

**LA CULTURA ORGANIZACIONAL COMO EJE ARTICULADOR PARA LA  
COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN FAMILIAR PRODUCTIVA**

LA COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN FAMILIAR PRODUCTIVA

AUTORES: Nadya Judafeet Jalil Vélez<sup>1</sup>Yamila Roque Doval<sup>2</sup>María Verónica Arroyo Cobeña<sup>3</sup>DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: [njalil@utm.edu.ec](mailto:njalil@utm.edu.ec)

Fecha de recepción: 12 - 11 - 2018

Fecha de aceptación: 24 - 01 - 2019

**RESUMEN**

Hoy es innegable el papel que posee la cultura dentro de cualquier tipo de organización, es muy útil para garantizar un desempeño pertinente de todas las funciones, porque es la madre nutricia de los valores individuales y colectivos, condiciona comportamientos, actitudes porque es el sustento de las normas internas de las organizaciones y de sus relaciones con los entornos donde están situadas. Además se reflejan en las formas en que en cada organización se realizan las cosas y están reflejadas en todos los procesos. La cultura organizacional articula a la organización hacia adentro y hacia afuera, revelándola como un escenario único. En las organizaciones familiares productivas ocurre lo mismo, porque ellas son un tipo específico de organización. La base de la cultura organizacional es la cultura genera como expresión de las condiciones de cada lugar, asumiendo la cultura en su sentido más holístico.

**PALABRAS CLAVE:** Cultura organizacional; organización familiar productiva; cultura; valores; cultura popular artesanal.

**THE ORGANIZATIONAL CULTURE AS JOINT AXIS FOR THE  
UNDERSTANDING OF THE FAMILY PRODUCTIVE ORGANIZATION****ABSTRACT**

Today is undeniable the rol that possesses the culture inside any organization type, is very useful to guarantee a pertinent acting of all the functions, because he/she is the mother nutricia of the individual and collective values, it conditions behaviors, attitudes because it is the sustenance of the internal norms of the organizations and of its relationships with the environments where they are located. They are also reflected in the forms in that you/they are

---

<sup>1</sup> PhD. Docente Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador.

<sup>2</sup> PhD. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. Cuba. E-mail: [yamilar@uclv.edu.cu](mailto:yamilar@uclv.edu.cu)

<sup>3</sup> Mg. Docente Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador.  
Email: [marroyo@utm.edu.ec](mailto:marroyo@utm.edu.ec)

carried out the things in each organization and they are reflected in all the processes. The organizational culture articulates to the organization toward inside and toward out, revealing it as an only scenery. In the family productive organizations, it happens the same thing, because they are a specific type of organization. The base of the organizational culture is the culture it generates as expression of the conditions of each place, assuming the culture in its more holistic sense.

**KEYWORDS:** Organizational culture; family productive organization; culture; values; popular handmade culture.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo es un proceso de avance continuado, no siempre lineal, de carácter cualitativo y cuantitativo, que es mucho más completo cuando las personas, devenidas en sus principales actores se convierten en sujetos conscientes de su papel por lo que ha ido ganando adeptos en los espacios académicos que

"El énfasis que se ha asignado al capital humano – en particular al desarrollo de la destreza y la capacidad productiva de toda la población – ha contribuido a suavizar y humanizar la concepción del desarrollo. A pesar de ello, cabe preguntar si el hecho de reconocer la importancia del capital humano ayudará a comprender la relevancia de los seres humanos en el proceso de desarrollo" (Sen, 2003, p.12).

Es dentro de eso que llaman capital humano donde comienza a gestarse esa relación que hoy adquiere mucho significado para economistas, sociólogos, psicólogos y otros profesionales, que se denomina como cultura organizacional que adquiere sus mayores potencialidades cuando es fundamentada sobre una cultura emprendedora que requiere de nuevas prácticas y destrezas, basada en el compromiso, más que en el control, en la coordinación y la captación de las nuevas oportunidades. (Lepri, 2018).

Como tipo específico de actividad cultural, la cultura organizacional hay que analizarla teniendo en cuenta en primer lugar qué es cultura. Para Talcott Parsons (1902–1979), en el concepto de cultura se destacan tres aspectos fundamentales: se trasmite, se comparte y se aprende. El primero brinda la importancia de las tradiciones, el segundo indica que se comparte a través sistemas de símbolos, y con el tercero se descubre que no forma parte de la constitución genética del individuo, sino que lo adquiere socialmente. (Parsons, 1956). La cultura es también considerada como un entramado de tradiciones, que permite observar una serie de relaciones entre estas últimas, a las que se le llamará relaciones intraculturales. (Alcalá, 2000).

Villoro (1993), establece que una cultura satisface necesidades, cumple deseos y permite realizar fines. Para llevar a cabo esta tarea tiene que cumplir una triple función: a) expresar modos de ver el mundo, emociones y deseos, b) dar sentido a actitudes y comportamientos, de tal manera que integra a los

individuos en un todo colectivo, por último, c) permitir obtener los criterios adecuados para el logro de los fines y valores; es por esto que en alguna medida garantiza el éxito de las acciones.

Bronislaw Malinowski (1884-1942), conceptualiza la cultura como un todo funcional que está al servicio de las necesidades humanas. La necesidad viene precisada como el sistema de condiciones que se exteriorizan en el organismo humano, en el marco cultural y en la relación de ambos con el ambiente físico, que es suficiente y necesario para la supervivencia del grupo y del organismo. Cada necesidad se satisface con un tipo determinado de respuesta cultural (Malinowski, 2012). Dado que las necesidades son universales, también lo son las respuestas culturales para satisfacerlas, por más que aparentemente difieran entre sí.

En esta dirección también se sugiere que la cultura es la unión de maneras de actuar (formas de vida, costumbres, instituciones, sistemas, métodos, técnicas, etc.), de modos de pensar (filosofías, ideologías, religiones, creencias, valores, etc.) y de maneras de sentir (aspiraciones, remembranza colectiva, prototipos, etc.), que son asimiladas, compartidas y transmitidas por una colectividad que se reconoce a sí misma. En este sentido, las maneras de actuar son la parte visible de una cultura y las maneras de pensar y de sentir la parte oculta, no visible (Barba y Solís, 1997).

