

Sistemas de creencias en el ámbito gerencial y su influencia en la cultura y desempeño organizacional

Belief systems in the management field and their influence on organizational culture and performance

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0356>

Aracelys Piñate Ugueto¹

<https://orcid.org/0000-0002-0123-8139>
investigacion.aracelyspinate@gmail.com

Johnny Monasterio Pérez^{2*}

<https://orcid.org/0000-0003-0762-4724>
jmonasterio@unimet.edu.ve

Recibido: 16/02/2025

Aceptado: 08/04/2025

RESUMEN

El artículo expone a las convicciones y creencias gerenciales como acciones simbólicas que definen a la cultura de cada organización, dándole una orientación y dirección estratégica, proporcionando así la posibilidad de interpretar los valores que devienen de un sistema colectivo cada vez más expuesto a entornos de continua creatividad, innovación y competitividad. Para el desarrollo de este se estableció como el objetivo de explicar cómo las creencias en el ámbito gerencial afectan el rendimiento estratégico de la organización. Se empleó una metodología que incluye la interpretación semántica de los datos utilizando el método hermenéutico. Para el análisis semiótico y la creación de representaciones significativas de los mitos y creencias, se adaptaron las etapas de la teoría de semiosis. Los métodos utilizados para la obtención de datos incluyeron entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes clave, así como una matriz de análisis que consideró las dimensiones del estudio. Como conclusión, se identificaron las categorías: Liderazgo flexible o adaptativo; Acción simbólica articulada; Enfoque estratégico evolutivo y flexible.

Palabras Clave: Creencias y convicciones gerenciales, sistema de creencias, cultura organizacional, liderazgo adaptativo, enfoque estratégico organizacional

1. Universidad Latinoamericana y del Caribe (ULAC)- Venezuela

2. Universidad Metropolitana (UNIMET)- Venezuela

* Autor de correspondencia: jmonasterio@unimet.edu.ve

ABSTRACT

The article exposes managerial convictions and beliefs as symbolic actions that define the culture of each organization, giving it a strategic orientation and direction, thus providing the possibility of interpreting the values that become a collective system increasingly exposed to environments of continuous creativity, innovation and competitiveness. For the development of this article, the objective was established to explain how beliefs in the managerial field affect the strategic performance of the organization. A methodology was used that includes the semantic interpretation of the data using the hermeneutic method. For the semiotic analysis and the creation of significant representations of beliefs and myths, the stages of the theory of semiosis were adapted. The methods used to obtain data included semi-structured interviews with key informants, as well as an analysis matrix that considered the dimensions of the study. In conclusion, the following categories were identified: Articulated symbolic action; Flexible or adaptive leadership; Flexible and evolutionary strategic approach.

Keywords: Managerial convictions and beliefs, belief system; organizational culture, adaptive leadership, organizational strategic approach.

INTRODUCCIÓN

La función gerencial en las empresas ha cambiado debido a las transformaciones en los procesos administrativos que han enfrentado. Cada periodo ha respondido a las exigencias de los diferentes entornos empresariales e incluye no solo el entendimiento de las teorías organizativas clásicas que no tomaban en cuenta el aspecto humano (Taylor y Fayol), sino también los enfoques más humanistas (Maslow, Rogers, Mayo), que juntos han dado lugar a nuevas contribuciones como la “Teoría Z” y la “Calidad total”. En la actualidad, el aspecto humano es visto como el elemento más crucial en cualquier empresa; los modelos de gestión centrados únicamente en la producción y en los procesos han quedado atrás debido a la globalización y a la adopción de tecnologías avanzadas.

La gestión organizativa, entendida como un proceso complicado, incluye la creación de habilidades que permiten afectar las decisiones (liderazgo) y los comportamientos (valores humanos) que se relacionan con las ideas, mitos comunes, creencias y convicciones compartidas en un ambiente (cultura organizacional), acerca de lo que se considera apropiado y correcto. Este conjunto de actuaciones proporciona la capacidad de influir en las diversas transformaciones organizativas, en el logro de objetivos, en la creación de principios organizacionales con enfoques definitorios de gobernanza y en la mejora continua de la calidad laboral. La gestión organizativa ha cambiado junto con las demandas humanas y colectivas, y las condiciones socioeconómicas que establece el ambiente.

Se observa, entonces, cómo la cultura gerencial ha experimentado transformaciones rápidas, aportando significativos beneficios a los variados

modelos de gestión mediante los cuales se concibe, tanto en términos estratégicos como operativos, a la organización. En este proceso de cambios, se incorporan no solo experiencias y métodos procedimentales, sino también saberes de carácter científico, innovador y tecnológico que se aprovechan mediante la mejora de los recursos y el capital humano. Estas dimensiones del modo de vida organizacional son parte de las diversas etapas que se vinculan ineludiblemente al desarrollo intelectual del gerente contemporáneo, el cual se refiere, en específico, a la adquisición de conocimientos por medio del aprendizaje y de la experiencia dentro de la organización.

De esta manera, las entidades se transforman en un reflejo de quienes las poseen o de sus accionistas primarios (principal), y a menudo estas impresiones se consolidan en el propósito, la visión y los valores de dichas entidades, es decir, que, a lo largo del tiempo, en el entorno organizacional se establecen declaraciones que se integran al lenguaje colectivo y a la cultura colectiva, impactando la dirección estratégica, el nivel de confianza y los procesos de decisión, esto a su vez mejora el ambiente organizacional y contribuye al logro de los objetivos planteados en la misión establecida. Posteriormente, se puede observar que estas declaraciones se convierten en convicciones y creencias sobre la manera de gestionar la organización por medio de sus directivos (agentes). De acuerdo con Velásquez (2016), estas creencias pueden ser consideradas racionales cuando se trata de evaluaciones personales que no son absolutas y van acompañadas de emociones que no obstaculizan el cumplimiento de los objetivos a alcanzar; o pueden tornarse irracionales si son evaluaciones personales absolutistas, las cuales pueden entorpecer el logro de lo que se busca conseguir.

En este contexto, Piñate (2022) indica que los sistemas de creencias en el ámbito gerencial se manifiestan como la forma en que se percibe el éxito gerencial y su relación con la innovación y la creatividad, que, aunque no necesariamente reflejan la realidad, ejercen una influencia directa sobre las acciones y sus resultados, dado que poseen la habilidad de generar y transformar el entorno organizacional: las creencias gerenciales, entendidas como convicciones que se traducen en acciones y se aplican de manera lógica, pueden traer beneficios y resultados positivos significativos tanto para la organización como para la sociedad. Por lo tanto, ¿pueden las convicciones de los altos directivos orientar el desempeño estratégico de las organizaciones? ¿Son las creencias gerenciales simplemente criterios subjetivos que funcionan como pautas o rutas perceptivas para asegurar que se cumpla la misión de la organización?

