

INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL.

Andrés Felipe Valdés Salazar¹

Isabella Chiran Romero²

María José Perea Calero³

Resumen.

La influencia de la cultura organizacional y su eficacia dentro de las creencias, comportamientos y ejecución favorecen el crecimiento empresarial. La aplicabilidad de la cultura organizacional actualmente ha restablecido los altos niveles de desempeño esperados para el siglo, empleando elementos internos que sujetos al cambio hacen uso de la cultura tecnológica e innovadora, así como estrategias que influyen la cultura organizacional. Por lo tanto, el propósito de este artículo es analizar cómo la cultura organizacional influye en la innovación empresarial, describiendo los elementos clave de la cultura que impulsan la innovación, mostrando cómo pueden modificarse para apoyar la innovación y exponiendo su relevancia para la competencia empresarial. Dicha investigación aplica un tipo de análisis documental, empleando fuentes de datos del repositorio de la Universidad Santiago de Cali tomadas cronológicamente en un período desde el año 2018 a 2024. Los resultados expuestos dentro de la presente investigación exponen que la creatividad, colaboración y adaptabilidad son determinantes para el desarrollo e innovación de nuevas ideas, a través de la influencia cultural empresarial.

Palabras clave: Innovación, empresa, competitividad, cultura, influencia.

¹ Estudiante del programa de administración de empresas, línea de investigación gestión empresarial y responsabilidad social empresarial – grupo a que se vincula el TG grupo de investigación de sostenibilidad, empresarial, social y ambiental GISESA, Universidad Santiago de Cali.

² Estudiante del programa de administración de empresas, línea de investigación gestión empresarial y responsabilidad social empresarial - grupo a que se vincula el TG grupo de investigación de sostenibilidad, empresarial, social y ambiental GISESA, Universidad Santiago de Cali.

³ Estudiante del programa de administración de empresas, línea de investigación gestión empresarial y responsabilidad social empresarial – grupo a que se vincula el TG grupo de investigación de sostenibilidad, empresarial, social y ambiental GISESA, Universidad Santiago de Cali,

Abstract.

The influence of organizational culture and its effectiveness within beliefs, behaviors, and execution favor business growth. The applicability of organizational culture has currently reestablished the high levels of performance expected for the century, employing internal elements that subject to change make use of the technological and innovative culture, as well as strategies that influence the organizational culture. Therefore, the purpose of this article is to analyze how organizational culture influences business innovation, describing the key elements of culture that drive innovation, showing how they can be modified to support innovation, and exposing their relevance to business competition. This research applies a type of documentary analysis, using data sources from the repository of the Universidad Santiago de Cali taken chronologically in a period from 2018 to 2024. The results presented within this research show that creativity, collaboration and adaptability are determinants for the development and innovation of new ideas, through business cultural influence.

Keywords: Innovation, business, competitiveness, culture, influence.

Introducción.

Actualmente en el entorno empresarial, ser capaz de innovar ha sido visto como un factor crítico para la clave del éxito y del desarrollo sostenible. Por tanto, la innovación empresarial proporciona una visión general de cómo los elementos de la cultura organizacional apoyan o inhiben la innovación; esta última está dada por los elementos empresariales (internos gubernamentales y laborales). Dadas las características de la actual dinámica organizacional, resulta necesario determinar la influencia en materia de innovaciones globales empresariales, que avalan la permanencia de ideas novedosas y eficientes dentro de la compañía. Del mismo modo en que las herramientas innovadoras avanzan de manera eficaz en el contexto sociocultural; las organizaciones deben ajustarse a los cambios, objetivos y visiones; buscando el alcance del rendimiento a través de estrategias colaborativas en producción, aprendizaje, gestión y relación organizacional. Actualmente las empresas dedicadas al desarrollo y ejecución de servicios públicos se han visto influenciadas por el uso tecnológico; otras actividades dedicadas a la gestión tecnológica emplean modelos factibles para su desarrollo eficaz adaptados para la época (López, et al., 2020). Del mismo modo, el entorno empresarial competitivo dentro de las organizaciones enfrenta la ausencia de una cultura organizacional “actualizada” la cual respalde y fomente la innovación, siendo clave para su desarrollo al ser empleadas de manera sostenible (López, et al., 2020).

Hoy en día, las organizaciones son esenciales dentro del ámbito social, y es así como estas se encuentran representadas por entidades que buscan generar beneficios económicos mediante la producción y venta de bienes y servicios; centrados únicamente en maximizar sus ganancias, tomando en cuenta el crecimiento tradicional, en el que el único objetivo es maximizar los beneficios a cualquier costo, se considera que las empresas actuales tienen la responsabilidad de operar de manera sostenible y ética, teniendo en cuenta no solo sus intereses económicos, sino también el bienestar de toda la sociedad. Cuando no existe una cultura que impulse la creatividad, el cambio y la colaboración puede limitar la habilidad de una empresa para desarrollar e implementar nuevas ideas y soluciones. Además, la mayoría de las empresas no identifican ni desarrollan la cultura influenciada por la adaptación a sistemas novedosos dado su margen cerrado de políticas.

Teniendo en cuenta el problema de muchas empresas, la ausencia de una cultura organizacional adecuada limita la capacidad de generar y sostener innovaciones que respondan a los cambios del mercado y las expectativas de los clientes. Este problema se manifiesta especialmente en organizaciones que enfrentan barreras culturales internas, como resistencia al cambio o falta de apoyo a nuevas ideas.

En este contexto, el objetivo general de la investigación es analizar cómo la cultura organizacional influye en la innovación empresarial. Para cumplir con este propósito, se busca describir los elementos clave de la cultura organizacional que impulsan la innovación dentro de la empresa, determinar cómo la cultura organizacional puede ser adaptada para fomentar la innovación empresarial y exponer cómo la cultura organizacional se relaciona con la innovación empresarial. Este artículo se fundamenta con un tipo de estudio descriptivo y emplea un método de investigación cualitativo.

