



RENECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - Google Scholar DOI - REDIB - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID - V|LEX

Title: Elements of Organizational Culture and their implementation in Generation Z. Literature Analysis

Authors: Cano-Ramírez, Eliseo, González-Escoto, Claudia and Carrillo-Flores, Rafael

Universidad Politécnica de Juventino Rosas LUZ-8212-2024 0000-0002-4473-6023
 Universidad Politécnica de Juventino Rosas LUZ-8682-2024 0000-0002-2399-2247
 Universidad Autónoma de Chapingo 0009-0007-7018-7244

Editorial label ECORFAN: 607-8948
BCONIMI Control Number: 2024-01
BCONIMI Classification (2024): 250924-0001
RNA: 03-2010-032610115700-14
Pages: 35

CONAHCYT classification:
Area: Economics
Field: Economics
Discipline: Economic activity
Subdiscipline: Other

ECORFAN-México, S.C.
Park Pedregal Business. 3580,
Anillo Perif., San Jerónimo
Aculco, Álvaro Obregón,
01900 Ciudad de México, CDMX,
Phone: +52 1 55 6159 2296
Skype: MARVID-México S.C.
E-mail: contact@marvid.org
Facebook: MARVID-México S. C.
Twitter: MARVID-México S. C.

www.marvid.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

CONTENIDO

01

INTRODUCCIÓN

02

METODOLOGÍA

03

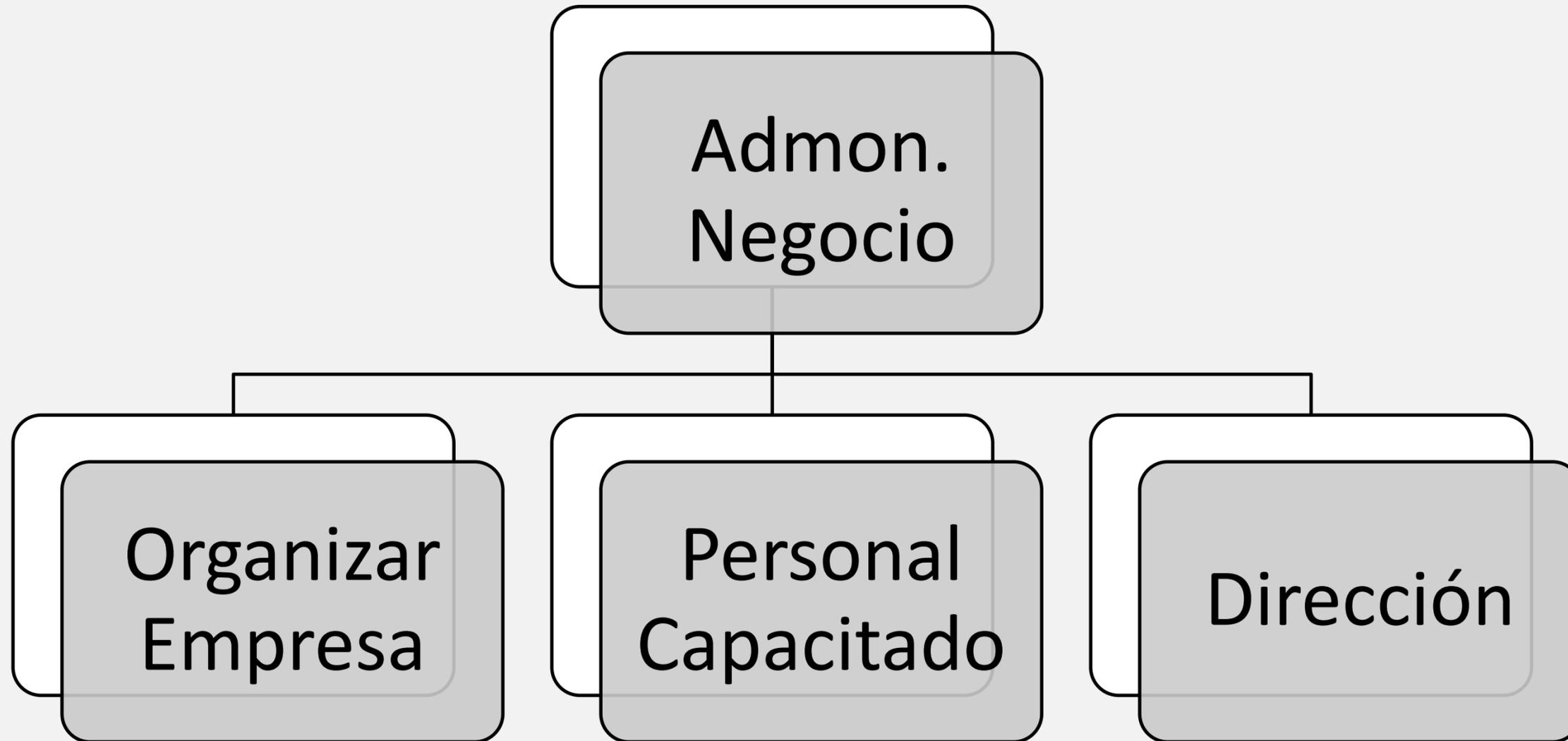
RESULTADOS

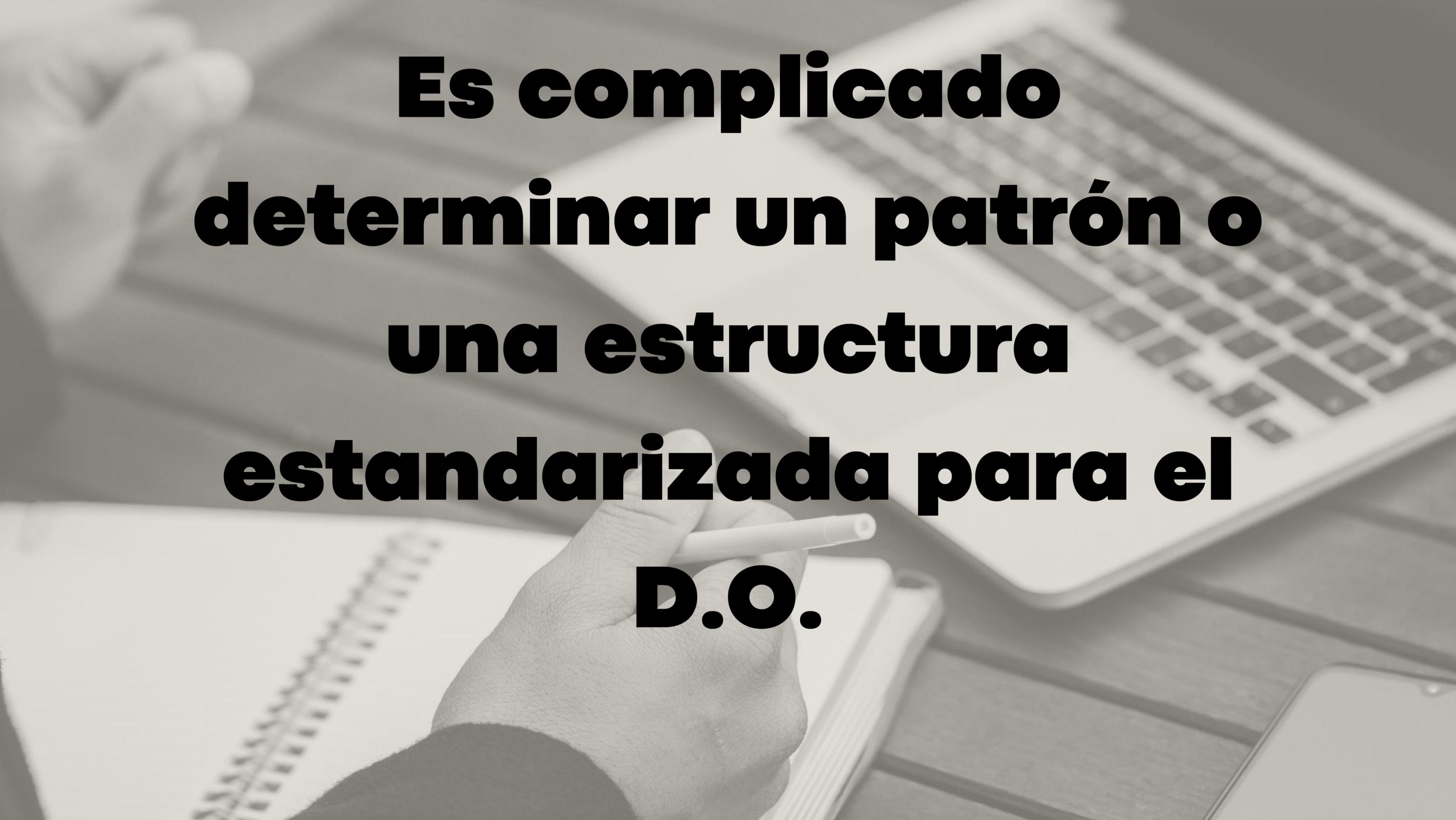
04

CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN

01





**Es complicado
determinar un patrón o
una estructura
estandarizada para el
D.O.**

D.O.