## DESARROLLO

La generalidad de las conceptualizaciones asume que la cultura es toda la producción material y espiritual de los seres humanos. Es una matriz generadora de comportamientos, actitudes, valores, códigos del lenguaje, hábitos y creencias. Es el sistema de significantes mediante el cual un orden o formación social se comunica y se reproduce. Son los valores y significados que emergen entre los grupos y clases sociales diferenciados sobre la base de sus condiciones y relaciones históricas dadas. Es un terreno de disputa política. De ahí que se hable de cultura hegemónica y cultura popular, la primera refiere a la que generan y reproducen las clases dominantes y la segunda como aquella subalterna y en resistencia a esa cultura dominante. (Romero Sarduy, 2013).

En torno a las ciencias sociales el concepto de cultura es comúnmente interpretado desde las necesidades y elaboraciones de disciplinas específicas, Raymond Williams (1921-1988) las clasifica como la acepción sociológica, la antropológica y la estética, también denominada humanista. Estas acepciones, giran en torno a aspectos como: la cultura representa el trabajo y la práctica de las actividades intelectuales y específicamente artística, como musical, literatura, pintura, etc. Se trata de un concepto de cultura que considera que esta se desarrolla en la medida que se realiza hacia las manifestaciones más altas del espíritu y la creatividad en las bellas artes (Williams, 1992).

Se establece que la cultura humana comprende todo el saber y el poder logrado por los hombres para dominar las fuerzas de la naturaleza y todas las organizaciones necesarias para fijar las relaciones entre ellos, lo que simboliza

que la cultura es también resultado de la influencia que ejerce la sociedad sobre la vida psíquica del sujeto y viceversa (Burke, 1978).

Las visiones positivistas y acriticas que no tienen en cuenta el carácter social e histórico de la cultura dan lugar al encubrimiento de fenómenos tales como: la enajenación que genera la cultura burguesa en la sociedad capitalista, el carácter activo del sujeto de la historia. Es común encontrar entre estos teóricos el punto de vista que sostiene que la cultura no tiene su base en la producción material, sino en elementos puramente espirituales como el espíritu, la voluntad o la actividad de personalidades y géneros. Estas ideas no resisten un análisis desde la dialéctica materialista, porque las expresiones culturales solo aparecen cuando han madurado las condiciones objetivas de la vida material de la sociedad y no aparece como un producto puro, sino, como la creación resultante del desarrollo histórico, estrechamente vinculada a la cultura del pasado. (Rojas, 2010).

Para la comprensión de la organización familiar productiva, que es donde se desarrolla la producción familiar artesanal la cultura es el fundamento de la producción material que satisface necesidades sociales, por lo que de hecho, refuta la concepción idealista de la cultura, también es producción espiritual porque está indisolublemente ligada a la satisfacción de necesidades espirituales que van desde lo estético y artístico hasta otros ámbitos de la vida social como lo religioso. Esto solo puede darse dentro de los límites de la organización productiva, que a la vez es expresión del dominio alcanzado por el hombre sobre la naturaleza.

En el concepto de cultura se ha querido sintetizar todos los adelantos: materiales, espirituales y sociales. El análisis lógico del concepto a partir de su extensión y contenido muestra su dimensionalidad e importancia para las ciencias sociales (Chibás, 2001). En el análisis no debe evitarse la comprensión de que la individualidad y pertenencia grupal marca su impronta sobre las manifestaciones específicas en que cada sujeto o grupo proyecta la cultura de que es portador. Este fundamento permite comprender desde el punto de vista de la psiquis humana, el descentramiento del objeto que tiene lugar cuando el individuo se inserta en otra cultura ajena para él (García Canclini, 2003).

En su relación con el mundo, el hombre produce bienes materiales, transformándolos a ambos. El proceso productivo no se restringe al ámbito de lo material, en él se elaboran conceptos y representaciones teóricas que son, en última instancia, reflejo de la realidad objetiva. De manera tal, que en el concepto cultura se incluye todo lo creado por el hombre a lo largo de la historia (Crowley, 2002). Por ello la concepción de cultura en el contexto de la organización familiar de la producción artesanal implica el proceso de producción material y espiritual, donde se transforma la realidad organizacional y la de los individuos involucrados.

Entonces la cultura no puede concebirse fuera de un contexto y una época histórica determinada, porque la cultura es:

“... un sistema dinámico de relaciones sociales y sus resultados, concretados mediante los contactos ocasionales o sistemáticos entre pueblos, grupos humanos e individuos distintos que, en la medida que se sistematizan y se asumen, se justifican en la praxis de los grupos implicados y por ello, en la medida que se conservan y se transmiten de generación en generación, se hacen culturales” (Martínez Casanova, 2009, p. 257).

Carlos Marx (1818-1883), identificó la existencia de esas dos culturas diferentes: la dominante y la dominada, y se refirió a ellas; no obstante, raras veces utilizaba el término cultura y no lo incluyó en su aparato conceptual. Aparece en los Anexos de la “Contribución a la crítica de la economía política”, al criticar a los historiadores que parten del salvajismo para reflexionar sobre el desarrollo de la humanidad (Marx, 1980). Las ideas sobre la cultura, desarrolladas por Marx fueron profundizadas y enriquecidas por Antonio Gramsci (1891-1937) en varios de sus escritos. Para él es:

“Una concepción del mundo no solo no elaborada y asistemática [...] sino también múltiple; no solo en el sentido de diverso y yuxtapuesto, sino también en el de estratificado, desde el más vasto al menos vasto, si no se debe hablar de conglomerado indigesto de fragmentos de todas las concepciones del mundo y de la vida que se han sucedido en la historia, de la mayor parte de las cuales, además, solo en el folklore se encuentran los documentos que han sobrevivido, mutilados y refugiados [...]. El folklore solo se puede comprender como un reflejo de las condiciones de la vida cultural del pueblo, aunque algunas concepciones propias del folklore prolonguen su existencia cuando las condiciones ya han sido modificadas o den lugar a combinaciones extrañas” (Gramsci, 1972, p. 330).

La tradición es una forma de la expresión de la cultura y desde la antigüedad se ha conceptualizado como garantía de verdad, en tanto transmisión de creencias y técnicas de una a otra generación y aunque el concepto tradición está vinculado con el pasado, también se proyecta hacia la contemporaneidad, de este modo no resulta ser un opuesto antagónico de la renovación; por el contrario, sucede que el primer síntoma manifiesto de un proceso innovador, consiste en ejercer la posibilidad de seleccionar los valores que deben prevalecer, teniendo siempre una posición crítica activa porque “...ciertos antivalores culturales pueden prevalecer como mecanismos de retraso y subdesarrollo”.(Correa, 2014, p. 89).

