https://revistaimpulso.org/

Volumen 5 | Número 9 | Enero- junio 2025 | ISSN: 2959-9040 | ISNN-L: 2959-9040 | Pág. 265 - 280

La cultura organizacional en las empresas de servicios turísticos: una revisión sistemática

Organizational culture in tourism service companies: a systematic review

Cultura organizacional em empresas de serviços turísticos: uma revisão sistemática

Taryns Elizabeth García Ramos
garciaramostaryns@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-1661-0412
Universidad Cesar Vallejo
Lima - Perú

Carlos Adolfo Noriega Niño de Guzman
canoriegan@gmail.com
http://orcid.org/0000-0001-5747-8038
Universidad Cesar Vallejo
Lima - Perú

Karim Lorena Roca Vázquez
karimroca12@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-8129-6066
Universidad Privada San Juan Bautista Lima - Perú

Ceida Yolanda Pérez Hancco
ceidayph@gmail.com
https://orcid.org/0009-0001-5553-9906
Universidad Nacional San Luis Gonzaga
Lima - Perú

http://doi.org/10.59659/impulso.v.5i9.79

Artículo recibido 12 de septiembre de 2024 / Arbitrado 30 de septiembre de 2024 / Aceptado 08 diciembre 2024 / Publicado 01 de enero de 2025

RESUMEN

El presente artículo tuvo como objetivo presentar una revisión sistemática de la investigación científica de la cultura organizacional en las empresas de servicio turismo para lo cual el estudio se realizó mediante el análisis de la información de literatura confiable, así como bases teóricas, de la categoría: Cultura organizacional, a través de la revisión de bases de datos en Web of Science, Scielo, Scopus y EBSCOhost. Sobre la conceptualización de la variable, la cultura organizacional define y determina los principios y valores que orientan las conductas hacia el desempeño empresarial. De la investigación realizada se determinó que la cultura organizacional es importante para el éxito empresarial, al ser la estructura esencial, manifestada en el esfuerzo y colaboración que debe existir en los miembros, que influye en el comportamiento de la empresa y en su capacidad de alcanzar los objetivos deseados.

Palabras clave: Cultura organizacional, Revisión sistemática, servicios turísticos.

ABSTRACT

The purpose of this article was to present a systematic review of scientific research on organizational culture in tourism service companies. For this purpose, the study was conducted by analyzing information from reliable literature, as well as theoretical bases, of the category: Organizational culture, through the review of databases in Web of Science, Scielo, Scopus and EBSCOhost. Regarding the conceptualization of the variable, organizational culture defines and determines the principles and values that guide behaviors towards business performance. From the research carried out, it was determined that organizational culture is important for business success, as it is the essential structure, manifested in the effort and collaboration that must exist in the members, which influences the behavior of the company and its ability to achieve the desired objectives.

Keywords: Organizational culture, Systematic review, tourism services.

RESUMO

O objetivo deste artigo foi apresentar uma revisão sistemática da investigação científica sobre a cultura organizacional em empresas de serviços turísticos, para a qual o estudo foi realizado analisando informação de literatura fidedigna, bem como bases teóricas, da categoria: Cultura organizacional, através da revisão de bases de dados na Web of Science, Scielo, Scopus e EBSCOhost. Quanto à conceptualização da variável, a cultura organizacional define e determina os princípios e valores que orientam os comportamentos para o desempenho empresarial. Da investigação realizada, verificou-se que a cultura organizacional é importante para o sucesso empresarial, pois é a estrutura essencial, manifestada no esforço e colaboração que deve existir nos membros, que influencia o comportamento da empresa e a sua capacidade de atingir os objetivos desejados .

Palavras chave: Cultura organizacional, Revisão sistemática, serviços turísticos.

INTRODUCCIÓN

La pandemia del covid-19 genero una crisis mundial que impacto duramente en todas las actividades económicas, afectando la sostenibilidad de las empresas, en especial a las pymes, ocasionando la pérdida de miles de empleos, dejando vulnerables a los trabajadores; y uno de los sectores más golpeados fue el del turismo, en donde se estima que fueron 51 millones las empresas damnificadas, y los puestos de trabajo en hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte, y otros se vieron perjudicados con pérdidas en horas laborales con una equivalencia a 15,3 millones durante el año 2020 (ILO, 2020; Martorell et al., 2020). En el contexto peruano, la realidad no distó de ser diferente, la pérdida de puestos de trabajo, solo en la capital, tuvo un descenso de 23.1 % en el 2020 respecto al año anterior (INEI, 2021). Y en caso particular de la Región Ica, en el 2020 hubo una disminución de la tasa de crecimiento laboral, en comparación al promedio anual, del 2,4% con respecto a la que mantenía en el periodo 2017-2021 (OSEL, 2023).

