20)

FONT PLAYÁN, Isabel & CÓRDOVA VILLEGAS, Alejandro Omar. "Algunas reflexiones en torno al fenómeno organizacional." En: *Gestión y Estrategia*. Enero-Julio 2000. Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco. México. (35 – 45)

HALLIDAY, M. A. K. (1982). *El lenguaje como semiótica social*. Fondo de Cultura Económica de Argentina, S. A. Buenos Aires. Argentina. 331 p.

KOONTZ, Harold. (2000). "Revisión de la jungla de la teoría administrativa." En: *Revista de Contaduría y Administración*. N° 199, Octubre-Diciembre, 2000. UNAM. México. (55 – 74)

LÓPEZ GALLEGOS, Francisco. (2005). "Administración, organización (y empresa): un intento de acotación semántica." En: *Revista Universidad EAFIT*. Número 41. N° 37. Enero-Marzo 2005. (9 – 18)

MAESTRO, Juan Carlos. (2020). Manual de Felicidad. Disponible: https://issuu.com/foroecofin/docs/ilovepdf_merged

MARGOT, Jean-Paul, (2007). "La felicidad." En: *Praxis Filosófica*, núm. 25, Julio-Diciembre, 2007, Universidad del Valle. Cali, Colombia. (55-79)

OSTOICH DAVILA, Grettel. (s/f). Feliemprendimiento: nueva identidad de las organizaciones hipermodernas. Estudios organizacionales I. Elementos disruptivos de los modelos clásicos de la administración. Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano. Bogotá. Colombia. (234 – 259)

RUSSELL, Bertrand. (2019). La conquista de la felicidad. Biblioteca Omegalfa, 109 p.

SEMERENA P., PONCE, María Luisa. (1998). "La etnopsicología como propuesta para definir la cultura organizacional". (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/223601>

VESGA, Juan Javier. & GARCÍA-RUBIANO, Mónica. (2020). Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional. Editorial Universidad Católica de Colombia. 186 p.