La relación entre la cultura organizacional y la innovación se ve claramente reflejada en estudios recientes. Según Naveed, et al., (2022) exponen que “La innovación puede superar la resistencia organizacional y mejorar el desempeño de la organización” (p.1). Naveed et al., (2022) exponen que “Los enfoques sobre la eficacia organizacional se centran en la eficacia organizacional mediante el éxito resulta del desarrollo organizacional, así como el uso de la agilidad dentro de las acciones empresariales (p.1). permiten la adaptación y/o ejecución en lo que respecta a la toma de decisiones, innovación, adaptabilidad, competencia con rivales, uso de recursos y retención del talento. Por lo tanto, para tener éxito, una organización debe manejar y mantener comportamientos organizacionales que se alineen con un entorno global dinámico siendo esencial el desarrollo del logro de las metas promovidas en la misión o visión de la organización, las cuales pueden definirse como una declaración de eficacia organizacional, así como efectividad (Naveed, 2022).

La cultura organizacional es un factor determinante para la innovación empresarial, ya que influye directamente en la capacidad de las organizaciones para adaptarse a los cambios y enfrentar los desafíos de un entorno competitivo. Los estudios recientes destacan que una cultura flexible, abierta al cambio y centrada en el aprendizaje continuo es esencial para el desarrollo e implementación de ideas innovadoras.

Materiales y métodos.

Para la realización de la investigación se tomaron en cuenta los siguientes aspectos metodológicos: Se llevó a cabo una revisión de documentos, dado su viabilidad como enfoque cualitativo, recopilando información relevante para analizar la influencia de la cultura organizacional en materia de innovación empresarial, reconociendo algunos aspectos importantes con respecto al fenómeno que se analiza. Dicha investigación, tras emplear un análisis documental tomando en cuenta fuentes bibliográficas de repositorios Universitarios, Scopus, Sciencedirect, Dialnet, así como documentos digitales.

Del mismo modo, para realizar la discusión, se toman en cuenta los diferentes análisis y/o opiniones de autores de relevancia que aporten datos necesarios para la comprensión del fenómeno. Por tanto, así un conjunto metodológico, permitió la realización de una investigación a partir de la propia identificación de las necesidades en innovación, así como los múltiples aspectos que destacan de la revisión tipo documental. Por tanto, la revisión documental, permite ampliar todos los recursos por medio de la reconstrucción y consideraciones de las realidades. Siendo así una herramienta invaluable para los procesos investigativos, tras la fundamentación de fuentes y bases de datos. La investigación documental permite recopilar, seleccionar, y determinar por medio de un conjunto de información; documentos, libros, páginas digitales formales a fin de realizar un análisis con un nivel de confianza preestablecido; Uno de los cambios más evidentes desatados por un diagnóstico, es el que dice relación con las expectativas de cambio. Este se refiere a que el hecho de que la organización, sus miembros, sea sometida a una investigación evaluativa, hace que las diferentes personas pertenecientes a la organización se preparen para cambios futuros en ella” (Huilcapi y Gallegos, 2022).

Se toma en consideración múltiples datos, donde prevalece la frecuencia y/o impacto como la cultura organizacional en la innovación empresarial los cuales se exponen de manifiesto dentro de las organizaciones empresariales tomando en cuenta, el desarrollo del entorno empresarial, el cual se ha visto favorecido debido al uso de estrategias en la gestión empresarial, por lo que es importante dentro de los sistemas económicos y múltiples procesos de adaptabilidad, ha constituido las nuevas metas y/o compromisos institucionales.

Consecuentemente, esta investigación se ajusta a los criterios de un estudio descriptivo, ya que tiene como objetivo describir por medio del análisis las características de la innovación, respecto a sus componentes y cómo estos influyen en todos los procesos organizacionales el cual busca comprender los métodos que se implementan con mayor éxito dentro del sistema empresarial.

Desarrollo y discusión.

Para hablar de la cultura organizacional, la innovación y la innovación empresarial es mejor empezar por cada uno de sus conceptos. En términos generales son un propósito de alcance tecnológico, cultural y eficiente, dentro del ámbito empresarial y la innovación. La cultura organizacional es esencialmente el grupo de valores, creencias y reglas que se comparte dentro de una empresa que permiten a los empleados interactuar y trabajar juntos, siendo la base para definir el ambiente de trabajo. Eventualmente, la cultura organizacional es un elemento clave para el rendimiento financiero, digital y productivo. Puede ayudar o entorpecer los cambios; tomando en cuenta los principios, creencias, filosofía de la administración, guían a los trabajadores y constituyen una organización. La innovación implica la introducción de algo nuevo o la mejora de algo que ya existe, ya sea un producto, servicio, proceso o modelo de negocio, y es importante para la competencia y el crecimiento en un mercado dinámico. Por tanto, los principales conceptos abordados dentro de la presente investigación en concordancia con la influencia cultural y organizativa son:

1. Innovación.

La innovación empresarial se trata de desarrollar nuevos productos o servicios, capaces de proporcionar respuestas que permitan identificar un modelo organizacional con un objetivo definido. Dicha innovación, se ajusta a los consumidores quienes proporcionarán “ganancias”. UNIR (2023) exponen que “La innovación empresarial permite que las empresas sean competitivas y se adelanten a las necesidades del entorno comercial y/o mercado” (p.1). Muñoz (2023) expone que “Por medio de la innovación fortalecida y el talento humano, la influencia de las capacidades organizaciones han permitido resultados favorables en pro del desarrollo” (p.58). La innovación empresarial aplica el uso de estas ideas dentro de una empresa con el fin de mejorar

sus operaciones, productos y servicios, que puede incluir la adopción de nuevas tecnologías, el uso de nuevos procesos o la implementación de nuevos modelos de negocio. El cambio organizacional se ha desarrollado, desde las bases estratégicas de la empresa, siendo la selección y adaptación correspondiente a la supervivencia de las organizaciones permitiendo explicar el cambio y la necesaria adaptación para la supervivencia de las organizaciones. Por su parte, las perspectivas en gestión estratégica y la del desarrollo organizacional.

2. Cultura empresarial.

Una cultura empresarial, resulta de un término que emplea valores, pensamientos, metas, así como fomento de la personalidad organizativa, con creencias marcadas basadas en acciones normativas que paralelamente encajan en un “ideario” con objetivos definidos (Sanz, 2022). Es decir que las personas siempre estarán ligadas a la innovación de un sistema participativo, cultura y socio-técnico empresarial que aumenta la tasa de éxito por medio de la identificación de la cultura empresarial (p.60).

3. Competitividad.

La competitividad resulta de una capacidad estratégica siendo parte del crecimiento de un mercado, la cuota del mercado frente a otro; con el propósito de ofrecer un sistema de opciones y/o variedad, donde se aborden las necesidades del mercado (Godoy y Texeira, 2024). Así mismo, la innovación, dentro del marco de la competitividad, permite el mantenimiento de los negocios, así como el reconocimiento de las ventajas.