Sin lugar a duda ha sido un arduo trabajo, de compromiso, esfuerzo y constancia por parte de las empresas de los diferentes sectores, quienes hasta la actualidad siguen luchando para poder recuperase, y donde la creatividad ha jugado un papel muy importante (Organización Mundial del Turismo (UNWTO), 19 de setiembre de 2023). Creatividad que integra el espíritu de la innovación, presente en la cultura organizacional, y la utiliza como una fortaleza muy importante para enfrentar con éxito el entorno, a través de la motivar a las personas a generar nuevas ideas dentro de un clima adecuado (Felizzola y Anzola, 2017; Fleitman, 2013).

Así por ejemplo, en el 2023 el sector turismo mostró una recuperación del 84 % en la primera mitad del año, y un incremento del 43% de viajes internaciones, comparados al año anterior en el mismo periodo; y en el caso de los países de Europa la recuperación fue del 91%, África del 92%, América del 87%, Asia y el pacífico del 61%, cifras que evidencian las mejoras para este sector de la economía mundial encaminado a recuperarse respecto a los niveles que tuvo antes de la pandemia (UNWTO, 19 de setiembre de 2023).

Es por ello, por lo que el turismo es considerado como una actividad global potente y se refleja en su carácter resiliente el cual le permitió una recuperación post pandemia del 80 % en la primera mitad del año 2023 (UNWTO, 11 de octubre de 2023. La cultura organizacional, por su parte, cumple un rol poderoso en cada organización, tanto por ser la huella digital con la que una empresa es y será reconocida, como porque es una necesidad que se alinea perfecto con el sector turismo, y su constante crecimiento en el mundo, lo que demuestra la emergencia como disciplina académica y profesional legítima (Fajardo et al., 2020; Robbins y Coulter, 2014). En este sentido, el propósito del presente estudio es recopilar información que permita proporcionar una síntesis de las contribuciones científicas realizadas por diversos autores sobre la cultura organizacional en las empresas de servicios turísticos debido a la importancia que representan en la economía.

MÉTODO

La hermenéutica responde a la acción de interpretación aplicada a cualquier texto u obra que sea expresada de manera oral o redactada en un documento físico, el propósito es comprender su significado, captando a plenitud su sentido y las diversas expresiones del ser humano (Arráez et al., 2006). Partiendo de esta idea, el proyecto de investigación realizó una búsqueda de información e hizo un examen hermenéutico de varias fuentes fidedignas, principalmente artículos de revistas y artículos de revisión entre otros documentos de gran valor

respecto al tema de la cultura organizacional en empresas de servicios turísticos. Los artículos que se consideran tienen una antigüedad de 4 años (2020 al 2023), donde se incluyeron artículos nacionales, internacionales y en diversos idiomas incluyendo el español y el idioma inglés.

Las bases de datos utilizadas para ese trabajo fueron: Scopus, Web of Science, Scielo y EBSCOhost; y en la selección de artículos se identificaron las palabras claves “cultura organizacional” y “servicios turísticos” además de utilizar los operadores booleanos: ("Organizational Culture" OR "Corporate Culture" OR "Culture of the organization" OR "Cultura Organizacional" OR "Cultura corporativa") .

Por otro lado, se usaron cuatro filtros para la exclusión de artículos que no están relacionados con el tema de investigación. En la Tabla 1 se presentan las ecuaciones de búsqueda por cada una de las bases de datos utilizadas.

Tabla 1. *Ecuación de búsqueda*

Fuente - Sources	Ecuación de búsqueda genérica - Generic Search Equation
Scopus	("Organizational Culture" OR "Corporate Culture" OR "Culture of the organization" OR "Cultura Organizacional" OR "Cultura corporativa")
Web of Science	("Organizational Culture" OR "Corporate Culture" OR "Culture of the organization" OR "Cultura Organizacional" OR "Cultura corporativa")
Scielo	("Organizational Culture" OR "Corporate Culture" OR "Culture of the organization" OR "Cultura Organizacional" OR "Cultura corporativa")
EBSCOhost	("Organizational Culture" OR "Corporate Culture" OR "Culture of the organization" OR "Cultura Organizacional" OR "Cultura corporativa")

Los criterios de exclusión de los artículos excedentes fueron los siguientes:

