

CULTURA ORGANIZATIVA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MEDIANAS EMPRESA DE LA CIUDAD DE HUARAZ, PERÚ. BUSINESS CULTURE AND GROWTH OF MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE CITY OF HUARAZ, PERU.

 Hober Livio Huaranga Toledo¹

 José Rosario Ruiz Vera²

 Carolina Silvia Vergara Ramirez³

 José Luis Rodríguez Herrera⁴



Fecha de recepción: 15/01/2023

Fecha de aprobación: 02/06/2023

DOI: <https://doi.org/10.26495/re.v7i1.2426>

Resumen

Comprender el valor de una cultura organizativa sólida como motor de la expansión de las empresas ha dado lugar a un aumento de los esfuerzos por identificar el comportamiento organizativo. Entre ellos se encuentra el hecho de que, dependiendo de los valores y comportamientos que promueva, la cultura de una organización puede apoyar o reprimir la innovación. Además, muchos investigadores de los ámbitos de la empresa y la gestión han publicado recientemente estudios teóricos y empíricos sobre el tema de la cultura organizativa y su repercusión en el crecimiento y la eficacia de las organizaciones. Sin embargo, son escasas las investigaciones sobre cómo afecta la cultura organizativa al crecimiento empresarial. Además, casi no existen investigaciones teóricas o empíricas que examinen estos dos conceptos en el contexto de las medianas empresas. Este artículo utiliza una muestra de 285 medianas empresas de la región de Ancash para investigar el impacto de la cultura organizativa local en el crecimiento general de la empresa. Entre los cuatro tipos de cultura organizativa estudiados, todos demostraron tener efecto sobre el nivel de crecimiento empresarial de las medianas empresas.

Palabras clave: Rendimiento empresarial, cultura empresarial, medianas empresas.

Abstract

Understanding the value of a strong organisational culture as a driver of business expansion has led to increased efforts to identify organisational behaviour. Among them is the fact that, depending on the values and behaviours it promotes, an organisation's culture can either support or stifle innovation. In addition, many researchers in the fields of business and management have recently published theoretical and empirical studies on the topic of organisational culture and its impact on organisational growth and effectiveness. However, research on how organisational culture affects business growth is scarce. Moreover, there is almost no theoretical or empirical research that examines these two concepts in the context of medium-sized firms. This article uses a sample of 285 medium-sized firms in the Ancash region to investigate the impact of local organisational culture on overall firm growth. Among the four types of

¹ Dr. en Gestión pública y gobernabilidad, Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. hhuarangat@unmsm.edu.pe; <https://orcid.org/0000-0001-7904-2577>

² Dr. en Contabilidad y Finanzas, Docente de la Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo, Huaraz, Perú. jruizv@unasam.edu.pe; <https://orcid.org/0000-0002-4843-5893>

³ Msc. en Auditoría Contable y Financiera, Docente de la Universidad Cesar Vallejo, Huaraz, Perú. cvergarara@ucvvirtual.edu.pe; <https://orcid.org/0000-0002-8277-2105>

⁴ Economista, Docente de la Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo, Huaraz, Perú. jrodriguez@unasam.edu.pe; <https://orcid.org/0000-0003-1520-0892>

organisational culture studied, all were found to have an effect on the level of business growth of medium-sized firms.

Keyword: *Business performance, business culture, medium-sized enterprises.*

1. Introducción

Muchos investigadores de la empresa y la gestión han dedicado la mayor parte de las dos últimas décadas a demostrar cómo la cultura empresarial afecta a la productividad (Ortega-Verdugo, 2020). Se necesita más investigación para respaldar la teoría de que existe una correlación entre la cultura corporativa y el crecimiento empresarial. Muchos artículos en la literatura afirman que la cultura corporativa mejora notablemente el crecimiento empresarial (CE). Sin embargo, sólo un pequeño número de trabajos ha intentado demostrar que diversas formas de cultura empresarial están vinculadas a la CE de forma directa e indirecta (Pérez, 2019).