Las creencias gerenciales, observadas desde una perspectiva personal, son características limitadas que influyen en las concepciones generales de los principios que dirigen los objetivos establecidos dentro de una empresa. Estas características afectan la actitud hacia el trabajo y permiten entender los valores que son fundamentales en la cultura de la organización. Generalmente, estas creencias surgen de elecciones que se convierten en costumbres y principios, declaraciones que infunden confianza y seguridad, convicciones que plantean retos al expresar la filosofía laboral de la organización, y conocimientos obtenidos

a partir de la interacción entre experiencias individuales y la relación en el trabajo. Las convicciones están profundamente conectadas con las creencias y los valores de la organización, dado que guían el establecimiento de estándares relacionados con la manera de trabajar, la cooperación entre colegas, la identidad y rendimiento de la organización, así como el bienestar de sus empleados.

Frente a todos estos elementos que abarcan el análisis de opciones que buscan entender de qué manera las creencias gerenciales afectan el entorno de las organizaciones, y considerando el estudio de principios dirigidos a resaltar y recuperar la reinterpretación de la práctica gerencial en contextos competitivos, se establece como meta de la investigación: explicar cómo los sistemas de creencias en el ámbito gerencial influyen en la cultura y el desempeño estratégico de la organización.

MARCO TEÓRICO

La naturaleza de las organizaciones: una aproximación a partir de la teoría de la agencia y la teoría de la organización

La visión clásica de la organización se centraba en reconocer y clasificar las tareas laborales que se llevaban a cabo; su descripción se enfocaba en la asignación de responsabilidades a través de distintos grados de poder, así como en la creación y conservación de vínculos e interacciones que facilitaban el logro de los objetivos establecidos. Dichas relaciones incluyen características específicas entre las personas y estas organizaciones debido al poder y las responsabilidades que los propietarios del capital (principales) otorgan al personal de dirección (agentes) para que realicen, en nombre de ellos, determinadas acciones.

Aunque las contribuciones de la teoría de la agencia tienen su génesis hacia los años sesenta, su comienzo ha sido uno de los métodos más arraigados y antiguos de interacción social a través del establecimiento de una relación entre dos (o más) partes. En este contexto, una de las partes, conocida como agente, actúa en nombre de la otra parte, llamada principal, que tiene un control específico sobre las decisiones a tomar (Ross, 1973). En este marco, es frecuente observar que el control dentro de las organizaciones puede estar influenciado por las opiniones y la implicación de los gerentes en las actividades de supervisión y regulación al llevar a cabo tareas administrativas que buscan maximizar los beneficios. Sin embargo, también se da, en ciertos casos, que la delegación de poder y responsabilidad por parte de los accionistas o dueños de capital hacia los directivos de las empresas genera discrepancias y conflictos, conocidos como problemas de agencia.

La teoría organizacional también ha ofrecido reflexiones sobre el desempeño de las entidades, dado que considera el entorno regulatorio y los distintos modos de comportamiento dentro de la organización. Quintero et al. (2020) mencionan cómo las variadas perspectivas tradicionales o clásicas de las organizaciones han jugado un papel importante, a través del análisis y la creación de jerarquías y sistemas burocráticos, en los fundamentos de la gestión

organizacional contemporánea. Wiedman y Martinez (2017) indican que la teoría organizacional resalta la influencia de las cuestiones culturales en la creación de estructuras y programas dentro de las organizaciones, y muestra una manera práctica de medir el cambio cultural a medida que las organizaciones surgen, se desarrollan y pasan por transformaciones.

Ahora bien, el rol de los accionistas (principal) en el control organizacional no se limita simplemente a vigilar las labores de los ejecutivos (agente) a través de la supervisión en el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos o la evaluación constante de nuevas oportunidades que contribuyan al éxito organizacional. Este control también abarca la transmisión de valores y creencias que los propietarios consideran parte fundamental de su filosofía organizacional. Estos factores se convierten en fuentes de poder que afectan los procesos de decisión y tienen un impacto significativo en la durabilidad y continuidad de los modelos operativos ante los diversos desafíos que puedan surgir.

Los procesos decisorios en el orden gerencial y el modelo racional elsteriano

La comprensión lógica de la organización, considerada como una entidad económica y social compuesta por individuos, sugiere que el rol del agente en el proceso de toma de decisiones es crucial para el desempeño de la organización. En este contexto, el enfoque de Druker (1978), que planteaba una racionalidad esencial que favorecía la mejora de las decisiones, contrasta con la crítica de Simon (1989), quien duda de la capacidad del agente para realizar decisiones óptimas debido a su limitada racionalidad. Por su parte, Elster (2007) presenta una visión notablemente adaptable, afirmando que los gerentes (agente) intentarán evaluar las diferentes alternativas considerando la mayor cantidad de factores posibles, ya que así evitará actuar de manera irracional y logrará una mayor objetividad y seguridad en sus decisiones. Por lo tanto, recurrir a la racionalidad del individuo es un aspecto clave en la reflexión sobre cada decisión gerencial (Arredondo & Vásquez, 2013).

Los análisis realizados por Elster (2007) indican que la manera óptima de clarificar una acción, así como las elecciones que la preceden, consiste en exponer que estas se llevan a cabo de forma racional. Aunque esta meta no se alcanza con frecuencia de forma completa, es un estándar que ayuda a los gerentes (agentes) a reflexionar más sobre sus decisiones. En el ámbito del proceso de toma de decisiones en el ámbito gerencial, desde la óptica de Elster, se requiere un examen más exhaustivo que el que ofrecen las teorías clásicas, ya que abarca los diversos componentes que integran la elección, teniendo en cuenta las creencias y la sinceridad en los deseos de los agentes (tanto personales como organizacionales) incluidos en el proceso, así como la relación de las preferencias que intervienen en la elección y la decisión junto con la razón de existir de la organización (Arredondo y Vásquez, 2013, p. 39).

En este aspecto, el modelo racional propuesto por Elster se basa en la noción de que para que los directivos en las organizaciones (agentes) puedan tomar decisiones racionales, es necesario que demuestren que la opción

seleccionada entre las preferencias surgidas de sus creencias muestra que la decisión es la mejor opción para lograr los objetivos deseados. De esta manera, se asegura que la acción sea óptima considerando todas sus justificaciones (creencias, deseos y preferencias). La forma de racionalidad mencionada por Elster es aquella que permite examinar de manera profunda y detallada la verdadera esencia de las creencias y deseos que influyen en la creación de la jerarquía de preferencias que guían las decisiones humanas.