CE1: Los artículos que tienen una antigüedad mayor a 3 años

CE2: Los artículos que no están relacionados al área de investigación

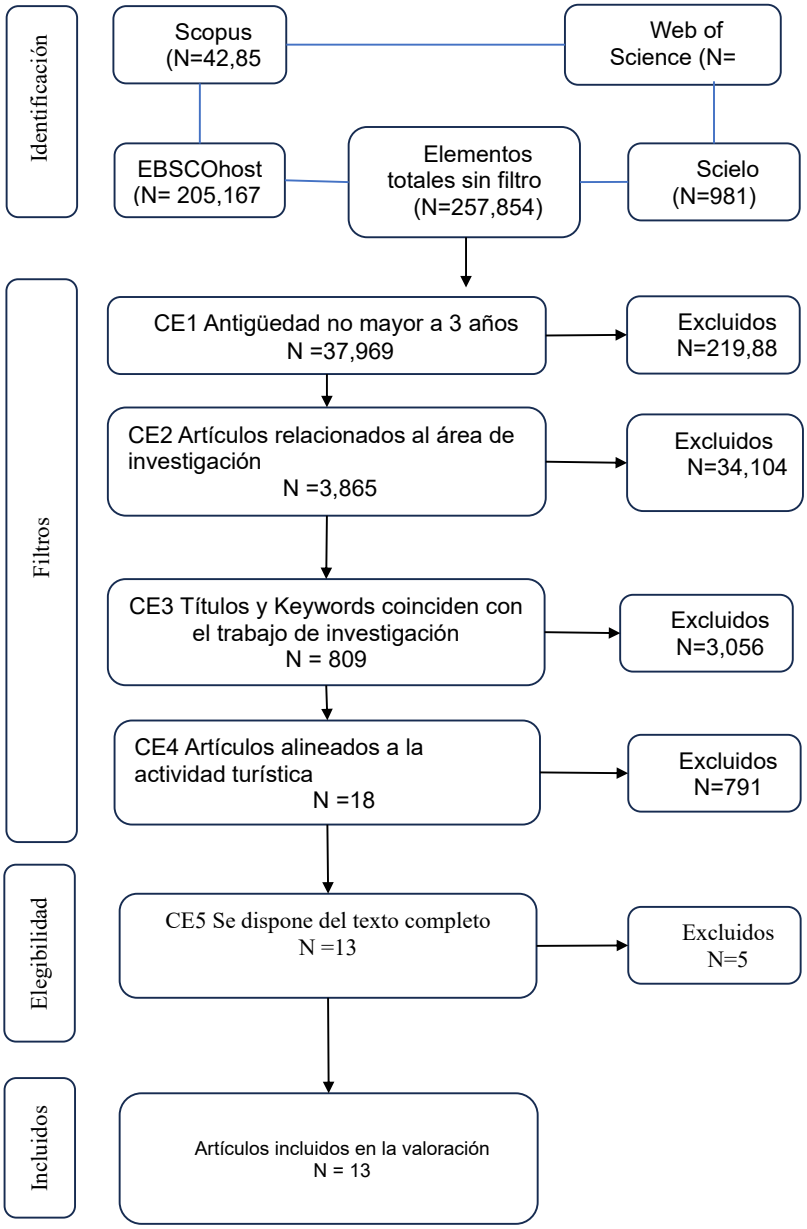
CE3: Los títulos, keywords, abstracts no corresponden e investigaciones duplicadas

CE4: Artículos que no se alinean al contexto de la actividad turística

CE5: No se dispone del texto completo del artículo

En la Figura 1 se muestra el Grafico Prisma

Figura 1. *Gráfico Prisma*



RESULTADOS

La búsqueda inicial total en todas las bases elegidas arrojo un universo de 257854, compuestos por: 205167 de EBSCOhost (79.6%), 42855 de Scopus (16.6%), 8851 de Web of Science (3.4%) y 981 de Scielo (0.4%)

En la base de datos de Scopus, luego de aplicar la ecuación de búsqueda presentada en la Tabla 1, se encontraron 42855 artículos, los cuales se redujeron a 6270 al aplicar el filtro CE1, a 2714 con el CE2, a 622 con el CE3, a 17 con el CE4 y finalmente se eligieron 12 luego del CE5. Se siguió el mismo proceso con la base de datos Web of Science, con un hallazgo de 8851

artículos luego de aplicar la ecuación de búsqueda, los cuales se redujeron a 3143 al aplicar el filtro CE1, a 369 con el CE2, a 86 con el CE3, y finalmente no se eligió ninguno con el CE4. Para el caso de la base Scielo, se encontraron 981 artículos, los cuales se redujeron a 101 al aplicar el filtro CE1, a 61 con el CE2, a 19 con el CE3, a 1 con el CE4 y finalmente se eligieron 1 luego del CE5. Continuando con la base EBSCOhost, se tuvo un hallazgo de 205167 artículos al aplicar la ecuación de búsqueda, reduciéndose a 28455 al aplicar el filtro CE1, a 721 con el CE2, a 82 con el CE3, y finalmente no se eligió ninguno con el CE4, sin ser necesario aplicar el CE5. Se eligieron finalmente 13 artículos que cumplían con los criterios de inclusión y exclusión regulados bajo filtros progresivos: 1 de Scielo y 12 de Scopus. En la tabla 2 se muestra el detalle consolidado de los mismos.