Esto se debe a que la relación entre la cultura corporativa y el rendimiento de la empresa ha resultado ser inconsistente en los distintos estudios (Melgarejo & Simon-Elorz, 2019), mientras que otros estudios han encontrado una relación positiva entre ambos (Koontz et al., 2020; Rajagopal et al., 2022). Pero entonces, ¿cómo se puede siquiera empezar a identificar la cultura de una empresa? Existen tantas definiciones de cultura corporativa en la literatura actual; sin embargo, una de las más citadas la define como "la constelación general de creencias, costumbres, valores, normas de comportamiento y formas que caracterizan a las empresas y las hacen únicas y diferentes entre sí" (Cordero-Olivares, 2020).

Los investigadores, estudiosos y profesionales del ámbito de la ciencia empresarial y de la gestión se interesan desde hace tiempo por la influencia que se manifiesta en las discrepancias entre dos aspectos sistémicos dentro de las organizaciones (Coso-Paucarchuco & Quiroz, 2021), y Uno de los aspectos más significativos que afectan a la dinámica de las empresas es su cultura corporativa.

Las empresas iguales o estrechamente asociadas tienden a compartir una cultura común que está conformada en gran parte por sistemas de trabajo y valores compartidos y también incorpora elementos cruciales propios de cada organización, como la cultura que fomentan (David, 2017). Especialmente en la cultura empresarial de las medianas empresas (Hinojosa-Gómez et al., 2020), no resulta práctico pasar por alto la conexión del líder y los colaboradores de la empresa como parte de un estudio de la cultura empresarial (Casares, 2022).

Por ello, como señalan Cuevas-Vargas et al. (2020), la mejor técnica para evaluar el rendimiento de las empresas está siendo continuamente investigada a través de la creación de teorías centradas en la cultura empresarial, dando lugar a una gran variedad de modelos e ideas que han sido publicados en la literatura. Así, actualmente están en juego muchas teorías sobre los efectos de una cultura organizativa en el crecimiento de una empresa, pero hay pocos estudios que

establezcan conexiones entre ambas (Koontz et al., 2020), y aún menos que examinen el impacto de una cultura empresarial en el crecimiento de las pequeñas empresas. Aunque académicos e investigadores han estudiado y analizado la cultura empresarial desde diversos ángulos, la mayoría de los estudios empíricos se han centrado en mostrar la correlación de la cultura de una empresa y variables como la desempeño, la estructura organizativa, el liderazgo y la eficacia (Pardo-Quezada & Malla-Alvarado, 2022).

Revisión de la literatura

Según Demuner-Flores et al. (2022), el rendimiento de una empresa está estrechamente relacionado con el impulso de la cultura organizativa que tienen las empresas, por lo que es lógico que la cultura de una empresa desempeñe un papel importante en la configuración de los valores y las acciones de sus colaboradores. Además, Pallathadka et al. (2021) descubrieron que el rendimiento de una empresa depende en gran medida de la armonía entre los objetivos estratégicos, el diseño organizativo y el ethos de la empresa. Según Chiavenato & González, (2017), la cultura corporativa puede mejorar en gran medida el rendimiento empresarial debido a su papel como mecanismo integrador que dirige el comportamiento organizativo.

Existe una falta de coherencia entre la cultura corporativa y el rendimiento empresarial, según las investigaciones que han presentado datos tanto teóricos como empíricos, especialmente en el caso de las medianas empresas (Shaikh et al., 2022). Esto es especialmente cierto en el caso de las microempresas, que suelen caracterizarse por la falta de estructuras y procesos formalizados (Demuner-Flores et al., 2022). Así, entre otras investigaciones, las de Thommandru et al., (2021) han demostrado una importante asociación de la cultura corporativa con el desarrollo empresarial.

Sin embargo, otros investigadores han demostrado lo contrario, con una correlación negativa de la cultura corporativa con el crecimiento de la empresa (por ejemplo, Pelekais & Carvajalino, 2020), argumentando que no todas las empresas pueden beneficiarse de un fuerte énfasis en la cultura, y que no todas las organizaciones tienen el tipo de desarrollo cultural que puede tener un impacto positivo y significativo en los resultados empresariales. Findyartini et al., (2022) observaron que el desarrollo de la cultura organizativa tenía un impacto insignificante en CE, lo que apoya esta opinión. Evidenciado por el estudio posterior de Ferrer et al., (2019) que constató que la cultura de una empresa sólo es un predictor útil si, y sólo si, se alinea con los factores que

conducen a su expansión, está claro que estos hallazgos han avivado significativamente el fuego del debate sobre el impacto de la cultura corporativa en los resultados de las empresas.