Considerando el marco productivo, la competitividad desempeña un papel clave en la producción de productos con capacidad de captaciones, siendo así, su elaboración un procesos sistemáticos, ideados con el propósito de promover el crecimiento, posicionando el resultado de sus productos; La innovación, como un sistema de intercambio ha limitado las opciones organizaciones empresariales en materia de competencia; fomentando a la exclusividad de su producto a una marca específica y/o mano de obra determinada (Muñoz, 2020). Por lo que la competitividad posee una influencia paradójica en ventajas y desventajas organizacionales. Dentro de la competitividad, se encuentra inmerso el desarrollo empresarial y se encuentra inmersa y

relacionada con un proceso sistemático. Por tanto, la cultura inmersa en la organización conforma a las llamadas habilidades sociales, son capaces de identificar las fallas dentro la población.

Actualmente, el mercado competitivo organizacional, requiere de un programa estratégico, esencial para el crecimiento y sostenibilidad. Del mismo modo, el desarrollo empresarial en Colombia actualmente se considera una excelente opción para impulsar la economía del país; sin embargo, las condiciones de apoyo no están siendo proporcionadas, lo que no garantiza la sostenibilidad de los nuevos negocios, como lo refleja una tasa de mortalidad del 40% en el primer año y cerca del 80% en los primeros años. Las empresas envueltas dentro de los actuales sistemas del llamado emprendimiento, se han desempeñado en ejercer un sistema diligente a las actividades comerciales consignadas a capitales, productos y servicios, desde su transporte hasta su destino final. Por tanto, el concepto de emprendimiento, enmarcado desde un enfoque tradicional, solo busca suplir la entrega de un producto, en fin. El actual comercio moderno global de mayor envergadura las empresas colombianas, se proyectan a una amplia reducción de gastos, promover un producto de alta calidad y emplear un sistema logístico oportuno frente a los diferentes retos. Efectivamente los cambios comerciales, son precedidos por el beneficio-ganancia que obtienen los consumidores quienes marcan la pauta en lo que respecta a la popularidad de productos y servicios basándose en la practicidad y satisfacción de procesos logísticos, que se le ofrece al usuario ; así mismo la demanda de la sociedad instala a una competencia en el mercado contemplando la calidad, costo y beneficios, razón por la cual las organizaciones empresariales deben contar con estrategias en gestión que le permitan mantenerse y posicionarse como la primera necesidad del consumidor actual. Por lo tanto, la influencia no debe verse como una función operativa, sino como un mecanismo de planificación; es una forma de pensar que incluso puede ayudar a reducir la incertidumbre en un futuro incierto. De igual manera, la idea principal relacionada con la influencia cultural se refiere al rol limitado o nulo que las organizaciones tienen en cuanto al cambio, ya que este ocurre más bien conforme a la selección de las organizaciones, debido a las presiones inerciales que dificultan el cambio dentro de la organización individual.

No obstante, la cultura, involucra distintos niveles de organización, previo al desarrollo empresarial son considerados para el establecimiento; Por lo que, las buenas prácticas de las empresas que trabajan en conjunto con el desarrollo del comercio actual, garantizar un mínimo impacto social y medioambiental; la influencia no solo se exagera dentro del entorno cultural.

Por otro lado, el impacto que genera el desarrollo empresarial dentro del campo cultural “innovador” refleja un proceso social de amplio crecimiento, por el cual tanto grupos como individuos el libre intercambio y servicios de valor o calidad buscan nuevos modelos de estrategia y práctica para mejorar el conocimiento. Así mismo, las empresas contribuyen a la sociedad, la calidad del enfoque empresarial es concerniente a la generación de empleos, así como aumento de una variedad donde los consumidores tienden a la búsqueda de productos adaptados a las actuales necesidades.

4. Influencia cultural.

Desarrollo e innovaciones provenientes de un grupo en común, dentro de una estructura organizativa, la cual refleja las creencias y se reflejan en los sentimientos y pensamientos de los trabajadores, así como la adaptabilidad a un entorno eficiente. El desarrollo empresarial globalizado ha constituido y garantizado las bases del procedimiento organizacional de un sistema monopolizado constituido por los procedimientos “influenciados”, por la implementación de la logística cultural. Por tanto, la implementación de la influencia cultural ha permitido un notorio avance en el desarrollo y efectividad de los alcances empresariales. Por lo anterior, la implementación de un sistema organizado, aumentan los procesos culturales; que dentro de la visión se encuentran entre la gestión de modelos transparentes a fin de complementar los retos actuales de la organización.

Dentro de la presente investigación, los estudios mencionados señalan algunas dificultades similares relacionadas con la necesidad de mejorar la planificación y la capacidad para alcanzar metas que le permitan lograr un crecimiento sostenible dirigido al desarrollo de la influencia organizacional. Por lo tanto, se destaca la importancia de tener un plan estratégico cultural para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el mercado de productos y servicios para el crecimiento empresarial; enfatiza la importancia de utilizar herramientas como el análisis interno y externo, establecer indicadores de rendimiento y tener presencia en las plataformas de redes sociales para alcanzar a un mayor número de clientes y mejorar las ventas.

Elementos clave de la cultura organizacional para la innovación.

Dentro de los elementos e innovaciones las consideraciones emocionales, son parte de los elementos organizacionales especialmente dentro de las empresas las cuales se ven apoyadas por estructuras del cambio tecnológico. Korayim et al. (2024) explican cómo una cultura organizacional abierta al cambio y que utiliza tecnologías avanzadas como la analítica de grandes datos puede impulsar la innovación. Los elementos culturales como la apertura al cambio, el apoyo a la creatividad y el trabajo colaborativo en equipo son fundamentales para una buena adopción y uso de nuevas tecnologías. Finalmente, la compartición del conocimiento, Zhang et al. (2024), afirman que el intercambio de conocimientos en las organizaciones es otro factor importante la influencia y la innovación. La cultura organizacional debe crear un ambiente donde la información y el conocimiento puedan compartirse juntos. Esto no solo aumenta la eficiencia y el rendimiento de la empresa, sino que también estimula la creación de nuevas ideas innovadoras.

