

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti
(Organizadoras)

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti
(Organizadoras)

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 3

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadoras: Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

I34 Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 3 / Organizadoras Denise Pereira, Karen Fernanda Bortoloti. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0456-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.569222807>

1. Tecnologías. 2. Ciencias sociales aplicadas. I. Pereira, Denise (Organizadora). II. Bortoloti, Karen Fernanda (Organizadora). III. Título.

CDD 601

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O advento das tecnologias de Informação e Comunicação transformou radicalmente a forma de lidar com o mundo a nossa volta e com as pessoas. Isto, é claro, reflete a maneira como as empresas e todas as partes do globo trabalham.

Na presente obra verificaremos diversos conceitos importantes relacionados à Tecnologia de Informação e que são base para administração da informatização em empresas e contabilidade empresarial informatizada. Os estudos, dentre outros aspectos, apresentarão enfoque sistêmico na gestão de empresas com os conceitos sobre sistemas de informação e a relevância da Tecnologia da Informação e dos Sistemas de Gerenciamento de Dados nas empresas.

Além disso, consideram os Sistemas de Informação utilizados hoje pelas ciências sociais aplicadas, seus subsistemas e quais aplicações destes. Valorizando, assim, uma reflexão a respeito dos sistemas mais amplos que têm como função integrar diversas áreas e processos de uma empresa e sistemas específicos para gerenciamento do relacionamento com o cliente, gestão da cadeia de suprimentos, inteligência empresarial, dentre outros.

Veja que nosso tema é amplo e relaciona as ferramentas e tecnologias aplicáveis na gestão empresarial. Fica aqui nosso convite para que você participe efetivamente buscando mais informações e elaborando novos e diversos conhecimentos, pois estudar é um processo contínuo.

Esperamos que as leituras destes capítulos possam ampliar seus conhecimentos e instigar novas reflexões.

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA “CONVERSUS”

Sonia Díaz-Olivo

Emmanuelle Alvarado-Álvarez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228071>

CAPÍTULO 2..... 10

APLICACIÓN DE LA LEY DE BENFORD A LA DETECCIÓN DE FRAUDES

Pedro Manuel Cabeza García

Diego Ricardo Rubio Erazo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228072>

CAPÍTULO 3..... 24

COLLABORATIONAL METASTRUCTURALISM: ADVANCES IN ORGANIZATIONAL THEORY AND ADMINISTRATION

Leonel Salvador Lerma Rojas

Mara Alejandra Lerma García

Pedro Luís Lerma García

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228073>

CAPÍTULO 4..... 38

CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA EN LAS ORGANIZACIONES RELIGIOSAS: LAS REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS COMO ESTRATEGIA PARA GESTIONAR LÓGICAS INSTITUCIONALES POTENCIALMENTE CONTRADICTORIAS

Lorena Martinez Soto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228074>

CAPÍTULO 5..... 52

CRÉDITOS FORMALES COMO FUENTE DE FINANCIAMIENTO PARA LOS MICROEMPRESARIOS: ¿INCLUSIÓN O EXCLUSIÓN?

Janeth Chunga Hernández

Hugo Bécquer Paz Quintero

María Fernanda González

Francia Milena Suárez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228075>

CAPÍTULO 6..... 65

CSA+ID “HOUSING AS AN EXPRESSION OF IDENTITY”

Barbie Mariangel Uzcategui De Chomón

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228076>

CAPÍTULO 7..... 80

ESTRÉS VÍA RECONOCIMIENTO, PARTICIPACIÓN Y ACTIVIDADES LÚDICAS:

DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS EN UNA INSTITUCIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES

Mara Alejandra Lerma García

Pedro Luís Lerma García

Leonel Salvador Lerma Rojas

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228077>

CAPÍTULO 8..... 97

ESTUDIO DE POSTULADOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE MODELOS DE RIESGO FINANCIERO

Martha Milena Cuellar Chaves

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228078>

CAPÍTULO 9..... 120

EVALUACIÓN DEL MARCO INSTITUCIONAL COLOMBIANO PARA LA ESTRATEGIA EN INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Sandra Valbuena Antolínez

Claudia Patricia Jaramillo Mendigaña

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228079>

CAPÍTULO 10..... 134

INVESTIGADORES PERSEVERANTES, INVESTIGACIONES “INNOVACTIVAS”

Laura Elizabeth Cavazos González

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280710>

CAPÍTULO 11 146

LA ACCIÓN COMUNICATIVA EN LA SOCIEDAD HIPERMODERNA

Karen Cruz Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280711>

CAPÍTULO 12..... 154

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN CACSLA-CACECA DENTRO DE LAS INTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Claudia Viviana Álvarez Vega

Sandra Julieta Saldivar González

Mayda González Espinoza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280712>

CAPÍTULO 13..... 165

MEJORA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LADRILLO ARTESANAL CON UNA EXTRUSORA SEMIAUTOMÁTICA

Karen Hernández Rueda

Rivelino Hernández Rueda

Juan Carlos González Castolo

Silvia Ramos Cabral

Sandra Elizabeth Hidalgo Pérez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280713>

CAPÍTULO 14..... 179

MODELOS DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y SU PERTINENCIA CON LAS EMPRESAS COLOMBIANAS

Barrios Meza Fernando José

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280714>

CAPÍTULO 15..... 188

NELLY DECAROLIS, UNA VIDA DEDICADA A LA MUSEOLOGÍA

Lucía Astudillo Loor

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280715>

CAPÍTULO 16..... 198

PATRIMONIO CULTURAL Y URBANISMO EN XOCHIMILCO, CIUDAD DE MÉXICO

Javier Pérez Corona

María del Rocío Navarrete Chávez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280716>