En tal sentido, el escritor cubano, Ambrosio Fornet afirmó que: “... en una sociedad, el pasado se asume como fuerza para proyectarse hacia el futuro, para volver al hombre hacia sus propias raíces y, al mismo tiempo, proyectarlo con un sentido nuevo hacia el conjunto de la humanidad”. (Fornet, 1968, p.180). Así se vislumbra la posibilidad de no negar las tradiciones de los pueblos, sino convivir con ellas o lo que es lo mismo, hacer que esta se construya desde los acervos más valiosos para actuar de manera creativa, sin

una visión nostálgica del pasado. Este punto de vista es valioso para interpretar con una visión actual el valor que tienen las artesanías para un país, región o localidad y sobre ello Marta Turok considera que:

“... la cultura popular artesanal es un tipo de actividad humana consciente que se expresa a través de un sistema de valores adquiridos por el hombre por medio de la memoria oral de los miembros de una comunidad cuyos rasgos identitarios se han enriquecido y transformado debido al proceso de intercambio de valores con otras comunidades. (Turok, 1996, p.57).

García Canclini (2003) considera que la cultura popular artesanal es el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundada en la tradición, expresada por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la cerámica, la arquitectura y otras artes.

Para la pensadora mexicana Marcela Rendón Cobián, la cultura popular artesanal es un proceso cognoscitivo de carácter empírico, caracterizado por la difusión y conservación de valores materiales y espirituales que han sido adquiridos por una comunidad a través de la memoria oral colectiva. Esa autora considera que la preservación de estos valores es de carácter relativo y contiene un sistema de constructos adquiridos por una comunidad de forma empírica y a través de un proceso histórico de intercambio intenso entre culturas de valores identitarios diferentes, los cuales han transformado y conservado (Rendón, 2003).

La autora de esta investigación suscribe que:

“... las manifestaciones de la cultura popular artesanal tradicional permiten que la personalidad logre adaptarse con mayor facilidad a las exigencias de la sociedad y reciba, casi sin esfuerzos, los patrones de conductas, los puntos de referencias valóricos y las fronteras trazadas entre lo prohibido y lo permitido, o sea, que la personalidad logre, de una manera menos dolorosa, introducirse en los órdenes sociales y encuentre medios para realizar esos órdenes sociales, de esa manera el hombre encuentra y conserva su puesto en la cotidianidad” (Naranjo, 2002, p.75).

Eso ocurre porque en la auténtica cultura popular artesanal, la tradición es herencia, historia vista en función de presente y de futuro, que puede facilitar la cultura de participación y cohesión social, que son importantes cualidades que develan el estado de lo comunitario. La comprensión de la organización familiar productiva se logra a partir del entendimiento de la identidad cultural porque:

“La tradición es el mecanismo conformador y transmisor de códigos culturales y por tanto de la cultura misma. Es la vía de fijación de aquellos que tienden a ser más consecuentes con la existencia y la coherencia social de los diversos grupos que se convierten en sus protagonistas” (Martínez Casanova, 2009, p. 263).

Los individuos se agrupan en comunidades; pero la idea de comunidad representa mucho más que un territorio donde radica la cotidianidad en la que se desarrolla la vida del vecindario inmediato.

“Como organización social, una comunidad es cultural. (...) es un sistema de sistemas, y que se compone más de cosas que se aprenden que de factores transmitidos por genes y cromosomas. Todos los elementos culturales de una comunidad, desde su tecnología a sus creencias compartidas, pueden transmitirse y guardarse por medio de símbolos” (Bartle, 2007, p.5).

Lo que permite que una sociedad humana pueda ser definida como comunidad, está en su identidad sociocultural, porque posee una cultura más o menos homogénea en cuanto a costumbres tradicionales y modernas, valores, normas de vida, lenguaje, simbolismos y cultura material desarrollados, a lo largo de una historia común, que posibilita la gestación de valores compartidos que devienen en rasgos de comunidad que se manifiestan a través de la cultura popular.

En torno a las limitaciones del concepto cultura popular, el antropólogo cubano Guanche (1979) señala y critica la existencia de insuficiencias conceptuales y terminológicas que lejos de ayudar y aclarar, confunden y enturbian el entendimiento acerca de este tema. El antropólogo cubano Manuel Martínez Casanova se suma a los señalamientos cuando critica las concepciones que asumen la cultura en términos abiertamente espiritualistas (Martínez Casanova, 2014).

En el desarrollo de estas ideas la autora se acoge al planteamiento de que “...la tradición no es inmutable sino dinámica.” (Martínez Casanova, 2009, p. 263), porque si se asume de manera mecanicista no se puede comprender el papel de la cultura, en cualquiera de sus expresiones, como mediación para el desarrollo y mucho menos el papel de la artesanía en la vida socioeconómica de una región.

La autora propone reconocer a la cultura popular artesanal tradicional como el conjunto de creaciones materiales y espirituales que emana de una comunidad cultural fundada en la tradición, expresada por un grupo, o por individuos, y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a expresión de su identidad cultural y social. Es un hecho social condicionado históricamente, que se transmite y difunde de generación en generación fundamentalmente por vía oral y por imitación. Esta conceptualización evitaría el abuso de tendencias académicas economicistas a la hora de buscar la comprensión de la organización familiar productiva como un tipo específico de

organización que tiene sus raíces y sus esencialidades bien ancladas a contextos específicos que le dan sustento y crean sus propios destinos de marca. Es significativa la idea de la comunidad cultural fundada en la tradición.

La definición de cultura ha ocupado en las últimas décadas un papel central en las investigaciones realizadas en las organizaciones y por lo general, se le asocia solo con aspectos positivos, ignorando sus limitaciones. Resulta útil reforzar la idea de que la cultura facilita la interpretación del comportamiento de los individuos en las organizaciones, pero no lo descifra totalmente. En esta misma orientación, tampoco es posible asumir un comportamiento absolutamente homogéneo de todos los integrantes de la organización, ni pensar que la cultura es un fenómeno estático (Rendón, 2003).

La cultura organizacional es un tipo de campo cultural, que se considera como una de las expresiones más significativas de identidad organizacional. (Brull, 2011). Constituye además la suma de todas las capacidades de los miembros de la organización, el tipo de vínculos o articulaciones que se gestan entre sí y la forma original, auténtica, en que se define hacia el exterior, porque

"...la ampliación de la capacidad del ser humano reviste una importancia a la vez directa e indirecta para la consecución del desarrollo. Indirectamente, tal ampliación permitiría estimular la productividad, elevar el crecimiento económico, ampliar las prioridades del desarrollo, y contribuiría a controlar razonablemente el cambio demográfico; directamente, afectaría el ámbito de las libertades humanas, el bienestar social y la calidad de vida tanto por sus valores intrínsecos como por su condición de elemento constitutivo de las mismas..." (Sen, 2004, p.13)

A la luz de esta idea de Amartya Sen resulta válida la reflexión de White (2008), acerca de que la construcción de una identidad organizacional depende críticamente de su capacidad para establecer y conservar los límites donde se gesta, vale decir, de marcar su distinción respecto a su entorno externo a partir de la fortaleza de su auto reconocimiento. En ese propio marco se desarrollan las identidades individuales y colectivas, que según Marsella (2018), son forjadas a través de un proceso del cambio, adaptación y ajuste.

