

● La 'spin-off' Cultural-Fit recuerda que las compañías españolas no reparan lo suficiente en construir y consolidar su 'cultura'



Antonio Luis Escribano, Valentín Escribano y Carlos Sanchís, de izquierda a derecha, son los promotores de Cultural Fit.

La personalidad de las empresas

R. E. SEVILLA

Según el que es considerado por muchos el mayor filósofo de la gestión empresarial del siglo XX, el austriaco Peter Drucker, "la cultura se come a la estrategia para desayunar", y cabe decir que la estrategia es la madre de todos los MBA; o sea, que el asunto no es menor. Por cultura empresarial entendemos la personalidad de cada organización: como las personas, cada una tiene la suya, y se conforma con el conjunto de valores, creencias y hasta mitos y ritos que son compartidos por sus miembros. Es un concepto intangible, en buena medida, pero es un factor esencial para el funcionamiento de una compañía privada o una empresa pública; o hasta de un colegio, una Peña y club de fútbol. La cultura, así entendida, puede favorecer o castrar un proceso de cambio, ya sea deliberado o urgido por las circunstancias del mercado. Pero los CEO no suelen prestar atención a la cultura de la nave que rigen.

Cultural Fit es el producto de una 'spin off' nacida en la Universidad de Sevilla, donde se da la paradoja de que pocos de estos proyectos ideados en el seno de esa institución son liderados por profesores de materias 'empresariales'. Se trata en este caso de "una herramienta de 'ajuste cultural'" —dice Antonio Leal Rodríguez, profesor de la US— que emplea técnicas de 'data science' para conocer el grado de coincidencia entre los valores de los directivos y los valores del resto de la organización". El grupo promotor de Cultural Fit ha desarrollado un método que parte de la identificación de cinco arquetipos de cultura organizacional (Digital, Tribal, Burocrática, Comercial y Disruptiva), que, según aseguran, explican buena parte del rendimiento y el éxito de las empresas.

Apenas el 20% de los directivos de nuestro país admiten estar gestionando activamente la cultura de su organización. Este dato contrasta significativamente con los resultados de un estudio llevado a cabo por investigadores de Columbia Business School,

que apuntan a que el 90% de los CEO y CFO de empresas estadounidenses tienen una fuerte creencia en que la calidad de su cultura corporativa se encuentra fuertemente unida a la rentabilidad. ¿A qué se debe esta distancia en la visión e importancia que tiene la propia cultura corporativa aquí y al otro lado del Atlántico? Tal discordancia fue el acicate que movió a estos investigadores a desarrollar una herramienta de intervención en la materia. Su propósito no es sólo evaluador, sino que aspira a contribuir a la eficacia en la adaptación tecnológica que de manera continua pone a prueba a las organizaciones.

Según los impulsores de la idea, Cultural Fit Solutions es "una alternativa digital, simple, ágil y accesible, que es capaz de democra-

Apenas el 20% de los directivos admiten que gestionen la cultura de su organización

tizar el acceso a los diagnósticos de cultura organizacional. A diferencia de otras alternativas mucho más costosas tanto en términos económicos como de tiempo y esfuerzo requerido, permite a las empresas recolectar y agregar datos sobre sus valores y los de su equipo, para posteriormente obtener un completo reporte que podrán emplear como guía para la gestión de su cultura organizacional. De esta forma, las empresas contarán con un valioso conocimiento que les permitirá aumentar su rendimiento, y por lo tanto alcanzar un mayor éxito".

Desde mediados de 2020, CulturalFit Solutions ha ido ganando notoriedad. En diciembre de ese año se alzó como el proyecto ganador de la I Edición del Certamen ECBite y fue reconocida con el Premio a la Mejor Idea de Negocio en 2020 por parte del Secretariado de Transferencia del Conocimiento y Emprendimiento de la Universidad de Sevilla. Detrás de CulturalFit Solutions hay un equipo liderado por los profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla Carlos Sanchís Pedregosa, Antonio L. Leal Rodríguez y Antonio Moreno Moreno, además de Valentín Escribano Medina, director de la consultora El Factor H. En su nueva página web corporativa (www.culturalfitsolutions.com) se encuentra esta herramienta encargada de diagnosticar la cultura empresarial.