Cultura Organizacional



Metodologías



Estrategias de Gestión



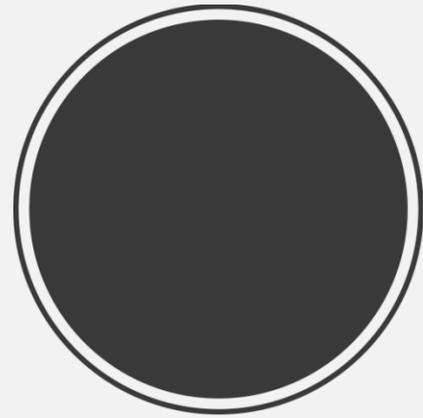
Gestion del talento humano

METODOLOGÍA

02

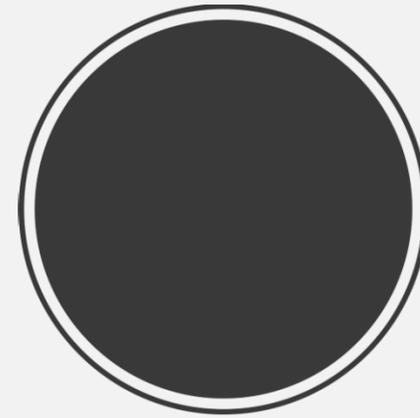


INVESTIGACIÓN



DISEÑO

TRANSVERSAL



ENFOQUE

CUALITATIVO



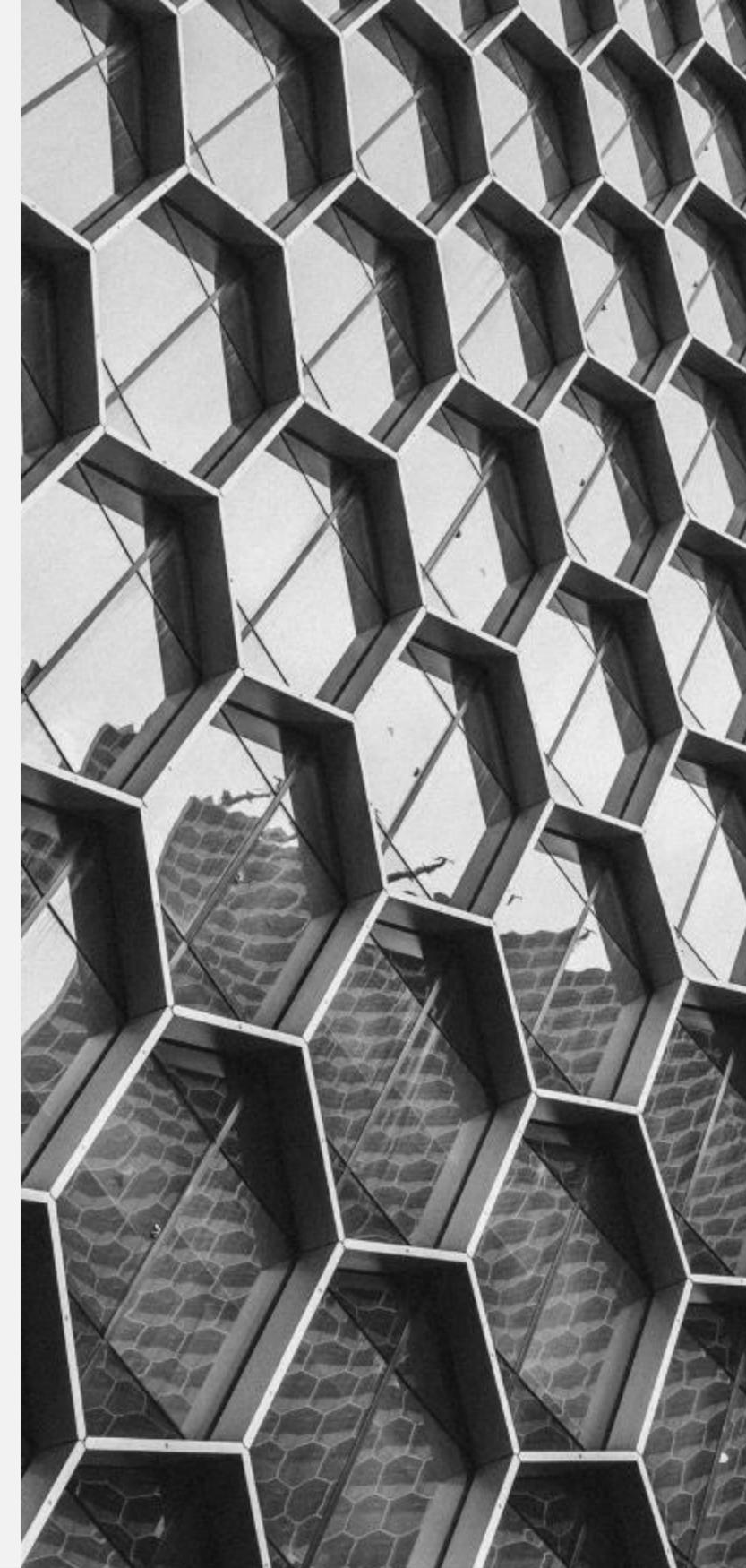
TIPO

EXPLORATORIO,
DESCRIPTIVO Y NO-
EXPERIMENTAL

01

OBJETIVO

Determinar un marco bibliográfico sobre los **Elementos de la Cultura Empresarial**, además de considerar su aporte a la **Generación Z**.



01

PREGUNTAS DE INV.

- ¿Qué es la Cultura Organizacional?
- ¿Qué elementos componen la Cultura Organizacional?
- ¿Qué es la Identidad?
- ¿Cómo es un Modelo de Cultura Org?
- ¿Qué es un Estudio de Diagnóstico?
- ¿Qué es la Generación Z?
- ¿Cómo la Generación Z se relaciona con el tema de Cultura Organizacional?



RESULTADOS

03

Cultura Organizacional

Conjunto unido de maneras de actuar (Solis, 1994)

Factor para el éxito de una empresa (Cameron, 2011)

Requiere un modelo teórico fijo debido a su complejidad

(García, 2017)

Si es positiva, mejora el clima organizacional y aumenta la satisfacción

(Guillén, 2008)

"La Cultura Organizacional no es un aspecto del juego; es el juego" – Lou Gerstner, ex-CEO de IBM

CULTURA ORGANIZACIONAL

Valores,
creencias,
normas y
tradiciones
compartidas
por los
miembros

Incluye la
forma en que
se comunican,
toman
decisiones y
trabajan en
equipo

Es la
“personalidad”
de la
organización



**“LA CULTURA DEBE
SER OBSERVADA,
NO MEDIDA”**

-(Schein, 2010)

IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

Características que los miembros de la organización consideran centrales

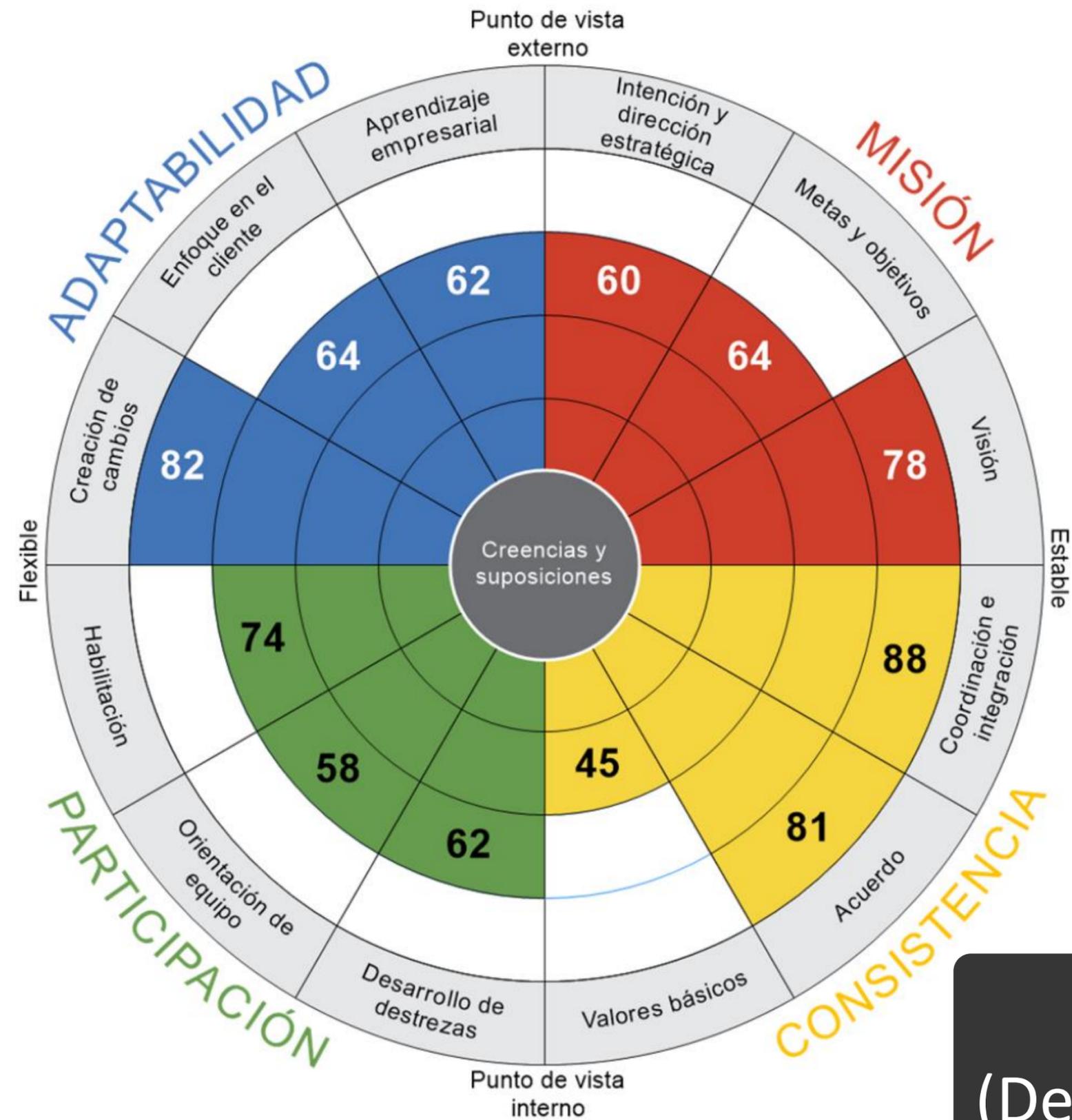
- *Surge desde la individualidad*

Es fluida e inestable

- *Representa más la imagen y la reputación, hacia el exterior.*

Modelo de Denison





(Denison et al., 2023).

Misión

- ¿El equipo sabe hacia dónde se dirige la organización y cuál es su propósito?

Adaptabilidad

- ¿Se escucha al mercado y a los clientes?

Consistencia

- ¿Los valores se viven en la organización?

