

Encuentra las 1,000 diferencias – Personas vs Empresas

¿Hasta dónde puede llegar la comparación entre una empresa y una persona? O cambiando la cuestión, ¿hasta dónde pueden llegar las similitudes entre una persona y una empresa?

Aunque podrían ser muchos los motivos, el que me lleva a plantear estas preguntas que no pretendo responder en su totalidad sino más bien plantear a manera de reflexión, es la existencia del término Personalidad Corporativa. Durante esta semana, se han planteado diversos puntos de vista respecto a esta peculiar expresión, sin embargo es prudente empezar por definirla una vez más, pero antes de hacerlo desde el punto de vista organizacional que nos atañe, empezaré definiendo a la personalidad desde su principal uso, dentro de la psicología por tratarse de algo relacionado con las personas.

Para el intelectual, padre del psicoanálisis Sigmund Freud, la personalidad es

“El patrón de pensamientos, sentimientos y conducta que presenta una persona y que persiste a lo largo de toda su vida, a través de diferentes situaciones”.

Sigmund Freud.

Dejando un poco de lado lo que podrían llegar a ser tecnicismos, podemos decir partiendo de esta perspectiva, que la personalidad es un conjunto de características propias de una persona, que están ligadas a su comportamiento y a final de cuentas permiten que todos los individuos sean distintos entre sí.

Aunque el término personalidad hace notoriamente referencia a una persona, puede aplicarse sin ningún problema a las organizaciones, llegando a esa personalidad corporativa de que Daniel Scheinsohn habla en su libro Comunicación Estratégica, afirmando que

“La personalidad corporativa es lo que hace que una empresa sea esa y no otra, nunca se repiten las circunstancias, situaciones sociales, estados anímicos de quienes la componen, etc., que actúan sobre ella en cada momento.”

Al igual que los seres humanos, cada empresa tiene una escala de valores única que rige su forma de actuar y ésta no se repite aun tratándose de organizaciones que comparten los mismos valores en su identidad, pues cada una les brinda una importancia específica.

Mismo año, mismo tipo de productos, diferente personalidad:

<https://youtu.be/ECrbpJ89VqQ> (Spot Coca-Cola 2012)

<https://youtu.be/9TzgAmBhdt0> (Spot Pepsi 2012)

Entonces, ¿hasta dónde pueden compararse una empresa y una persona? No creo que exista un límite tangible en esta posible comparación de características que comparten los seres humanos y las corporaciones en su ciclo vital, considerando claro, que las empresas han sido creadas por humanos, y son además producto de la imaginación de una persona, traídas a la vida para encontrar soluciones a problemáticas humanas, o para generar bienes y/o servicios que las mismas personas puedan adquirir.

Considero en definitiva, que uno de los puntos más fuertes donde debe sustentarse la respuesta a las interrogantes que planteé en un principio, es el hecho de que las empresas tienen su origen en la mente de un individuo o individuos que poseen ya una personalidad, misma que pueden imprimir a conciencia en sus proyectos empresariales.

Referencias:

- Scheinsohn, Daniel. Comunicación Estratégica. Ediciones Granica S.A. Buenos Aires, Argentina, 2009.
- <https://psicologosenlinea.net/45-definicion-de-personalidad-conceptos-de-personalidad-segun-varios-autores-kotler-allport-freud-y-eyenk.html>