



Igor Ansoff es conocido como el padre de la gestión estratégica y conocido por el concepto de turbulencia ambiental, el paradigma de éxito estratégico contingente, un concepto que ha sido validado por numerosos estudios de investigación; y gestión estratégica en tiempo real.

Peter Drucker inventó el concepto conocido como gestión por objetivos y autocontrol. Ha sido descrito “el fundador de la gestión moderna”. Drucker creía que la cultura organizacional es la fuerza más poderosa para asegurar el éxito de la organización y su frase “la cultura empresarial come estrategia para desayunar” ahora se usa a nivel mundial para demostrar el poder de la cultura organizacional.



Mi interés por la cultura empresarial y la estrategia me llevó a algunas preguntas:

- ¿Cuál es la relación entre la cultura corporativa y la estrategia?



Cuando la Cultura Organizacional desayuna, almuerza y cena Estrategia cada día

- ¿Cuál es la importancia de la estrategia frente a la importancia de la cultura para impulsar el éxito en una organización?
- ¿La cultura y la estrategia desempeñan diferentes roles en el desarrollo de una organización en diferentes momentos del ciclo de vida de una organización?

La estrategia, en su nivel más fundamental, es racional, intuitiva, lógica, clara y simple. Cada miembro de una organización debe entenderlo y hablar de ello. Sin una estrategia simple y bien delineada, una empresa se perderá.

La cultura organizacional, por otro lado, es compleja, dinámica, emocional, siempre cambiante y fluida. La cultura por su propia naturaleza es viva, diversa, enfocada en las personas, no es fácilmente cuantificable y cambia con la incorporación de cualquier nuevo miembro. La cultura es una influencia increíblemente poderosa en el éxito a largo plazo de una empresa. No importa cuán fantástica sea realmente una estrategia, en comparación con los valores y los seres humanos, las personas siempre hacen la diferencia.

Nadie rechazará nunca la idea de que, en última instancia, las personas son los verdaderos diferenciadores de cualquier organización. Por lo tanto, también creo que es la única manera de ganar consistentemente,

Para probar mi creencia de que la cultura realmente triunfa sobre la estrategia, hace aproximadamente diez años, imaginemos una cultura en nuestra organización que promueve y alienta activamente la rendición de cuentas, la humildad, la vulnerabilidad, la gracia, la propiedad, el empoderamiento, el vigor, la excelencia, el trabajo duro. Familia, competitividad, integridad, calidad, honestidad, experiencia superior del cliente y otros valores que juntos crean la creación de una gran cultura



Cuando la Cultura Organizacional desayuna, almuerza y cena Estrategia cada dia

organizacional. Con una estrategia similar a muchas otras organizaciones dentro del mismo espacio. Nuestro activo diferenciador sería nuestra cultura, ya que con nuestra cultura podríamos ejecutar sin descanso y producir el máximo rendimiento.

La cultura organizacional marca toda la diferencia. Nuestra cultura nos permite crecer dramáticamente con calidad e integridad, más que muchas organizaciones similares en el mismo sector económico, y sobrevivir a períodos de turbulencia y extrema dificultad. Debido a nuestra cultura, podemos aprender continuamente, reinventarnos y mejorar. Mientras que muchos de nuestros competidores fracasan, podemos seguir creciendo.

Sabemos que somos perfectamente imperfectos. Aunque enfrentamos desafíos, errores y problemas, continuamos aprendiendo, evolucionando y mejorando cada día. Debido a nuestra cultura, compartimos los mismos valores y operamos como una organización comprometida con los valores fundamentales, con nuestra tesis y, lo más importante, con nuestros clientes.

Mi conclusión es y será que la cultura desayuna, almuerza y cena estrategia cada dia.

[themoneytizer id="23640-28"]

suscripción rápida

con un 'click'



Otros artículos que le pueden interesar:

Los costos ocultos de pertenecer a una marca hotelera

Agregar Valor a un hotel enfocándose en el Flujo de Caja

Hoteles en beta permanente como forma de gestión

Los cinco sentidos de la Gestión y la Estrategia en los Hoteles

Cargar más