Molina, et al. (2016) en su trabajo titulado “El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas” exponen que “la comprensión del fenómeno organizacional es una necesidad de todos los profesionales que tengan alguna responsabilidad en el manejo de personas y recursos de la sociedad” (p.500). Eventualmente, los elementos de la cultura organizacional van direccionados a las llamadas innovaciones, siendo de importancia el cambio, el clima y la cultura organizacional, junto con el comportamiento organizacional y su relevancia para la administración, se basan en la necesidad de gestionar el cambio para lograr una mejora continua dentro de las estructuras de las organizaciones, adoptando un enfoque sistémico, partiendo de dichos elementos. Un clima de innovación es importante para la creatividad y la experimentación de una empresa; donde según Azeem et al. (2021) se encuentra reflejado en un entorno que valora y fomenta la innovación e incluye la aceptación de nuevas ideas y la disposición de asumir riesgos. Seguidamente, el Liderazgo transformacional el cual impulsa la innovación por medio de los líderes, los cuales crean una visión clara para la innovación, así como subsecuentes transformaciones capaces de influir en la cultura organizacional a través de su estilo y su compromiso con la innovación.

El apoyo a la creatividad, elemento el cual se ajusta a las necesidades culturales las cuales son apoyadas a través de la innovación y/o exploración de las nuevas posibilidades y soluciones. La colaboración y trabajo en equipo, concerniente con los aspectos interdisciplinarios, así como el trabajo en equipo los cuales son fundamentales para la innovación. La relevancia de las

competencias emocionales en la cultura organizacional. Elementos como la empatía, la autorregulación, la motivación, la comunicación abierta y la confianza son esenciales para crear un entorno que favorezca la innovación (Yuca, 2023). Machado y Acosta (2018) en su trabajo titulado “Programa de intervención psicosocial para educar las competencias emocionales en directivos de la empresa Cuba níquel” exponen que las competencias emocionales “conforman partes esenciales en el desarrollo de las relaciones interpersonales dentro del marco asistencia social, por lo que permiten el direccionamiento tras emitir un comportamiento frívolo, capaz de incidir en una preparación emocional con el fin de mejorar las habilidades” (p.261). Valentina, et al. (2021) en su artículo titulado “La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones” dice que la implementación de los planes ante estos cambios, son también conocidos como un conjunto de resultados capaces de ejecutar un cumplimiento estratégico empresarial, capaz de establecer sistemas de organizaciones, necesarios para facilitar la llamada competencia (p.247).

Dentro del desarrollo empresarial, se expone las necesidades de identificación, esta última parte del conocimiento del diagnóstico estratégico organizacional, por lo que es crucial llevar a cabo un análisis del entorno, es decir, de los factores o elementos que rodean a la organización, así como realizar un análisis interno, que incluya aspectos como sus fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades. En consecuencia, este análisis es complejo y está en constante cambio de acuerdo a las características propias de la organización, tomando en cuenta los múltiples problemas de características pasivas, con gran probabilidad de continuar con estos cambios, o se ajustan a la nueva situación y participan activamente en ellos (Valentina, et al., 2021).

¿Cómo se adapta la cultura organizacional a la innovación?

La adaptación cultural, ha demostrado que se debe dar a conocer el desarrollo de una empresa a través de la innovación y del mismo modo, dar a conocer sus productos, al mismo tiempo que captan más clientes y generan más ventas, aumentando consigo la competitividad y la operatividad, y por supuesto las ganancias dentro de la organización siendo el caso de empresas internacionales como: Apple, como el principal proveedor de herramientas y elementos influenciados por la innovación cultural por medio del uso tecnológico de redes móviles más populares de Estados Unidos.

Eventualmente, la importancia radica en la necesidad de poder innovar al público tras la adaptación tecnológica. El control del público, así como el asesoramiento de los distintos departamentos empresariales, aumentan el desempeño laboral por medio de la productividad, así como de los nuevos conocimientos, destrezas y aptitudes adquiridas donde influye cada individuo dentro de la organización. Las mejoras en el ámbito empresarial generan un sentido de pertenencia; sumado al reconocimiento dentro del país, forman parte de los factores; empleabilidad y crecimiento siendo estos sistemas capaces de ofrecer garantías de que se cumplen las políticas, normativas o leyes, promoviendo la mejora continua y permitiendo evidenciarlo ante otras instituciones del sector e influir en la organización. Una estructura organizativa, sólida en sus funciones, las cuales se desarrollan a través de una o varias actividades. Uribe (2020) expone que “Existen diversos tipos de cultura que tienen efectos diferentes sobre la innovación; de manera similar, la característica que más influye en ella son los valores compartidos por los miembros de la organización, que tienen mayor efecto cuando estos son coherentes en el contexto interno (p.4).

Consecuentemente, el análisis DOFA/FODA, identifica los principales puntos dentro de la empresa, divididos en fuerzas y debilidades así como la influencia, repercusiones y constantes cambios que expresan las llamadas oportunidades; Prieto (2008) y Sukier et al. (2020) comentan que las fortalezas son situaciones, hechos, fenómenos o eventos internos que brindan a la organización una ventaja competitiva significativa; en otras palabras, son los aspectos favorables que ayudan a alcanzar los objetivos; por otro lado, las debilidades son factores internos de la empresa que dificultan el logro de esos objetivos, lo que hace crucial identificarlas para emprender con mayor confianza y generar transformaciones significativas.

Del mismo modo, Valentina, et al. (2021) exponen que: “las fortalezas y oportunidades son, en conjunto, las capacidades, esto es, los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.” (p.248).

Mediante el análisis FODA; también conocido como análisis DOFA, se ha empleado en sobremanera como herramienta fundamental en comprensión de fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, estas últimas exponen a la competencia en el mercado, como un

conjunto de cambios tanto positivos como negativos, así como las oportunidades y amenazas que podrían enfrentar en el futuro. Esto les permite tomar decisiones más fundamentales y crear estrategias más efectivas para lograr sus objetivos.

Del mismo modo, el análisis FODA también es útil a nivel personal, ya que nos ayuda a reconocer nuestras fortalezas y debilidades, así como de las oportunidades y amenazas que enfrentamos en nuestro entorno. Permitiendo así, tomar decisiones acertadas y trabajar en el desarrollo de nuestras habilidades y competencias. FODA, figura como una herramienta capaz de emplear, evaluar, ejecutar, desarrollar e integrar una situación o proyecto, tanto a nivel empresarial como personal. Consecuentemente, resulta fundamental realizarlo de forma periódica para estar siempre al tanto de los cambios en nuestro entorno y poder adaptarnos de manera efectiva.