Últimamente, los defensores del vínculo entre la cultura corporativa y el rendimiento empresarial han ofrecido pruebas teóricas y empíricas que demuestran el considerable efecto y la gran fuerza de esta relación (Cuevas-Vargas et al., (2020)). Los hallazgos de Yating et al. (2022) apoyan la idea de que la cultura corporativa tiene un impacto beneficioso en los niveles de productividad dentro de una organización. Misigo et al. (2019) llegaron a una conclusión similar, argumentando que es más probable que una cultura empresarial proactiva y alineada tenga un impacto positivo y sustancial en el CE. Los empleados y trabajadores se implicarán más en el crecimiento de la empresa si sus valores se alinean con los de la dirección de la empresa (Chiavenato & González, 2017; Rajagopal et al., 2022).

Cheng et al. (2021) utilizaron una muestra de 34 empresas de 25 sectores distintos y dos indicadores trabajo en equipo y control de las decisiones para hallar una fuerte correlación entre estos factores y los resultados financieros de las empresas. Los autores del estudio también descubrieron resultados adicionales y mejorados para las empresas, y se demostró que la cultura corporativa es un factor que predice el buen desempeño organizacional a mediano plazo cuando se mide con respecto a las métricas financieras tradicionales, como el rendimiento de la inversión, el rendimiento del capital y el rendimiento de las ventas.

Además, Demuner-Flores et al., (2022) propusieron un modelo que investigaba el efecto de la cultura corporativa en el rendimiento organizacional; sus módulos afectaban plenamente la cultura corporativa con la implicación, la adaptabilidad, la coherencia y la misión de la organización; la misión y la implicación eran los dos componentes más vinculados al rendimiento y la rentabilidad. Además, Shaikh et al. (2022) Demostraron que el CE está muy relacionada con la cultura corporativa, sobre todo cuando la empresa tiene un enfoque humanista marcado por la colaboración entre diversos elementos de la empresa, incluido el trabajo en equipo, la mejora de los colaboradores y la capacitación.

La implicación de los empleados es muy eficaz para motivar a los colaboradores y existe una estrecha relación entre los esfuerzos realizados por los empleados y los resultados obtenidos por la empresa, como constataron Yating et al., (2022) según los resultados de su investigación sobre la relación entre la cultura de empresa y una serie de resultados (incluido el éxito

financiero). Para lograr un mayor nivel de CE, Thommandru et al., (2021) argumentaron que no sólo habría que alinear las estrategias empresariales y la cultura organizativa, sino que ambos elementos tendrían que ser compatibles con el entorno empresarial, ya que cuando éste cambia drásticamente, la cultura empresarial debe adaptarse para lograr un mayor rendimiento. Pallathadka et al. (2021) examinaron la conexión entre los cuatro tipos de CE (innovación en calidad de productos y procesos, innovación de productos y procesos, y calidad general de productos). Los datos de 194 empresas australianas con un compromiso demostrado con la gestión de la información y el conocimiento relativas a cuestiones de innovación y calidad revelaron un vínculo positivo y estadísticamente significativo entre la cultura de la empresa y el rendimiento, el mayor factor de predicción de los cuatro aspectos mencionados y de la calidad del producto es la cultura que se ha fomentado.

La cultura organizativa es otro aspecto fundamental que debe evaluarse (Solarte et al., 2020) porque suele dar lugar a un resultado sobre el rendimiento de la empresa, que puede no ser del todo fiable si no se comprende plenamente su situación interna o su nivel de influencia. Por ello, es crucial que todos los empleados comprendan y hagan suyos los principios fundamentales de la organización y trabajen juntos como una unidad para mejorar la conciencia medioambiental de la empresa, porque el método de interacción entre empleados y directivos tiene un impacto indeleble en la cultura de la empresa (Cheng et al., (2021).