Luhmann (2010) afirma que lo importante para el mantenimiento de los límites de las organizaciones no son la armonía ni la disonancia por sí mismas, sino la coordinación; entonces esta será un elemento esencial del concepto que se pretende exponer y para ello es muy importante también otra idea de ese autor donde refiere que la comunicación es un componente central de las organizaciones para evitar el llamado dilema de la identidad y evitar que los actores implicados pierdan la imagen clara de la organización (Opazo y Rodríguez, 2017). Estas ideas aportan elementos que permiten articular dentro del entramado organizacional las potencialidades socioculturales de la entidad con la percepción de lo comunitario expresado en actitudes hacia la cooperación.

Sobre cultura organizacional existen varias conceptualizaciones, de acuerdo a una pesquisa realizada por García Vargas (2007) se ve como un conjunto de elementos, más o menos tangibles, creados y, sobre todo, aprehendidos en la organización. Para Ouchi (1982), la tradición y el clima constituyen la cultura de una compañía. Para Deal y Kennedy (1982), la cultura organizacional es el conjunto de creencias, símbolos, lemas, héroes y ritos en la empresa. Para Allaire y Firsirotu (1984), la cultura organizacional es un sistema que reúne los aspectos expresivos y afectivos de la organización en un sistema colectivo de significados simbólicos: los mitos, las ideologías y los valores. Para Davis (1984), la cultura organizacional representa un tema unificador pero escondido, que da una dirección y una movilización en el ámbito de los recursos. Para Lemaître (1984), la cultura es un sistema de representaciones y de valores compartidos por todos los miembros de la empresa. Pérez, Naranjo y Roque (2009) plantean que la definición más aceptada de cultura organizacional es la aportada por Edgard Schein, al referir que:

“Cultura organizacional es el patrón de premisas básicas que un determinado grupo inventó, descubrió o desarrolló en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna y que funcionaron suficientemente bien al punto de ser consideradas válidas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con estos problemas” (Schein, 1986, p. 56).

Schein (1986) propone que la cultura sea entendida como tres cosas diferentes: artefactos, valores y supuestos. Los artefactos representan la superficie de la cultura y son los aspectos tangibles y visibles de la actividad cultural. Los valores están representados por los principios sociales, filosóficos, metas y estándares con un valor intrínseco. Este autor considera que la esencia de la cultura está simbolizada por supuestos o creencias con respecto a la realidad y a la naturaleza humana, sostiene además que estos elementos son de carácter jerárquico, porque al modificar los artefactos éstos modifican los valores y a más largo plazo se modifican los supuestos. Este proceso puede generarse también a la inversa, es decir, cambiar supuestos que a su vez modifican valores y después artefactos.

Para Schein, la cultura organizacional, es un modelo desarrollado por un grupo para ir aprendiendo a enfrentarse con sus problemas de adaptación. Se trata de que en la organización, no se aten a la idea de “... que cada persona sea un jefe, sino que cada persona sea un contribuyente al logro del objetivo general”. (García Vargas, 2007, p. 145). Los valores y conductas desde sus producciones y creaciones, son en efecto manifestaciones derivadas de la esencia cultural. (Pedraza et al, 2015; Vásquez-Rivera, 2016; Rivera, et al, 2018).

La manifestación de la cultura en las organizaciones pasa por el prisma del rol que juega el individuo dentro de la organización como institución social. La forma en que el individuo interactúa con la cultura y con los demás miembros de la organización se da mediante el papel que éste desempeña en la empresa a

la hora de realizar su función social. (Pérez, Naranjo y Roque, 2009). A partir de estos criterios se considera inseparable la intersubjetividad intraorganizacional en la aprehensión de los rasgos de la cultura organizacional, dentro de los límites de la entidad y su anclaje con los elementos socioculturales predominantes de la identidad territorial y comunitaria, porque la organización en sí es una estructura y a la vez un grupo social.

De la conjunción de esos elementos surge la identidad organizacional muy unida al destino de marca de sus producciones, elementos claves para el éxito de la organización y el desarrollo local o territorial. De acuerdo a esas ideas la cultura organizacional está estrechamente relacionada con los rasgos de la cultura tradicional del territorio de procedencia, lo mismo ocurre para las organizaciones familiares productivas., por eso es muy importante determinar cómo se produce la relación cultura organizacional y cultura tradicional.

Según Brull (2011), la cultura organizacional está edificada sobre un grupo de elementos que son fundamentales, ellos son: la filosofía de la organización, la historia de la organización, las tradiciones y las costumbres, los valores generados por la organización, las relaciones interpersonales y el liderazgo. De ese modo, se establece que los patrones culturales de una organización le son propios y están multicondicionados por circunstancias específicas.

En los estudios organizacionales, la cultura es un componente importante debido a que sus múltiples elementos dotan a las organizaciones de diferentes sentidos, dándole una razón de ser, una identidad, que le permiten desarrollarse en diferentes contextos. A pesar de su proporción y de su significado, cada organización tiene la necesidad siempre emergente de preservar y desarrollar sus valores de identidad sociocultural y ese es uno de los pilares de su propia cultura organizacional, que será siempre importante como requisito para su propia permanencia. Esta idea es importante para las pequeñas organizaciones productivas, sobre todo para las de tipo familiar, porque su propia fidelidad a su cultura organizacional en sus acciones cotidianas las hará sostenibles o no.

En estas organizaciones, la cultura favorece el logro de objetivos y metas individuales y sociales, orienta a los sujetos en su actividad creadora, constituye una cosmovisión y es expresión de un sistema complejo de sentimientos, emociones, estados de ánimos, costumbres y tradiciones, que se expresan en ese ambiente particular familiar, como una cultura del trabajo, pero el tipo de cultura que caracterice y defina a un tipo de organización debe emanar de sus propios valores y reflejarlos en su vida cotidiana.