Relación de la cultura organizacional e innovación empresarial.

La innovación ha adquirido una gran relevancia en el ámbito empresarial, se toma en cuenta que es sostenible el mercado desde una perspectiva empresarial, debido a la creación y/o mejora de procesos o productos, así como el servicio para la comercialización el cual está centrado en la propia cultura de la empresa, del mismo modo, Saldarriaga, Guzmán y Concha (2019) en su artículo titulado “Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia” exponen que

Cuando se requiere lograr el éxito empresarial en un medio competido para ser sostenibles en el mercado, así mismo, desde el punto de vista empresarial, se puede considerar como la creación o el mejoramiento de procesos, productos y servicios para ser comercializados, satisfaciendo los gustos (p.152).

La relación de la cultura organizacional, así como la innovación, se encuentran definidos a través de las estrategias establecidas, donde son determinantes las tendencias de demandas y las oportunidades de negocio; una modificación en las rutinas y hábitos da lugar a nuevas normas en las capacidades organizacionales, como la comunicación, la publicidad, el desarrollo de productos y atención al cliente o actividades enfocadas a beneficiar la popularidad de los antes mencionados servicios siendo el impacto tecnológico, el principal factor directamente relacionado con la cultura y empresas establecidas.

El estudio de Castañón Rodríguez, et al., (2023) resalta la relevancia de la innovación en el rendimiento empresarial. La investigación señala que las empresas que invierten en innovación obtendrán mejores resultados financieros y empresariales. Esta relación apoya la idea de que una cultura organizacional que apoya la innovación no sólo impulsa la creatividad, además, contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Peña y Caruajulca (2024) examina cómo la cultura organizacional afecta el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), con un enfoque particular en la relación entre la cultura mediana y el desempeño organizacional, con el objetivo de encontrar y describir las partes importantes de la cultura organizacional que impulsan la innovación en las empresas; ambos autores sostienen que una cultura organizacional fuerte y positiva que fomente valores como la colaboración, la apertura al cambio y la confianza es esencial para impulsar la innovación. Resaltan que el liderazgo transformacional inspira y motiva a los colaboradores, creando un entorno donde la iniciativa personal y la creatividad son muy valoradas.

Del mismo modo, la comunicación efectiva, el reconocimiento y la recompensa de ideas innovadoras y un entorno que tolera y aprende del fracaso son elementos claves de la cultura organizacional administrativas, la cual permite el crecimiento de una generación de nuevas ideas; las cuales garantizan que se implementen de manera efectiva dentro de la estructura de una organización, destacando la importancia de una cultura organizacional que respalde la innovación y el cambio, figurando empresas “PYMES”, sujetas a influencias adaptativas las cuales aprovechan el liderazgo transformacional para optimizar su rendimiento a través de la innovación. Consecuentemente, la innovación, está directamente relacionada con el desempeño empresarial, según Castañón Rodríguez et al. (2023) en su estudio, Por lo tanto, las empresas que tienen una cultura que fomenta la innovación tiende a tener más éxito. Un aspecto fundamental es la flexibilidad, por lo que la administración de empresas es una disciplina clave para el adecuado funcionamiento y crecimiento de cualquier organización. Se ocupa de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una empresa para alcanzar los objetivos de manera eficiente y eficaz; hoy en día, se ha vuelto aún más crucial debido a la intensa competencia en el mercado y la integración de la economía. Los administradores de empresas deben estar preparados para enfrentar los constantes retos y cambios que se presentan en el entorno empresarial. Una gestión eficiente de empresas requiere tomar decisiones correctas, liderar de manera efectiva los equipos de trabajo y manejar de forma adecuada los recursos humanos, financieros, tecnológicos y

materiales, así como la capacidad de adaptarse rápidamente a las circunstancias cambiantes del mercado. Consecuentemente, para lograr una administración exitosa en materia de influencia organizacional, es importante contar con una formación sólida en áreas como la contabilidad, la economía, el marketing, la dirección de recursos humanos y la planificación estratégica. Así mismo, es fundamental estar al tanto de las últimas tendencias y herramientas que contribuyan a aumentar la productividad y competitividad de la organización. La administración de empresas es crucial para el correcto funcionamiento y crecimiento de cualquier organización o empresa. A través de una gestión eficiente y efectiva de los medios disponibles, se pueden alcanzar los propósitos aspirados y garantizar la sostenibilidad y, la rivalidad de la empresa en el mercado reciente.

Analizar cómo la cultura organizacional influye en la innovación empresarial.

Las empresas actualmente se innovan por medio de la integración del entorno creciente, tecnológico y/o laboral, los cuales se posicionan como “líderes” en sus respectivos mercados. Se promueve un liderazgo inspirador, con el objetivo de comunicar una visión clara de la misión, motivar al equipo, fomentar la confianza y la disposición al cambio. Además, se impulsa la creatividad y se proporcionan los recursos necesarios para explorar nuevas ideas y enfoques, así como el fomento de la autonomía dentro de la toma de decisiones. La cultura organizacional ha impulsado la innovación, teniendo en cuenta su impacto global, la condición económica de los estados es clave para sostener el crecimiento de los ingresos tangibles, lo que facilita el surgimiento de nuevas maneras de obtenerlos; esto se logra mediante la adaptación y la demanda de productos enfocados en el desarrollo sociocultural de las grandes poblaciones. La gestión en innovación empresarial través de las “frecuencias administrativas”, ha conformado a través del tiempo; un conjunto de elementos operacionales que tiene como principal objetivo garantizar la continuidad de las actividades, empresariales, por medio de la innovación tecnológica, los equipos u otro elemento que acercan a las instituciones organizaciones al éxito empresarial. Rengifo y Sepúlveda (2022) exponen en su artículo titulado “Capacidades de innovación empresarial en américa latina revisión de literatura” exponen que:

El análisis de la literatura internacional de las capacidades dinámicas, consideradas como la habilidad de la empresa para generar cambios a partir de los factores internos

aprovechando las fuerzas del entorno para cambiar las reglas de juego en la siguen evidenciando los rezagos de los países latinoamericanos en temas de innovación, capacidades de innovación y competitividad con respecto a los países desarrollados (p.4)

Del mismo modo, las grandes industrias internacionales se han ajustado a las necesidades más relevantes de las poblaciones por medio de la aplicabilidad de las innovaciones organizacionales. Con la llegada de las automatizaciones de los sistemas de mantenimiento han incurrido ante un nuevo sistema empresarial para cumplir metas preestablecidas en un tiempo y disposición de fuerza laboral efectiva. Cabello (2018) afirma que “la necesidad de recurrir al recurso máquina para lograr sus metas. Sin embargo, no basta con tener equipos de mayor tecnología si no hay una correcta planificación del mantenimiento” (p.2).