Tabla 2. *Consolidado de data de revisión*

Filtros	Base de Datos							
	Scopus		Web of Science		Scielo		EBSCOhost	
	Aceptado	Excluidos	Aceptado	Excluidos	Aceptado	Excluidos	Aceptado	Excluidos
CE1	6270	36585	3143	5708	101	880	28455	176712
CE2	2714	3556	369	2774	61	40	721	27734
CE3	622	2092	86	283	19	42	82	639
CE4	17	605	0	86	1	18	0	82
CE5	12	5	0	0	1	0	0	0
Formula	42855		8851		981		205167	

En relación a los trece (13) artículos valorados se encontraron datos interesantes de ser considerados en esta investigación. En la Tabla 3 se detalla dicha información con respecto al título de la investigación en idioma original, los autores, año de publicación, país y la duplicidad en más de una de una base de datos.

Tabla 3. *Resumen de los artículos valorados*

N°	Base de datos	Título	Autor(es)	Año	País	Duplicadas
1	Scopus	Measuring Organizational Culture in Hotels, Restaurants and Travel Agencies in Montenegro	Simovic O.; Lesjak M.; Perović Đ.; Podovšovnik E.	2023	República de Montenegro	si
2	Scopus	Engaged Organizational Culture as a Precursor to Job Performance: An Evidence from the Hospitality Industry of Himachal Pradesh	Bhardwaj B.; Kalia N.; Chand M.; Sharma D.	2023	India	no
3	Scopus	Organizational culture and effectiveness in ecotourism: the case of World-Wide Opportunities on Organic Farms Australia (WWOOF Australia)	Pollard W.; Rajendran D.; Sendjaya S.; Neesham C.	2023	Australia	si
4	Scopus	Improving employee engagement through organizational culture in the travel industry: Perspective from a developing country during Covid-19 pandemic	Bui D.H.; Le A.T.T.	2023	Vietnam	si

N°	Base de datos	Título	Autor(es)	Año	País	Duplicadas
5	Scopus	Hospitality organizational culture: Impact on employee's job satisfaction, organizational citizenship behaviors, service recovery performance, and intention to leave	Dawson M.; Guchait P.; Russen M.; Wang X.; Pasamehmetoglu A.	2023	Turquía	si
6	Scopus	A multi-layer organizational culture framework for enhancing the financial performance in tourism and hospitality family firms	Gamage T.C.; Tajeddini K.	2022	Sri Lanka	si
7	Scopus	The impact of organizational culture on supply chain integration in the hotel sector	Gebril Taha M.; Espino-Rodríguez T.F.; Gil-Padilla A.M.	2022	Egipto	si
8	Scopus	Transformational leadership, political skill, organizational culture, and employee performance: a case from tourism company in Indonesia	Idris I.; Suyuti A.; Supriyanto A.S.; As N.	2022	Indonesia	si
9	Scopus	The impact of organizational culture on the strategic development of tourism and hospitality enterprises	Nikolskaya E.Y.; Fedorchukova S.G.; Kulgachev I.P.; Umarov M.M.; Yudina E.V.; Feoktistov S.V.	2021	Rusia	no
10	Scopus	Shaping organizational culture in response to tourism seasonality: A qualitative approach	Senbeto D.L.; Hon A.H.Y.	2021	Etiopia	si
11	Scopus	The Mediating Role of Psychological Safety in the Effect of Organizational Culture on Innovation: A Research in Hotel Enterprises	Balli A.I.K.; Ustun F.; Balli E.	2021	Turquía	si
12	Scopus	Sustainability awareness, management practices and organisational culture in hotels: Evidence from developing countries	Oriade A.; Osinaike A.; Aduhene K.; Wang Y.	2021	África	si
13	Scielo	Cultura organizacional y competitividad de las empresas restauranteras y hoteleras de sonora, México	Martínez Aragón, Cynthia Lizeth, Arellano González, Alejandro, Lagarda-Leyva, Ernesto A.	2022	México	si

En la Tabla 4 se muestra información sobre la población de donde se recoge información, así como los resultados y conclusiones de dichas investigaciones.