CAPÍTULO 17..... 212

REDEFINIENDO EL AVISO PUBLICITARIO A LAS NUEVAS REALIDADES

Eduardo Sánchez Bayona

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280717>

CAPÍTULO 18..... 226

THE VICIOUS CIRCLE OF SOCIAL SEGREGATION AND SPATIAL FRAGMENTATION IN COSTA RICA'S GREATER METROPOLITAN AREA

Oliver Schütte

Marije van Lidth de Jeude

Florencia Quesada Avendaño

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280718>

CAPÍTULO 19..... 240

¿VOLVERÁN LOS ESTUDIANTES CHINOS A ESTUDIAR IDIOMA Y NEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA? CÓMO ENFRENTARSE A NUEVOS RETOS EN LA ERA POST COVID19

Beatriz Irún Molina

Inmaculada Fortanet Gómez

Diego Monferrer Tirado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280719>

CAPÍTULO 20..... 254

UN ESTUDIO DE CASO: LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y VECINAL EN EL DF (1999-2016)

Irma Campuzano Montoya

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280720>

SOBRE AS ORGANIZADORAS.....	267
ÍNDICE REMISSIVO.....	268

CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA EN LAS ORGANIZACIONES RELIGIOSAS: LAS REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS COMO ESTRATEGIA PARA GESTIONAR LÓGICAS INSTITUCIONALES POTENCIALMENTE CONTRADICTORIAS

Data de aceite: 07/07/2022

Lorena Martinez Soto

RESUMEN: Objetivo: El objetivo de esta investigación es comprender cómo las creencias y prácticas vinculadas a la lógica económica son incorporadas al sistema de creencias de los dirigentes de las organizaciones religiosas, e influyen en la manera como éstos construyen su propia interpretación acerca de lo que es identitario de la organización. **Método:** El diseño de la investigación se realizó de acuerdo con la metodología cualitativa y el paradigma interpretativo de las Ciencias Sociales. El método y la técnica de análisis de la información fue la fenomenología. Las técnicas de recolección de datos fueron: la entrevista semi-estructurada, la revisión de documentos y la observación no participante. **Resultados:** El estudio arrojó que las creencias y prácticas provenientes de la lógica económica son incorporadas por los dirigentes principalmente a través de sus actividades cotidianas, mismas que están centradas en la gestión administrativa de la organización. Los significados inherentes a las creencias y prácticas -propias de la lógica económica- son reinterpretados a la luz del sistema religioso de creencias mediante la creación de elementos comunicacionales clave tales como fantasías, historias comunes, sistemas de creencias, mitos racionalizados, entre otros, que permiten la construcción de marcos comunes de significado, que dotan las prácticas administrativas de un

sentido religioso, evitando de ese modo que se vean como “ajenas” al sistema de creencias de la organización. **Conclusiones:** Se concluye que los dirigentes de las organizaciones religiosas, al igual que todas las organizaciones contemporáneas, se enfrentan a un ambiente institucional complejo en el que deben desarrollar múltiples estrategias que les permitan gestionar dicha complejidad sin alterar su identidad y sus valores esenciales. Una de las estrategias utilizadas por los dirigentes es construir explicaciones racionales acerca de sus prácticas manageriales, resignificando así creencias y prácticas seculares a la luz de su sistema religioso de creencias, logrando de este modo, un sentido de coherencia que les permite administrar la organización con un estricto criterio económico sin ser criticados o deslegitimados por sus miembros o por las demás organizaciones que conforman el campo organizacional. El equilibrio entre una adecuada gestión administrativa y el cumplimiento de su propósito misional, es lo que garantiza que la organización siga manteniendo su identidad religiosa y a la vez sea perdurable a lo largo del tiempo.

PALABRAS CLAVE: Identidad organizacional; Lógica Económica; Organizaciones Religiosas.

1 | INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

La religión es considerada como un fenómeno esencialmente humano que está presente en todas las culturas y que responde a la búsqueda del sentido de la vida. Como

institución social, la religión siempre ha sido un fermento ideológico que permite a las personas adquirir la capacidad de aceptar la adversidad y dar sentido a sus vidas; por lo tanto, en términos políticos y económicos, la religión ha demostrado que tiene la capacidad de influir masivamente en el comportamiento de las personas y canalizar voluntades en un sentido determinado.

Aunque existe una corriente bastante fuerte que argumenta la creciente secularización de las sociedades y la inminente desaparición de las instituciones religiosas debido a los avances de la tecnología, el aumento de los niveles de vida y el desarrollo del liberalismo y el individualismo (Richelieu y Korai, 2012), es evidente que los mismos fenómenos propios del capitalismo post-industrial como la globalización y la democracia, han contribuido a la expansión de ciertas formas de expresión religiosa.

Un balance del panorama actual revela que la religión sigue siendo una institución fundamental de la sociedad occidental no sólo a nivel social, sino también a nivel político y económico (Richelieu y Korai, 2012). Con más de dos billones de seguidores en todo el mundo, el Cristianismo (con sus diferentes denominaciones) es la religión más practicada en el mundo, anteponiéndose al Islam con cerca de 1,5 billones de seguidores y al Hinduismo con aproximadamente 1 billón de seguidores (Richelieu y Korai, 2012).

Como elementos clave del modelo capitalista post-industrial, la universalización de la producción mediante la globalización del mercado y la democratización de los regímenes políticos, han dado paso a una reducción estructural de la diversidad institucional, centrada cada vez más en la *forma empresarial* como forma institucional hegemónica (Montaño, 2005). Esto ha derivado en la *empresarialización de la sociedad* como un fenómeno que promueve una ideología fundamentada en el modelo económico neoliberal y que establece una lógica racionalizante orientada por criterios basados en la competencia, la productividad, la rentabilidad y la eficiencia (De Gualejac, 2005).