En cuanto a la tecnología, se comenta al modelo electrónico, como un modelo de negocio muy atractivo, dado que se encuentra en un mercado más extenso, tanto para las empresas como para los individuos, cuyo objetivo sea vender sus productos u ofrecer servicios. Por consiguiente, las fortalezas que tiene el marketing digital y las oportunidades que puede traer teniendo en cuenta el hecho de que actualmente millones de empresas y personas lo practican, por lo que se ha convertido en algo habitual, y se perfila como la mejor oportunidad para dar a conocer un negocio, o expandirlo en un mercado más amplio. Las estrategias de comunicación digital, adaptadas dentro de internet, buscan como objetivo ampliar la comunicación de internet dado herramientas generales de las actuales plataformas. Siendo así, un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos consiguen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y valor con otros. Para manejar adecuadamente esa influencia, es fundamental planificar, organizar y supervisar su implementación para alcanzar el objetivo propuesto. Se entiende que estas deben incluir, como mínimo, datos o resultados de la actividad que deben ser registrados, ya que toda empresa tiene un objetivo y desarrolla actividades para alcanzarlo. El sistema empresarial debe estar formado por una unidad que lidera a sus subordinados y controla su desempeño, siguiendo las órdenes y directrices de sus superiores jerárquicos y el procedimiento establecido para llevar a cabo las actividades gestionadas. La descripción social plasma el rol que desempeñan los individuos, siendo la creación, oferta y libre intercambio de productos objetivo o producto de los procesos sistemáticos influenciados por un conjunto consumidor, nos lleva a la actualidad, donde nos encontramos sumergidos en la “era digital” en el que se requiere un nuevo

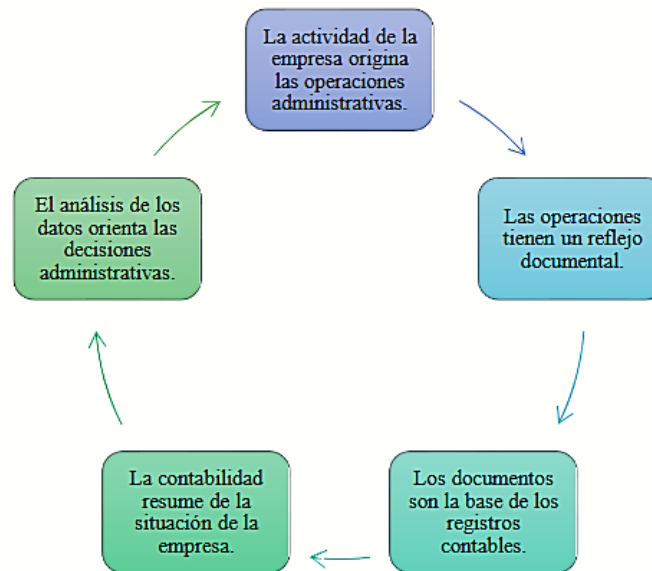
modelo para llevar a cabo los negocios. Así mismo, dicho modelo debe expresar el uso de tecnologías digitales para apoyar las actividades, alcanzar la rentabilidad y fidelizar a los clientes, reconociendo la relevancia de estas tecnologías y adoptando un enfoque planificado para mejorar el conocimiento del cliente, ofrecer una comunicación integrada y proporcionar servicios específicos. Del mismo modo, se puede afirmar que el análisis FODA es una herramienta clave utilizada por las organizaciones para apoyar las decisiones tomadas a través de las estrategias identificadas; FODA es esencial al momento de tomar decisiones, ya que es crucial para realizar el análisis y orientarnos hacia la generación de ventajas y la preparación frente a los cambios en el entorno, a través de la estrategia se busca una planificación adecuada. Al presente existe un panorama inconstante dentro el desarrollo de grandes y pequeñas empresas precedido por el *beneficio-ganancia*, que obtienen los consumidores quienes marcan la pauta en lo que respecta a la popularidad y practicidad. Las implementaciones de estos sistemas de mantenimiento son de gran demanda política y económica si consideramos el impacto dentro del mercado empresarial, creando “competencias” organizacionales que cuentan con nuevas estrategias para posicionarse como la primera necesidad por sus fines más efectivos, así como su adaptación social, financiera y/o administrativa dentro del entorno empresarial. "Empresas" (2017) expone que:

En entornos complejos, las empresas que priorizan el conocimiento tienen mayores probabilidades de éxito. Se enfocan en el diseño, los aspectos técnicos, la planificación y el control, con el objetivo de aprender y analizar sus propias áreas de mejora para abordarlas. La ambigüedad del entorno requiere una actitud de humildad y escucha constante, junto con un esfuerzo por mantener una autocrítica constructiva. Además, se presenta el desafío particular de integrar personas con diversas características. Las soluciones que se basan en enfoques de inteligencia colectiva suelen ser especialmente útiles (p.1).

Consecuentemente, los sistemas organizacionales en mantenimiento forman parte de un fenómeno incidente en múltiples variables; económicas, sociales, culturales y tecnológicas; siendo estas últimas, recurrentes al evidenciar las innovaciones empresariales, por tanto, la cultura organizacional se adapta a las innovaciones empresariales para generar mayores oportunidades *administrativas-financieras* como se evidencia en la figura 1.

Figura 1.

Relación de la contabilidad con la toma de decisiones



Nota. La figura representa un algoritmo en torno a la actividad empresarial, así como la toma de decisiones en lo que respecta a las operaciones, documentos registrables, situación empresarial y análisis de datos. Fuente: Rosales et al. (2022).