Tabla 4. *Resultados y conclusiones de los artículos valorados*

N°	Título	Muestra	Resultados y conclusiones
1	Measuring Organizational Culture in Hotels, Restaurants and Travel Agencies in Montenegro	Empleados de hoteles, restaurantes y agencias de viajes de Montenegro.	La cultura organizativa de clan es la que predomina en la mayoría de las empresas en Montenegro, mientras que la cultura de jerarquía la 2da más representada. Se detecta que características geográficas y de tipo de empresa son influencia para determinar el tipo de cultura dominante en el país; en hoteles de sur se evidencia una cultura de jerarquía, mientras que en restaurantes y agencias de viaje del norte del país la cultura es mas de clan. Se concluye a través de los resultados, que hay una lógica entre la teoría y la práctica y que un requisito primordial para el éxito de una organización, cualquiera sea su campo de acción es una cultura sólida y consistente.
2	Engaged Organizational Culture as a Precursor to Job Performance: An Evidence from the Hospitality Industry of Himachal Pradesh	350 empleados de varios hoteles	Los factores que influyen OC son de confianza, experimentación, de absorción y vigor, influyendo significativa y positivamente en el desempeño laboral siendo el compromiso, pertenencia y unidad características relevante. Se concluye la importancia de generar espacios o mementos de interacción para desarrollar una OC de compromiso además de considerar el reconocimiento por resultado de buen desempeño.
3	Organisational culture and effectiveness in ecotourism: the case of World-Wide Opportunities on Organic Farms Australia (WWOOF Australia)	22 agentes clave de World-Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) Australia	WWOFF Australia se rige por una cultura de clan, aportando resultados eficaces además de permitir prácticas de inclusión y sostenibilidad en el desempeño se su ejercicio, comprendiéndose así una dinámica de interacción entre los implicados generando buenas prácticas en ecoturismo. Se concluye ser un modelo e instructivo de utilidad para la exploración e identificación de las practica en culturas de clan.
4	Improving employee engagement through organizational culture in the travel industry: Perspective from a developing country during Covid-19 pandemic	338 empleados de agencias de viajes de Hanoi, Vietnam.	Se analiza las relaciones que existen entre la OC y el compromiso de los colaboradores: Los resultados fortalecen este compromiso, dando prioridad determinadas dimensiones culturales que se proponen como solución al momento de gestionar situaciones de crisis. Así mismo, contribuye como literatura cuya premisa se basa en el fortalecimiento del compromiso organizacional.

5	Hospitality organizational culture: Impact on employee's job satisfaction, organizational citizenship behaviors, service recovery performance, and intention to leave	210 empleados de hoteles en Turquía	La cultura hospitalaria afecta significativamente en el comportamiento y desempeño de los colaboradores; en relación al servicio, compromiso, rotación además de la satisfacción de los empleados. Se concluye la valía de una OC fortalecida para generar compromiso y buen desempeño laboral.
6	A multi-layer organizational culture framework for enhancing the financial performance in tourism and hospitality family firms	187 empresas familiares del sector del turismo y la hostelería,	Los resultados expresan que la mejora económica y financiera de una organización depende de la orientación que le de la cultura organizativa. Se concluyen que el clima de gestión en la organización afecta no solo el rendimiento financiero, sino también con valores organizacionales.
7	The impact of organizational culture on supply chain integration in the hotel sector	114 hoteles de cuatro o cinco estrellas situadas en dos ciudades egipcias, Hurgada y Sharm el Sheij.	Se evidencia relación entra la OC y la integración de la cadena se suministros, Por otro lado, la cultura de jerarquía y la cultura de desarrollo se correlacionan con el contexto interno y el consumidor.
8	Transformational leadership, political skill, organizational culture, and employee performance: a case from tourism company in Indonesia	110 encuestados de empresas turísticas de Indonesia.	El liderazgo transformacional (TL), la habilidad política (PS) la cultura organizativa (OC) y el rendimiento de los empleados (EP) son significativos y positivos, además de justificar que el TL influyen sobre las otras. Se identifico también que el EP no es afectado por el TL. Se concluye fomentar la OC para mejorar el rendimiento de los colaboradores.
9	The impact of organizational culture on the strategic development of tourism and hospitality enterprises	---	Se concluye que la OC es un recurso de relevancia para el crecimiento y progreso de las empresas de turismo como hoteles, dado que prevé, previene y resuelve situaciones de conflicto.
10	Shaping organizational culture in response to tourism seasonality: A qualitative approach	Directores de hoteles de Etiopía,	Se analizan respuestas desde las variadas teorías de OC respecto a la estacionalidad turística, la cual evidencias características claves, además de considerarse factores que intervienen directamente con la demanda relacionadas al contexto.
11	The Mediating Role of Psychological Safety in the Effect of Organizational Culture on Innovation: A Research in Hotel Enterprises	445 personas que trabajaban en empresas hoteleras de cuatro y cinco estrellas	El resultado expresa que tres de los modelos de OC propuestos por Cameron y Quinn están presentes en la organización influyendo positivamente en la innovación a excepción de la cultura jerárquica considera a la cultura adhocrática como modelo de emprendimiento e innovación, cuyas características de ser flexible y tolerante es mejor percibido por los empleados generando mayor confianza y compromiso.

