

# Revista Gestión & Finanzas

ISSN: 2539-0686



Universidad  
del Tolima



ACREDITADA  
DE ALTA CALIDAD

Instituto de  
Educación a Distancia  
Administración Financiera

*¡Construimos la universidad que soñamos!*

Vol. 5

Nº 10

Diciembre 2023

Ibagué - Tolima

**REVISTA GESTIÓN & FINANZAS**  
**ISSN: 2539-0686**

Omar A. Mejía Patiño  
**Rector**

Martha Lucía Núñez  
**Vicerrectora Docencia**

Diego Alberto Polo  
**Vicerrector de Desarrollo Humano**

Mario Ricardo López  
**Vicerrector Administrativo**

John Jairo Méndez  
**Vicerrector de Investigación-Creación,  
 Innovación, Extensión y Proyección Social**

Carlos Arturo Gamboa B.  
**Director IDEAD**

Carol Saira Góngora Reyes  
**Directora Programa Administración Financiera**

Daniela Herrera Cabezas  
**Directora Programa  
 Administración Turística y Hotelera**

**EDITOR**

**CARLOS FERNANDO PARRA MORENO**

Ph.D. (C) en Administración Universidad de La Salle.  
 Economista Universidad de Ibagué.  
 Magister en Administración Universidad Nacional de Colombia.  
 Magister (C) en Economía Universidad Externado de Colombia.  
 Docente Tiempo Completo IDEAD, Universidad del Tolima, Colombia.

**COMITÉ EDITORIAL**

**RICARDO BENJAMÍN PERILLA MALUCHE**

Ph.D. (C) en Administración de empresas Universidad del Tolima.  
 Especialista en gerencia de proyectos.  
 Magíster en pensamiento estratégico y prospectiva Universidad Externado de Colombia.  
 Doctorado (C) en Administración. Universidad Externado de Colombia.  
 Docente Tiempo Completo IDEAD, Universidad del Tolima, Colombia.

**MÓNICA BIBIANA GONZÁLEZ CALIXTO**

Administradora Industrial.  
 Magister en Administración, con énfasis en Finanzas.  
 Doctoranda en Administración - EAN.  
 Docente Tiempo Completo IDEAD, Universidad del Tolima, Colombia.

**JUAN PABLO MARIÑO JIMENEZ**

Administrador de empresas.  
 Especialista en Gerencia de Mercadeo.  
 Magister en Administración de Empresas.  
 Doctor en Gestión del turismo.  
 Profesor Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios. Investigador Asociado ante MINCIENCIAS.

**JORGE LUIS JULIAO ROSSI**

Doctorado en Administración, Universidad de los Andes.  
 Magister en Ingeniería Industrial de la Universidad de los Andes.  
 Ingeniero Industrial de la Universidad del Norte.  
 Profesor tiempo Completo Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle.

**COMITÉ CIENTÍFICO**

**RUBEN DARIO DÍAZ MATEUS**

Docente investigador del Programa de Contaduría Pública y líder del grupo de investigación Desarrollo y Sociedad de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle.  
 Economista de la UPTC, Magíster en Fundamentos de Economía de la Universidad Santiago de Compostela (España).  
 Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente de la Universidad de Manizales.  
 Doctorando en Agro ciencias de la Universidad de La Salle (Colombia).

**MARIA ALEJANDRA REYES PARGA**

Magister en Prospectiva de la Universidad Externado de Colombia.

Administradora de Empresas de la Universidad del Tolima.

Comunicadora Social de la Universidad del Tolima.

Docente de la Universidad del Tolima.

**JOSÉ AUGUSTO RAMIREZ DÍAZ**

Administrador Financiero egresado de la Universidad de Ibagué.

Especialista en Finanzas de la Universidad del Rosario.

Magíster en Ciencias Económicas de la Universidad Santo Tomás.

Estudios en valoración y negociación de empresas de la Universidad de los Andes.

**ERIKA ALEJANDRA PATIÑO MORENO**

Profesional en Publicidad de la Universidad Católica de Manizales.

Especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad del Rosario.

Master en Mercadeo de la Universidad Externado de Colombia.

Experta en Marketing Digital, conferencista, investigadora, consultora empresaria y analista de mercados en áreas de gestión, planeación, diagnósticos, planes estratégicos, desarrollo de investigaciones de mercado cuantitativo y cualitativo con algunas prácticas en neurociencia y análisis del consumidor.

Amplia experiencia en estrategias de marketing, ventas y servicio al cliente, experiencia en relaciones públicas y ventas de servicios intangibles, organización de eventos empresariales, de responsabilidad social y utilización de herramientas informáticas, empresaria y docente de Universitaria.

**Diseño y diagramación:**

Andrés Mauricio Ospina Ariza

**Impresión:**

**Periodicidad:** Semestral

**Canjes y suscripciones:** Instituto de Educación a Distancia  
Universidad del Tolima

Barrio Santa Helena Parte Alta

**Teléfono:** (+57) (82) 2771212 Ext: 9481

Ibagué. Colombia. Suramérica

**Dirección electrónica:** [gestionyfinanzas@ut.edu.co](mailto:gestionyfinanzas@ut.edu.co)

[www.ut.edu.co](http://www.ut.edu.co)

Las opiniones contenidas en los artículos de esta revista no comprometen al Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima, sino que son responsabilidad de los autores.





## La cultura organizacional, una categoría para tener en cuenta hoy

Por: *Carlos Fernando Parra Moreno*<sup>1</sup>  
*Juan Pablo Mariño Jiménez*<sup>2</sup>

### Resumen

Con el presente artículo nos proponemos reflexionar acerca de la cultura organizacional. La cultura organizacional es una de las categorías más desafiantes de la teoría organizacional en al actuales y que genera altas tensiones a la hora de buscar mejor desempeño en los mercados. Esta es influenciada por factores como: la globalización, el auge de las tecnologías de la información y las comunicaciones, factores estructurales de una nación, la diversificación y las exigencias de los mercados, los cambios de patrones de consumo, las condiciones sociopolíticas y ambientales. Poder conocer, diseñar o sostener una cultura organizacional permite crear mejores condiciones de competitividad para una organización. En este trabajo se rescata y asume a la cultura organizacional como categoría de suma importancia a la hora del diseño organizacional como de crear estrategias que permitan crear ventajas a la organización.

### Abstract

With this article we intend to reflect on organizational culture. Organizational culture is one of the most challenging categories of organizational theory today and that generates high tensions when seeking better performance in the markets. This is influenced by factors such as: globalization, the rise of information and communication technologies, structural factors of a nation, diversification and market demands, changes in consumption patterns, sociopolitical and environmental conditions. Being able to know, design or sustain an organizational culture allows creating better competitive

conditions for an organization. In this work, organizational culture is rescued and assumed as a category of utmost importance when it comes to organizational design and to create strategies that allow the organization to create advantages.

**Palabras claves:** Cultura organizacional, cultura, organización.

**Keywords:** Organizational culture, culture, organization.

### Introducción

Las organizaciones se encuentran inmersas e influenciadas en entornos competitivos que exigen de una evolución permanente, y entre las múltiples variables o categorías analíticas de estas la cultura organizacional puede ser un factor que facilite su adaptación a los cambios y que a su vez genere una ventaja competitiva. La cultura es “un factor clave que puede ayudar a las compañías a mejorar su rendimiento y es lo que distingue realmente a las organizaciones de alto desempeño” (Jeuchter et al. 1998). La cultura es importante porque permite dar sentido a las actividades de los miembros de una organización a través de su dimensión simbólica.