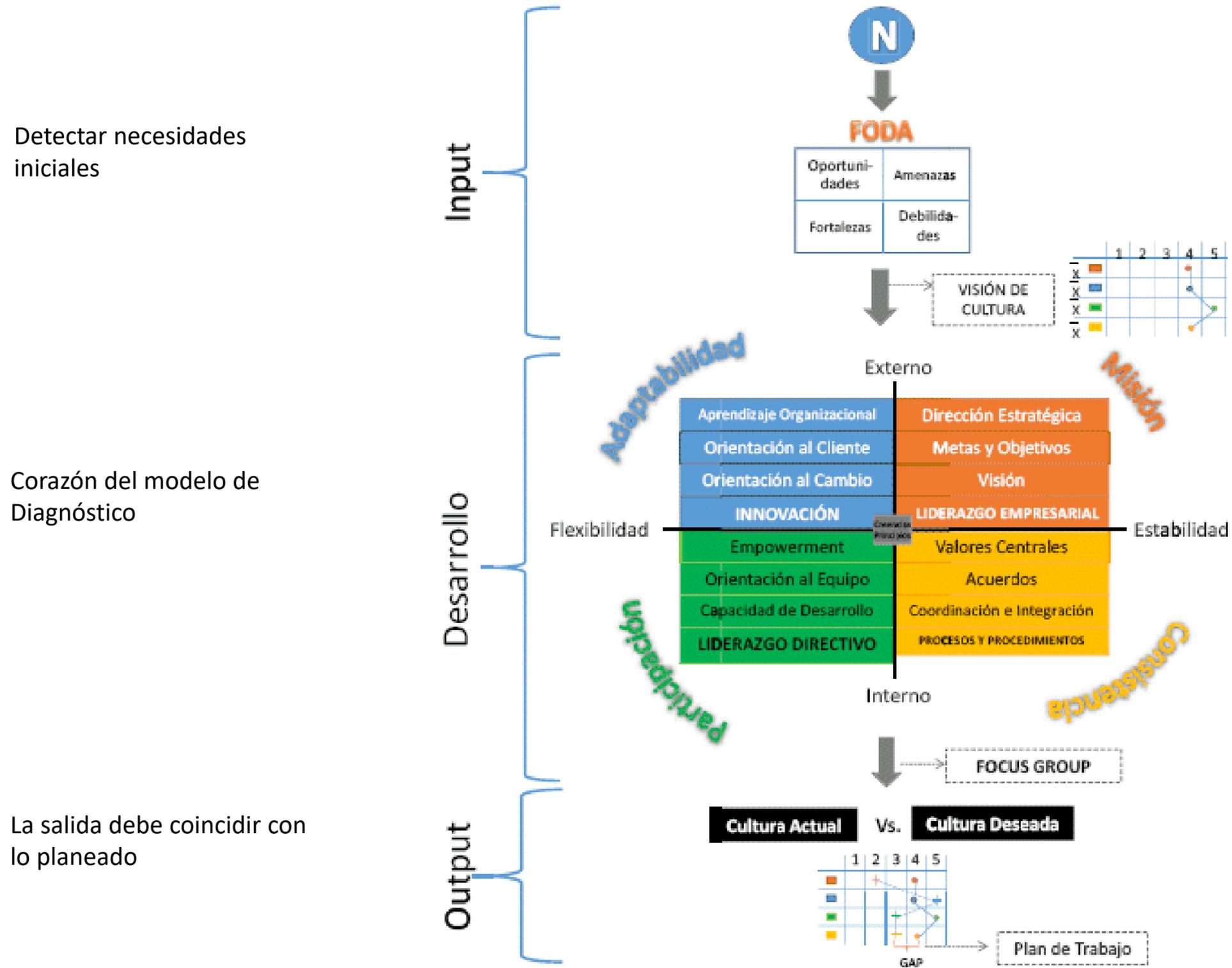
Participación

- ¿El equipo se empodera y participa?

The image features a low-angle, black and white photograph of a modern building's facade, characterized by a grid of windows and balconies. A semi-transparent dark grey rectangular overlay covers the central portion of the image, serving as a background for the text. The text is rendered in a clean, white, sans-serif font. On the left and right sides of the image, there are decorative elements consisting of concentric, dotted white lines that create a sense of depth and movement, resembling a stylized globe or a data visualization.

Modelo de Diagnóstico

Figura 1