Según Elster (1988), actuar de manera racional implica no solo que las razones detrás de una acción sean coherentes, sino que esas mismas razones deben ser racionales. En el ámbito de la toma de decisiones en la gestión, se busca evitar una discrepancia entre la elección actual y las decisiones anteriores, además de que estas se realicen de la forma más racional posible. De acuerdo con Delgado et al. (2008), este tipo de evaluación se ha vuelto esencial en la actualidad, ya que es importante reconocer que existen factores, como las emociones, que están directamente relacionadas con los deseos y pueden influir considerablemente en las decisiones tomadas por ciertos gerentes (agentes), las cuales no pueden ser pasadas por alto. Sin duda, las emociones, deseos, creencias y hasta los lazos culturales tienen un impacto significativo en las decisiones realizadas dentro de la organización (Marín, 2006).

Las creencias y convicciones como nociones racionales en los sistemas gerenciales

La perspectiva organizacional que adoptan las sociedades de personas generalmente se fundamenta en enunciados sobre cómo se imagina la entidad en un futuro destacado (estado deseado). En tal contexto, esta visión guía el camino a seguir para que los actos tengan un propósito claro y se base principalmente en las afirmaciones y declaraciones (creencias) que los dueños o propietarios han establecido como parte de su misión organizacional. Estas creencias no se apartan de su significado convencional porque están impregnadas de sincretismos y afinidades emocionales que justifican una forma de ver la realidad. De acuerdo con Aguirre (2004), las creencias son estructuras ideológicas y emocionales que describen la existencia de individuos y comunidades a través de creencias, filosofías, rituales y expresiones artísticas; se organizan como una interpretación del mundo (de la vida y la muerte) y actúan como guías para comprender la realidad, sustentando así la conducta tanto individual como colectivo.

Frecuentemente, nuestras creencias se ven influenciadas por las vivencias que percibimos. Según lo indicado por Velásquez (2016; citando a Riso, 2008), es complicado deshacerse o cambiar aquellas creencias que nos causan incomodidad. Esto puede deberse a que carecen de un mecanismo de retroalimentación constante, algo que solo se puede lograr al alcanzar una metaconciencia, es decir, "reflexionar sobre nuestros propios pensamientos", evaluar nuestras acciones y cuestionarnos para mejorar. Desde esta perspectiva, nuestra manera de pensar puede impactar en la forma en que administramos, transformándose en una realidad subjetiva y no objetiva en el ámbito gerencial. Se observa que la persona a cargo puede o no dejarse llevar por su percepción de las

cosas; la subjetividad prevalece sobre la objetividad. Al alcanzar esta situación, se desvanece el objetivo deseado, ya que ninguno de los involucrados (quien dirige y a quien se dirige) colaborará para lograr el bienestar común (Velásquez, 2016).

Por otro lado, Elster (2010) propone que, para comprender cómo las creencias influyen en la acción, es vital explorar su esencia, orígenes y efectos usando un lenguaje cotidiano. Esto es porque el término "creencia" implica algo menos que un compromiso total. En la filosofía, se presenta el conocimiento como una creencia verdadera que está justificada, lo que significa que tiene una conexión especial tanto con la realidad (es verdadera) como con las pruebas disponibles para el agente (está normalmente justificada), sin embargo, ninguna de las características de este conocimiento refleja la certeza subjetiva que a menudo se asocia con la expresión "ya sé" en la conversación habitual. Esta certeza no se limita a un porcentaje de probabilidad del 97%, 98%, 99%, etc., sino que es cualitativamente distinta de todo lo no sea cierto (p. 144).

De acuerdo con la perspectiva de Elster, una creencia se considera razonable en función de su conexión con la evidencia que existe, así como la coherencia de dicha información y su historia causal (Elster, 1989). Este autor sugiere que muchas decisiones que se toman están fuertemente apoyadas por las creencias del agente; sin embargo, para que sean verdaderamente racionales, es necesario demostrar que cuentan con pruebas o información suficiente que las respalde. Las creencias son ideas formadas que influyen en cómo el agente percibe la realidad. Según Arredondo & Vásquez (2013), resulta interesante que, dentro de este marco de creencias, "se genera una escala de preferencias que será determinante para el proceso de decisiones, por lo que hacer explícitas y dar las razones que fundamentan lo que se cree es esencial en todo análisis de toma de decisiones" (p. 145).

El enfoque elsteriano enfatiza que es esencial y significativo que los modelos usados en la toma de decisiones reflejen la autenticidad del sistema gerencial organizacional, en lugar de centrarse en el contexto externo, ya que una creencia considerada racional no siempre es una creencia veraz. Por lo tanto, este autor argumenta que suponer que se puede alcanzar una certeza absoluta sobre las opciones de acción en nuestra jerarquía de preferencias es un objetivo idealista; lo que realmente podemos buscar es la racionalidad y una aproximación a la verdad, pero no la obtención total de esta. Según Elster (2010), una creencia racional no se relaciona con una situación de certeza frente a probabilidad, sino con un buen criterio en la recopilación de la información que respalde dicha creencia.

Desde este punto de vista, las creencias gerenciales, cuando se emplean correctamente, pueden ser la base que fomenta el bienestar y favorece la obtención de resultados positivos en la entidad. En esta línea, los marcos de creencias de los gerentes delimitan la conexión entre la organización y los individuos con su entorno, reconociendo que pueden revelar el discurso de las ideas y la creatividad de la innovación, otorgando la libertad imprescindible para manifestarlas y estabilizarlas de manera sostenible.

La cultura, el desempeño organizacional y la planificación estratégica como elementos integradores de los sistemas de creencias

Se reconoce en la actualidad que la cultura de una organización contribuye a definir su identidad, diferenciándola de otras y afectando todos sus procedimientos. Esto lleva a que no se considere la existencia de culturas "buenas" o "malas", sino que se hacen distinciones entre "culturas funcionales o disfuncionales" según los objetivos que persigue la organización (Velásquez, 2016). En este contexto, la cultura organizacional actúa como un depósito de principios en el que se encuentran ficciones (mitos), personajes (héroes) y representaciones simbólicas que representan contextos significativos para las personas dentro de una organización (Deal & Kennedy, 1982).

La cultura dentro de una organización, que proviene de la filosofía de quienes la fundaron, tiene como objetivo establecerse y perdurar con el tiempo. Por este motivo, las decisiones tomadas por los directivos (agentes), de acuerdo con Rivera (2005), influyen en el ambiente general y marcan lo que se considera conducta adecuada frente a lo inaceptable. En realidad, cuando la dirección se centra en la efectividad y la competitividad, no se puede ignorar que la cultura de la organización desempeña un papel crucial en el comportamiento de los colaboradores, pudiendo aumentar o disminuir su motivación y el desempeño de la empresa. Según Podestá (2009), la cultura organizacional se describe como "una impronta que refleja, entre otras cosas, el modo como las organizaciones conciben el trabajo y la relación con su medio ambiente y que, además, las diferencian de otras organizaciones pertenecientes al mismo sector económico y la misma ubicación geográfica" (p. 82).