En su nueva versión globalizada, las organizaciones religiosas no solo operan de acuerdo con los parámetros predefinidos por la lógica institucional religiosa, a saber, la búsqueda de la verdad trascendental y la construcción simbólica de la realidad dentro de la que se realiza toda la actividad humana (Friedland y Alford, 1991); sino que además, adoptan comportamientos que tradicionalmente han sido vinculados a las organizaciones empresariales mismas que operan de acuerdo a una clara la lógica económica, tales como el aprovechamiento de la tecnología, la política y el mercado como herramientas para, a) globalizar sus valores morales, b) expandir su membresía, c) vender bienes y servicios religiosos o de salvación y d) ganar legitimidad social; lo que revela una faceta intensamente mediatizada y mercantilizada de la religión (Thomas, 2009).

La incorporación de creencias y prácticas provenientes de diversas lógicas institucionales provenientes de órdenes institucionales que son predominantes en la sociedad occidental contemporánea¹, ha conducido a las organizaciones religiosas hacia

¹ Al respecto Friedland y Alford (1991) proponen el mercado capitalista, el estado burocrático, la democracia, el núcleo

un rango muy estrecho de maniobra debido a que deben mantener su propia identidad y a la vez deben responder a múltiples demandas provenientes de un ambiente institucional complejo. Dentro de este rango de maniobra se destaca la necesidad esencial de responder a dos órdenes institucionales que son fundamentales para mantener su supervivencia: la religión y la economía.

Por un lado, las organizaciones religiosas no pueden permitir que sus objetivos económicos comprometan su enfoque misional vinculado a lo religioso, pero tampoco pueden permitir que sus objetivos misionales debiliten su enfoque económico (Trones, 2015). Cualquiera de ambos extremos puede representar un gran riesgo para la organización debido a que enfocarse demasiado en la generación de lucro puede llevarla a perder su sentido de misión, y enfocarse demasiado en su misión puede llevarla al punto de no poder sostener económicamente sus operaciones (Ebrahim et al. 2014).

1.2 Problemática de Investigación

La co-existencia de múltiples demandas institucionales puede provocar tensiones al interior de la organización religiosa, específicamente en el nivel directivo estas tensiones pueden verse reflejadas en la diversidad de opiniones por parte de los dirigentes acerca de cuál es la mejor manera de mantener un equilibrio entre los objetivos religiosos que promueve la organización y la forma en que deben ser administrados los recursos materiales disponibles para alcanzar dichos objetivos. Es decir, en algunos casos, la tendencia de unos será priorizar la solvencia económica de la organización, y en otros, la tendencia será a promover el logro de la misión evangelística y supeditar los aspectos económicos a dicha misión, lo que genera confusión sobre qué es lo realmente prioritario en la organización y se traduce en preguntas que remiten a la identidad de la organización.

Una manera de estudiar la orientación simultánea de las organizaciones religiosas hacia lo religioso y hacia lo económico, es ubicarlas en el terreno de las organizaciones híbridas, consideradas como un *tipo* de organización en la que se combinan modelos de negocios comerciales y la misión social del sector sin fines de lucro. (Battilana y Lee, 2014; Doherty, Haugh y Lyon, 2014; Dufays y Huybrechts, 2016). En este sentido, Boyd et. al., (2009) plantean que lo que distingue una organización híbrida de una organización sin ánimo de lucro tradicional, es que las organizaciones híbridas desarrollan su misión social y realizan actividades empresariales para ser económicamente sostenibles.

Dentro de las organizaciones de identidad múltiple u organizaciones de identidad híbrida (Battilana y Dorado, 2010; Pache y Santos, 2013), es posible identificar un tipo particular de configuración, a saber, aquellas organizaciones que están constituidas de acuerdo con dos sistemas de valores aparentemente incompatibles (Parsons 1956, Etzioni 1961): un sistema normativo, con énfasis en las tradiciones y símbolos, procesos de interiorización de la ideología y el altruismo, como una iglesia o una familia; y un sistema

familiar y la religión cristiana, como instituciones centrales de la sociedad occidental.

utilitario, caracterizado por la racionalidad económica, la maximización de las ganancias y el interés propio, como una empresa. A esta tipología se le conoce como híbridos normativo-utilitarios (Foreman y Whetten, 2002).

Considerar a las organizaciones religiosas como híbridos normativo-utilitarios implica reconocer la presencia de dos sistemas de valores que luchan entre sí, lo que genera tensiones y conflictos entre sus miembros. Ante esta situación, los dirigentes responden construyendo “identidades organizacionales comunes” como un elemento de la cultura corporativa y que opera a manera de discurso global en el que se promueven interpretaciones unificadas acerca de la naturaleza de la organización y sus objetivos, mitigando, de este modo, las tensiones y conflictos.

Sin embargo, en la realidad, los procesos de construcción identitaria no son uniformes y estables a lo largo del tiempo. Esto ocurre debido a que la identidad de la organización no sólo es algo que los dirigentes de la organización puedan prescribir y promover mediante discursos formales, sino que, la identidad de la organización, entendida como un constructo colectivo que emerge de la comprensión de sus miembros acerca de lo que es la naturaleza de la organización, es algo que requiere de la participación de los diferentes grupos que hacen parte de la organización.

En el marco de esta discusión, se plantearon como interrogantes iniciales: ¿Periben los dirigentes de las organizaciones religiosas una dualidad entre las demandas religiosas y económicas durante el ejercicio de sus funciones?; ¿Cómo influye dicha dualidad en la manera como construyen su interpretación acerca de lo que es central, distintivo y perdurable de la organización?; ¿Que influencia tienen los aspectos simbólicos y comunicacionales en la gestión de ambas dimensiones en la organización?.

La pregunta central que orientó la investigación fue: ¿Cómo los dirigentes de la Iglesia de Jesucristo Vivo para el Mundo-sede México central, utilizan las representaciones simbólicas para alcanzar un alto grado de consenso en sus interpretaciones colectivas sobre la identidad de la organización?.