La innovación se frena en una organización si hay una cultura rígida donde todos deben seguir procedimientos estrictos y no se aceptan nuevas ideas. Por el contrario, una cultura que es adaptable y receptiva a nuevas formas de hacer las cosas permite que las ideas fluyan y que los empleados sientan que tienen espacio para experimentar, así mismo, la capacidad de aceptar el fracaso también es crucial. No se penaliza a las personas por probar algo nuevo que no funcione en una cultura organizacional que fomenta la innovación. Sin embargo, se considera que forma parte del proceso de aprendizaje. Este tipo de estrategia contribuye a que los empleados se sientan más a gusto.

Al emplear el conocimiento en influencia empresarial se asegura la receptividad por parte del público, así como de la propia organización, además implica un aumento de la eficacia y un alto grado de satisfacción, gracias a la prevención de errores administrativos y resolución de las

disputas por lo que el propósito es de amplio alcance, seguido por un alto nivel profesional y formal, dentro de las investigaciones apoyadas bajo sistemas empresariales del propio mercado del segmento. Por consiguiente, no se puede contar con un servicio eficiente sin conocer los múltiples elementos empresariales, así como el conocimiento básico para poder ofrecer un servicio dentro de un entorno tolerante. Eventualmente, se busca optimizar eficientemente los procesos e incrementar las ganancias empresariales por medio de la comercialización.

Conclusiones.

Esta investigación resalta la importancia de la cultura organizacional como un factor determinante en la capacidad de las empresas para innovar y responder a los desafíos del entorno competitivo global. A lo largo del estudio, identificaron elementos claves como la creatividad, la colaboración y la adaptabilidad, los cuales no sólo impulsan el desarrollo de nuevas ideas, sino que también permite que las organizaciones transforman estas ideas en soluciones prácticas y efectivas que beneficien tanto a la empresa como a la sociedad en general. Una cultura organizacional sólida, flexible y orientada al aprendizaje continuo es indispensable para superar barreras internas, como la resistencia al cambio y crear un entorno donde las ideas innovadoras florezcan.

En un mundo empresarial caracterizado por la globalización, la digitalización y el cambio constante, las empresas deben adaptarse rápidamente a las nuevas realidades. Este proceso de adaptación incluye no solo la integración de tecnologías emergentes y la mejora de procesos, sino también la implementación de estrategias organizacionales que promuevan la creatividad y la toma de riesgos calculados. El liderazgo transformacional desempeña un papel central en este contexto, inspirando y motivando a los equipos de trabajo para alinearse con una visión común de innovación y crecimiento. Además, la capacidad de las empresas para compartir conocimientos de manera efectiva se presenta como un componente crucial en la construcción de una cultura organizacional que fomente la innovación.

El análisis de herramientas estratégicas como el método FODA destaca su utilidad ayudando a las organizaciones a diseñar planes de acción enfocados en maximizar su competitividad. Este enfoque estratégico permite a las empresas no solo sobrevivir, sino prosperar en mercados dinámicos, donde los consumidores demandan productos y servicios innovadores que cumplan con sus expectativas de calidad, costo y sostenibilidad.

Es evidente que la cultura organizacional influye profundamente en la capacidad de las empresas para responder a los cambios del mercado y posicionarse como líderes en sus respectivos sectores. Las empresas que integran prácticas de innovación en su estructura organizacional logran no solo aumentar su rentabilidad, sino también contribuir al desarrollo económico y social de sus

comunidades. Asimismo, la innovación empresarial fomenta la creación de empleo, la mejora de procesos productivos y la generación de valor añadido, consolidándose como un factor clave para la sostenibilidad teniendo en cuenta que las empresas podrán enfrentar los retos del presente y garantizar su relevancia en el futuro, promoviendo no solo el éxito.

Finalmente, la innovación expuesta dentro de la presente investigación abre un sin número de oportunidades y contribuye a mejorar la calidad de vida. La intención es encontrar un equilibrio que permita que las personas en su rol laboral sean consideradas en estos procesos de innovación, generando una sinergia que favorezca las mejores oportunidades y promueva escenarios en los que todos ganen.

Referencias.

- Abawa, A., y Obse, H. (2024). Organizational culture and organizational performance: does job satisfaction mediate the relationship? *Cogent business & management*, 11 (1).
- Al Omoush, K. S., García Monleon, F., y Mas Iglesias, J. M. (2024). Exploring the interaction between big data analytics, frugal innovation, and competitive agility: The mediating role of organizational learning. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123188.
- Alves Scaliza, J. A., Jugend, D., Chiappetta Jabbour, C. J., Latan, H., Armellini, F., Twigg, D., y Andrade, D. F. (2022). Relationships among organizational culture, open innovation, innovative ecosystems, and performance of firms: Evidence from an emerging economy context. *Journal of Business Research*, 140, 264-279.
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., y Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage throughh organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66, 101635.
- Castañón Rodríguez, J. C., Baca Pumarejo, J. R., y Villanueva Hernández, V. (2023). Innovación y desempeño empresarial: Estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28 (102), 812-831.
- Chaman Bardalez, A., Ramón Osorio, A., Ríos Ríos, S., Vargas Tasayco, M., y Uribe Hernández, Y. (2023). Strategic planning and organizational culture. *Rev Data & Metadata*, 2 (231).
- Chaudhuri, R., Chatterjee, S., Mariani, M. M., y Fosso Wamba, S. (2023). Assessing the influence of emerging technologies on organizational data driven culture and innovation capabilities: A sustainability performance perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123165.
- Cordero, D., Beltrán, N., y Bermeo, V. (2022). Cultura organizacional y salario emocional. Cultura organizacional y salario emocional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 7), 132-149.

- Costa Júnior, R. A., y Nunes T. S. (2023). The impact of agile transformation in organizational culture: from organizational practices and values to change management. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, 28 (29487).
- de Souza, P. V. S., Dalcero, K., Ferreira, D. D. M., y Paulo, E. (2024). The impact of environmental innovation and national culture on ESG practices: a study of Latin American companies. *Academia-Revista Latinoamericana de Administración*, 37 (2), 246-264.
- Dos Santos, M. A., González Serrano, M. H., y Staniewski, M. W. (2022). Analytical editorial: Ensuring the future of our world: innovation, management and governance for sustainable growth. *Academia-Revista Latinoamericana de Administración*, 35 (2), 117-130.
- Galarza, I. S., León Carlosama, R. G., Cevallos Pineda, A. G., y Martínez Gómez, M. (2023). Innovation in the tourism sector, organizational learning and performance. *Academia-Revista Latinoamericana de Administración*, 36 (4), 463-486.
- Garrido Moreno, A., Rojas, R. M., y García Morales, V. J. (2024). The key role of innovation and organizational resilience in improving business performance: A mixed-methods approach. *International Journal of Information Management*, 77, 102777.
- Godoi, V., y Texeira, E. (2024). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la C E P A L N° 129*.
- Huilcapi, S. I., & GALLEGOS, D. N. (2020). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. *Revista ESPACIOS. ISSN*, 798, 1015.
- Kim, H., Hwang, S., Yoon, W. (2023). Industry cluster, organizational diversity, and innovation. *International Journal of Innovation Studies*, 7(3), 187-195.
- Korayim, D., Chotia, V., Jain, G., Hassan, S., y Paolone, F. (2024). How big data analytics can create competitive advantage in high-stake decision forecasting? The mediating role of organizational innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 199, 123040.