12	Sustainability awareness, management practices and organisational culture in hotels: Evidence from developing countries	572 empleados hoteleros	Se revela la estrecha relación entre la CO con las practicas sostenibles y se concluye que la importancia que los empresarios fomenten una cultura solidad para fortalecer la gestión de sostenibilidad en sus organizaciones.
13	Cultura organizacional y competitividad de las empresas restauranteras y hoteleras de sonora, México	136 empresas del sector turístico en los municipios de Guaymas, Navojoa y Cajeme, de Sonora, México	Se señala que existe relación entre la competitividad dada por niveles y cultura organizativa, siendo la cultura de clan la que evidencia clara influencia sobre la competitividad

DISCUSIÓN

La cultura organizativa se ve influenciada por las características geográficas y el tipo de empresa; así, por ejemplo, en los hoteles se muestra una cultura de jerarquía, mientras que en restaurantes y agencias es más del tipo clan; siendo un requisito primordial para el éxito empresarial en cualquier actividad, el tener una cultura sólida y bien determinada (Simovic et al.,2023). Y los factores que influyen en la cultura organizacional son la confianza, experimentación, el compromiso, la pertenencia; con la importancia de generar un ambiente propicio, el reconocimiento, para fomentar buenas interrelaciones personales y la orientación hacia un buen desempeño (Bhardwaj et al., 2023).

En ese sentido, las prácticas de inclusión y sostenibilidad en el desempeño de las empresas del sector turismo requieren del ejercicio de una buena dinámica de interacción entre las personas, generando buenas prácticas y la exploración e identificación del impulso de culturas de clan, que fomenten el compromiso a través de la oportunidad de desarrollo profesional de los colaboradores (Pollard et al., 2023). La relación entre la cultura organizacional y el compromiso de los colaboradores se fortalece con los resultados y determinadas dimensiones culturales que se aplican como solución al enfrentar situaciones de crisis (Bui y Le, 2023). Así, por ejemplo, la cultura hospitalaria impacta de manera importante en el comportamiento y desempeño de los empleados con respecto al servicio, la rotación, y la satisfacción laboral; por lo que una cultura fuerte es capaz de generar mayor compromiso y buen desempeño (Dawson et al., 2023)

En otro aspecto de la gestión empresarial, la mejora económica y financiera de una organización se ve influenciada por la cultura organizativa, al punto que el clima organizacional afecta no solo los resultados financieros, sino también los valores empresariales (Gamage y Tajeddini, 2022). Y en este campo, el liderazgo transformacional, la habilidad política, la cultura organizativa son prioritarios e importantes en las organizaciones, de los cuales la cultura es la más favorable en el rendimiento de los empleados (Idris et al., 2022). Lo que revela una estrecha relación entre la cultura organizativa con las practicas sostenibles, y la confirmación de la necesidad de que los gerentes fomenten una cultura fuerte para afianzar la gestión de sostenibilidad en sus organizaciones (Oriade et al., 2021).

Dado que la cultura organizacional es un recurso de suma importancia estratégica en el crecimiento y desarrollo de las empresas de turismo como hoteles, dado que prevé, previene y resuelve situaciones de conflicto (Nikolskaya et al., 2021); es importante el análisis de respuestas desde las variadas teorías de la cultura organizacional respecto a la estacionalidad turística, para encontrar características claves y factores relevantes que influyen directamente con la demanda (Senbeto y Hon, 2021). Así, por ejemplo, existe confirmación sobre la relación entre la cultura organizacional y la integración de la cadena de suministros, a través de una cultura de jerarquía, relacionada a la búsqueda de la eficiencia y fiabilidad, como la cultura de desarrollo vinculada con el contexto interno y el cliente (Gebril et al., 2022).

Del análisis de los modelos de cultura organizacional propuestos por Cameron y Quinn, tres están presentes en la organización influyendo positivamente en la innovación a través de elementos como la flexibilidad y la tolerancia, generando mayor confianza y compromiso en los empleados (Balli et al., 2021); de lo cual, se puede afirmar de la existencia de una relación entre la competitividad dada por niveles y cultura organizativa, siendo la cultura de clan la que demuestra una clara influencia sobre la competitividad (Martínez et al., 2022).

CONCLUSIONES

La cultura organizacional es necesaria en la medida que establece en la organización, una estructura en valores, pero además procesos o procedimientos que guían al trabajador en conductas o acciones para responder o actuar a los diversos contextos o situaciones presentadas en el ámbito laboral. Además, garantiza confianza y compromiso en el colaborador, generando un ambiente adecuado para el quehacer laboral donde se identifiquen y resuelvan dificultades, en condiciones adecuadas para hacerlo; pero también de la oportunidad de desarrollarse en el entorno profesional.

El análisis refleja que la cultura organizacional se vive y se experimenta de diversa forma en todas las organizaciones analizadas, y esto depende mucho del contexto y tipo de actividad que se realice, pero hay algo muy claro que considerar y es que la globalización genera la necesidad de adaptarse pues los entornos y diversos escenarios a los que se enfrenta una organización son cada vez más competitivos y por ende exigentes, es así que alinearse a la estandarización respecto a los procesos funcionales de la organización es un punto a favor que pudiera mantenernos en una ventaja competitiva.