Las sub-preguntas de investigación por dimensión de análisis son:

- ¿Cómo incorporan los dirigentes de la IJCVM-sede México Central, las creencias y prácticas asociadas a la lógica económica?.
- ¿Cómo los dirigentes de la IJCVM-sede México Central construyen su interpretación de la identidad organizacional?
- ¿De que forma estructura organizacional y los procesos administrativos de la IJCVM revelan la presencia de la lógica económica en la organización religiosa?

El objetivo central de la investigación es comprender cómo los dirigentes de la Iglesia de Jesucristo Vivo para el Mundo-sede México central, incorporan a su sistema de creencias.

El objetivo central de la investigación es: comprender cómo las creencias y prácticas vinculadas a la lógica económica son incorporadas al sistema religioso de creencias de los dirigentes de la Iglesia de Jesucristo Vivo para el Mundo-sede México central, e influyen en la manera como éstos construyen su propia interpretación acerca de lo que es identitario de la organización.

2 | PERSPECTIVA TEÓRICA

2.1 Antecedentes

Para responder las preguntas de investigación, se planteó una problemática de investigación centrada en examinar cómo la lógica económica influye en la manera como los dirigentes que hacen parte del ápice estratégico y la línea media de una organización religiosa, construyen su propia interpretación acerca de lo que es la identidad de la organización, entendida ésta como lo que ellos definen que son las características centrales, distintivas y perdurables de la organización.

Al estudiar el fenómeno de la construcción de la identidad organizacional por parte del grupo de directivos de una organización religiosa, se busca comprender cómo las creencias y prácticas vinculadas a la lógica económica son incorporadas al sistema de creencias de los dirigentes e influyen en la manera como éstos construyen su propia interpretación acerca de lo que es identitario de la organización. Particularmente, se busca comprender de qué manera, su rol como *Managers* de la organización, les facilita la incorporación creencias y prácticas propias de una lógica exógena a la organización, -como lo es la lógica económica- y cómo éstos hacen uso de las representaciones simbólicas para articular dichas creencias y prácticas a su sistema religioso de creencias de tal manera que la organización pueda seguir cumpliendo su propósito misional y ser económicamente viable.

2.2 Discusión teórica

La discusión teórica de la investigación se realizó a partir de tres ejes principales: el primero de ellos es la Teoría Institucional, específicamente el *Nuevo* Institucionalismo Sociológico (Meyer y Rowan, 1977; Zucker, 1977; Silverman, 1975; DiMaggio y Powell, 1999) y el Enfoque de Lógicas Institucionales (Friedland y Alford, 1991; Thornton y Ocasio, 2008; Thornton, Ocasio y Lounsbury; 2012), como referentes para el estudio de la Lógica Económica como primera dimensión de análisis.

El segundo eje Teórico es la Teoría de la Elección Racional aplicada a las Organizaciones Religiosas (Finke y Stark, 1998; Miller, 2002; Pearce, Fritz y Davis, 2010), que sirvió como referente para estudiar el comportamiento racional de las iglesias o denominaciones religiosas como entidades en las que se promueven creencias y prácticas vinculadas a lo sagrado, y a la vez, se desarrollan prácticas vinculadas a la administración

de los bienes materiales de la organización.

El último eje teórico está conformado por la Teoría de la Identidad Social (Ashforth y Mael, 1989; Haslam, 2004) como referentes para estudiar la Identidad Organizacional desde la perspectiva del actor social (Albert y Whetten, 1985); y la Teoría de Trabajo de Identidad (Knights y Willmott, 1989; Sveningsson y Alvesson, 2003) como referente para estudiar la identidad organizacional desde la perspectiva de la construcción social, en la que se combinan la interpretación de la identidad como elementos estables y dinámicos (Gioia, et.al., 2000) y la identidad como un proceso de estabilidad y cambio (Gioia y Pitre, 1990; Schultz y Hatch, 1996; Alvesson, et.al., 2008).

Como referente teórico del proceso de construcción identitaria se utilizó el modelo de construcción de la identidad organizacional que proponen Gioia, et.al., (2010), que busca comprender cómo se construye o se forma la identidad, entendiendo que dicha construcción se basa en procesos de creación de sentido (Weick, 1979) y creación de significado (Gioia y Chittipeddi, 1991) acerca de “quienes somos”, y en los que se tiene en cuenta la interacción y la negociación entre personas y entre éstas y el entorno.

El modelo de Construcción de la Identidad Organizacional que proponen Gioia, et.al., (2010) consiste en cuatro pasos que se dan de forma secuencial y cuatro pasos que son iterativos (Ver figura 1).

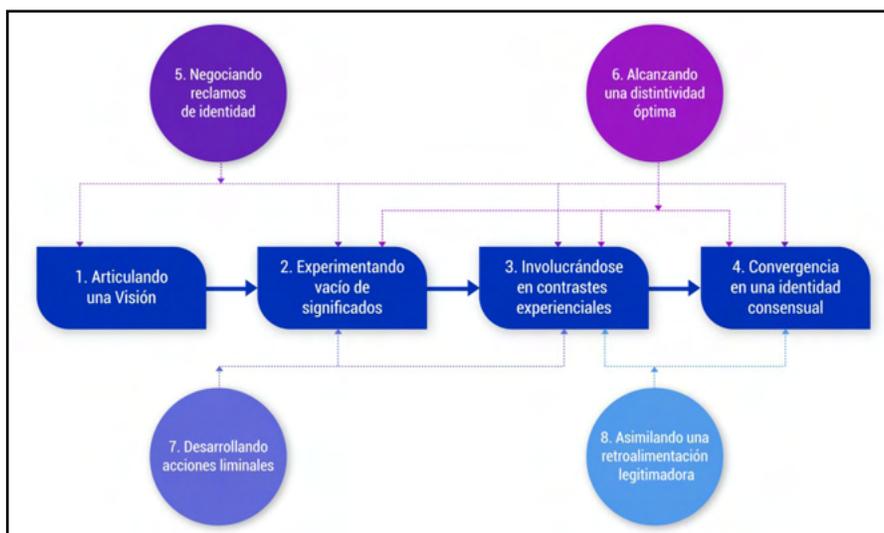


Figura 1. Proceso de construcción de la Identidad Organizacional

Fuente: Gioia, et.al., (2010)

Las etapas del modelo son:

1. Construcción de una visión articulada.

Comprende la formulación de una visión guía por parte de los fundadores. Esto

involucra las interpretaciones que hace el fundador sobre el propósito de la organización (lo que la organización debería ser, su misión).