En este contexto, diversos autores han hecho contribuciones significativas sobre la cultura organizacional, y una relevante corriente de pensamiento coincide en describirla como el conjunto de comprensiones esenciales que comparten los integrantes de una comunidad. Esto se refiere a un sistema de creencias y valores que se encuentran en común, a través del cual las personas, la estructura de la organización, los métodos usados ante la toma de decisiones y los sistemas de control colaboran para establecer normas conductuales, por lo que una cultura específica puede influir en el éxito de una organización a mediano o largo plazo, al dirigir la conducta y dar sentido a la planificación y también al desempeño organizacional, en virtud de que los valores compartidos promueven la motivación, la colaboración, la sinergia y el compromiso, además de fomentar un sentido de pertenencia (Rodríguez, 2013).

Además, la respuesta que ofrece la cultura organizacional frente a los sistemas de significados compartidos no se encuentra desvinculada de los procesos de planificación que los dueños del capital (principal) establecen de manera estratégica. Este aspecto ha conducido a la formulación de los valores y objetivos de la organización, por lo que la estrategia de planificación se considera un recurso crucial para mejorar el rendimiento de la organización a corto, mediano y largo plazo. Según Roncancio (2023), la planificación estratégica actúa como una herramienta que permite definir qué hacer y cuál es el camino que debe seguir una organización para lograr las metas establecidas, teniendo en consideración

las transformaciones y requerimientos que surgen en su entorno, en este contexto, se convierte en un elemento esencial para la toma de decisiones dentro de cualquier entidad; por otro lado, el desempeño organizacional es un proceso gestionable que integra una serie de componentes interrelacionados, tales como el liderazgo, la comunicación y la toma de decisiones, todo ello con el fin de alcanzar las metas y objetivos establecidos. Por consiguiente, la relevancia de la planificación estratégica en relación con el rendimiento organizacional radica en que esta sirve como un instrumento para fijar los objetivos y metas que se aspiran a alcanzar (Ayón, Alvarez, & Plaza, 2023).

El logro de las organizaciones en relación con la ejecución de sus funciones está condicionado por los enfoques estratégicos y organizativos que utilizan para examinar de manera continua su entorno, tanto interno como externo (Valenzuela, 2016). Esto demuestra el importante reto que afrontan las entidades al realizar una planificación táctica, con la meta de proteger y mejorar su cultura corporativa. Mantener y modernizar los sistemas de valores demanda que las bases de creencias y reglas de gestión se incluyan en esta planificación, con el fin de lograr un rendimiento efectivo en las acciones organizativas.

METODOLOGÍA

El estudio se centró en las creencias de los directivos y cómo estas influyen en el rendimiento estratégico de las empresas. Para realizar el análisis, se adoptó una perspectiva que considera las visiones construidas a partir de imágenes, valores y culturas dentro de la organización. De este modo, al tratar de describir e interpretar esta realidad, fue necesario examinarla desde múltiples enfoques que permitan apreciar el fenómeno desde diversos ángulos. En este contexto, se aplicó el enfoque interpretativo-fenomenológico propuesto por Heidegger (2006), que proporciona herramientas y técnicas adecuadas para investigar la fenomenología desde varias dimensiones, buscando que la información recolectada incluyera suficientes particularidades y rigor científico.

El énfasis en la referencia permitió examinar el contexto de la realidad estudiada en la gerencia desde un enfoque integral. Esto creó la posibilidad de explorar el vínculo entre las creencias de los gerentes y su representación social en el marco cultural de la organización. Este estudio se lleva a cabo mediante la vivencia de los individuos, tomando en cuenta tanto su pasado como las condiciones actuales en las que se encuentran. Desde esta perspectiva social, se pretendió adentrarse en su mundo interno, abarcando elementos como la belleza, el sufrimiento, la fe, la tristeza, el amor, así como sus logros y fracasos en relación con sus aspiraciones e ideales (Taylor & Bogdan, 1992).

Basándose en una situación formada por los imaginarios sociales, como señalan Castoriadis (1983) y Pintos (2014), que se refleja en la cultura de la organización mediante símbolos de creencias, mitos y ritos, los cuales tienen un impacto en la estrategia organizacional, se utilizó el análisis interpretativo de la realidad que surgió de las historias y vivencias de los informantes clave del estudio. Este enfoque se centra en sus perspectivas, imágenes, valores y tradiciones, que

reconstruyen lo que ellos consideran como creencias gerenciales. Para llevar a cabo este análisis, se optó por el método hermenéutico y la interpretación semántica de los datos, y se adoptaron las fases de la teoría semiosis de Verón (1993) para el análisis semiótico y la elaboración de las imágenes significativas de estas creencias y mitos. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la entrevista dialógica o profunda, la cual fue guiada por un conjunto de preguntas generadoras, esta fue aplicada a tres gerentes: uno (1) del área tecnológica, uno (1) del sector financiero bancario y uno (1) del ámbito comercial. La selección de estos participantes se basó en el requisito de que cada uno de ellos tuviera más de cinco años de experiencia en su puesto dentro de la organización, y fueron codificados como sigue: (G01, G02, G03).

En este contexto, las etapas de la investigación incluyeron: i) Categorización de las relaciones identificadas en el círculo, aplicando los tres niveles de análisis de la red semántica; ii) Análisis general de las categorías; iii) Creación de una red interpretativa inter-categorial, estableciendo conexiones entre las subcategorías y las categorías; y iv) Triangulación y clarificación de las categorías que emergieron.

RESULTADOS

Para el estudio interpretativo se emplearon, en una fase inicial, las redes semánticas que emergieron del análisis hermenéutico, llevando a cabo una selección basada en su vinculación con las tres categorías apriorísticas previamente establecidas: Cultura Organizacional, Liderazgo y Planificación Estratégica; en una fase posterior, dichas redes, una vez clasificadas, se registraron en una matriz y se designaron como “dominios simbólicos de los imaginarios sociales”, tal como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1.

Dominios simbólicos de las ideas o imaginarios sociales (G01, G02, G03).

