



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Gestión del capital intelectual en el aprendizaje organizacional del sector turístico

Yuselim Angélica Villa Hernández¹

*Virginia Hernández Silva**

*Salvador Madrigal Moreno***

Resumen

El objetivo principal de la investigación es conocer la manera en que las empresas administran sus recursos y capacidades intangibles y llegan a ser organizaciones que aprenden. La presente investigación permitirá conocer el fenómeno del aprendizaje organizacional, en particular en empresas turísticas de la localidad de Morelia, Michoacán.

Este estudio parte desde una perspectiva de tipo cualitativa. Se cumplió con el objetivo central, se determinó la contribución del capital intelectual en el aprendizaje organizacional de las empresas turísticas en Morelia. Se puede establecer que el capital intelectual sí contribuye en el aprendizaje organizacional de las empresas del sector turístico de Morelia Michoacán. Con los hallazgos de la investigación se pretende generar conocimiento para dichas empresas y contribuir de manera significativa en sus procesos de aprendizaje organizacional. En el futuro, esta investigación puede ser ampliada a otra muestra y otros sectores con la finalidad de contribuir en la generación de conocimiento.

Palabras clave: aprendizaje organizacional, capital intelectual, turismo.

Abstract

The main objective of the research is to know how companies manage their resources and intangible capabilities and become learning organizations. The present investigation will allow to know the phenomenon of organizational learning in particular in tourist companies in the town of Morelia, Michoacán.

This study starts from a qualitative perspective. The central objective was fulfilled, the contribution of intellectual capital in the organizational learning of tourism companies in Morelia was determined. It can be established that intellectual capital does contribute to the organizational learning of companies in the tourism sector of Morelia Michoacán. The research findings are intended to generate knowledge for these companies and contribute significantly to their organizational learning processes. In the future, this research can be extended to a larger sample and to other sectors in order to contribute to the generation of knowledge.

Keywords: organizational learning, intellectual capital, tourism.

^{1**} *Institución a la que pertenece: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*

Introducción

El turismo a inicios del año 2022 se encuentra en un momento de recuperación ante la crisis ocasionada por la pandemia de Covid-19. Es por ello, la conveniencia de estudios en esta rama de la economía en México. El sector turístico se encuentra en un periodo de recuperación y de acuerdo a la investigación de la literatura el aprendizaje organizacional es un proceso muy valioso que ha contribuido a sobrellevar la crisis sanitaria.

Derivado de la investigación documental, se encontraron diversas teorías administrativas que sostienen que, en momentos de crisis económica el capital intelectual es generador de ventajas competitivas, ya que son compuestos por recursos y capacidades difíciles de imitar, tales como el conocimiento. El conocimiento es producto del proceso de aprendizaje organizacional.

Entre los datos que publicó en el año 2019 la Secretaría de Turismo en México (Sectur, 2019) para el periodo de enero a julio de ese año destacan, que la llegada de turistas internacionales fue de 26.200.000.000, superior en 1.950.000 turistas al observado en el periodo enero-julio de 2018 y equivalente a un crecimiento anual de 8%.

Ahora bien, la pandemia de Covid-19 llegó al mundo para cambiar todas las anteriores tendencias de crecimiento en el sector turismo. Al implementar estrategias de salud públicas para frenar la pandemia, basadas en el confinamiento de las personas y la baja movilidad de la población llevó al cierre de las empresas del sector turístico por algunos meses y el sector se está recuperando paulatinamente.

Según el último Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de octubre del año 2020, las llegadas internacionales cayeron un 81% en julio y un 79% en agosto, precisamente los meses que suelen ser los de mayor movimiento del año y coinciden con el verano y la temporada alta (UNWTO/OMT, 2020). Los destinos de todo el mundo recibieron en 2020 mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido a un desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes (OMT, 2021). El desplome de los viajes internacionales representa unas pérdidas estimadas en 1,3 billones de dólares en ingresos de exportación, una cifra que multiplica por más de once las pérdidas registradas durante la crisis económica global de 2009. La crisis ha puesto en riesgo entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos, muchos de ellos en pequeñas y medianas empresas.