Por último, pero no por ello menos importante, el valor potencial de la cultura de una organización se refleja en las características de las propias empresas, en particular las que tienen una cultura en crecimiento (Koontz et al., 2020). Las medianas empresas, en particular, deben hacer balance de los peligros que plantean las fuerzas de la competencia (Rodríguez et al., 2023) y la volatilidad del mercado (Casares, 2022). En definitiva, la cultura organizativa siempre se ha considerado la piedra angular de toda empresa (Findyartini et al., 2022), por lo que tiene un elevado impacto positivo y sustancial en la consecución de los objetivos y, lo que es más importante, en el logro de los PB (Solarte et al., 2020).

2. Metodología

El objetivo principal de este estudio cualitativo fue analizar y discutir el instrumento de recolección de datos que se utilizaría en estudios cuantitativos posteriores, y recopilar información cualitativa que permitiera conocer más a fondo la cultura empresarial y el

desempeño de las medianas empresas de la región Ancash. Se utilizó como referencia a 4,661 empresas en la elaboración de este trabajo. En el estudio participaron un total de 828 empresas, sin embargo, sólo se incluyeron en la muestra aquellas que tenían entre 5 y 50 empleados. Entre septiembre y diciembre de 2022, se envió una encuesta en línea a una muestra de 350 directivos de medianas empresas. Por último, se recibieron 285 encuestas cumplimentadas; sin embargo, 6 se consideraron no válidas porque no cumplían los requisitos establecidos por la encuesta.

3. Resultados

Esta investigación empírica también tuvo en cuenta las sugerencias de Hair et al., (2021) para optimizar la precisión estadística suponiendo que las variables de la escala de rendimiento se distribuyen normalmente y empleó estadísticos robustos para ofrecer una prueba más convincente del ajuste estadístico de la escala de rendimiento (Sarstedt & Cheah, 2019). El modelo de rendimiento se ajusta bien y es válido porque todos los ítems factoriales relacionadas son estadísticamente significativas ($p < 0,01$), la medición de las cargas factoriales estandarizadas es superior a 0,60 (Richter et al., 2020), y el Varianza Media Extraída (AVE) de cada par de constructos es superior a 0,5 (Afthanorhan et al., 2021).

Se emplearon dos pruebas, una de intervalos de confianza y otra de varianza extraída, para evaluar la validez discriminante del modelo de rendimiento. En cuanto a la primera prueba, ningún elemento del factor latente en la matriz de correlaciones tiene el valor de 1,0 con un intervalo de confianza del 95% (Supo & Zacarias, 2020). Cada par de constructos tiene un AVE que es mayor que su AVE individual en la segunda prueba (Hair et al., 2021). Por lo tanto, utilizando estos estándares, podemos decir que las diversas medidas utilizadas en esta investigación empírica tienen pruebas adecuadas de fiabilidad, validez discriminante y validez convergente como se puede observar en la figura 1.

Además, la cultura de la empresa se evaluó utilizando el modelo desarrollado por Misigo et al. (2019), que distingue entre cuatro culturas organizativas distintas. La variable desempeño empresarial se midió usando la escala tipo Likert de 5 puntos, según el modelo propuesto por Findyartini et al., (2022). El modelo consta de 12 ítems de 4 indicadores: Modelos de Relaciones Humanas, Toma Racional de Decisiones, Sistemas Abiertos y Procedimientos Internos. En el mismo sentido, se ejecutó un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) utilizando la técnica de

máxima verosimilitud en SPSS v26 para evaluar la validez y fiabilidad de la escala de rendimiento (Supo & Zacarias, 2020). El alfa de Cronbach y el Índice Compuesto de Fiabilidad (CFI) propuesto por Sarstedt & Cheah, (2019) se utilizaron para evaluar la fiabilidad, con resultados que indican un buen ajuste de los datos ($S-BX2 = 171,834$; $df = 52$; $p = 0,000$; $NFI = 0,969$; $NNFI = 0,949$; $CFI = 0,975$; y $RMSEA = 0,053$). Esto se ve corroborado por el hecho de que tanto el (Richter et al., 2020).