---

1. Docente Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia (IDEAD) de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios (DEI). PH(D) en Administración de la Universidad de La Salle. Economista de la Universidad del Ibagué, Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia, Magíster (c) en Economía, Universidad Externado de Colombia. Integrante del grupo de investigación GIETO. e-mail [cparra@ut.edu.co](mailto:cparra@ut.edu.co)

2. PHD en Gestión del Turismo. Profesor de carrera Instituto de Educación a Distancia (IDEAD) de la Universidad del Tolima. Integrante del grupo de investigación GIETO. [jpmarinoj@ut.edu.co](mailto:jpmarinoj@ut.edu.co)

La cultura organizacional se refiere a las normas, valores, creencias, comportamientos y prácticas que caracterizan a una organización y que influyen en la forma en que sus miembros interactúan entre sí y con los clientes, proveedores y otras partes interesadas. La cultura organizacional puede ser explícita o implícita, y puede ser transmitida a través de diversas formas, como la comunicación formal e informal, las políticas y procedimientos, el liderazgo y la gestión del desempeño.

Una cultura organizacional sólida y positiva puede ayudar a impulsar el éxito de una organización, al mejorar la motivación y la satisfacción de los empleados, fomentar la innovación y la creatividad, y mejorar la calidad de los productos o servicios. Por otro lado, una cultura negativa o disfuncional puede contribuir a la rotación de empleados, la falta de compromiso y la baja productividad.

Es importante destacar que la cultura organizacional no es algo que pueda cambiar de la noche a la mañana, sino que es un proceso que requiere tiempo y esfuerzo por parte de la organización y sus líderes. Sin embargo, si se gestiona adecuadamente, la cultura organizacional puede ser un activo valioso para cualquier empresa o institución.

En el presente trabajo se pretende dar a conocer y retomar los elementos básicos en torno a la cultura organizacional como forma de adquirir cierta diferenciación respecto a otras organizaciones. Para ello se realiza una búsqueda de conceptos, referentes y trabajos recientes en torno a la temática a través de una revisión bibliográfica apoyada en SCOPUS.

### 1. La cultura

El concepto de cultura es algo muy complejo y poco claro a la hora de ser propuesto. Es así como “el primer concepto de cultura surgió

para oponerse a la idea de que hay gente con “cultura” e “incultos”” (Grimson, 2008, como se citó en Barrera, 2013), el objeto era separar a los de alto nivel intelectual, académico, social y religioso de los de bajo nivel (el pueblo “inculto”). Tylor (Grimson, 2008, como se citó en Barrera, 2013) “en 1871 planteó un concepto de cultura asociado a todo aquellos conocimientos, tradición, costumbre y hábito inherente a la persona dentro de una sociedad”.

La “corriente sociológica, encabezada por Emile Durkheim y Marcel Mauss, concibe la cultura como un conjunto de fenómenos sociales aquello que permite que el individuo se integre a una sociedad dada y se exprese a través de conductas y actitudes típicas” (Podestá, 2006, p.27). En la década del cuarenta el antropólogo y filósofo estructuralista Claude Levi-Strauss plantea que la cultura es “aquello que obedece a reglas de construcción comunes que son estructuras mentales universales de carácter abstracto” (Ibid., p.27). Desde la teoría social marxista se entiende por cultura “la lógica que atraviesa el sistema social y cuyas particularidades se asocian a los modos de producción que «condicionan el proceso de vida social, política e intelectual en general” (Ibid., p.27). En la década del setenta del siglo XX se consideró desde el constructivismo que “las culturas resultan de una construcción de las interacciones entre sus miembros, es decir, del contacto entre las personas” (Ibid., p.28), es decir, la realidad no se descubre, se construye. Ahora, el debate si es o no teoría está en el teatro académico, desde la antropología se le considera teoría, pero desde otras disciplinas solo se le ve como una categoría.

En este trabajo la cultura se refiere al conjunto de valores, creencias, comportamientos, costumbres, arte, religión y otras formas de expresión que comparten las personas en una sociedad o grupo social particular. La cultura

se transmite de generación en generación y se manifiesta en la forma en que las personas se relacionan entre sí, interactúan con su entorno y se expresan creativamente.