2. Experimentar un vacío de significados.

Esta etapa implica resolver las ambigüedades en torno a los significados que son clave para la identidad de la organización. Esto requiere responder las inquietudes de los miembros sobre lo que significa concretamente la misión y la visión entendidas como el *Deber Ser* de la organización.

3. Participar en contrastes experienciales.

La identidad de la organización suele estar influenciada por su historia debido a que ésta ayuda a responder la pregunta sobre “quienes somos como organización”.

4. Convergencia en una identidad consensual.

Esta etapa implica llegar a un consenso acerca de lo que los miembros consideran como las características centrales, distintivas y perdurables de la organización, implica también tener claro que *no es* la organización y establecer consensos en torno a lo que *sí es* la organización. *Durante el desarrollo de los cuatro procesos progresivos, se desarrollan cuatro procesos dinámicos que se interrelacionan con los cuatro primeros.*

5. Negociación de reclamos de identidad.

Este proceso se centra en la negociación de los significados asociados a los aspectos identitarios de la organización en términos de sus propios miembros y en términos de las expectativas de las audiencias externas (campo organizacional, otras organizaciones, referentes sociales, legales, etc.).

6. Alcanzar una distinción óptima.

La distinción óptima llega cuando los miembros de la organización pueden establecer en qué aspectos, la organización es similar y diferente de otras de su campo organizacional. Esto implica establecer qué características la hacen similar a las demás y de esta forma mantener su legitimidad; y qué la hacen diferente para obtener ventajas competitivas.

7. Realización de acciones liminales.

Las acciones liminales implican probar conductas y formas nuevas de realizar el trabajo. Las acciones liminales son acciones tentativas o de prueba que se realizan en tanto que se consolidan las reglas y expectativas.

8. Asimilación de la retroalimentación legitimadora.

La retroalimentación legitimadora proviene de las audiencias externas (campo organizacional y organizaciones vinculadas) y se enfoca en las afirmaciones de estas audiencias en torno a si las acciones de la organización son “deseables, adecuadas o apropiadas dentro de un sistema de normas, valores, creencias y definiciones socialmente construidas” (Suchman, 1995: 574).

3 | ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Enfoque Metodológico

El enfoque de ésta investigación estuvo orientado hacia la interpretación y comprensión del fenómeno investigado, por lo tanto, el enfoque metodológico fue cualitativo y el paradigma seleccionado fue el *paradigma interpretativista* de las Ciencias Sociales.

3.2 Perspectiva de la Investigación

La perspectiva fue simbólica, por lo tanto, se utilizaron como referentes, el enfoque cultural de las organizaciones (Smircich, 1983; Geertz, 1973) y la Teoría de la Convergencia Simbólica (Bormann, 1983).

3.3 Método

El método y la técnica elegida para la interpretación de los datos fue la *fenomenología*, específicamente la fenomenología trascendental propuesta por (Moustakas, 1994 y Creswell, 2013).

3.4 Diseño de la Investigación

3.4.1 Dimensiones de análisis

Las dimensiones de análisis fueron: a) lógica económica, b) organización religiosa e c) identidad organizacional.

3.4.2 Proposiciones de trabajo

Lógica económica: la lógica económica se incorpora a la organización religiosa a través de la gestión administrativa de sus dirigentes, quienes durante sus prácticas cotidianas incorporan creencias y prácticas propias de la lógica económica, que se van naturalizando a través del tiempo y llegan a formar parte de marcos comunes de significado en los que se articulan los componentes materiales y simbólicos inherentes a la lógica económica y el sistema religioso de creencias de la organización.

Organización religiosa: La lógica económica promueve creencias y prácticas que influyen en la estructura organizacional de las organizaciones religiosas y en las prácticas manageriales de sus dirigentes.

Identidad organizacional: A través de procesos de convergencia simbólica, los dirigentes construyen una interpretación de la identidad organizacional que se adhiere a las explicaciones organizacionales dominantes, y a la vez, les permite gestionar las tensiones organizacionales provocadas por la influencia de la lógica económica.

3.5 Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de la información fueron la entrevista semi-estructurada, la observación y la revisión de documentos.

3.6 Organización en la que se realizó el trabajo de campo

El trabajo de campo se realizó en una de las sedes administrativas de la Iglesia de Jesucristo Vivo para el Mundo, ésta es una denominación protestante clasificada por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) dentro de la tipología de las religiones bíblicas no evangélicas.

3.7 Delimitación del estudio

3.7.1 *Unidad de Observación*

La unidad de observación fue el grupo de dirigentes que hacen parte del ápice estratégico y la línea media de la organización seleccionada. La selección de la muestra se realizó por saturación y disposición voluntaria de los actores para acceder a la entrevista. Se consideraron las siguientes características demográficas en los entrevistados: Antigüedad, perfil profesional y nivel educativo. Se realizaron un total de 15 entrevistas que incluyeron actores pertenecientes a los dos grupos jerárquicos mencionados previamente.