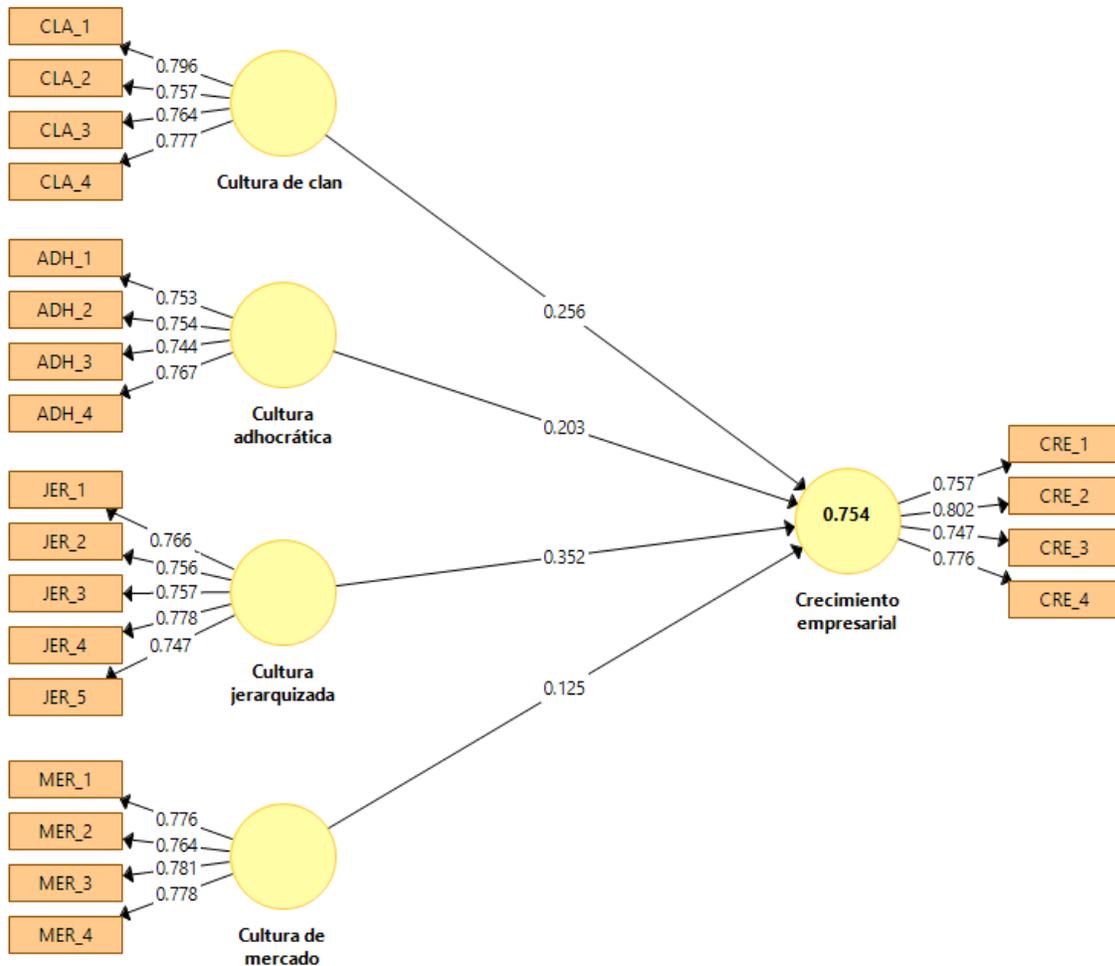


Figura 1. Modelo de investigación

Mediante el modelo de ecuaciones estructuradas (SEM) en SmartPLS 3.3.3 (Sarstedt & Cheah, 2019) para comprobar los supuestos del estudio. Mediante la prueba de Chi-cuadrado, comparamos los resultados del modelo teórico con los del modelo de medición y descubrimos que no había diferencias estadísticamente significativas, lo que significa que podíamos utilizar

el modelo de medición para explicar las relaciones entre los constructos latentes del modelo teórico (Hair et al., 2021). La Tabla 1 ofrece una representación visual de los datos SEM.

Tabla 1. Comprobación de las hipótesis.