Dada la evolución constante de la pandemia, muchos países están actualmente reintroduciendo restricciones más estrictas a los viajes. Entre las medidas se incluyen pruebas obligatorias, cuarentenas y, en algunos casos, el cierre completo de las fronteras, todo lo cual dificulta la reanudación de los viajes internacionales. Al mismo tiempo, cabe esperar que la llegada gradual de las vacunas contra el Covid-19 ayude a restablecer la confianza de los consumidores, a

flexibilizar las restricciones de viaje y a que, lentamente, los viajes vayan normalizándose durante el año 2022 (OMT, 2021). Los escenarios ampliados para 2021-2024 de la OMT indican que el turismo internacional podría tardar entre dos y cuatro años en volver a los niveles del año 2019.

La crisis sanitaria derivó en una fuerte crisis económica tal como los anteriores datos lo demuestran, eso mismo refleja una grave situación problemática en el sector turístico, el cual es el objeto de estudio de la presente investigación. Derivado de la investigación documental se identifica que las empresas que han sobrellevado esta crisis lo han llevado a cabo con un proceso de aprendizaje basado mayormente en su capital humano y las capacidades dinámicas que han desarrollado. Esta investigación se centra en la industria del turismo y, en concreto, en el sector hotelero y restaurantero, al considerar dichos establecimientos como organizaciones empresariales que aprenden para sobrellevar las crisis.

Las empresas del sector turístico son organizaciones que se encuentran en cambio permanente, ya que los clientes persistentemente demandan mejores bienes y servicios. Por lo tanto, los directivos y empleados del sector consideran que todos los elementos que forman parte de su negocio, incluyendo los cambios en la sociedad y en las preferencias de los clientes, son cuestiones vitales que hay que analizar, recopilando la mayor información y conocimiento posible sobre ellos (Abreu-Novais et al., 2015). Este proceso de aprendizaje organizacional que realizan cotidianamente es un fenómeno de vital importancia para el desarrollo del sector turístico sobre todo en estos tiempos de crisis.

Con el propósito de generar conocimiento sobre el aprendizaje organizacional en el sector turístico es que esta investigación presenta un modelo general. Dicho modelo está basado en el estudio de la literatura en relación al aprendizaje organizacional y capital intelectual. Para contrastar dicho modelo de variables se obtuvieron datos primarios de empresas del sector turístico en la ciudad de Morelia. Los datos obtenidos se analizaron mediante el software estadístico SPSS.

La presente investigación tiene como objetivo general determinar la influencia que tiene el capital intelectual en el aprendizaje organizacional de las empresas del sector turístico en Morelia, el cual se integra por cinco componentes 1) el capital humano, 2) el capital organizacional, 3) el capital tecnológico, 4) el capital relacional del negocio y 5) el capital social.

Marco teórico

Aprendizaje organizacional

Desde la década de los setentas, se ha estudiado a el aprendizaje como un cambio sistemático en procedimientos, reglas y rutinas (Duncan y Weiss, 1979). Daft y Weick, (1984), Fiol y Lyles,

(1985), Norman, (1985) y Bailey, (1989), coinciden en que el aprendizaje organizacional es la suma total del aprendizaje individual en el lugar de trabajo y que se le puede considerar como un cambio sistemático en los modelos mentales compartidos y las cogniciones de los miembros de la organización.

El aprendizaje organizacional es esencial para sostener y alargar en el tiempo una ventaja competitiva (Knowles, 1990). En el mismo sentido, (Cowan, 1995), Teece et al., (1997) sostienen que aquellos que fallen a la hora de aprender tenderán a desaparecer. El aprendizaje es un ingrediente vital para el éxito de las organizaciones, sostiene (Drucker, 2003).

Para Rodríguez-Antón, (2007) el aprendizaje grupal es aquel proceso por el que las personas, actuando colectivamente o en equipo, incorporan conocimiento al grupo, como tal. Aunque las personas son el sujeto de aprendizaje, si el conocimiento quedase retenido sólo en ellas, ya sea a nivel personal o a nivel grupal, la dependencia que tendrían las organizaciones a la hora de utilizar los conocimientos por ellos adquiridos sería excesiva. Por ello, es necesario que las organizaciones, como tales, aprendan en el interior de la organización, se deben crear procedimientos de captación, almacenamiento y recuperación y difusión interna del conocimiento logrado por sus empleados.