Categorías		
Cultura organizacional	Layerage	Planificación estratégica
Aprendizaje	Trabajo colaborativo	Pensamiento estratégico
Innovación	Bienestar	Planes de acción
Formación	Mejora continua	Identificación de debilidades
Ambiente de trabajo	Resultados	Identificación de oportunidades
Normas	Compromiso	Desafíos
Creatividad	Arquetipos gerenciales	Evaluación continua
Capacitación	Héroes	Objetivos medibles
Objetivos	Líder-gerente	Pensamiento crítico
Valores	Inspirador	Toma de decisiones
Misión	Empático	Evaluar evidencia
Gobierno corporativo	Capacidad de acción	Identificar sesgos
Desarrollo	Responsabilidad	Desafiar suposiciones
Lealtad	Agil y adaptable	Identificar impulsores y tendencias

Resistente al cambio

Influyente

Pensamiento analítico

Las representaciones simbólicas del lenguaje permitieron relacionar los aspectos de las creencias, pensamientos, principios y sentimientos, formando un constructo complejo y de difícil delimitación. Cada uno de estos componentes se basó en perfiles cognitivos, actitudinales, simbólicos y emocionales, que son esenciales en la experiencia de vida y en el nivel de conexión con la organización, independientemente de cuál sea. En esta línea, Rokeach (1968) argumenta que las creencias se expresan como afirmaciones claras y lógicas sobre las características de lo que puede vivirse a partir de la observación directa, sin embargo, también se ha observado que hay una formación de creencias vinculadas a lo no tangible, que incluyen relatos y tradiciones que a menudo se entrelazan con los valores organizacionales y que son transmitidos de forma dialéctica, trasladándose de lo individual a lo grupal.

Las creencias, según De Vicente (2004), son construcciones ideáticas y emocionales que ilustran los ámbitos simbólicos de las ideas o imaginarios sociales dentro de la organización. Estas construcciones modelan la percepción de individuos y grupos, convirtiéndose en una representación de los elementos vinculados al liderazgo, la cultura organizacional y la planificación estratégica. Además, para desglosar la información en unidades de significado, se implementó el método de análisis de la teoría de la semiosis social de Verón (1993), este enfoque facilitó la clasificación y organización de los "significados relevantes" mediante códigos significantes, desde los cuales se desarrollaron los mitos que impactan la cultura organizacional (véase Tabla 2).

En la Tabla 2 se presentan los signos lingüísticos simbólicos identificados como "mitos", los cuales están compuestos por declaraciones y afirmaciones narrativas que se integran en el lenguaje y, a su vez, en la cultura organizacional. Lo que se discute en este estudio evidencia de manera clara la connotación negativa que algunos de estos mitos pueden poseer, otros, en cambio, son meras expresiones que se transforman en un mito, pero que permanecen en un estado de neutralidad en lo que respecta a la evaluación de los daños potenciales que podrían ocasionar. La representación de las imágenes significativas que abarcan las narrativas de los informantes clave ha dado origen a mitos de gran influencia, aquellos que se repiten con mayor frecuencia desde una perspectiva cultural, su efecto o repercusión en la cultura organizacional está determinado por el nivel de aceptación de estos por parte de los decisores (principal) y los líderes gerenciales (agentes), ya que algunos de ellos se encuentran fundamentados en la génesis de la organización, trasladándose casi de manera imperceptible entre los colaboradores.

Tabla 2.

Mitos que influyen la cultura organizacional.

Declaración y/o afirmaciones	Imagen relevante	Mitos influyentes
Reacios al riesgo	Temor al cambio	Si funciona para que

		cambiarlo
Ideas basadas en suposiciones	Las inferencias y percepciones distintas de la realidad asumidas como verdaderas	Yo creo que (fue, es) así
Apego a las tradiciones, ritos y rituales	Creencias basadas en lo conocido que da seguridad	Siempre sea hecho así
Más tiempo de trabajo, mayor productividad	No se puede perder el tiempo	El tiempo es dinero
Prejuicios excluyentes de raza, genero, estatus social	El jefe es blanco, blanca y vive en este de la ciudad	No todos somos iguales
Contratar a personal externo buscando mejoras	Invisibilización del talento humano	Debe ser alguien mejor
Manejan códigos de lealtad	Control de la información	Solo me respondes a mi
La mayor motivación es un buen ingreso	Percepción sesgada de la realidad	Buen ingreso, empleado feliz
La cultura organizacional funciona por el cumplimiento de las normas	Conducta controlada	No se improvisa
La historia de un héroe y buenas prácticas afianzan la cultura y valores organizacionales	Ejemplaridad	Empleado modelo

En la interpretación de los arquetipos pertinentes, se eligieron las ilustraciones que consisten en las declaraciones y/o afirmaciones dialógicas de los entrevistados claves que están vinculadas a las creencias. Estas afirmaciones se interpretaron otorgándoles un sentido gerencial, resaltando su impacto en las categorías: Liderazgo, Planificación estratégica y Cultura organizacional, , como se puede apreciar en las Tablas 3, 4 y 5.

Tabla 3.

Arquetipos presentes en el estadio de las convicciones gerenciales: Cultura organizacional

Afirmaciones dialógicas de la categoría Cultura Organizacional			
Declaraciones y /o afirmaciones	Significación	Imágenes relevantes arquetipos	Categoría emergente
Las personas son el activo más importante	Esta creencia prioriza el bienestar de sus empleados. Ven su papel como un rol facilitación que apoya a su equipo en el logro de sus obetivos	Trabajo colaborativo	
Desarrollar una cultura de aprendizaje e innovación	Los gerenetes (agentes) deben formentar una cultura de aprendizaje e innovación dentro de sus equipos. Esto puede	Procesos creativos	

	ayudara fomentar la creatividad y las nuevas ideas, lo que puede conducir a estrategias más eficaces y mejor rendimiento	Acción simbólica articulada
Brindar oportunidades de capacitación y desarrollo	Los gerentes (agentes) deben brindar oportunidades de capacitación y desarrollo para ayudar a sus equipos a desarrollar las habilidades y el conocimiento que necesitan para tener éxito. Esto puede ayudar a llenar sus creencias y valores con los objetivos de la empresa y también puede mejorar el desempeño	Capacitación Gobierno corporativo
Alienar las actividades con los objetivos de la empresa	En general, esta creencia gerencial habla de un compromiso con la comunicación, la colaboración y el aprendizaje y el desarrollo continuo. Al trabajar juntos para establecer una visión compartida y un conjunto de creencias, los gerentes (agentes) pueden guiar a sus equipos hacia el éxito	Afianzar los valores organizacionales

En la Tabla 4, es posible observar desde un nivel interpretativo y con una complejidad aumentada la aparición de la categoría emergente denominada "Liderazgo adaptativo". El escrutinio de los arquetipos que representan las convicciones y creencias gerenciales sobre las imágenes de liderazgo, al presentar la selección de creencias y declaraciones de los informantes clave, facilita la identificación precisa de los elementos característicos de un liderazgo que también surge de un sistema de creencias. En este contexto, el líder se configura como el héroe, un individuo infalible que puede transformarse según sea necesario para orientar hacia las mejores prácticas dentro de la organización.