Es importante tener en cuenta que la cultura no es estática y puede evolucionar con el tiempo. También puede variar significativamente entre diferentes sociedades, grupos y organizaciones, lo que refleja las diferencias en la historia, la geografía, la religión, la política y otros factores que influyen en la forma en que las personas piensan y se comportan.

Desde el campo de la administración, la cultura también puede referirse a la forma en que una organización o empresa opera y se relaciona con sus empleados, clientes y otros grupos de interés. En este sentido, la cultura organizacional puede influir en la forma en que se toman decisiones, se gestionan los conflictos, se promueve el trabajo en equipo y se aborda la diversidad.

## 2. La organización

La organización es un grupo de personas que trabajan juntas para lograr un objetivo común, es una coordinación de esfuerzos individuales para lograr un objetivo colectivo. Una organización puede ser una empresa, una institución gubernamental, una organización sin fines de lucro, un grupo comunitario u otro tipo de entidad que tenga una estructura y una finalidad definidas.

Las organizaciones pueden variar en tamaño, estructura y propósito, pero todas tienen en común la necesidad de una gestión efectiva para lograr sus objetivos. Esto implica la definición de roles y responsabilidades, la asignación de tareas, la toma de decisiones, la comunicación efectiva, la motivación y el desarrollo del personal, y la evaluación del desempeño.

## 3. La cultura organizacional

Las organizaciones son sistemas en donde se relacionan interna y externamente individuos para superar sus limitaciones con el fin de lograr objetivos comunes. Este agrupamiento de individuos y evolución va a llamar la atención de Chiavenato al plantear que:

“A medida que las organizaciones tienen éxito, sobreviven o crecen. Al crecer, requieren más personas para realizar sus actividades. Al ingresar a las organizaciones, esas personas persiguen objetivos individuales diferentes a los de aquéllas. Eso hace que los objetivos organizacionales se alejen paulatinamente de los objetivos individuales de los nuevos integrantes. De esta manera, tanto los individuos como las organizaciones tienen objetivos por alcanzar” (p.66).

Para cumplir los objetivos organizacionales, las empresas contratan personal, donde cada uno llega con su cultura a una nueva cultura. Esta interacción va a ser compleja, ya que genera encuentro de intereses y un posible riesgo moral en las relaciones principal-agente. En este “sistema” que es la organización no solo se intercambian recursos productivos “sino que abarcan también ideas, sentimientos, habilidades y valores” (Chiavenato, 2011, p.69). Como se dijo inicialmente, la cultura organizacional se refiere a las normas, valores, creencias, comportamientos y prácticas que caracterizan a una organización. Para “conocer una organización, el primer paso es comprender esta cultura” (Chiavenato, 2011, p.72), ya que al hacer parte de una organización se acepta esta. La evolución del concepto de cultura organizacional en el campo de la administración se gesta a partir del siglo XX. Para Chiavenato (2011):

“La integración entre individuo y organización no es un problema reciente. Las primeras preocupaciones surgieron con los antiguos filósofos griegos. Asimismo, Max Weber planteó la hipótesis de que la organización puede destruir la personalidad individual mediante la imposición de reglas y procedimientos, pues despersonalizan el proceso de relación con los individuos”. Por su parte, Mayo y Roethlisberger analizaron el efecto de la organización industrial y el sistema de autoridad unilateral en el individuo (p.66).

Con el pasar de los años, en especial a partir de la década del cuarenta del siglo XX toma importancia los aportes humanistas en la teoría organizacional, centrando el análisis en el hombre y los grupos sociales, dejando de lado la mecanización del cientificismo tayloriano y fordista. La cultura organizacional toma fuerza en los años ochenta, “en donde se reconoce a su estructura como un medio diferenciador y estratégico para el alcance de metas y objetivos dentro de las empresas” (Santamaría, 2016, p.9). En esta década desde la economía institucional de North (1990) “muestra que los objetivos y acciones de los individuos y de los grupos están fuertemente influidos por las instituciones del entorno” (Gálvez y Pérez, 2011, p.128). Al mismo tiempo, “la teoría de los recursos y capacidades establece que la cultura genera activos intangibles estratégicos inimitables que explican el éxito competitivo empresarial” (Ibid., 129).