Desde la perspectiva funcional, la cultura de ese tipo de organización familiar, está compuesta por hábitos y métodos para producir los nuevos valores, tanto en el ámbito material como en el espiritual de la vida del hombre, que se concretan en la existencia de una cultura del trabajo, en una conducta en correspondencia con la disciplina social personal, así como en la apropiación y utilización de medios para la creación. (Brignardello, 2016). Es necesario

analizar la organización familiar de la producción artesanal en calidad de cultura organizacional, de proceso de producción y reproducción de ese concepto. Martínez Casanova aprecia justamente que "...toda aproximación a lo social (...) está condicionada por estas mediaciones culturales" (Martínez Casanova, 2009, p. 259).

La cultura ejerce una mediación poderosa sobre los procesos sociales que inciden sobre la identidad como uno de los componentes más importantes del entramado socioeconómico, a ella se debe, a pesar de la influencia del capitalismo en el ámbito económico, la existencia y conservación de las ideas en la estructura social. Esos cambios están funcionando en detrimento de las relaciones de la familia tradicional patriarcal, para transformarla en unidad productiva, por lo que se están presentando dinámicas de descomposición familiar aún en ese tipo de familias nucleares. (Bazán, 1998). Estas sobreviven, se transforman y se desarrollan mayormente por la influencia que la cultura ejerce en la sociedad, conservando y utilizando con nuevos objetivos conocimientos que se transmiten generacionalmente.

La autora de este trabajo considera que las organizaciones familiares de producción artesanal poseen tipos específicos de cultura organizacional, a tono con sus particularidades y el sistema de mediaciones al que están sometidas. Los estudios sobre cultura organizacional resultan útiles para comprender las potencialidades y los peligros que caracterizan de manera cotidiana a las organizaciones familiares de producción artesanal y conocer con la mayor integralidad posible cuáles son sus limitaciones.

El trabajo del hombre, en relación con la producción artesanal, no tiene solo un sentido objetivista de satisfacción de necesidades materiales, sino de realización humana; así mismo se considera que el intercambio como actividad humana, en el sentido de los intereses que mueven a las partes, en muchas ocasiones no es equitativo, como sucede con la producción artesanal. Actualmente ocurre en los países capitalistas occidentales una compleja discusión académica y política respecto al sentido del trabajo, los cambios en la organización social de la producción y las consecuencias en la estructura social. (Noguera, 1998).

Marx (1989) consideraba al trabajo como una actividad orientada a un fin, pero también es interacción social y comunicación, así como autoexpresión práctica del ser humano, que desarrolla en él, el libre juego de las fuerzas vitales físicas y espirituales. El hombre se diferencia de los animales a partir del momento en que empieza a producir sus medios de vida. Al producir sus medios él produce, indirectamente, su propia vida material. El modo como los producen depende, ante todo, de la naturaleza misma de los medios de vida con que se encuentran y que se trata de reproducir.

Los teóricos organizacionales rara vez pueden suponer la posibilidad de que los sistemas modernos de producción sean entendidos como escindidos de la estructura institucional del capitalismo. Por el contrario, restringen sus estudios a las operaciones internas de las organizaciones como si éstas

existieran fuera del sistema de relaciones sociales donde la producción, la distribución y el consumo están insertados (Knights, 1997).

Ya no solo se producen objetos para cubrir las necesidades de los consumidores, sino que también se les crean necesidades inexistentes, para conservar la imparable maquinaria industrial. En las grandes fábricas los obreros son desplazados por las máquinas, esta situación permite interrogar: ¿Cómo se mantendrán las familias?, ¿De qué modo se incrementará la cultura del pueblo?, ¿Convirtiendo a los países latinoamericanos en maquiladores de productos extranjeros en los que se benefician las potencias por contar con mano de obra barata?

Kosík (1926-2003) establece que la economía no es sólo producción de bienes materiales, sino también la totalidad del proceso de producción y reproducción del hombre como ser humano social, y al mismo tiempo, producción de las relaciones sociales en el seno de las cuales se realiza esta producción. (Kosík, 1967). Engels afirma que a través del trabajo la naturaleza es transformada y que el trabajo, a su vez, ha creado al propio hombre. (Engels, 2004).

En el devenir del pensamiento económico, "...la cultura ha sido vista como efecto más que como causa de la economía y siempre con un papel más bien secundario". (Monasterio, 2017, p. 2). Un economista como John Maynard Keynes (1883-1946), significó el papel de la cultura y criticó la no interferencia del estado en los asuntos sociales<sup>4</sup>.

Las relaciones de producción capitalistas demandan el intercambio de relaciones, mercancías y dinero, pero su diferencia específica consiste en la compra y venta de la fuerza de trabajo. El trabajo, como todos los procesos y las funciones físicas es una propiedad inalienable del hombre. Ninguna persona puede dotar a otra de su propia capacidad para el trabajo. En este intercambio, el trabajador no entrega al capitalista su capacidad para trabajar, la retiene y el capitalista aprovecha la oportunidad poniendo a trabajar al obrero (Braverman, 1987).

En una organización productiva familiar dedicada a la producción de artesanías, además de la capacidad física, forma parte de la capacidad para realizar el trabajo, la disposición del trabajador para el intercambio de los saberes ancestrales. Esta situación que ocurre en este tipo de organización productiva es una oportunidad para desarrollar lo comunitario. Allí los aprendizajes requeridos en oficios tradicionales para las actividades artesanales, entre otras, abarcan la niñez, adolescencia y temprana adultez. (Braverman, 1987). La relación que se crea entre estos actores sociales, en el marco de la proximidad física, más los estrechos vínculos familiares puede contribuir a fortalecer la cooperación y el sentido de pertenencia al proyecto colectivo de tipo familiar.

---

<sup>4</sup> En su ensayo *Arte y Estado*, Keynes crítica al gobierno británico por errar en mantener lo que él llamaba la grandeza y dignidad del Estado. Para Keynes son las artes las que hacen de un estado lo que es porque las artes crean una especie de orgullo cívico y un sentido de unidad social. (En Moggridge, 2005).

Para A. Schutz, (1899-1959) en el hecho de transmitir el conocimiento socialmente aprobado, el aprendizaje del lenguaje habitual tiene una función particularmente importante. Aprehendemos a nuestros semejantes individuales y sus reflexiones como realidades del mundo de la vida cotidiana. Ellos están a nuestro alcance actual o potencial, y compartimos o podemos compartir, con ellos, mediante la comunicación, un ambiente comprensivo común. (Schutz, 1995).