Tabla 4.

Arquetipos presentes en el estadio de las convicciones gerenciales (liderazgo).

Afirmaciones dialógicas de la categoría Liderazgo			
Declaraciones y/o afirmaciones	Significación	Imágenes relevantes arquetipos	Categoría emergente
Mejora continua	Los gerentes (agentes) que creen en la mejora continua siempre buscan formas de mejorar el rendimiento, los procesos y los resultados de su equipo. Están comprometidos	Liderazgo ágil	Liderazgo adaptativo

	con el aprendizaje y el crecimiento, tanto para ellos como para sus empleados	
Los resultados importan	Los gerentes (agentes) que priorizan los resultados se enfocan en lograr resultados tangibles para su equipo y organización. Establecen objetivos claros y se responsabilizan a si mismos a sus empleados de lograrlo	Liderazgo flexible Liderazgo creativo
La colaboración es clave	Los gerentes (agentes) que creen en la colaboración enfatizan la importancia del trabajo en equipo y la cooperación. Reconocen que las diversas perspectivas y habilidades son esenciales para resolver problemas complejos y tomar decisiones acertada	Liderazgo empático Liderazgo influyente

En la Tabla 5 se presenta una ilustración de ciertas apreciaciones narrativas provenientes de los informantes clave, en relación con las imágenes-producto de las creencias que poseían sobre la función de la planificación estratégica.

Cuadro 5.

Arquetipos presentes en el estadio de las convicciones gerenciales: Planificación estratégica.

Afirmaciones dialógicas de la categoría Liderazgo			
Declaraciones y/o afirmaciones	Significación	Imágenes relevantes arquetipos	Categoría emergente
La planificación estratégica debe estar impulsada por datos y evidencia, en lugar de intuición o conjeturas	Esta creencia esta respaldada por el concepto de gestión basada en la evidencia, que enfatiza la importancia de usar datos e investigaciones para informar la toma de decisiones (Pfeffer & Sutton, 2006). Es mas probable que los gerentes (agentes) que priorizan la planificación estratégica se basen en evidencia recopilen y analicen datos sobre la necesidad de los clientes, tendencias del mercado y el comportamiento de la competencia, y usen esta información para guiar sus decisiones	Guia la toma de decisiones y acciones Proceso complejo	Enfoque estratégico flexible y evolutivo

La planificación estratégica debe involucrar un proceso colaborativo que involucre a las partes interesadas en todos los niveles de la organización

Esta creencia se basa en la idea de que las diversas perspectivas y conocimientos son esenciales para tomar decisiones estratégicas sólidas (Hamel, 1996). Los gerentes (agentes) que valoran la planificación estratégica colaborativa pueden involucrar a los empleados, clientes, proveedores y otras partes interesadas en el proceso de planificación y buscar su opinión sobre las decisiones claves

Evaluación continua y adaptativa a situaciones cambiantes

DISCUSIÓN

Los mitos constituyen un elemento significativo en el ámbito de las creencias; por lo tanto, frecuentemente se utilizan para señalar creencias erróneas que es preferible eliminar en un contexto colectivo. Desde esta perspectiva, el mito contrasta con los hechos que se consideran verdaderos. No obstante, al discurrir sobre el mito organizacional, no aludimos a creencias erróneas y pasajeras, sino a relatos que se establecen como componentes esenciales de la cultura, y que brindan sentido a una realidad que no es evidente, sino que está configurada por relatos y patrones de conducta. Frecuentemente, se pasa por alto que estas historias pueden ser perjudiciales para elementos vitales dentro de la organización, ya que pueden tener un impacto negativo y ocasionar ciertas molestias en la organización. En este sentido, Estepa (2016) apunta que “las creencias existen por la necesidad intrínseca de creer en algo y elegir qué creer” (p. 16).

En algunas ocasiones, se nota que las narrativas suelen estar relacionadas con observaciones que indican la necesidad de llevar a cabo medidas para afrontar crisis particulares. Se demuestra que estas medidas han mantenido a la entidad, convirtiéndose en un componente fundamental de su carácter, al mismo tiempo que apoyan su cultura. Este fenómeno engloba, de manera significativa, la destacada contribución de ciertos integrantes del equipo, así como el papel que desempeña la organización en el entorno en el que actúa. Estos relatos se materializan en eventos pasados, conocidos como mitos organizacionales, que han trascendido el ámbito de la validación y aprobación gerencial en el proceso decisional. En esta perspectiva, no solo los mitos ejercen esta clase de influencia; las creencias gerenciales también están formadas por arquetipos relacionados con convicciones de carácter más práctico, que se pueden identificar en aspectos esenciales de la organización, tales como la cultura organizacional, el liderazgo y la planificación estratégica de la empresa.

A través del análisis de los arquetipos que se manifiestan en el ámbito de las convicciones gerenciales, específicamente en la cultura organizacional, se

pueden discernir diversas imágenes que se elaboran a partir de las afirmaciones conversacionales de los actores clave. Los patrones de comportamiento que se pueden observar de forma explícita revelan una configuración integral de criterios que pueden ser tanto positivos como negativos, los cuales surgen de la cultura organizacional, ya sea de manera formal o informal. Estos patrones se fundamentan en las ideas o imaginarios sociales que reflejan la realidad presente, así como en la memoria individual de las personas y en la memoria colectiva de los grupos de trabajo. De esta forma, se evidencia que la “creencia” reside en un estado profundo del individuo, lo que le faculta para inducir ciertos comportamientos en circunstancias específicas, no de forma caprichosa, sino como una manifestación mental que integra sus valores, influyendo así en su conducta y en su forma de pensar.

En este sentido, Sola (1999) indica que las creencias no son responsables de acciones específicas, sino que forman el esquema general de comportamiento que las motiva o dirige. De este modo, una tendencia hacia la acción se asemeja a una norma conductual o principio operativo que facilita la interpretación de diversos comportamientos que, de otro modo, resultarían inconsistentes. Con esta perspectiva, la función de las creencias en la cultura organizacional se define a través de su observabilidad y significado; la interacción de estos elementos elucidará cómo la organización actúa a lo largo del tiempo (Ulloa, 2019), por esta razón, la consecuencia inmediata de esta integración refuerza lo que se denomina institucionalización, la cual permite, de una manera más natural, tomar decisiones, analizar, evaluar y comprender la realidad, además, concede un nivel de interacción que posibilita la jerarquización de normas y, en ciertos momentos, adoptar, aceptar y cuestionar decisiones frente a situaciones imprevistas (Basabe & Basabe, 2013).