Alrededor del concepto de cultura organizacional existen varios de los cuales se presentan algunos en este trabajo. Para Schein (1985) “la cultura organizacional es la forma en que la empresa ha aprendido a manejar su ambiente, una mezcla compleja de supuestos, conductas, relatos, mitos, metáforas y otras ideas

que definen lo que significa trabajar en una organización particular”.

Para Jeuchter et al. (1998) la cultura es un factor clave que puede ayudar a las compañías a mejorar su rendimiento y es lo que distingue realmente a las organizaciones de alto desempeño.

Chiavenato (2011) considera que la cultura organizacional:

“representa las normas informales, no escritas, que orientan el comportamiento cotidiano de los miembros de una organización y dirigen sus acciones en la realización de los objetivos organizacionales. Es el conjunto de hábitos y creencias establecido por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización. La cultura organizacional refleja la mentalidad predominante. El modo en que las personas interactúan en la organización, las actitudes predominantes, las suposiciones, aspiraciones y asuntos relevantes en la interacción entre los miembros forman parte de la cultura de la organización. La cultura organizacional no es algo palpable, no se percibe u observa en sí misma, sino por medio de sus efectos y consecuencias” (p.72).

La cultura de una organización tiene su origen en su historia y las relaciones con su entorno y se “manifiesta en aspectos como el lenguaje, la comunicación, el sistema de producción de bienes materiales, sociales e inmateriales, las relaciones interpersonales, el liderazgo y las subculturas” (Gálvez y Pérez, 2011, p.128).

#### 4. Elementos de la cultura organizacional

La cultura organizacional está compuesta por

varios componentes que influyen en la forma en que los empleados interactúan entre sí y con los demás, y que definen la identidad y los valores de la organización. A continuación, se detallan los componentes principales de la cultura organizacional:

- **Valores:** Los valores son principios fundamentales que guían el comportamiento de la organización y sus miembros. Estos valores pueden incluir la honestidad, la integridad, la responsabilidad social, el respeto y la excelencia.
- **Normas:** Las normas son reglas o estándares de comportamiento que se esperan de los miembros de la organización. Estas normas pueden estar relacionadas con el trabajo en equipo, la comunicación, la puntualidad, la calidad y otros aspectos.
- **Creencias:** Las creencias son las convicciones que tienen los miembros de la organización acerca de la realidad y la forma en que funciona la empresa. Estas creencias pueden ser positivas o negativas y pueden influir en la forma en que se toman decisiones y se abordan los problemas.
- **Lenguaje:** El lenguaje es un componente importante de la cultura organizacional, ya que permite a los miembros de la organización comunicarse y compartir ideas. El lenguaje puede incluir términos y jergas específicos de la organización, así como también la forma en que se habla y se escribe.
- **Símbolos:** Los símbolos son objetos, imágenes o eventos que representan la cultura de la organización. Estos símbolos pueden incluir el logo de la empresa, la sede central, la vestimenta y otros aspectos que identifiquen la empresa.
- **Historias:** Las historias son relatos que

se cuentan dentro de la organización y que reflejan los valores y las creencias de la cultura organizacional. Estas historias pueden incluir anécdotas, casos de éxito y fracaso, y otras experiencias que son significativas para la empresa.

En resumen, la cultura organizacional está compuesta por varios elementos interrelacionados que definen la identidad y los valores de la organización y que influyen en el comportamiento de sus miembros.