Hipótesis	Coefficiente de ruta (β)	D. E.	(Boots trapping)	p-valor
Hip1 Cultura de clan => CE	0,256	0,061	3,326	0,001
Hip2 Cultura adhocrática => CE	0,203	0,051	4,183	0,000
Hip3 Cultura jerarquizada => CE	0,352	0,045	3,013	0,003
Hip4 Cultura de mercado => CE	0,125	0,053	6,696	0,000

A partir de los datos presentados en la Tabla 1, podemos concluir que la cultura de clan tiene un impacto positivo y sustancial en las cuatro categorías de CE (H1: $\beta = 0,256$, 3,326, 0,001 $p < 0,01$). Los resultados de las pruebas de la hipótesis alternativa H2 ($\beta = 0,203$, 4,831, 0,000 y $p < 0,001$) muestran que la cultura adhocrática también tiene un impacto positivo y sustancial en las cuatro dimensiones del crecimiento empresarial mencionadas. Los resultados de H3, sin embargo, demuestran que la cultura Jerárquica sí tiene un efecto positivo y sustancial en las cuatro medidas del crecimiento empresarial ($\beta = 0,352$, 3,013, 0,003 $p < 0,01$). Por último, los resultados de H4 indican que la cultura de mercado influye positivamente en el crecimiento empresarial ($\beta = 0,125$, 6,696, 0,000 $p < 0,001$).

Las culturas de clan, adhocrática y de mercado son las más notables de las cuatro formas de cultura empresarial que posee toda empresa, que son particularmente prevalentes en las medianas empresas de la Región Ancash y tienen un impacto positivo y significativo en CE. Sin embargo, la cultura Jerárquica también está presente en las medianas empresas de la Región Ancash, aunque con menor impacto en el desempeño de CE. Esto nos permite determinar que las actividades empresariales afectan significativamente el desempeño de la empresa cuando los directivos de las empresas instituyen una estructura organizativa estricta, sin margen para que los empleados o trabajadores desafíen o cuestionen la autoridad de sus superiores.

4. Discusión

A partir de los resultados de esta investigación empírica, pueden extraerse dos conclusiones principales. Para empezar, la presencia de las culturas de Clan, Adhocrática y de Mercado en las medianas empresas inspira una serie de acciones emprendedoras por parte de su personal, todas las cuales impulsan la productividad global de las empresas. Así, los valores y acciones

de los colaboradores y gerentes de la empresa están determinados por la cultura establecida en las medianas empresas de la Región Ancash (De clan, Adocrática, jerarquizada y de Mercado), la cual es hoy más que una estrategia empresarial (Misigo et al., 2019).

En segundo lugar, los directivos de las medianas empresas que tienen una cultura jerárquica tienden a establecer normas muy rígidas para el comportamiento de los empleados y trabajadores y a establecer un sistema de mando y control en el lugar de trabajo, que ahoga la innovación y la productividad y, en última instancia, es contraproducente para los resultados de la empresa (Findyartini et al., 2022). Sin embargo, estas conclusiones también tienen varias ramificaciones para las empresas PYME y sus directivos. Por lo tanto, para las empresas, será crucial adoptar y ejecutar un estilo de cultura organizativa de clan, adocrático o de mercado, ya que se ha demostrado que cada uno de estos tres modelos impulsa significativamente el rendimiento de la empresa (Rodríguez et al., 2023). Es por ello, la cultura de una empresa es crucial si quiere encontrar formas de aumentar su rendimiento, y las medianas empresas de la Región Ancash de Perú no son diferentes de cualquier otra empresa de Perú o del mundo en este sentido.

Por lo tanto, corresponde a los directivos de las medianas empresas establecer el tipo de cultura organizativa que se debe adoptar y aplicar en su empresa, ya que gran parte del crecimiento de la organización dependerá únicamente de este factor. Del mismo modo, los directivos deberán inculcar una serie de valores fundamentales a sus trabajadores, fomentando activamente la participación del personal tanto en la consecución de estas normas como en la formulación de sus propias definiciones, ya que la cultura establecida en la mediana empresa sólo podrá ser ampliamente aceptada si cuenta con la adhesión generalizada de todos los niveles de la mediana empresa (Pardo-Quezada & Malla-Alvarado, 2022).

Por último, los directivos que hayan decidido implantar una cultura empresarial jerárquica en sus organizaciones deberían pensar en modificar esta cultura si desean elevar drásticamente los niveles de CE de sus empresas. Ya que, contrariamente, diversos obstáculos o retos impedirán a las medianas empresas mejorar su performance, y podría convertirse en graves dificultades para su permanencia en el mercado. Una de las formas en que las medianas empresas pueden seguir siendo competitivas es adoptando y aplicando una determinada cultura empresarial. Sin

embargo, es importante que los directivos se den cuenta de que sólo tres de las cuatro culturas organizativas tratado por Ferrer et al., (2019) tienen un impacto significativo en el CE.