Es significativo que para compartir el conocimiento personal, es puntual que los individuos confíen en que los demás escucharán sus ideas y reaccionarán a ellas. Relaciones útiles y constructivas permiten a las personas compartir sus ideas y hablar libremente de sus inquietudes. Ellas propician la formación y auto organización de micro comunidades, origen de la creación de conocimiento en las organizaciones, porque el proceso de intercambio y aplicación del mismo es ante todo un proceso social (Núñez Jover, 2011; Garcés, 2013).

Compartir el conocimiento tácito es susceptible a las barreras indicadas en el apartado de creación del conocimiento, y exige un cuidadoso fomento. (Nonaka y Takeuchi, 1999). En la relación entre un maestro artesano y su aprendiz, el primero le enseñará a este último cómo usar un utensilio, darle mantenimiento, obtener nuevas herramientas, etc.

Puesto que el conocimiento tácito está ligado a los sentimientos, la experiencia personal y el movimiento corporal, no es fácil transmitirlo a los demás. Implica, en efecto, una estrecha proximidad física durante la realización de trabajo (Polanyi, 1967). Compartir el conocimiento tácito es uno de los más importantes indicadores de la gestación de lo comunitario en la organización familiar productiva artesanal, solo la profundidad o solidez de los valores compartidos en ese espacio hará posible la socialización y empleo eficiente de esos conocimientos que han atesorado sus miembros durante generaciones y son el núcleo de la cultura organizacional de la pequeña entidad económica.

A partir de la connotación histórica de las artesanías, que considera que estas desaparecen con el desarrollo del capitalismo, se podría cuestionar: ¿Por qué permanece esta forma de producción y se desarrolla en la actualidad? Dos supuestos podrían responder a esta interrogante: el primero, que la expansión del capitalismo en el mundo no ha sido homogénea y el segundo y más relevante son los atravesamientos culturales.

García Canclini (2002), considera que los estudios realizados en los años setenta y ochenta del siglo XX, identificaron cuatro motivos por los cuales la modernización no elimina las culturas populares tradicionales: 1) la imposibilidad de incorporar a toda la población a la producción industrial urbana; 2) la necesidad del mercado de incluir las estructuras y los bienes simbólicos tradicionales en los circuitos masivos de comunicación, para alcanzar a las capas populares menos integradas a la modernidad; 3) el interés de los sistemas políticos por tomar en cuenta el folclor a fin de fortalecer su

hegemonía y su legitimidad, como referencias históricas de la creatividad nacional; 4) la continuidad en la producción cultural de los sectores populares.

Antes que Inglaterra transformara la producción en general con su Revolución Industrial, todos los bienes se producían en forma artesanal. Artesanal significa una peculiar manera en que el hombre ha usado los instrumentos de trabajo para producir algo, generalmente un bien, un objeto de consumo. El desarrollo del comercio especializado y a larga distancia, trastornó las características originales del taller a medida que el mercado se amplió y el comercio comenzó a financiar los talleres.

La transformación de la organización artesanal del trabajo en la organización industrial capitalista aniquiló la producción de muchos objetos por inútiles, socialmente hablando, o porque los artesanos no pudieron continuar compitiendo con la industria que revolucionó las formas de trabajo. No obstante, la producción artesanal permanece por varias razones: a) porque los artesanos producen más barato para un mercado de bajos ingresos que la industria aún no sustituye; b) porque frente a la producción industrial masiva el sector ilustrado de la sociedad redescubrió el aprecio por el trabajo manual, más original, por su oposición a la producción industrial masificada.

La producción en las pequeñas organizaciones familiares artesanales, se adscribe más a un proceso de creación-artística que a un proceso de orden industrial. En el proceso de creación artística se juega entre sublimación-idealización, entre lo individual y lo social, entre lo íntimo y lo público, entre lo subjetivo y lo objetivo, constituyendo una dimensión que no es ni interna ni externa, sino una tercera dimensión que es subjetividad objetivada. (Saldaña, 2004).

García Canclini (2003), se pregunta si se mantendrán las artesanías como un sector específico, con técnicas de fabricación y motivos visuales de origen indígena, o se disolverán en los sistemas de producción y representación de las sociedades industriales, porque es común que las artesanías sean miradas como objetos equivocados de siglo. Se dice que los talleres artesanales corresponden a otro modo de producción y que su competencia desventajosa con las empresas capitalistas relega a los artesanos a trabajos de reparación u otros marginales en que sigue siendo útil la creatividad manual.

Todos esos criterios que discriminan la artesanía como actividad económica están fundamentados en la Teoría de la Modernización, que sigue siendo el paradigma de desarrollo dominante en América Latina donde son necesarias posiciones epistemológicas y políticas que contribuyan a acercar el desarrollo al ser humano. Dentro de ellas deben priorizarse aquellas que involucran directamente a los sectores más populares, que son el reservorio natural de las tradiciones y prácticas artesanales.

Según Novelo (1993), el mercado de artesanías es donde mejor se ve la incidencia de la producción artesanal popular, pues la cadena de intermediación en la circulación de productos artesanales es tan grande y son

tantas las vías que se ejercen contra los productores, para exigirles más productos por menos precio; de esta manera, los productores aparentemente trabajan por su cuenta, se dicen trabajadores independientes, lo que fortalece un sentimiento individualista, pero en realidad, están totalmente subordinados y explotados por el capital, aunque este no haya intervenido en la base técnica ni en las relaciones dentro del proceso de trabajo.

Los canales de comercialización varían si los productos son de tipo corriente o fino, lo que se relaciona con un consumo doméstico cotidiano o uso suntuario estacional u ocasional, y los caminos que siguen los productos para llegar al mercado, sea local o turístico, son diferentes; al productor le interesa vender su mercancía para subsistir, al comprador, para obtener una ganancia comercial sacando el mejor provecho posible de la urgencia del productor por vender. (Jalil, 2012).

Los niveles de ingreso pueden variar aunque en algunos no permiten el ahorro, mientras en otros sí. Existen artesanos reconocidos como artistas y consagrados por la crítica; por lo que ya no producen más para sus iguales, sino solamente para el mercado turístico, pues sus bonos y los precios de sus productos adquirieron altos valores. La unidad doméstica dispone de los recursos para vivir y reiniciar un nuevo ciclo de producción, el nivel de vida de los productores es aceptable.

El taller individual se puede encontrar en las áreas rurales, suburbanas, en las ciudades y se acerca en su descripción al artesano medieval que trabajaba para un consumo preexistente. La herramienta de trabajo le pertenece y el productor es en general un maestro del oficio, que realiza su trabajo con alguna ayuda de sus parientes más jóvenes o de algún otro aprendiz.