Basado en lo anterior, los arquetipos de las creencias y convicciones gerenciales, en relación con el compendio de la cultura organizacional, afectan de manera significativa el desarrollo empresarial y el proceso de toma de decisiones. Estos arquetipos emergen del núcleo de la organización; en este contexto, se encuentran políticas culturales que están contextualizadas en la diversidad identitaria e étnica, las cuales se manifiestan de manera tanto subjetiva como tangible en el comportamiento de los individuos que forman y lideran la entidad. Al reconocer una cultura organizacional compuesta por un conjunto de creencias, valores, mitos y convicciones, se establecen posteriormente tendencias compartidas y se crean posiciones críticas que aluden a los modelos tradicionales como una manifestación de la identidad organizacional. Esto se refleja en la dinámica laboral, no solo a través de los procesos organizacionales, sino también en los ámbitos operativo y estratégico; se traduce, de este modo, en acciones simbólicas y en narrativas estructuradas que configuran las declaraciones y/o afirmaciones del imaginario social organizativo.

En el contexto de los arquetipos asociados con la etapa de creencias gerenciales (liderazgo), se ha observado que tales creencias determinan la manera en que un gerente (agente) enfrenta la resolución de problemas, la comunicación, la toma de decisiones, el liderazgo y diversas funciones de gestión.

Este enfoque operativo se fundamenta en aquellas convicciones gerenciales que abarcan aspectos como la creatividad, el compromiso y el logro de metas. Además, se ha manifestado que los rasgos de un gerente que ocupa posiciones de liderazgo (agente) pueden diferir en función de su personalidad, experiencias previas y la cultura organizacional (Ulloa, 2019). En este contexto, el liderazgo se compone de un conjunto de valoraciones subjetivas y representaciones formadas por arquetipos culturales, los cuales pueden influir de manera positiva como negativa en el progreso de la organización. La validación de las creencias y comportamientos de los individuos, así como de las manifestaciones sobre lo que ha definido la práctica organizacional, dependerá de quien ostente esta posición.

En relación con las afirmaciones que ponen de relieve los arquetipos del nivel de convicciones gerenciales vinculadas a la planificación estratégica, se les asocian connotaciones y dimensiones que incluyen el pensamiento sistémico, el pensamiento crítico, el pensamiento analítico y la evaluación continua. Esta integración no solo facilita la creación de planes de acción destinados al logro de los objetivos empresariales, sino que también permite la supervisión y control de dichas acciones. En estos arquetipos, la atención se centra en alcanzar el éxito; así, la adopción y mantenimiento de las creencias y perspectivas que orientan esta trayectoria se basarán en la obtención de logros y el logro de objetivos.

Desde las creencias y convicciones se considera este tipo de planificación estratégica como un proceso en constante desarrollo. La información y datos que se emplean como insumos en este proceso son vistos como pruebas que respaldan la toma de decisiones. Las partes interesadas se involucran en un proceso colaborativo enfocado en la adaptabilidad y una reacción ágil ante situaciones variables. De esta colaboración surgen elementos que convierten las creencias y declaraciones en la representación de un proceso de planificación distintivo por su flexibilidad y capacidad de evolución. Esto refleja una tendencia racional hacia la obtención de resultados, el reconocimiento de sesgos y la valoración de los objetivos dentro del ámbito empresarial. En este contexto, se decidió otorgar significado a las categorías emergentes de cada modelo, que simbolizan las creencias que afectan el desempeño estratégico de las organizaciones (véase Tabla 6).

Tabla 6.

Creencias que influyen en desempeño estratégico organizacional.

Categoría emergente	Conceptualizaciones
Acción simbólica articulada	La cultura organizacional debe manifestarse de alguna forma, una de ellas es encontrando la estrategia para hacer visible ante la organización lo que caracteriza a una comunidad en específico. Es por ello, que una forma de manifestar sus valores, su identidad, es a través de las creencias, ritos y rituales como una acción simbólica articulada, que busca crear y reforzar la identidad, la pertenencia, renovando la cohesión y la solidaridad (Serrano, 2013)
Liderazgo adaptativo	El liderazgo adaptativo debe ser ágil en respuesta a las condiciones cambiantes. Esto requiere la voluntad de experimentar y asumir riesgos,

	así como la capacidad de cambiar rápidamente a medida que cambian las circunstancias con una capacidad dinámica para detectar, aprovechar y transformar las oportunidades a medida que surgen (Teece, 2010)
Enfoque estratégico flexible y evolutivo	Una de las creencias claves en la planificación estratégica es que debe ser un proceso continuo. Según Mintzberg(1994) la planificación estratégica es un proceso de aprendizaje y adaptación que requiere un enfoque flexible y evolutivo. De manera similar, Bryson, (2020) señala que la planificación estratégica debe verse como un proceso iterativo que implica revisiones y ajustes periódicos.

CONCLUSIONES

Las declaraciones y enunciados dialógicos que aluden a las creencias y convicciones gerenciales se distinguen por el uso de los denominados "mitos organizacionales", los cuales coexisten dentro de un entorno cultural organizativo. Usualmente, estos mitos sirven como un referente cotidiano que guía la identificación de problemas, la presentación de propuestas y la toma de decisiones, contribuyendo así a la resolución de esos retos. Desde una perspectiva cognitiva, estos mitos operan de manera inconsciente como una estructura de valores que orienta la acción y la misión de una organización. Su concepción forma parte integrante del comportamiento y los hábitos actitudinales que constituyen la narrativa tradicional de la organización, llegando a ser un componente significativo de la memoria colectiva y de los elementos esenciales que favorecen el desarrollo organizativo.

En este contexto, los arquetipos de las imágenes que emergen del ámbito de las convicciones gerenciales influyentes son elaborados a través de una red cultural que introduce códigos lingüísticos orientadores de ideas, con el objetivo de establecer una creencia o método adecuado para llevar a cabo un propósito específico. Fundamentados en la historia organizacional y en antecedentes culturales, los fundadores y/o propietarios del capital (principal) se convierten en héroes o figuras emblemáticas que modelan acciones de notable relevancia, cuyo impacto puede ser organizacional, local, nacional, regional o global, de este modo, influyen en la formación de una cultura organizacional que refleja diversas características relacionadas con el liderazgo y la planificación estratégica, entre otros. El examen e interpretación de tales afirmaciones y creencias dio lugar a las tres categorías que fueron objeto de análisis: Acción simbólica articulada; Liderazgo flexible o adaptativo; Enfoque estratégico evolutivo y flexible.