### 5. Algunas investigaciones en torno a la cultura organizacional en Colombia

Una importante clasificación de los trabajos sobre cultura organizacional la realizan Gálvez y Pérez (2011) al encontrar “la relación entre cultura organizacional y rendimiento ha sido objeto de un buen número de trabajos empíricos que la han observado de manera exclusiva o relacionada con otras variables, en diferentes contextos geográficos y temporales” (p.1), es importante tener en cuenta que estos trabajos son realizados a grandes empresas. Estos los clasifican en:

- Desde la fortaleza de la cultura (Sonrensen, 2002; Kotter y Heskett, 1992; Gordon y Di Tomaso, 1992).
- Desde la perspectiva de la consistencia y el balance de las culturas (Zhang et al. (2008).
- Desde la cultura de mercado (O’cass y Ngo, 2007; Deshpande y Farle, 2004).
- Desde los sistemas de medición del desempeño (Henri, 2006).
- Diferenciando el tipo de industria (Kim et al., 2004).
- Desde los estilos de liderazgo (Ogbonna y Harris, 2000).
- Desde los tipos de cultura que favorecen u obstaculizan el desempeño (Naranjo et al., 2008).

Una advertencia que realizan Gálvez y Pérez (2011) “no es frecuente encontrar trabajos empíricos que estudien la relación entre cultura



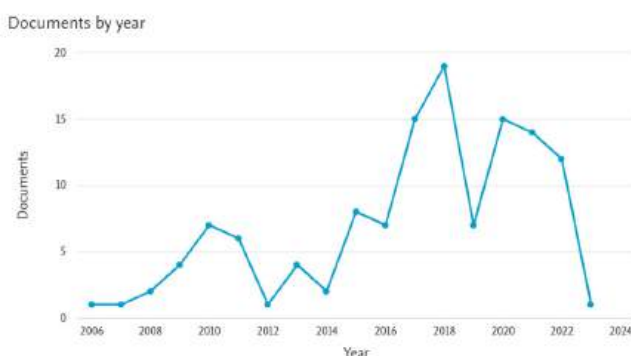
organizacional y rendimiento a partir de técnicas cuantitativas” en el medio colombiano. Algunos trabajos para el caso de colombiano son: Pérez et al. (2009), Restrepo (2007), Castellanos et al. (2006).

Adicionalmente, Gálvez y Pérez (2011) encuentran en su estudio que las Mipymes colombianas presentan los siguientes tipos de cultura: las de tipo clan, la adhocrática, la jerárquica, la de mercado y la de innovación. Con este estudio querían demostrar que influencia tiene la cultura organizacional en el rendimiento empresarial.

Acosta (2020) a partir de una revisión documental, a un total de once artículos científicos publicados en el país, realiza una investigación sobre el “Estado del arte sobre cultura organizacional en Colombia entre los años 2015 – 2019”. Los principales hallazgos se centran en clasificar los énfasis de los artículos así: los centrados en orientaciones teóricas y los artículos a partir de metodologías utilizadas que van desde estudios cualitativos hasta correlacionales.

En revisión documental realizada por los autores del presente artículo en SCOPUS para el 9 de abril de 2023<sup>3</sup> se encuentran cerca de 157 artículos, para una ventana temporal de 2005 a 2023. De estos 71 se publican en español, 41 en portugués, 35 en inglés y uno en francés.

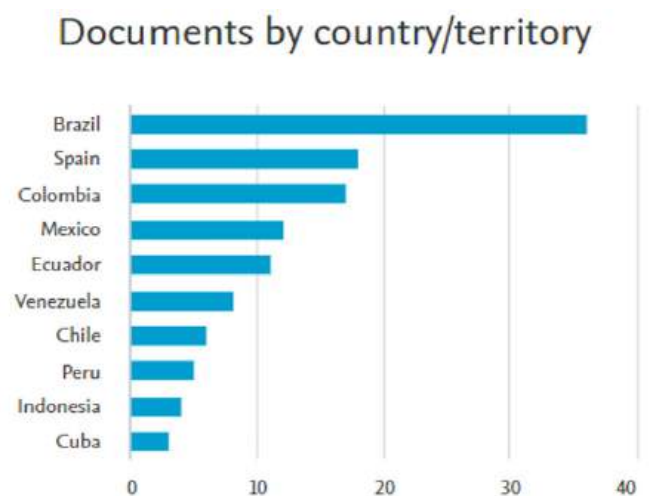
**Figura 1**  
Artículos científicos sobre cultura organizacional



**Nota:** La información se toma a partir del concepto de cultura organizacional para las áreas de ciencias sociales y negocios, administración y contable. Fuente: Construcción a partir de SCOPUS, 2023.