El volumen de producción está íntimamente ligado a su habilidad y al ritmo que el artesano le imprime al trabajo. La existencia del taller ya no se vincula a la situación agraria o agrícola y el productor no funciona dentro de una lógica de economía campesina. La situación de la sociedad que lo rodea afecta el consumo de los productos que elabora, pues cuando hay poco dinero en las poblaciones y sus clientes son de las clases populares, hay pocos encargos para el artesano. (Jalil, 2012).

Los talleres de los maestros artesanos que producen por encargo, aunque no está ausente la figura del intermediario, la técnica que se usa es básicamente individual y la destreza en el oficio, permite a los productores crear objetos únicos, que aunque no lleven el sello del maestro como ocurría en la etapa feudal, si son reconocibles por el estilo o destino de marca.

Las mismas técnicas aplicadas de manera consuetudinaria, impiden la ampliación de la producción, porque requieren en su reproducción de una calificación que es producto de muchos años de aprendizaje y experiencia asimilada, precisamente con los instrumentos de trabajo, que sólo son una extensión de la mano experta del artesano. La producción de los talleres es, generalmente, una producción pequeña para un consumo moderado.

El artesano busca producir más o ganar más para obtener mayores ingresos y mejorar su economía familiar. Para ello introduce cambios en las materias primas, en el diseño, en la forma y en el uso original de las artesanías; lejos de desaparecer la actividad artesanal, ésta se adapta a las condiciones que le impone el mercado actual y a las necesidades que el artesano tiene y que pretende satisfacer con la comercialización de sus productos. Las artesanías son producidas, en su mayoría, para la satisfacción de los gustos de un público anónimo que tiene interés en guardar un recuerdo de cosas típicas o curiosas. La producción artesanal tiene continuidad y experimenta cambios y adecuaciones de acuerdo con la sociedad que la produce.

## CONCLUSIONES

A diferencia del obrero, el artesano mantiene una relación directa e integral con todas y cada una de las fases de producción. Este hecho, por insignificante que parezca, hace que las dimensiones creativa y artística en la artesanía nazcan de la relación íntima y simbiótica entre la disciplina y el oficio, entre lo terrenal y la fantasía, es decir, entre la materia y el espíritu.

El taller del maestro artesano independiente como una forma de organización que remita a procesos que realiza una persona, dueña de sus medios de producción, materiales e instrumentos, que trabaja en un taller individual en un espacio relativamente reducido. Por lo tanto, su capacidad de producción es limitada y los objetos son, casi por definición, del orden suntuario y simbólico religioso.

En América Latina se identifican claramente productores como el mascarero, el santero, el tallador, el pintor popular de retablos, por ejemplo; quienes trabajan básicamente por pedido y para las ferias regionales. En todos los casos los productos son referentes de los legados culturales locales y esa originalidad los hace perdurar como productores en la economía local o regional, a la vez son referentes y baluartes de esa cultura específica, que fecunda a la espiritualidad de la organización familiar dentro de ese tipo de economía solidaria. Esos son elementos fundamentales para potenciar el desarrollo comunitario de estas organizaciones familiares productivas artesanales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allaire, Y., & Firsirotu, M. (1984). Theories of organizational cultures. *Organization studies*, 5.

Barba, A., y Solís, P. (1997). *Cultura en las Organizaciones. Enfoques y Metáforas de los Estudios Organizacionales*. México: Vertiente Editorial, S.A.

Bartle, P. (2007). ¿Qué es comunidad? Una descripción sociológica. Recuperado de <http://www.snc.ogg/mpfc/whats.htm>

Bazán, L. (1998, septiembre). El último recurso: las relaciones familiares como alternativas frente a la crisis. Ponencia en: LASA 98. Mesa: Trabajo, familia y comunidad, Chicago. Recuperado de <http://www.lasa.international.pitt.edu/LASA98/Bazan.pdf>

Braverman, H. (1987). Trabajo y capital monopolista. La degradación del trabajo en el siglo XX Retrieved from <https://trabajosociedadagronomia.files.wordpress.com/2017/04/1.pdf>

Brignardello, M. (2016). Entendiendo la organización social del agro hoy: ¿Quiénes llevan adelante el trabajo en la pequeña y mediana producción vitivinícola? Estudios del trabajo, (51). Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2545](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2545)

Brull, M. (2011). Buscando la identidad. Santiago de Cuba: Instituto Cubano del Libro. Editorial Oriente.

Burke, P. (1978). Popular Culture in Early Modern Europe. New Cork University Press. Nueva York.

Chibás, F. (2001). Cambio organizacional en la cultura. Necesidad y posibilidad. In Colectivo de Autores (Ed.), Creatividad y cultura. Incógnitas y respuestas (pp. 12 - 25). La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Correa, R. (2014). Los retos de la revolución ciudadana: neodependencia, neocolonialismo y cambio estructural. In A. Bárcena (Ed.), Reflexiones sobre el desarrollo en América Latina y el Caribe. Conferencias magistrales 2013-2014 (pp. 83-98). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36897/S2014001es.pdf>.

Crowley, J. (2002). Los usos de la Cultura a los límites sociológicos del multiculturalismo normativo. Revista Mexicana de Sociología, Vol. LXIV.(No. 2).

Deal, T., & Kennedy, A. (1982). Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life: Addison-Wesley Pub. Co.

Engels, F. (2004). El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre. México: Edit. Colofón, S.A.

Fornet, A. (1968). Las dos caras de la tradición. Revista Casa de las Américas. (Enero-febrero). La Habana, Vol. VIII. No. 46).

Garcés, R. (2013). La gestión del conocimiento en las condiciones del municipio de Remedios como contribución a su desarrollo local. (Tesis de Doctorado), Centro de Estudios Comunitarios. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Santa Clara.

García Canclini, N. (2002). Culturas Populares en el Capitalismo (6a. Edición ed.). México: Editorial Grijalbo.

García Canclini, N. (2003). Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Edit. Grijalbo.

García Vargas. (2007). La cultura humana y su interpretación desde la perspectiva de la cultura organizacional. Pensamiento y Gestión, (N° 22), pp. 143-167. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo/64602204>

Gramsci, A. (1972). Cultura y Literatura. Barcelona: Ediciones Península.

Jalil, N. (2012). La actividad productiva de la tagua y sus efectos en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de la comunidad Sosote, del cantón Rocafuerte. (Tesis de Maestría), Universidad Tecnológica Equinoccial. Facultad de Postgrado,

Quito. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ete.edu.ec/handle/123456789/12393>

Knights, D. (1997). *La organización social de la producción en la teoría y la práctica*. Iztapalapa. México: UAM.