Además, se puede afirmar, de manera general, de la existencia de un impacto significativo de la cultura organizacional en el desempeño de los trabajadores, lo cual se evidencia por el análisis de información obtenida de los trece artículos valorados, y que corresponden al periodo 2021 al 2023, desarrollados en doce países de distintos continentes, y aplicados a muestras de directivos y trabajadores de hoteles, restaurantes y empresas afines, en su mayoría al sector hotelero. La cantidad de artículos valorados responde a un mínimo porcentaje en relación con el universo seleccionado, lo que significa que hay pocas investigaciones que han analizado la cultura organizacional en empresas de turismo; asimismo, se puede apreciar que latino américa carece de información y aportes que colaboren al análisis de este campo.

Finalmente, es indudable el impacto de la cultura organizacional en las empresas de turismo, y su importancia radica en la capacidad de generar grandes puestos de trabajo por la dinámica de su

desarrollo. Enfocar este tipo de análisis permite identificar y conocer el tipo de cultura organizacional que se desarrolla principalmente, como la adecuada considerando que el turismo es una actividad bastante sensible que se ve afectada no solo a contextos propios de la organización, sino también al mínimo cambio de contextos externos que pudiera estar relacionado a temas políticos, económicos, sociales y medioambientales; por tal motivo las empresas del sector deben fomentar una cultura estable que le permita manejar los eventos antes mencionados pues el propósito es lograr metas de éxito.

REFERENCIAS

Arráez, M., Calles, J., y Moreno de Tovar, L. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. Sapiens, 7(2), 171-181. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152006000200012

Balli, A. I. K., Ustun, F., y Balli, E. (2021). The mediating role of psychological safety in the effect of organizational culture on innovation: A research in hotel enterprises. *International Journal of Business*, 26(4), 46-69. https://ijb.cyut.edu.tw/var/file/10/1010/img/838/V26N4-3.pdf

Bhardwaj, B., Kalia, N., Chand, M., y Sharma, D. (2023). Engaged Organizational Culture as a precursor to job performance: An evidence from the hospitality industry of Himachal Pradesh. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 16(4). https://www.researchgate.net/publication/374508997.

Bui, D. H., y Le, A. T. T. (2023). Improving employee engagement through organizational culture in the travel industry: Perspective from a developing country during Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2232589. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2232589

Cameron, K., y Quinn, R. (2011). Diagnosing and Changing organizational culture. Based on the competing values framework. *Jossey Bass*. Third Edition. https://www.academia.edu/19681050/Diagnosing_and_Changing_Organizational_Culture

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional La dinámica del éxito en las organizaciones* (Vol. 2). McGraw Hill. https://www.freelibros.net/administracion/comportamiento-organizacional-2da-edicion-idalberto-chiavenato

Dawson, M., Guchait, P., Russen, M., Wang, X., y Pasamehmetoglu, A. (2023). Hospitality organizational culture: impact on employee's job satisfaction, organizational citizenship behaviors, service recovery performance, and intention to leave. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 22(3), 460-488. https://doi.org/10.1080/15332845.2023.2180963

Denison, D. R., Haaland, S., y Goelzer, P. (2003). Corporate culture and organizational effectiveness: is there a similar pattern around the world?. *In Advances in global leadership* (pp. 205-227). Emerald Group Publishing Limited. https://www.researchgate.net/publication/235317524_Corporate_culture_and_organizational_effectiveness_Is_there_a_similar_pattern_around_the_world

Fajardo, J. L. Y., Gómez, N. P., y Mejía, J. R. S. (2020). Cultura organizacional. *Controversias y concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 263-289. www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/588663787016.pdf

Felizzola Cruz, Y. M., y Anzola Morales, O. L. (2017). Proposal of an organizational culture model for innovation. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle),* 33(59), 20-31. https://doi.org/10.25100/cdea.v33i59.4477

Fleitman, J. (2013). Nuevos paradigmas empresariales en el siglo XXI. *Recuperado de https://www. gestiopolis. com/nuevos-paradigmas-empresariales-en-el-siglo-21*.