- López, D., Mendoza, D., & Salas, A. (2020). Gestión tecnológica de las empresas de servicios públicos domiciliarios en Riohacha, Colombia. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 8(S1), 32-42.
- Malewska, K., Cyfert, S., Kubala, A. C., Mierzejewska, K., y Szumowski, W. (2024). The missing link between digital transformation and business model innovation in energy SMEs: *The role of digital organizational culture*. *Energy Policy*, 192.
- Martinsuo, M., Vuorinen, L., y Killen, C. P. (2024). Project portfolio formation as an organizational routine: Patterns of actions in implementing innovation strategy. *International Journal of Project Management*, 42 (4), 102592.
- Mballa, L., Macias, A., Pugliese, V. y Cerda, M. (2019). Competitividad e Innovación en el Desarrollo y Gestión de las Organizaciones. Primera Edición Universidad Autónoma de San Luis.
- Mehralian, G., Forzaneh, M., Yousefi, N., y Haloub, R. (2024). Driving new product development performance: Intellectual capital antecedents and the moderating role of innovation culture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9 (3), 100503.
- Meng, A., Jiabao, L., y Xin, L. (2024). The impact of human AI skills on organizational innovation: The moderating role of digital organizational culture. *Journal of Business Research*, 182.
- Molina, L. A., Briones, B., & Arteaga, H. S. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Dominio De Las Ciencias*, 2(4), 498–510.
- Naveed, R. T., Alhaidan, H., Halbusi, H. A., y Al-Swidi, A. K. (2022). Do organizations really evolve? The critical link between organizational culture and organizational innovation toward organizational effectiveness: Pivotal role of organizational resistance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7 (2), 100178.

- Neto, J. R., Figueiredo, C., Gabriel, B. C., y Valente, R. (2024). Factors for innovation ecosystem frameworks: Comprehensive organizational aspects for evolution. *Technological Forecasting and Social Change*, 203, 123383.
- Pedraza Rodríguez, J. A., Ruiz Vélez, A., Sánchez Rodríguez, M. I., y Fernández Esquinas, M. (2023). Management skills and organizational culture as sources of innovation for firms in peripheral regions. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122518.
- Peña, J., y Caruajulca, P. (2024). The mediating role of organizational culture between transformational leadership and organizational performance in SMEs. *Academia revista latinoamericana de administración*, 37(2), 301-314.
- Pontes Filho, J. F., y Álvarez, E. B. (2023). Innovative processes to support information management: an analysis of the strategic planning of the Federal Police considering aspects of organizational culture. *Open journal systems*, 12.
- Rengifo, Juan Sebastian, & Sepúlveda, Isabel Cristina. (2022). Capacidades de innovación empresarial en américa latina revisión de literatura. *Ciencias administrativas*, (19), 8.
- Ríos Jimenes, P., Solis Briceño, B., Meneses Claudio, B., y Zarate Ruiz, G. (2024). Influencia de La Innovación En La Competitividad Empresarial de Pymes En Urbanización Panamericana Norte, Los Olivos 2022. *Salud, Ciencia y Tecnología- Serie de Conferencias*, 3.
- Rivera Sanz, F. (2018). Influencia del Modelo Europeo de Excelencia en la cultura de la organización. *Journal of Healthcare Quality Research*, 33(4), 193-198.
- Rosales, K. J., Hernández, E. M., & Chica, V. E. (2022). Importancia de los estados financieros en la toma de decisiones de las empresas ecuatorianas. *ULEAM Bahía Magazine (UBM) E-ISSN 2600-6006*, 3(5), 87–105.
- Saldarriaga Salazar, M. E., Guzmán González, M. F., & Concha Cerón, E. A. (2019). Innovación Empresarial, ¿Factor de Competitividad y Calidad de Vida en Popayán, Colombia? *journal*

volume & issue Vol. 24, no. Número especial 2 pp. 151 – 166.
<https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/index>

Sanz, E. (2022). Cultura empresarial: definición, elementos e importancia. Endalia

Somohano Rodríguez, F. M., López Fernández, J. M., y Martínez García, F. J. (2018). El efecto de la innovación en el resultado empresarial durante la recesión económica. Una aplicación a la industria de la automoción. *Revista de Contabilidad*, 21 (1), 91-105.

UNIR. (2023). La innovación en la empresa: concepto, importancia, tipologías y ejemplos.

Uribe, N. (2020). *Cultura organizacional e innovación: una revisión de la literatura* [Tesis de grado, Universidad EAFIT, Medellín]
<https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/098e8f30-62cc-4ac1-87b1-181192031b81/content>

Valentina, A., Cervantes, E., De la Cruz, M., y López, M. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. Universidad de la Costa. *Económicas CUC*, vol. 42 no. 2, pp. 243–254. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8439250>

Windeler, A., y Jungmann, R. (2022). Complex innovation, organizations, and fields: Toward the organized transformation of today's innovation societies. *Current Sociology*, 71 (7), 1293-1311. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00113921221078042>

Yuca, R. F. G. (2023). Competencias emocionales y Cultura organizacional. *Revista de climatología*, 23, 3197-3203. <https://reclimatol.eu/wp-content/uploads/2023/12/Articulo-CS23-Rubby-Fiorella.pdf>

Zhang, J., Nayab Jehangir, F., Yang, L., Abubakar Tahir, M., y Tabasum, S. (2024). Competitive Advantage and Firm Performance: The Role of Organizational Culture, Organizational Innovation, and Knowledge Sharing. *Journal of the Knowledge Economy*. DOI:10.1007/s13132-024-01910-3