3.7.2 *Unidad de Análisis*

La unidad de análisis seleccionada fueron las “formaciones discursivas” que se expresan a través de representaciones oficiales e informales y que tienen como propósito influir en la construcción de versiones específicas del individuo, el trabajo y la organización (Alvesson, et.al.,2008). Debido a que el enfoque elegido para la interpretación de los datos fue la Teoría de la Convergencia Simbólica (Bormann, 1983), se eligió como unidad de análisis elemental las “fantasías-tema” que surgen del encadenamiento de mensajes dramáticos encontrados en las narrativas de los dirigentes. El estudio de las fantasías-tema permite identificar los elementos comunicacionales clave (visiones retóricas, sagas organizacionales, mitos racionalizados) que son parte de los marcos comunes de significado que permiten alcanzar la convergencia simbólica en el grupo de dirigentes.

3.7.3 *Acotación temporal y espacial*

La delimitación temporal responde a la pregunta ¿cuándo tienen lugar las construcciones de Identidad Organizacional?, de acuerdo con Alvesson, et.al., (2008) es posible estudiar la identidad como un proceso continuo del que no es posible escapar debido a que requiere una re (producción) y mantenimiento constantes. Esta perspectiva considera que todo lo que hacen, dicen y piensan los miembros de la organización es

reflejo y a la vez da forma a la manera como la organización se define a sí misma.

En este caso, se asumió la construcción identitaria como un proceso continuo, por lo tanto, el estudio abarcó el periodo de tiempo que la IJVM-sede México central tiene establecido para el ejercicio administrativo de sus dirigentes actuales, que es de cinco años (2016-2020).

Se seleccionó este periodo de tiempo debido a que una investigación en el momento actual permitiría mayores posibilidades de acceso a los datos y a los informantes. De este modo, la información recabada durante el trabajo de campo involucró entrevistas con los dirigentes actuales, asistir a las juntas directivas celebradas durante el periodo de realización del trabajo de campo y la revisión de documentos con información relativa al periodo administrativo vigente.

La investigación se realizó en el territorio geográfico que administra la IJVM-sede México Central. La mayoría de los dirigentes trabajan en la sede administrativa localizada en la CDMX, el resto de ellos trabaja en las sedes administrativas que se encuentran ubicadas en las ciudades capitales que hacen parte del territorio geográfico que administra la IJVM-sede México Central.

Debido a que la organización bajo indagación es de alcance global, la escala de la investigación se redujo al estudio de una de las sedes administrativas de la IJVM en México llamada "IJVM-sede México central". Se eligió esta sede porque las características socio-culturales y demográficas de la CDMX imponen una dinámica organizacional particularmente desafiante en términos de las dimensiones de análisis. Adicionalmente, la IJVM replica la misma estructura administrativa a nivel global, por lo tanto, una unidad administrativa puede ser considerada un "caso representativo" dentro del número de casos potenciales que están conformados por otras sedes administrativas de la IJVM a nivel mundial.

Aunque la IJVM es una organización global con un potencial investigativo altamente enriquecedor, su vastedad también representa un desafío para la investigadora debido a que no delimitar adecuadamente las pretensiones y alcances de la investigación implica el riesgo potencial de no alcanzar los objetivos propuestos. De este modo, se eligió el grupo de dirigentes que conforma el ápice estratégico y la línea media de la organización como el fragmento de población que reviste particular importancia en el estudio del fenómeno que se está estudiando. Por esta razón, sobra mencionar que el estudio no incluyó la feligresía, ni el personal de la tecno-estructura o staff de apoyo en el desarrollo del trabajo de campo.

Se seleccionó el grupo directivo conformado por el ápice estratégico y la línea media de la IJVM-sede México Central debido a que éste grupo es el encargado de transmitir las directrices provenientes de la casa matriz en EE.UU. y coordinar las operaciones que deben desarrollarse en el territorio local. Por lo tanto, sus interpretaciones acerca de lo que es central, distintivo y perdurable de la organización es clave en la construcción de la identidad de la organización.

4 | RESULTADOS PRELIMINARES

Los principales hallazgos vinculados a la categoría *lógica económica* arrojaron que, como lógica institucional exógena, dicha lógica es incorporada a la organización religiosa a través de las funciones administrativas que desarrollan los dirigentes de manera cotidiana. La necesidad de desarrollar estrategias, tomar decisiones, liderar, y plantear metas y objetivos que les permitan seguir creciendo y consolidándose en un mercado conformado por una amplia oferta religiosa, promueve en ellos el desarrollo de una mentalidad altamente racional y orientada al cálculo que es a la vez altamente reconocida por los niveles superiores a través de ascensos y reconocimientos. De este modo, la tendencia es hacia la adopción de nuevas y mejores estrategias de mercadeo, promoción, ahorro, control de gastos y optimización de recursos materiales y humanos, de manera que logren tanto los objetivos religiosos como económicos. El desarrollo cotidiano de prácticas administrativas y formas de pensamiento orientados por una racionalidad económica lleva a la naturalización e incorporación de estos modos de pensamiento en los marcos cognitivos de los dirigentes y los convierte en sus principales promotores.

Por otro lado, dentro de los principales hallazgos de la categoría *organización religiosa* se encontró que la estructura y procesos de la organización se encuentran fuertemente influenciados por la empresa como forma organizacional hegemónica. Particularmente se destaca el diseño organizacional de tipo divisional, la estructura jerárquica altamente centralizada, y la toma de decisiones basada en juntas directivas que operan bajo principios de participación democrática. Las operaciones cotidianas se planifican, supervisan y controlan bajo un estricto principio de retroalimentación vertical y bajo estándares e indicadores cuantitativos que facilitan la medición, comparación y verificación de incrementos y decrementos con base en los estándares establecidos. Los procesos administrativos se encuentran estandarizados mundialmente y se comunican mediante manuales de normas, políticas, procesos y procedimientos que regulan y normatizan las funciones de los dirigentes de las diferentes sedes administrativas en cualquier parte del mundo. Las funciones que desarrollan los dirigentes están centradas principalmente en la planificación, toma de decisiones, liderazgo, y procesos de seguimiento, evaluación y control de resultados.