Gamage, T. C., y Tajeddini, K. (2022). A multi-layer organizational culture framework for enhancing the financial performance in tourism and hospitality family firms. *Tourism Management*, 91, 104516. http://shura.shu.ac.uk/29768/

Gebril Taha, M., Espino-Rodríguez, T. F., y Gil-Padilla, A. M. (2022). The impact of organizational culture on supply chain integration in the hotel sector. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 306-320. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijcthr-04-2021-0094/full/html

Gómez, C. F., y Rodríguez, J. K. (2001). Teorías de la cultura organizacional. Revista Contabilidad y Auditoría, 115, 111-140. https://www.researchgate.net/publication/216737064_Teorias_de_la_cultura_organizacional

Idris, I., Suyuti, A., Supriyanto, A. S., y As, N. (2022). Transformational leadership, political skill, organizational culture and employee performance: a case study from tourism company in Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 40(1), 104-110. https://doi.org/10.30892/gtg.40112-808

ILO. (2020). COVID-19 and Employment in the Tourism Sector: Impact and Response in Asia and the Pacific. www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/briefingnote/wcms_742664.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2021). *Situación del mercado laboral Lima Metropolitana*. www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-mercado-laboral-nov-dic2020-ene2021.pdf

Kakarougkas, C. (2022, September). Modeling the Elements of Organizational Culture that Formulate the Design of the Internal Environment of Tourist Enterprises: A Literature Review. *In International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism* (pp. 133-142). Cham: Springer Nature Switzerland. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-29426-6_9

Martínez Aragón, C. L., Arellano González, A., y Lagarda-Leyva, E. A. (2022). Cultura organizacional y competitividad de las empresas restauranteras y hoteleras de Sonora, México. *Ciencias administrativas*, (19), 6-6. www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n19/2314-3738-cadmin-19-6.pdf

Martorell, F. J. B., Arcos, F. J. M., García, L. M. R., Torralba, L. T., y Forteza, C. M. (2020). Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación, 296, 6275-1.

Mazurek, M. (2023). Competitiveness as an Intangible Source of Knowledge, Organisational Culture, Processes, and Organisational Forms. *In Contemporary Studies of Risks in Emerging Technology, Part B* (pp. 1-22). Emerald Publishing Limited. DOI:10.1108/978-1-80455-566-820231001

Nikolskaya, E. Y., Fedorchukova, S. G., Kulgachev, I. P., Umarov, M. M., Yudina, E. V., y Feoktistov, S. V. (2021). The impact of organizational culture on the strategic development of tourism and hospitality enterprises. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(4), 1-9.

Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) (2023). *Población Económicamente Activa ocupada de los asalariados de la región Ica*. Boletín Socio Económico Laboral. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4813535/B01-2023_Ica.pdf?v=1688763483

Oriade, A., Osinaike, A., Aduhene, K., y Wang, Y. (2021). Sustainability awareness, management practices and organisational culture in hotels: Evidence from developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102699. https://wlv.openrepository.com/bitstream/handle/2436/623760/Oriade_et_al_Sustainability_awareness_2020.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Pedraza-Álvarez, L., Obispo-Salazar, K., Vásquez-González, L., y Gómez-Gómez, L. (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. *Clío América*, 9(17), 17-25. https://umapp002.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/1462

Pollard, W., Rajendran, D., Sendjaya, S., y Neesham, C. (2023). Organisational culture and effectiveness in ecotourism: the case of World-Wide Opportunities on Organic Farms Australia (WWOOF Australia). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(2), 111-126. https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2207683

Robbins, S., y Coulter, M. (2014). Administración (Vol. 12). Pearson. https://www.academia.edu/43776169/ROBBINS_COULTER_ADMINISTRACI%C3%93N_12a_EDICI%C3%93N_2014

Schein, E. H. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo: una visión dinámica. Plaza & Janés.* https://www.academia.edu/30896718/Schein_La_Cultura_Empresarial_y_El_Liderazgo_pdf

Senbeto, D. L., y Hon, A. H. (2021). Shaping organizational culture in response to tourism seasonality: A qualitative approach. *Journal of Vacation Marketing*, 27(4), 466-478. https://ira.lib.polyu.edu.hk/bitstream/10397/93088/1/Hon_Shaping_Organizational_Culture.pdf

Simovic, O., Lesjak, M., Perović, Đ., y Podovšovnik, E. (2023). Measuring Organizational Culture in Hotels, Restaurants and Travel Agencies in Montenegro. Sustainability, 15(3), 2715. https://doi.org/10.3390/su15032715

Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (11 de octubre de 2023). *Proyecto del programa de trabajo para 2024-2025*. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-

public/2023-10/A25_4_c_Draft_Programme_Work_2024_2025_rev1_Sp.pdf?VersionId=TrmUc68OJCt5jQGpa130qDnlgrPgiM0F

Organización Mundial del Turismo (UNWTO) (19 de setiembre de 2023). El turismo internacional supera rápidamente la crisis pandémica. https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/230919-unwto-barometer-september-2023-es.pdf?VersionId=M.ZvuX1nOoUTlzvzit5M9W6KgYrj5hWc

Quiroz-González, E., Castaño-González, E. J., Aguilar-Bustamante, M. C., Andrade-Jaramillo, V., Gómez-Vélez, M. A., Forero-Aponte, C., ... y Avendaño-Prieto, B. L. (2021). *Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional.* Universidad Católica de Colombia. https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/99013dcd-55df-48fa-88dc-8eb5466222da/content