El proceso de conversión y conocimiento propuesto por Nonaka y Takeuchi, (1995), en el cual se incluyen cuatro componentes: Socialización, Exteriorización o externalización, Interiorización o internalización y Combinación, componentes mediante los cuales se produce la creación de nuevo conocimiento. Este es el modelo mayormente aceptado en investigaciones académicas y será el utilizado en la presente investigación.

La creación del conocimiento, desde el punto de vista de Rodríguez-Antón et al., (2010), procede del aprendizaje que continuamente efectúan las organizaciones, ya sea procedente de sus competidores, de otras empresas o, especialmente de sus clientes. Mientras que las innovaciones suelen surgir de manera intermitente, el aprendizaje es continuo, pues todos los días están aprendiendo del comportamiento de estos agentes.

Li y Gao (2003), argumentan que para que se produzca la efectividad organizacional y para que las compañías hagan frente al entorno externo y a un ritmo rápido de cambio, la creación del conocimiento por sí sola no es suficiente, sino que también se requiere un sistemático proceso de organización y distribución de conocimiento. La actitud individual será otro de los elementos que influya en los resultados de compartir conocimiento, fundamentalmente la actitud de aprendizaje, (Davenport y Prusak, 1998; J.-T. Yang, 2004) la actitud de compartir (Armistead y Meakins, 2002;

Baum y Ingram, 1998) y la actitud de almacenar (Argote y Ingram, 2000; Gupta y Govindarajan, 2000).

Según Martínez, (2002), el resultado del aprendizaje organizacional es el conocimiento, el cual facilita el desarrollo de la memoria organizativa y de las rutinas organizativas, permite detectar y corregir errores, modificar la acción organizativa y los mapas cognitivos e incrementar la experiencia. Todo ello supone unas consecuencias en la organización como son la mejora de resultados organizacionales, el perfeccionamiento de la acción, la creación de nuevas competencias y oportunidades de producción, la satisfacción del cliente, la transformación organizativa, la innovación y la creación de nuevos recursos y capacidades o el crecimiento de los existentes.

Yang, (2008) llevó a cabo un trabajo empírico para explorar cómo los empleados procesan la información después de haberla recolectado, e investigar cómo las actitudes individuales para aprender, compartir y almacenar influyen en el intercambio de conocimiento organizacional. Los datos se derivan de 499 encuestados que trabajan en hoteles turísticos internacionales en Taiwán. Los resultados muestran que dos factores significativos, las actitudes individuales hacia el aprendizaje y el intercambio, tienen un impacto significativo en el intercambio de conocimiento organizacional. Este estudio implica que los gerentes de primera línea deberían ayudar a los empleados a aprender y compartir conocimientos y motivar de manera habitual tales patrones de comportamiento. Se sugiere que esta práctica mejoraría el desempeño organizacional.

Capital intelectual

Expertos de la teoría de recursos y capacidades argumentan que los activos intangibles son los conductores de ventaja competitiva. Lo anterior, dado que las empresas rivales encuentran más difícil imitar activos intangibles que los activos físicos o tangibles. De este modo, la teoría de recursos y capacidades explica la importancia de los recursos intangibles (Ochoa et al., 2012).

El recurso intangible más valioso en las empresas, tal como coinciden diversos investigadores de la administración, es el capital intelectual. De acuerdo con Miles y Quintillán (2005), los recursos intangibles no generan riqueza en forma aislada sino combinados. Cada organización posee una serie de intangibles que están vinculados y articulados de una forma particular. Por ello, dos empresas con los mismos intangibles pueden tener resultados diferentes debido a la forma como los articulan. Es la sinergia que se logra generar entre los intangibles, lo que otorga ventajas a una organización y no solamente los intangibles individuales que posee. Los resultados de la organización están determinados, en gran parte, por el sistema de sus recursos intangibles (Bontis, 1999).

Desde la década de los noventa se veía al capital intelectual con el potencial para ser junto con la información, las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes, la riqueza del conocimiento (Stewart, 1997). A la combinación de activos intangibles que generan crecimiento, renovación, eficiencia y estabilidad en la organización se le llama capital intelectual (Sveiby, 1997).