NUEVO MODELO DE DIAGNÓSTICO DE CULTURA ORGANIZACIONAL



Detectar necesidades iniciales

Corazón del modelo de Diagnóstico

La salida debe coincidir con lo planeado

Fuente: Elaboración Propia

MICRO EMPRESAS

INEGI
(2019)



Menos de 10
trabajadores



Ventas anuales de hasta
4 millones de pesos



40% del empleo en el
país

01

02

03

PEQUEÑAS EMPRESAS ^{INEGI} (2019)



De 10 a 30
trabajadores



Ventas anuales de 4
hasta 100 millones de pesos



15% del empleo en el
país

01

02

03



IMPORTANCIA DE LAS MICROEMPRESAS



MUNDIAL

Más del 90% de las empresas son micro, pequeñas o medianas empresas

INEGI

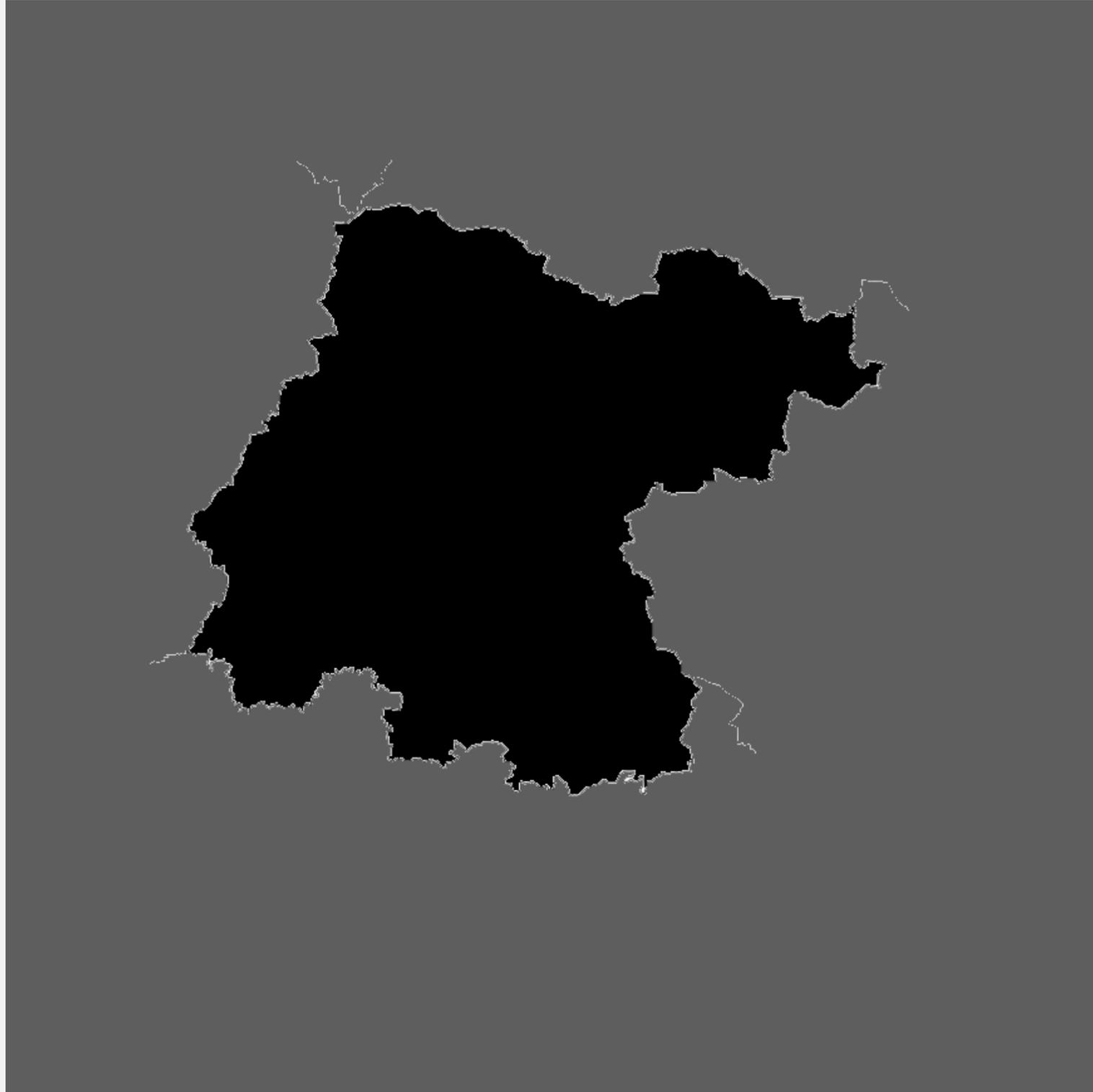
(2019)



