**Generando la cultura de aprendizaje que queremos en nuestra organización**

**José Luis Alonso Andreano**

Facultad de Empresariales de Mondragon Unibertsitatea

***1.1. Objetivo***

El objetivo del taller es comprender las dimensiones que conforman la cultura de aprendizaje de una organización con el fin de definir los valores que se quieren promover y su traslación en comportamientos, símbolos y sistemas. Esto permitirá a las personas participantes concretar el concepto, muchas veces abstracto de la cultura del aprendizaje a una pequeña hoja de ruta para la transformación de la organización. Para ello las personas participantes trabajaran de forma activa en tres puntos.

*1.1.1. Conocer las dimensiones de la cultura de aprendizaje en una organización que aprende*

La cultura, y en concreto la cultura de aprendizaje en las organizaciones, viene caracterizada por una serie de dimensiones que influyen en la misma. En el taller se describirán con el fin de reflexionar en torno a la situación de cada una de ellas en la propia organización.

*1.1.2. Definir los comportamientos símbolos y sistemas*

Los valores de una organización, aquello que define un tipo u otro de cultura, viene marcada por los valores de la misma. A su vez, estos valores vienen marcados por los comportamientos (lo que las personas de la organización hacen), los símbolos (aquello a lo que se le otorga importancia, se premia o se castiga) y los sistemas (procesos y tecnología principalmente). En el taller se trabajará sobre como actuar sobre estos aspectos para generar los valores que cada organización quiera promover en pos de un tipo u otro de cultura de aprendizaje.

*1.1.3. Generar la hoja de ruta*

A partir del trabajo realizado en las dos primeras partes del taller, se definirá una pequeña hoja de ruta que permita plasmar como realizar ese cambio de la cultura actual a la deseada.

**REFERENCIAS**

Alonso Andreano, J. L. (2021a). Cultura de aprendizaje. Experiencias positivas en torno a las alianzas. In Carnicer, D; Martínez, M.A.; Morales, N. (2021): Alianzas inteligentes para la transformación competitiva de las organizaciones. Madrid: McGraw Hill. Pp. 171-175. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat04902a&AN=mon.163112&site=eds-live

Hofstede, G. (1998). Attitudes, values and organizational culture: Disentangling the concepts. Organization Studies, 19(3), 477-492. <https://doi.org/10.1177/017084069801900305>

Taylor, C. (2005). Walking the talk - Building a Culture for Susscess (2015.a ed.). Penguin Random House Grupo Editorial.