Respecto a los países con mayor número de publicaciones se encuentran: Brasil (36), España (18), Colombia (17) y México (12). Es importante analizar que 98 publicaciones se logran del año 2015 al 2023 mostrando un fuerte interés por el tema recientemente. Por países en este periodo se encuentra que lidera Brasil (27), España (14), Colombia (12), Ecuador y México (cada uno con 11).

**Figura 2**  
Publicaciones científicas sobre cultura organizacional, 2006-2023



**Nota:** La información se toma a partir del concepto de cultura organizacional para las áreas de ciencias sociales y negocios, administración y contable. Fuente: Construcción a partir de SCOPUS, 2023.

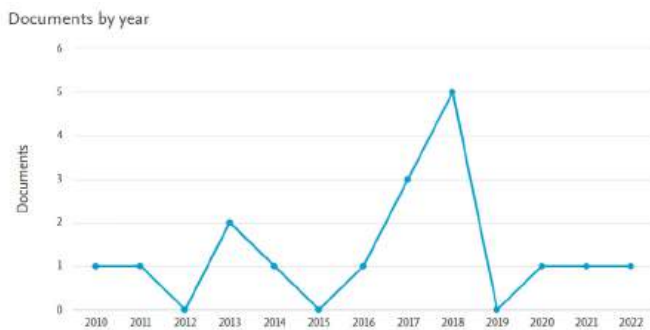
Para el caso colombiano<sup>4</sup> (17 publicaciones, ver figura 3) se encuentra que desde el año 2019 el número de documentos científicos

3. La ecuación de búsqueda es: TITLE-ABS-KEY ( cultura AND organizacional ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , "SOCI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA , "BUSI" ) )

publicado ha permanecido estable, uno por año, donde en 2018 se presentan cinco artículos. Por universidad, la mayor representación se encuentra en la Universidad Simón Bolívar (3), seguido de la Universidad de los Andes (2), Universidad de Manizales (2), Universidad Politécnica de Cartagena (2), Universidad de Caldas (2) y la Universidad de la Costa (2).

### Figura 3

Documentos por año en Colombia 2010-2022



Nota: La información se toma a partir del concepto de cultura organizacional para las áreas de ciencias sociales y negocios, administración y contable en Colombia. Fuente: Construcción a partir de SCOPUS, 2023.

### Conclusiones

La cultura organizacional es una categoría de orden analítico dentro del estudio de la organización. Por ello es importante volver a retomar esta como referente de trabajos de orden administrativo, financiero, de mercadeo entre otros que busquen penetrar en nuevos mercados como crear ventajas competitivas.

La evidencia de la investigación reciente para el caso colombiano es baja, 17 artículos científicos de 2015 a 2023, y para el orden iberoamericano cercano a 157 artículos. Lo anterior pone de manifiesto la importancia de acercarse de nuevo a la cultura organizacional como referente para nuevos trabajos que se acerquen al complejo panorama organizacional que viven las empresas hoy frente a los nuevos hábitos y costumbres de consumo.

4. La ecuación de búsqueda es: TITLE-ABS-KEY ( cultura AND organizacional ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , "SOCI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA , "BUSI" ) ) AND ( LIMIT-TO ( AFFILCOUNTRY , "Colombia" ) )