Chiavenato (2017), señala que, a diferencia del capital físico, el capital intelectual no se deprecia con el uso. El capital de conocimiento de una persona no disminuye, se complementa con el de los demás. El conocimiento constituye el recurso productivo más importante de las organizaciones, y la tendencia es que cada vez cobre mayor importancia para el éxito de la organización. En la época actual, donde se vive con mayor dinamismo empresarial dado el rápido avance de las tecnologías, los activos intangibles toman un papel primario en las organizaciones.

Alama et al., (2006), en su investigación documental concluyen que el capital intelectual es el conjunto de activos intangibles que posee una empresa y que gestionados adecuadamente pueden generar ventaja competitiva sostenible en el tiempo. El capital intelectual es conocimiento útil, entendido como lo opuesto a la simple colección de datos, pues se trata de conocimiento estructurado que sirve para un fin determinado; además, es conocimiento valioso, pues a partir de él, la empresa es capaz de crear valor y obtener rentas superiores.

Martín-deCastro et al., (2010), como resultado de una exhaustiva revisión de la literatura, proponen la siguiente definición de capital intelectual, conjunto de recursos intangibles y capacidades, basados en información y conocimiento, de carácter tanto individual, como colectivo/social, que la empresa posee o controla en un determinado momento del tiempo, y que puede ser fuente del logro y sostenimiento de la ventaja competitiva.

El segundo modelo de la presente investigación es el de capital intelectual Intellectus propuesto por el Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC, 2011), dicho modelo ha sido ampliamente utilizado en estudios académicos y adaptado al sector turismo por los investigadores, Rodríguez-Antón et al., (2008) entre otros, este modelo se compone por cinco elementos, capital humano, capital organizacional, capital tecnológico, capital relacional del negocio y capital social, estos cinco elementos a su vez se subdividen en otros elementos para ser medidos.

Como señalan Rodríguez-Antón et al., (2005), los hoteles, a diferencia de otros tipos de organizaciones donde el medio ambiente no es tan importante, se necesitan los intangibles que provienen de las características del espacio físico donde se ubican porque estos determinarán

directamente el tipo de clientes, los servicios que se ofrecerán, el grado estacional, la influencia de los aspectos meteorológicos y muchos otros.

Dichos intangibles, de capital contextual, son con los que un hotel puede contar y considerar, y es muy probable que afecte el valor y los resultados obtenidos por el hotel. Influye si el hotel está ubicado al lado de una playa paradisíaca, o en una ciudad turística con famosos museos y catedrales o al lado de un campo de golf de 18 hoyos, o al lado de un aeropuerto. En este capital contextual, se consideran otros aspectos, por ejemplo, la conservación del medio ambiente y los ya conocidos reputación, imagen, responsabilidad corporativa, específicamente a lo que se le conoce como capital social en el Modelo Intellectus.

Es por lo amplio de los elementos que componen al modelo de capital intelectual propuesto por (Bueno et al., 2008), que dichos investigadores establecen que los cinco elementos del capital intelectual se consideren variables a medir en una investigación. Entonces, capital humano, capital organizacional, capital tecnológico, capital relacional del negocio y capital social se consideran variables independientes con sus propias dimensiones e indicadores a medir.

McElroy (2002), define a los elementos del capital intelectual, capital humano, capital tecnológico, capital organizativo y capital relacional de la siguiente manera:

- Capital humano, como el personal capacitado que está subordinado a la organización.
- Capital tecnológico, se refiere en específico a las innovaciones que se realizan al interior de la organización.
- Capital organizativo, se conforma de los procesos que se llevan a cabo dentro de la organización y que son indispensables para el logro de sus objetivos.
- Capital relacional, trata sobre el capital social que tiene la organización, es decir, la manera de influir en la sociedad que le rodea, se busca que esa influencia sea positiva para que forme el capital social de la organización.

Metodología

Partiremos nuestro estudio desde la perspectiva de la investigación de tipo cualitativa. Se destaca que la investigación es hipotética y correlacional-causal. Es hipotética ya que se ha establecido una respuesta tentativa a la problemática en forma de hipótesis, en la cual se establecen las posibles relaciones entre las variables de la investigación, y la cual será confirmada o disconfirmada en la investigación (Batthyány et al., 2011), (Kerlinger y Lee, 2002).