Kosík, K. (1967). *Dialéctica de lo concreto*. México: Editorial Grijalbo.

Lemaître, N. (1984, nov-dic). *La culture d'entreprise: outil de gestion? Direction et gestion des entreprises*, V. 20(No. 12).

Lepri, A. (2018). PYMES: cómo enriquecer la cultura organizacional. Recuperado de <http://www.somos-pymes.com/columnistas/tec-ana-lepri/pymes-como-enriquecer-la-cultura-organizacional.html>

Luhmann, N. (2010). *Organización y decisión*. México: Editorial Herder.

Malinowski, B. (2012). *La Cultura*. Distrito Federal, México: Editorial Ariel.

Martínez, L. (2006). Empleo y desigualdad social en el medio rural (Reflexiones desde el caso ecuatoriano) In ALASRU (Ed.), *La cuestión rural en América Latina. Exclusión y resistencia social* (pp. 205-220). México: Universidad de Chapingo.

Martínez Casanova, M. (2009). *La mediación cultural del desarrollo social*. In C. d. Autores (Ed.), *Desarrollo local comunitario, Desafíos actuales para América Latina* (pp. 257-282). Centro de Estudios Comunitarios. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas: Editorial Feijóo.

Martínez Casanova, M. (2014). *Introducción a la gestión sociocultural para el desarrollo*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Marx, C. (1980). *Contribución a la crítica de la economía política*. Biblioteca del pensamiento socialista. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=i8PYOo57I9gC>

Marx, C. (1989). *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*. Moscú: Editorial Progreso.

Moggridge, D. (2005). Keynes, the Arts, and the State. *Journal of History of Political Economy*, 37(3), pp. 535-555.

Monasterio, A. (2017). ¿Qué es cultura en la «economía de la cultura? Definiendo la cultura para crear modelos mensurables en economía cultural. *Revista Arbor*, 193(783). Recuperado de <http://www.arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2184/2965>

Naranjo, M. (2002). *Cultura popular en el Ecuador (Vol. IX)*: Editorial Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares. (CIDAP).

Noguera, J. (1998). *La transformación del concepto de trabajo en la teoría social. La aportación de las tradiciones Marxistas. El concepto de trabajo y la teoría social crítica*. (Tesis de Doctorado), Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). *La Organización Creadora de conocimiento*. México: Editorial OXFORD.

Novelo, V. (1993). *Las artesanías en México*. México: Talleres Gráficos del Estado de Chiapas.

Núñez-Jover, J. (2011). Conocimiento académico y sociedad. Ensayos sobre política universitaria de investigación y posgrado. La Habana: Editorial UH.

Opazo, P., & Rodríguez, D. (2017). Repensando los límites de las organizaciones por medio de la teoría de sistemas organizacionales de Niklas Luhmann. *Revista Mad*, (No. 36), pp. 22-37. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311251129002>

Ouchi, W. (1982). *Théorie Z*. Paris: InterÉditions.

Parsons, T. (1956). Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations. *Administrative Science Quaterly*, Vol. 1(No. 1), pp. 63-85.

Pedraza, L., Obispo, S., Vásquez, G., y Gómez, G. (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: estudio fenomenológico. *Revista Clío América*, 9(17), pp. 17 – 25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5139907.pdf>

Pérez, A., Naranjo, R., & Roque, Y. (2009, julio-setiembre). La cultura organizacional: algunas reflexiones a la luz de los nuevos retos. *Tecnología en Marcha*, Vol. 22(N.º 3), pp.56-64.

Polanyi, M. (1967). The Tacit Dimension. Recuperado de <http://www.amazon.com//0844659991>

Rendón, M. (2003). Cultura y organización en la empresa familiar en Iztapalapa. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Julio-Diciembre. México. D.F, 55. Año 24(No. 55. Julio-diciembre).

Rivera, D., & etal. (2018). Cultura organizacional, retos y desafíos para las organizaciones saludables. *Revista ESPACIOS*, Vol. 39(Nº22). Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p27.pdf>

Rojas, O. (2010). Género, organización familiar y trabajo, extra doméstico femenino asalariado y por cuenta propia. *Rev.latinoam.estud.fam*, Vol. 2, enero- diciembre, pp. 31-35. Recuperado de [http://vip.ucaldas.edu.co/revlatinofamilia/downloads/Rlef2\\_2.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/revlatinofamilia/downloads/Rlef2_2.pdf)

Romero Sarduy, M. (2013). Contribución de la formación en educación popular del Centro Memorial Dr. Martin Luther King Jr. al autodesarrollo comunitario. (Tesis de Doctorado), Centro de Estudios Comunitarios. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Santa Clara.

Saldaña, A. (2004). Conocimiento y gestión: una antinomia. In L. Montano (Ed.), *Los estudios organizacionales en México* (pp. 238-253). México: UAM.

Schein, E. (1986). *Cultura organizacional y liderazgo*. San Francisco, California. EUA: Edit. Jorsey-Bass.

Schutz, A. (1995). *El problema de la realidad social* (2a. Edic ed.). Argentina: Edit. Amorrurtu.

Sen, A. (2003). Teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. Disponible en [http://personal.us.es/ezamora/Docencia\\_archivos/Teorias%20del%20desarrollo%20siglo%20XXI-amartya%20sen.pdf](http://personal.us.es/ezamora/Docencia_archivos/Teorias%20del%20desarrollo%20siglo%20XXI-amartya%20sen.pdf)

Sen, A. (2004). Teorías del desarrollo a principios del siglo XXI Disponible en <http://www.elac.uca.edu.ni/.../Amartya+Sen+Teorias+del+desarrollo+a+inicios+del+S XXI.doc>

- Turok, M. (1996). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Editorial Conaculta.
- Vásquez-Rivera, O. (2016, Enero-Junio). La cultura organizacional desde sus paradigmas de estudio: una aproximación a la perspectiva interpretativa-simbólica. *Revista Entramado*, Vol. 12(No. 1), p. 66-80. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.18041/entramado.2016v12n1.23118>
- Villoro, L. (1993). Aproximaciones a una ética de la Cultura. In L. Olivé (Ed.), *Comp. Ética y Diversidad cultural*. Universidad Nacional Autónoma de México. México: Fondo de Cultura Económica.
- White, H. (2008). *Identity and Control: How Social Formations Emerge*. Princeton: Princeton University Press.
- Williams, R. (1992). *Campos de intervención en psicología social*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.