# Referencias Bibliográficas

1. Barrera-Luna, R. (2013). *El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales*, 243, 1-24.
2. Cantillo-Guerrero, E. F., & Daza-Escorcia, J. M. (2011). *Influencia de la Cultura Organizacional en la Competitividad de las Empresas. Escenarios* 9(1), 18-23. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3874557.pdf>
3. Castellanos, J. (2003). *Pymes innovadoras. Cambio de estrategias e instrumentos. Revista EAN*, 47, 10-33.
4. Castellanos, O., Gálvez, B., Montoya, L., Lagos, Y., & Montoya, I. (2006). Medición del potencial de investigación y de desarrollo de las Pymes a partir de su capacidad de gestión organizacional. *Revista EAN*, 57, 159-172.
5. Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. McGraw Hill, 9° edición.
6. Deshpande, R. and Farle, J. (2004). Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance: an international research odyssey. *International Journal of Research in Marketing*, 21, 3-22.
7. Gálvez-Albarracín, E. J., & García Pérez de Lema, D. (2011). Cultura organizacional y rendimiento de las Mipymes de mediana y alta tecnología: un estudio empírico en Cali, Colombia. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 125-145. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S012035922011000100006&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012035922011000100006&lng=en&tlng=es)
8. Gordon, G., & Di Tomaso, N. (1992). Predicting corporate performance from organizational culture. *Journal of Management Studies*, 29 (6), 783-799.
9. Henri, J. F. (2006). Organizational culture and performance measurement systems. *Accounting, Organizations and Society*, 31, 77-103.
10. Jeuchter, W.; Fisher, C. and Alford, R. (1998). Five conditions for high performance cultures. *Training and Development*, 52 (5), 63-67. <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA20991474&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=10559760&p=AONE&sw=w&userGroupName=anon%7E9e9b4537>
11. Kim, J., Lee, J. & Yu, K. (2004). Corporate culture and organizational performance. *Journal of Managerial Psychology*, 19 (4), 340-359.

12. Kotter, J. and Heskett, J. (1992). *Corporate culture and performance*. New York: Free Press.
13. Martínez Aragón, C. L., Arellano González, A., & Lagarda Leyva, E. A. (2022). Cultura Organizacional y Competitividad de las Empresas Restauranteras y Hoteleras de Sonora, México. *Ciencias Administrativas*, 10(19), 1-13. <https://doi.org/10.24215/23143738e095>
14. Mena Méndez, D (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las Instituciones. *Pensamiento & Gestión*, 46. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64664303002>
15. Naranjo, J., Sanz, R. y Jiménez, D. (2008). Cultura organizacional e innovación: un estudio empírico. En J. Pindado. *Estableciendo puentes en una economía global*. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oiart?codigo=2710833>.
16. O'cass, A. & Ngo, L. (2007). Market orientation versus innovative culture: two routes to superior brand performance. *European Journal of Marketing*, 41 (78), 868-887.
17. Ogbonna, E. and Harris, L. (2000). Leadership style, organizational culture and performance: empirical evidence from UK companies. *International Journal of Human Resource Management*, 11 (4), 766-788.
18. Pérez, R.; Garzón, M. y Nieto, M. (2009). Análisis empírico de la aplicación del modelo de modernización de la gestión para organizaciones en Pymes colombianas. *Revista EAN*, 65, 77-105.
19. Podestá C., P., (2006). Un acercamiento al concepto de cultura. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(21), 25-39.
20. Restrepo, D. (2007). Las Pymes y el crecimiento económico en Colombia (años 1990-2000). <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis11.pdf>.
21. Santamaría, B. (2016). *La cultura organizacional como factor fundamental para el desarrollo de las empresas del sector logístico en Colombia*. Bogotá D.C, Cundinamarca, Colombia. Universidad Militar Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14590/santamariamedin;jsessionid=2DEEDE5031A5661E15FAAA24D34DC6B1?sequence=1>
22. Schein, E. (1985). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco, California: Jossey-Bass.
23. Sonrensen, J. (2002). The strength of corporate culture and the reliability of firm performance. *Administrative Science Quarterly*, 47, 70-91.
24. Yopan-Fajardo, J. L., Palmero-Gómez, N., & Santos-Mejía, J. R. (2020). Cultura Organizacional. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11 (20). <https://www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/588663787016.pdf>
25. Zhang, M.; Li, H. and Wei, J. (2008). Examining the relationship between organizational culture and performance. The perspectives of consistency and balance. *Frontiers of Business research in China*, 2 (2), 256-276.