Al llegar a esta etapa, se puede observar cómo las creencias gerenciales tienen un impacto significativo en el desarrollo estratégico de la organización. De estas creencias surgen símbolos que refuerzan los valores fundamentales de la empresa, promueven la cohesión y la solidaridad entre sus miembros, y fortalecen tanto la identidad organizacional como el sentido de pertenencia de quienes la componen. Estos símbolos, por ende, son representaciones que contribuyen a la construcción y mantenimiento de una cultura organizacional, cuya acción simbólica está en estrecha relación con los valores y objetivos de la entidad.

Además, se vinculan con la práctica de un liderazgo adaptable que armoniza los elementos contemporáneos de la gestión con sus tradiciones históricas, por último, se asocian con un plan estratégico que es tanto flexible como evolutivo, diseñado para ajustarse a las nuevas tendencias, con el fin de lograr el objetivo fundamental para el cual se constituyen las sociedades colectivas.

REFERENCIAS

- Aguirre, Á. (2004). La cultura de las organizaciones. Barcelona: Ariel, S.A.
- Arredondo, F., & Vásquez, J. (2013). Un modelo de análisis racional para la toma de decisiones gerenciales, desde la perspectiva elsteriana. Cuad. admon.ser.organ. Vol 26 (46), 135-158.
- Ayón, G., Alvarez, A., & Plaza, J. (2023). Planificación estratégica y desempeño organizacional del sector comercial de la parroquia Cascol, Paján período 2019-2021. Reciamuc, Vol. 7, N° 1, 451-460.
- Basabe, G., & Basabe, M. (2013). Cultura organizativa: análisis de su relación con la estrategia y gestión empresarial. Eídos, 6, 48-63.
- Bryson, J. (2020). Strategic management in Public Administration. Oxford: University Press.
- Castoriadis, C. (1983). La institución imaginaria de la sociedad. Barcelona: Tusquets.
- De Vicente, P. (2004). Creencias y teorías implícitas. En F. Salvador". Diccionario Enciclopédico de Didáctica. Volumen II. . Málaga: Ediciones Aljibe.
- Deal, T., & Kennedy, A. (1982). Corporate cultures: the rites and rituals of corporate life. Reading: Addison-Wesley.
- Delgado, J., De la Fuente, J., & Blanco, V. (2008). Las emociones y la dirección. ¿Condicionan los afectos de los directivos sus decisiones estrategicas? (R. G. S.A., Ed.). Universia Business Review, Vol. 17, 26-39.
- Drucker, P. (1978). La decision efectiva. México: Publicaciones Ejecutivas.
- Elster, J. (1988). Uvas amargas. Sobre la subversión de la racionalidad. Barcelona: Peninsula.
- Elster, J. (2007). La explicación del comportamiento social: más tuercas y tornillos para las ciencias sociales. Barcelona: Gedisa.
- Elster, J. (2010). La explicación del comportamiento social. México: Gedisa, S.A.
- Estepa, P. (2016). Los procesos de cambio y las preocupaciones del profesorado. análisis de un caso. Obtenido de <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/2719>
- Hamel, G. (1996). Strategy as revolution. Harvard Business Review, 74(4), 69-82.
- Heidegger, M. (2006). Prolegómenos para una historia del concepto de tiempo. Madrid: Alianza.
- Marín, D. (2006). El sujeto humano en la administración. Una mirada crítica. Cuadernos de Administración, Vol. 32, 135-156.
- Mintzberg, H. (1994). La caída y el auge de la planificación estratégica. Harvard Business Review, 72(1), 107-114.
- Pfeffer, J., & Sutton, R. (2006). Evidence-based management. Harvard Business Review, 62-74.
- Pintos, J. (2014). Algunas precisiones sobre el concepto de imaginarios sociales. Revista Latina de Sociología nº 4, 1-11.

- Piñate, A. (30 de Noviembre de 2022). La creatividad y la innovación: un par dialectico para el éxito gerencial visto desde los imaginarios sociales. Caracas, Venezuela: Universidad Lationamericana y del Caribe (ULAC).
- Podestá, P. (2009). La cultura en las organizaciones. Un fenómeno central en el saber administrativo. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, vol. 14, núm. 26, 81-92.
- Quintero, W., Peñaranda, M., & Rodríguez, M. (2020). Naturaleza de las organizaciones y sus costos de transacción: Análisis de la teoría de agencia, teoría de la organización y teoría de la firma. *Espacios*, Vol. 41 (31), 90-101.
- Rivera, J. (2005). Cultura organizacional: nueva tendencia de la gerencia de recursos hacia la competitividad. Caracas: Panapo.
- Rodríguez, E. (2013). Estrategias gerenciales de cultura organizacional para la optimización de la gesitón en un órgano de control fiscal externo del sector público municipal en el estado Carabobo. Valencia: Universidad de Carabobo.
- Rokeach, M. (1968). Beliefs, attitudes, and values: A theory of organization and change. San Francisco: Jossey-Bass.
- Roncancio, G. (01 de octubre de 2023). ¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve? Obtenido de <https://gestion.pensem.com/que-es-la-planeacion-estrategi-ca-y-para-que-sirve>
- Ross, S. (1973). The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem. *Decision Making Under Uncertainty*, Vol. 63 N° 2, 134-139.
- Serrano, F. (2013). Cultura organizacional. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: <http://es.scribd.com/doc/105849102/La-Cultura-Organizacional>
- Simon, H. (1989). Administrative behavior. New York: The Free Press.
- Sola, M. (1999). El análisis de las creencias del profesorado como requisito de desarrollo profesional. *Desarrollo profesional del docente. Política, investigación y práctica*, 661-683.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1992). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Barcelona: Paidó.
- Teece, D. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, N° 43, 172-194.
- Ulloa, N. (2019). Cultura organizacional ¿un paradigma social? Organizational culture, a social paradigm? *Cultura organizacional, ¿um paradigma social?* Obtenido de <https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.201>
- Valenzuela, C. (2016). Importancia de la planeación estratégica en las empresas. Obtenido de Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15416/ValenzuelaArgo-tiCarlosErnesto2016.pdf.pdf?sequence=1>
- Velasquez, C. (2016). Creencias acerca de la gerencia e influencia en valores organizacionales: Influencias del código axiológico personal en los valores organizacionales de una empresa educativa. Madrid: Académica Española.
- Verón, E. (1993). La Semiósis Social. Fragmentos de una Teoría de la Discursividad. Barcelona: Gedisa.
- Wiedman, D., & Martinez, I. (2017). Organizational culture theme theory and analysis of strategic planning for a new medical school. *Human Organization*. Vol. 76(3), 264-274.