5. Conclusiones

A partir de los hallazgos podemos concluir que la cultura de clan tiene un impacto positivo y sustancial en las cuatro categorías del crecimiento empresarial. Los resultados de las pruebas de la hipótesis alternativa muestran que la cultura adhocrática también tiene un impacto positivo y sustancial en las cuatro dimensiones del crecimiento empresarial mencionadas. Los resultados de H3, sin embargo, demuestran que la cultura Jerárquica sí tiene un efecto poco significativo en las cuatro medidas del crecimiento empresarial. Por último, los resultados de H4 indican que la cultura de mercado influye positivamente en el crecimiento empresarial.

Las culturas de clan, adhocrática y de mercado son las más notables de las cuatro formas de cultura empresarial que posee toda empresa, que son particularmente prevalentes en las medianas empresas de la Región Ancash y tienen un impacto positivo y significativo en CE. Sin embargo, la cultura Jerárquica también está presente en las medianas empresas de la Región Ancash, aunque con menor impacto en el desempeño de crecimiento empresarial.

Referencias

- Afthanorhan, A., Ghazali, P. L., & Rashid, N. (2021). Discriminant validity: a comparison of CBSEM and consistent PLS using Fornell & Larcker and HTMT approaches. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1874, No. 1, p. 012085). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1874/1/012085>
- Barrios, D., Restrepo-Escobar, F. J., & Cerón-Muñoz, M. (2020). Desempeño empresarial en la industria lechera. *Suma de Negocios*, 11(25), 180-185. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2020.v11.n25.a9>
- Casares, C. A. (2022). Hacia una cultura empresarial que incorpore la salud mental. *Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*, (379), 25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8589212>
- Cordero-Olivares, R. A. (2020). Impacto del microcrédito en las condiciones de vida (ingreso y cultura empresarial) de mujeres tabasqueñas. Caso compartamos banco. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 26(75), 127-138. <https://doi.org/10.19136/hitos.a26n75.3978>
- Coso-Paucarchuco, K. M., & Quiroz, M. A. (2021). Implementación de la cultura empresarial para el mejoramiento del desempeño laboral. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(11), 25-35. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id90>

- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Estrada, S. (2020). Incidencia de la innovación en marketing en el rendimiento empresarial: una aplicación basada en modelamiento con ecuaciones estructurales. *Estudios Gerenciales*, 36(154), 66-79. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3475>
- Cheng, J., Dai, Y., Lin, S., & Ye, H. (2021). Clan culture and family ownership concentration: Evidence from China. *China Economic Review*, 70, 101692. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2021.101692>
- Chiavenato, I., & González, E. A. (2017). *Comportamiento organizacional: la dinámica del crecimiento en las organizaciones*. México DF: McGraw-Hill.
- David, F. (2017). *Conceptos de Administración Estratégica*. México, D. F.: Pearson.
- Demuner-Flores, M. D. R., Saavedra-García, M. L., & Cortes Castillo, M. D. R. (2022). Rendimiento Empresarial, Resiliencia e Innovación en PYMES. *Investigación administrativa*, 51(130). <https://doi.org/10.35426/iav51n130.01>
- Ferrer, J. R., Abella-Garcés, S., & Maza, M. T. (2019). Spanish wine cooperatives' business performance: innovation capabilities and Miles and Snow strategies. *Journal of Wine Economics*, 14(4), 409-416. <https://doi.org/10.1017/jwe.2019.36>
- Findyartini, A., Greviana, N., Felaza, E., Faruqi, M., Zahratul Afifah, T., & Auliya Firdausy, M. (2022). Professional identity formation of medical students: A mixed-methods study in a hierarchical and collectivist culture. *BMC Medical Education*, 22(1), 443. <https://doi.org/10.1186/s12909-022-03393-9>
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159-1197. <https://doi.org/10.1111/joms.12639>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hinojosa-Gómez, C. A., Limón-Villegas, E. S., & Navarrete-Cova, C. (2020). Cultura empresarial en las pymes del municipio de Tamazula de Gordiano, Jalisco (México). *Ánfora*, 27(49), 143-172. <https://doi.org/10.30854/anf.v27.n49.2020.743>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. V. (2020). *Essentials of Management-An International, Innovation and Leadership Perspective*. (Eleventh edition). India: McGraw-Hill Education.
- Melgarejo, Z., & Simon-Elorz, K. (2019). Desempeño empresarial y ciclo económico en la industria de alimentos y bebidas colombiana: una aproximación no paramétrica. *Estudios Gerenciales*, 35(151), 190-202. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.151.3162>