La presente investigación se realizó en dos etapas. La primera se sustenta en investigación documental ya que implica como paso previo obligado una consulta a la bibliografía previa existente de forma organizada (Belmonte, 2002). Por lo tanto, el siguiente paso consistió en la recolección de datos primarios para, a partir de diferentes pruebas estadísticas, establecer la correlación que existe entre cada una de las variables independientes con la dependiente.

Cabe destacar que en la presente investigación se trabajó con una muestra, por lo que se realizaron pruebas estadísticas para fortalecer el análisis y estas pruebas están en concordancia a la naturaleza de las variables. En la presente investigación las pruebas para analizar las variables incluyeron tanto variables paramétricas como no paramétricas. Para realizar el análisis estadístico descriptivo y prueba de hipótesis se utilizó el software IBM SPSS.

La presente investigación es transversal, siguiendo a Hernández et al., (2010), quien señala que las investigaciones transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Es por ello que nuestra investigación es transversal y se ubica en el municipio de Morelia Michoacán. En específico nuestro objeto de estudio son los hoteles y restaurantes del sector turístico. El periodo de recolección de datos comenzó en el año 2020 y concluyó en el año 2021.

La unidad de análisis se definió como los hoteles y restaurantes del sector turístico ubicados en Morelia, Michoacán. Para ubicar las empresas se recurrió al Registro Nacional de Turismo (RNT).

La recolección de datos se realizó seleccionando aleatoriamente empresas del RNT. Por cuestiones de seguridad, ya que el estudio de campo se realizó en el periodo de pandemia de Covid-19, se les envió por correo electrónico el cuestionario a las empresas del RNT, varias empresas decidieron no contestar el cuestionario, finalmente respondieron 64 empresas. De los 64 establecimientos que brindaron información por medio del cuestionario, el 55% fueron hoteles y 45% restaurantes. Una vez recolectadas las encuestas, se vaciaron los datos al software estadístico IBM SPSS versión 25 para realizar las pruebas estadísticas pertinentes de acuerdo a la naturaleza del instrumento.

Resultados

De los 64 establecimientos que brindaron información por medio del cuestionario, el 55% fueron hoteles y 45% restaurantes.

Las respuestas obtenidas fueron las siguientes, entendiendo que la escala utilizada fue:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Tabla 1. Frecuencias de aprendizaje organizacional

AO	AO01	AO02	AO03	AO04	AO05	AO06	AO07	AO08	AO09									
5	49	77	41	64	51	80	19	30	46	72	33	52	48	75	40	63	31	48
		%		%		%		%		%		%		%		%		%
4	15	23	21	33	8	13	19	30	13	20	16	25	16	25	23	36	18	28
		%		%		%		%		%		%		%		%		%
3	0	0%	2	3%	3	5%	17	27	4	6%	9	14	0	0%	0	0%	13	20
								%				%						%
2	0	0%	0	0%	1	2%	4	6%	1	2%	4	6%	0	0%	1	2%	0	0%
1	0	0%	0	0%	1	2%	5	8%	0	0%	2	3%	0	0%	0	0%	2	3%

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Frecuencias de capital humano

CH	CH01	CH02	CH03	CH04	CH05	CH06	CH07	CH08								
5	41	64%	33	52%	24	38%	25	39%	32	50%	53	83%	34	53%	34	53%
4	19	30%	24	38%	18	28%	22	34%	29	45%	9	14%	21	33%	24	38%
3	2	3%	2	3%	19	30%	15	23%	3	5%	1	2%	6	9%	6	9%
2	0	0%	3	5%	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%
1	2	3%	2	3%	2	3%	1	2%	0	0%	1	2%	2	3%	0	0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Frecuencias de capital organizacional CO01-CO05

CO	CO01	CO02	CO03	CO04	CO05
----	------	------	------	------	------

5	55	86%	51	80%	51	80%	35	55%	38	59%
4	9	14%	9	14%	12	19%	24	38%	22	34%
3	0	0%	2	3%	1	2%	4	6%	2	3%
2	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	2	3%
1	0	0%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Frecuencias de capital organizacional CO06-CO10