NACIONAL

99.8% de las
empresas son
micro, pequeñas o
medianas
empresas

INEGI
(2019)



ESTATAL

98.5% de las
empresas son
micro, pequeñas o
medianas
empresas



(2020)

Generación Z





Grupos de humanos que nacieron en un rango definido de años, compartiendo elementos del tipo social e histórico que los acota dentro de una misma edad (Gaertner, 1957)

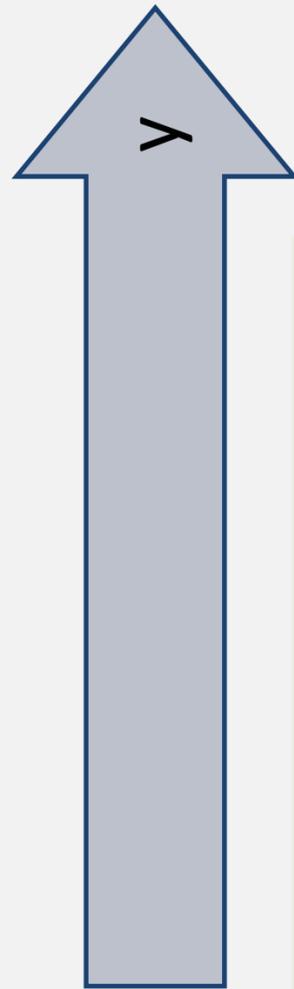
Baby Boomers	X	Y (Millennials)	Z (Centennials)
<ul style="list-style-type: none">• 1946• 1964	<ul style="list-style-type: none">• 1965• 1980	<ul style="list-style-type: none">• 1981• 1996	<ul style="list-style-type: none">• 1997

(Díaz et al.,
2017)

En el ámbito laboral, siempre van a convivir grupos de personas con objetivos muy diferentes entre ellos, al ser de diferentes generaciones. Y es cuando en las organizaciones más se requiere de flexibilidad en los empleados, además de compromiso y capacidad para aprender, pero principalmente... (Chirinos, 2009).