- Misigo, G. K., Were, S., & Odhiambo, R. (2019). Influence of adhocracy culture on performance of public water companies in Kenya. *International Academic Journal of Human Resource and Business Administration*, 3(5), 84-103. <https://www.iajournals.org/index.php/8-articles/529-iajhrba-v3-i5-84-103>
- Pallathadka, H., Ramirez-Asis, E. H., Loli-Poma, T. P., Kaliyaperumal, K., Ventayen, R. J. M., & Naved, M. (2021). Applications of artificial intelligence in business management, e-commerce and finance. *Materials Today: Proceedings*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.06.419>
- Ortega-Verdugo, F. J. (2020). *Resultado, rentabilidad y caja*. ESIC Editorial.
- Pardo-Quezada, S. L., & Malla-Alvarado, F. Y. (2022). La cultura empresarial y su relación con la dirección de las orquestas sinfónicas del Ecuador en el periodo 2018- 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 482-524. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2601
- Pelekais, E. A., & Carvajalino, D. V. (2020). Rendimiento empresarial sostenible para las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo*, 2(7), 104-118. <https://revistas.usb.edu.co/index.php/Cooperacion/article/view/4955>
- Pérez, J. B. (2019). *Cultural empresarial*. Editorial Elearning, SL.
- Pinargote-Cedeño, K. Y., & Avilés-Sotomayor, V. M. (2020). Cultura empresarial y estrategias financieras en el sector agropecuario del Ecuador. *Domino de las Ciencias*, 6(3), 619-640. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1303>
- Rajagopal, N. K., Qureshi, N. I., Durga, S., Ramirez Asis, E. H., Huerta Soto, R. M., Gupta, S. K., & Deepak, S. (2022). Future of business culture: an artificial intelligence-driven digital framework for organization decision-making process. *Complexity*, 2022. 7796507, 1-14. <https://doi.org/10.1155/2022/7796507>
- Richter, N. F., Schubring, S., Hauff, S., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). When predictors of outcomes are necessary: Guidelines for the combined use of PLS-SEM and NCA. *Industrial Management & Data Systems*. 120(12), 2243-2267. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2019-0638>
- Rodríguez, J. C., Pumarejo, J. R., & Hernández, V. V. (2023). Innovación y Desempeño Empresarial: Estudio Bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(102), 888-908. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.27>
- Sarstedt, M., & Cheah, J.H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *Journal of Marketing Analytics*, 7(3), 162-202. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Shaikh, A. A., Lakshmi, K. S., Tongkachok, K., Alanya-Beltran, J., Ramirez-Asis, E., & Perez-Falcon, J. (2022). Empirical analysis in analysing the major factors of machine learning

in enhancing the e-business through structural equation modelling (SEM) approach. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 13(Suppl 1), 681-689. <https://doi.org/10.1007/s13198-021-01590-1>

Solarte, C. M., Solarte, M. L., & Barahona, J. F. (2020). Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto (Colombia). *Contaduría y administración*, 65(1). 1-25. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1725>

Supo, J. & Zacarias, H. (2020). *Metodología de la Investigación Científica: Para las Ciencias de la Salud y las Ciencias Sociales*. Peru: Sincie.

Thommandru, A., Espinoza-Maguiña, M., Ramirez-Asis, E., Ray, S., Naved, M., & Guzman-Avalos, M. (2021). Role of tourism and hospitality business in economic development. *Materials Today: Proceedings*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.059>

Yating, Y., Mughal, N., Wen, J., Ngan, T. T., Ramirez-Asis, E., & Maneengam, A. (2022). Economic performance and natural resources commodity prices volatility: Evidence from global data. *Resources Policy*, 78, 102879. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.102879>

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflicto de interés.