CO	CO06		CO07		CO08		CO09		CO10	
5	44	69%	48	75%	48	75%	43	67%	29	45%
4	17	27%	11	17%	15	23%	17	27%	23	36%
3	2	3%	2	3%	0	0%	4	6%	9	14%
2	0	0%	2	3%	1	2%	0	0%	1	2%
1	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	2	3%

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Frecuencias de capital tecnológico

CT	CT01		CT02		CT03		CT04	
5	33	52%	42	66%	41	64%	46	72%
4	23	36%	17	27%	11	17%	15	23%
3	7	11%	5	8%	10	16%	2	3%
2	0	0%	0	0%	1	2%	1	2%
1	1	2%	0	0%	1	2%	0	0%

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Frecuencias de capital relacional

CR	CR01		CR02		CR03		CR04		CR05		CR06		CR07	
5	30	47%	39	61%	26	41%	25	39%	41	64%	52	81%	29	45%

4	18	28%	22	34%	23	36%	21	33%	14	22%	11	17%	23	36%
3	14	22%	2	3%	12	19%	13	20%	7	11%	1	2%	11	17%
2	0	0%	1	2%	1	2%	2	3%	1	2%	0	0%	0	0%
1	2	3%	0	0%	2	3%	3	5%	1	2%	0	0%	1	2%

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Frecuencias de capital social

CS	CS01		CS02		CS03	
5	52	81%	38	59%	58	91%
4	12	19%	12	19%	4	6%
3	0	0%	12	19%	1	2%
2	0	0%	2	3%	0	0%
1	0	0%	0	0%	1	2%

Fuente: elaboración propia

Para comprobar la confiabilidad del instrumento, los datos se importaron al Programa estadístico de SPSS 25 y se calculó el Alfa de Cronbach, resultando ser de 0.893. Se puede sostener entonces que de acuerdo a la literatura el instrumento tiene confiabilidad.

Para realizar la prueba de hipótesis general de las variables ordinales se recurrió a la prueba de Chi cuadrada o ji cuadrada. La prueba estadística Chi cuadrada es una prueba estadística para evaluar hipótesis respecto a la relación entre dos variables categóricas ya sea nominales u ordinales. Esta prueba estadística parte del supuesto de que las dos variables no están relacionadas, es decir, determinar el grado de independencia entre ellas (Castañeda et al., 2010). La prueba de Chi cuadrada tiene por objetivo evaluar el comportamiento del fenómeno esperado contra el comportamiento real. La hipótesis general de la investigación es:

HG: El capital intelectual, el cual está conformado por capital humano, capital organizacional, capital tecnológico, capital relacional del negocio y capital social, contribuyen significativamente en el aprendizaje organizacional de las empresas del sector turístico de Morelia, Michoacán.

Y la hipótesis nula es:

H0: El capital intelectual, el cual está conformado por capital humano, capital organizacional, capital tecnológico, capital relacional del negocio y capital social, no contribuyen en el aprendizaje organizacional de las empresas del sector turístico de Morelia, Michoacán.

Para aceptar la hipótesis alternativa y desechar la hipótesis nula, se realiza la prueba de hipótesis recurriendo a la prueba de Chi-cuadrado que permite conocer el recuento esperado en relación al recuento observado. Dado que el valor crítico observado (valor sig.) $0.000 < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa o hipótesis del investigador.

Conclusiones

Los resultados de la presente investigación permiten establecer que se cumplió con lo estipulado en el objetivo general de este trabajo de investigación que era determinar la contribución del capital intelectual, el cual está determinado por el capital humano, capital organizacional, capital tecnológico, capital relacional del negocio y capital social, en el aprendizaje organizacional de las empresas del sector turístico de Morelia, Michoacán.

Así mismo, una vez realizada la investigación es posible confirmar la hipótesis general que dio origen a esta investigación, la cual establecía que el capital intelectual, el cual está determinado por el capital humano, capital organizacional, capital tecnológico, capital relacional del negocio y capital social, contribuyen significativamente en el aprendizaje organizacional de las empresas del sector turístico de Morelia, Michoacán.