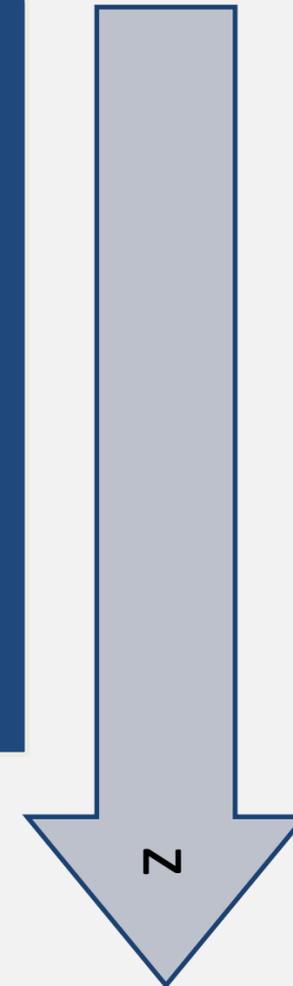


...LIDERAZGO

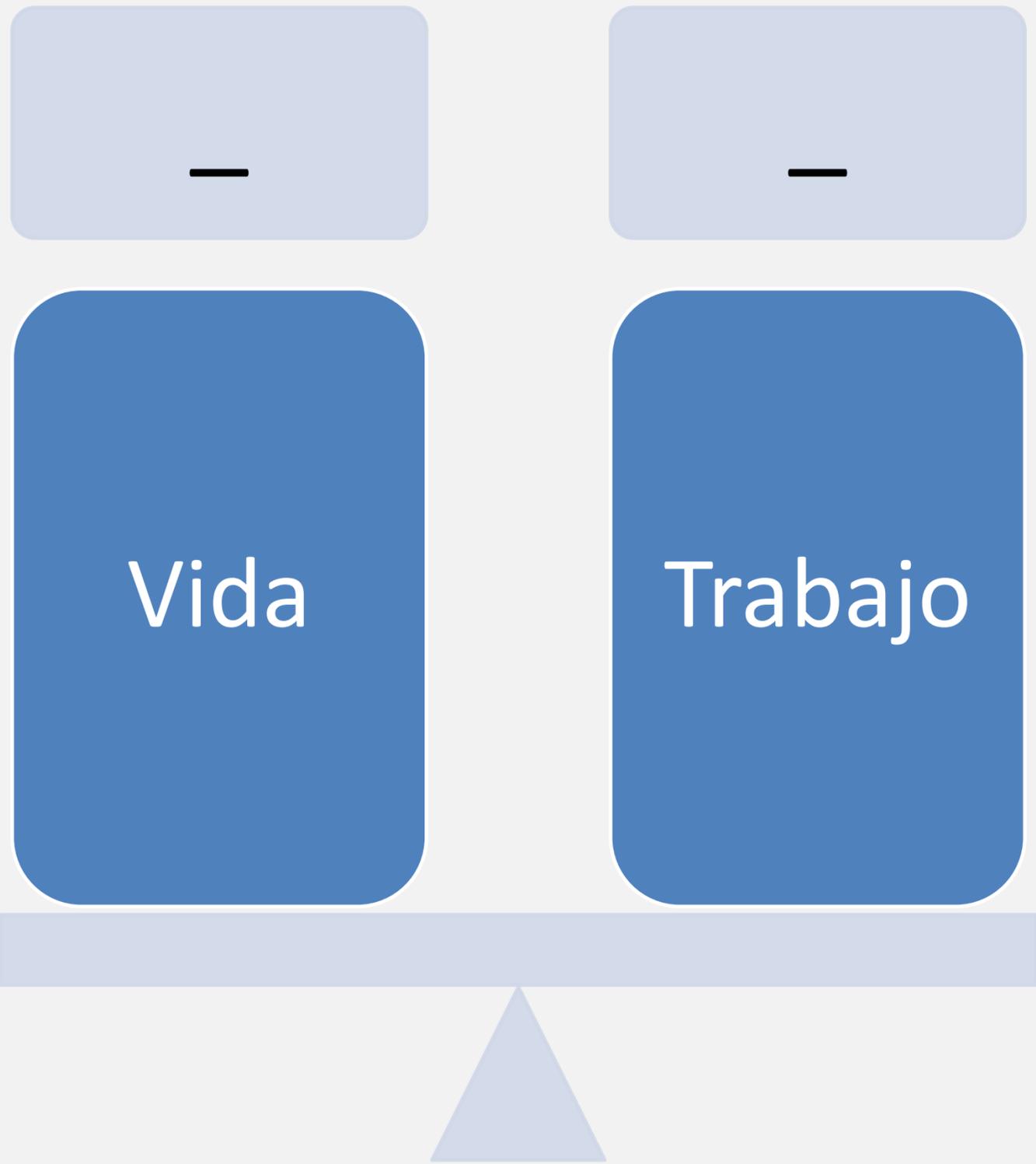


Trabajo-
Ocio con
Tiempo-
Estrés (+)

Trabajo-
Ocio con
Tiempo-
Estrés (-)







Centennials
(Z)

Nativos Digitales

Inmediatez digital

Socialmente más abiertos

Más inclusivos

Por su mentalidad, pueden decidir no ser
asalariados

- 
- 
- Incremento de la cantidad de negocios.
 - Búsqueda de tranquilidad y paz.
 - Nativos digitales.

- Menos tolerantes a la frustración.
- Menos tolerantes al fracaso.
- Búsqueda constante de retroalimentación.



MARVID®

© MARVID-Mexico

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCONIMI is part of the media of MARVID-Mexico., E: 94-443.F: 008- (www.marvid.org/booklets)