Por último, dentro de los principales hallazgos de la categoría *identidad organizacional* se encontró que los directivos referencian como características centrales, distintivas y perdurables de la organización, el sistema religioso de creencias o doctrina religiosa; y lo que ellos llaman el modelo de organización de la iglesia, entendido como su diseño organizacional basado en la forma divisional, su alcance mundial y el alto grado de normatización, regulación y estandarización, que para los dirigentes es considerado como una representación del “orden”, como principio religioso establecido por Dios.

5 I COMENTARIOS FINALES (CONCLUSIONES)

La discusión de la investigación se centró en responder a la pregunta central de investigación: ¿Cómo los dirigentes de la Iglesia de Jesucristo Vivo para el Mundo-sede México central, utilizan las representaciones simbólicas para alcanzar un alto grado de consenso en sus interpretaciones colectivas sobre la identidad de la organización?

La respuesta ante la pregunta por los mecanismos simbólicos que permiten a los dirigentes alcanzar un alto grado de consenso en el proceso de construcción de la identidad organizacional, se desarrolló con base en los postulados de la Teoría de la convergencia simbólica (Bormann, 1983). De acuerdo con los hallazgos, los dirigentes construyen su identidad organizacional partiendo en primer lugar de las prescripciones identitarias que define la casa matriz y en las que se enfatiza el sistema religioso de creencias de la organización; en un segundo momento, los dirigentes incorporan creencias y prácticas propias de la lógica económica a partir de sus prácticas manageriales cotidianas; en un tercer momento, se encontró que, ante un conflicto potencial entre ambos sistemas de creencias: el religioso inherente a la organización y el económico propio del modelo económico capitalista, los dirigentes ponen en marcha procesos de comunicación que les permiten construir elementos comunicacionales clave tales como fantasías comunes, visiones retóricas, mitos racionalizados y sagas organizacionales, en las que ofrecen explicaciones “racionales” que se adhieren a las explicaciones organizacionales dominantes, y en las que se incorporan los elementos económicos —exógenos- mediante su re-significación a la luz de los principios religiosos de la organización. De este modo, se crean marcos comunes de significado que mitigan las tensiones, promueven el consenso y mantienen una identidad común.

REFERENCIAS

Albert, S. Y Whetten. D. (1985) Organizational identity. B. Staw and L. L. Cummings, eds. Res. Orga 11. Behavior 1 263-295.

Alvesson, M., Ashcraft, L. K., & Thomas, R. (2008). Identity Matters: Reflections on the construction of identity scholarship in Organization Studies. *Organization*, 15(1), 5-28.

Ashforth, B. and Mael, F. (1989) 'Social Identity Theory and the Organization', *Academy of Management Review* 14: 20–39.

Battilana J. y Dorado S. (2010). Building Sustainable Hybrid Organizations: The Case of Commercial Microfinance Organizations. *Academy of Management Journal*, 53, 1419-1440.

Battilana, J. y Lee, M. (2014). Advancing Research on Hybrid Organizing – Insights from the Study of Social Enterprises. *The Academy of Management Annals*, 8 (1): 397-441.

Bormann, E. G. (1983). Symbolic convergence: Organizational communication and culture. In L. L. Putnam & M. E. Pacanowsky (Eds.), *Communication and organizations: An interpretive approach* (pp. 99-122). Beverly Hills, CA: Sage. Publications Fourth Printing. USA 1983 ISBN 0-8039-2109-8

Boyd, B., Henning, N., Reyna, E., Wang, D. E. y Welch, M. D. (2009). *Hybrid Organizations: New Business Models for Environmental Leadership*. Sheffield: Greenleaf Publishing.

Creswell, J. W. (2013) *Qualitative Inquiry and Rerearch Design. Choosign Among Five Approaches*. Third Edition. SAGE.

DiMaggio, P.J. y Powell, W.W. (1999). Introducción. En Powell, W.W. y DiMaggio, P.J. (Comp.), *El Nuevo Institucionalismo en el análisis organizacional* (33-75). México: Fondo de Cultura Económica.

Doherty, B., Haugh, H., y Lyon, F. (2014). Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16, 417–436.

Dufays, F., y Huybrechts, B. (2016). Where do hybrids come from? Entrepreneurial team heterogeneity as an avenue for the emergence of hybrid organizations. *International Small Business Journal*, 34, 777–796.

Ebrahim, A., Battilana, J. & Mair, J. (2014). The governance of social enterprises: Mission drift and accountability challenges in hybrid organizations. *Research in Organizational Behavior*, 34: 81-100.

Etzioni, A. (1961). *A Comparative análisis of complex Organizations*. Free Press. New York.

Finke, R., & Stark, R. (1988). Religious economies and sacred canopies: Religious mobilization in American cities, 1906. *American Sociological Review*, 53(1), 419.

Foreman, P. y Whetten, D. (2002) *Members' Identification with Multiple-Identity Organizations*. *Organization Science, Informs*. Vol. 13. No. 6, November-December 2002. pp. 618-635.

Friedland, R., & Alford, R. R. (1991). Bringing society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. In W. W. Powell & P. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Gaulejac, V. d. (2005). *La société malade de la gestion: Idéologie gestionnaire, pouvoir managérial et harcèlement social*. Paris: Seuil.

Geertz, Clifford, 1973, *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, Nueva York.

Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. (2000). Organizational identity, image and adaptative instability. *Academy of Journal Management*, 25(1), 63-82.

Gioia, D. A., y Pitre, E. (1990). Multiparadigm perspectives on theory building. *The Academy of Management Review*, 15(4), 584–602. <https://doi.org/10.2307/258683>

Haslam, A. (2004) *Psychology of Organizations*, 2nd edn. London: Sage.

Knights, D. y Willmott, H. (1989) 'Power and Subjectivity at Work', *Sociology* 23: 535–58.

Meyer, J. W. y Rowan, B. (1977). "Institutionalized Organizations: Formal structure as myth and ceremony", en *The American Journal of Sociology*, vol. 83, Núm. 2, págs. 340-363.

Miller, K.D. (2002). Competitive strategies of religious organizations. *Strategic Management Journal*, 23(5), 435–456.

Montaño, (2005) Organización y sociedad. Un acercamiento a la administración pública mexicana. *Gestión y Política Pública*. Volumen XIV, número 3. II Semestre de 2005. pp. 465-495

Moustakas, C. (1994) *Phenomenological Research Methods*. Sage Publication.

Pache, A. y Santos, F. (2013) Inside the Hybrid Organization: Selective Coupling as a Response to Competing Institutional Logics. *Academy of Management Journal* 2013, Vol. 56, No. 4, 972–1001.

Parsons T. (1956). Suggestions for a sociological approach to the Theory of organizations-1. *Administration Science Quarterly*-1 p.63-85.

Pearce, J.A., II, Fritz, D.A., y Davis, P.S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 219–248.

Richelieu, A. y Korai, B. (2012) The international expansion of religious organizations in Africa. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 17: 144–155.

Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111 (3): 335-351.

Schultz, Majken y Hatch, Mary (1996) J. Living with Multiple Paradigms: The Case of Paradigm Interplay in Organizational Culture Studies. In: *The Academy of Management Review*. 1996, vol. 21, no. 2, p. 529-557.

Silverman, D. (1975). *Teoría de las Organizaciones*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Smircich, L. (1983) "Concepts of culture and organizational analysis", en *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28, Núm 3., págs. 339-358.

Sveningsson, S., y Alvesson, M. (2003). Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle. *Human Relations*, 56(10), 1163-1193.

Thomas, P. (2009) Selling God/saving souls. Religious commodities, spiritual markets and the media. *Global Media and Communication*. Volume 5(1): 57–76.

Thornton, P. H., y Ocasio, W. (2008). Institutional logics. In R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby & K. Sahlin- Andersson (Eds.), *The Sage handbook of organizational institutionalism*, London: Sage.

Thornton, P.H., Ocasio, W., Lounsbury, M., (2012). *The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure and Process*. Oxford University Press, Oxford, UK.

Trones (2015) *Hybrid Organizations- Defining Characteristics and Key Factors for Organizational Sustainability*. Tesis de Maestría. Norwegian University of Life Sciences. Faculty of Social Sciences. Department of Economics and Business.

Zucker, L. (1977) The Role of Institutionalization in cultural Persistence. *American Sociological Review*. Vol. 42 N. 5 (oct. 1977) p.726-743.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Actividades lúdicas 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94

Análisis estructural 1, 4

C

Climatic comfort 65

Collaborators 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 238

Comercio 18, 55, 56, 57, 60, 98, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 116, 117, 118, 120, 121, 125, 126, 127, 128, 129, 131, 132, 184, 185, 204, 242

Conectividad 134, 143, 156

Conversus 1, 3, 4, 5, 6, 7

Créditos formales 52, 53

Créditos informales 52

Cultural landscapes 65, 68

D

Divulgación científica 1, 2, 3, 4, 7, 8

E

Economía digital 97, 98, 99, 100, 101, 102, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 115, 116, 117, 118

Educación 2, 9, 10, 54, 62, 63, 97, 117, 138, 139, 140, 141, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 163, 164, 192, 196, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 249, 250

Educación superior 97, 139, 140, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 163, 164, 240, 242, 245, 250

Encuesta 10, 12, 17, 52, 56, 62, 90, 91, 92, 118, 237, 263, 264

Entorno 43, 53, 55, 81, 104, 120, 121, 124, 125, 185, 186, 191, 199, 201, 202, 203, 205, 223, 245, 251

Estrés 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96

Estudiantes chinos 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 248, 249, 250, 251

Estudios empíricos 120

F

Fraude 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 106

I

Identity 49, 50, 51, 65, 67, 68, 70, 79, 188, 234, 235, 237, 252

Inclusión 52, 61, 62, 63, 86, 134, 143, 184, 198, 201, 206, 259

Instituto Politécnico Nacional 1, 3, 186, 198

Integración 94, 109, 112, 120, 128, 157, 158, 183, 184, 204, 251

Internacionalización universitaria 240

Investigación 1, 2, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 19, 21, 22, 38, 40, 41, 42, 45, 47, 49, 53, 56, 58, 63, 86, 87, 94, 95, 96, 98, 99, 104, 105, 107, 112, 113, 116, 117, 121, 122, 126, 131, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 152, 156, 158, 160, 169, 180, 182, 185, 186, 187, 189, 207, 212, 244, 245, 251

J

Job Promise 25

M

Microempresarios 52, 53, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64

N

Negocios internacionales 120, 131, 159

Nueva educación 240, 249

O

Orden económico internacional 120

Organizational structure 25, 27, 34

P

Pandemia 87, 121, 195, 240, 242, 243, 244, 245, 247, 248, 249, 250

Participación 41, 48, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 99, 112, 115, 126, 127, 129, 138, 157, 194, 199, 206, 207, 243, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266

Plataformas digitales 97, 105, 113, 147, 151

Política comercial 120, 121, 126, 129

Polyfunctionality 24, 25, 26, 28, 29

R

Reconocimiento 1, 56, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 155, 156, 158, 159, 183, 255

Revista de divulgación 1, 4, 8

S

Social architecture 65

Sustainability 26, 35, 51, 65, 226

T

Tecnologías de la información 97, 98, 102, 105, 108, 117, 154, 164

V

Validar 10, 94, 121

Versatility 24, 25, 26, 28, 35

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3