Finalmente, los resultados presentados proporcionan información vital para los dueños y gerentes de las empresas del sector turístico en la ciudad de Morelia. La información presentada contribuye para que puedan implementar estrategias de administración, que les permitan materializarlas, establecer, mejorar y optimizar sus procesos de aprendizaje organizacional de tal forma que pueda representarles una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Referencias

- Abreu-Novais, M., Ruhanen, L., y Arcodia, C. (2015). Destination competitiveness: what we know, what we know but shouldn't and what we don't know but should. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 492–512. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1091443>
- Alama, E., Martín-deCastro, G., y López, P. (2006). Capital intelectual . Una propuesta para clasificarlo y medirlo. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 2(37), 1–16.

- Argote, L., y Ingram, P. (2000). Perspectiva de la dirección del conocimiento. *II Encuentro Iberoamericano de Finanzas y Sistemas de Información*, 342–353.
- Armistead, C., y Meakins, M. (2002). A framework for practicing knowledge management. *Long Range Planning*, 35(1), 49–71.
- Bailey, C. D. (1989). Forgetting and the learning curve: a laboratory study. *Management Science*, 35(3), 340–352.
- Batthyány, K., Cabrera, M., Alesina, L., Picasso, F., Ramírez, J., y Rojo, V. (2011). *Metodología de la investigación en ciencias sociales*. UCUR.
- Baum, J. A. C., y Ingram, P. (1998). Survival-enhancing learning in the manhattan hotel industry. *Management Science*, 44(7), 996–1016.
- Belmonte, M. (2002). *Enseñar a investigar. Orientaciones prácticas*. Ediciones Mensajero.
- Bontis, N. (1999). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital; framing and advancing the state of the field. *International Journal of the Technology Management*, 18(5), 433–462.
- Bueno, E., Salmador, M., y Merino, C. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), 43–63.
- Castañeda, M., Cabrera, A., Navarro, Y., y De Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadístico utilizando SPSS*. EDIPUCRS.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos* (Décima edi). Mc Graw Hill.
- CIC, C. de I. sobre la S. del C. (2011). Modelo Intellectus: Medición y gestión del capital intelectual. *Boletín IADE, Universidad Autónoma de Madrid*, 5(November 2011).
<https://doi.org/10.1074/jbc.M110.206110>
- Cowan, D. A. (1995). Rhythms of learning: patterns that bridge individuals and organizations. *Journal of Management Inquiry*, 4(3), 222–246.
- Daft, R., y Weick, K. E. (1984). Toward a model of organizations and interpretation systems. *Academy of Management Review*, 9, 284–295.
- Davenport, T. H., y Prusak, L. (1998). Working knowledge. *Harvard Business School Press*.

- Drucker, P. F. (2003). *The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management*. HarperCollins.
- Duncan, R. B., y Weiss, A. (1979). Organizational learning: Implications for organized design. *Research in Organizational Behaviour, JAI Press, 1*, 75–124.
- Fiol, C., y Lyles, M. (1985). Organizational learning. *Academy of Management Review, 10*(4), 803–813.
- Gupta, A., y Govindarajan, V. (2000). Knowledge flows within multinational corporations. *Strategic Management Journal, 27*, 25–41.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Kerlinger, F. N., y Lee, H. B. (2002). *Investigación Del Comportamiento* (McGraw-Hill, Ed.; Cuarta edi).
- Knowles, M. (1990). *The adult learner: a neglected species*. Gula Publishing.
- Martín-deCastro, G., Navas, J. E., López, P., y Delgado, M. (2010). *El capital intelectual de la empresa. Evolución y desarrollo futuro. January*.
- Martínez, I. (2002). *El aprendizaje en las organizaciones. Aplicación al sector agroalimentario*. Universidad Politécnica de Cartagena.
- McElroy, M. (2002). Social innovation capital. *Journal of Intellectual Capital, 3*, 30–39.
- Miles, J., y Quintillán, I. (2005). Auto-evaluación del capital intelectual en la pequeña y mediana empresa. *Revista Electrónica FCE, 2*–28.
- Nonaka, I., y Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company. How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*.
- Norman, R. (1985). *Developing capabilities for organizational learning Organizational Strategy and Change* (J. M. Pennings, Ed.; pp. 217–248).
- Ochoa, M., Prieto, M., y Santidrián, A. (2012). Una revisión de las principales teorías aplicables al capital intelectual. *Revista Nacional de Administración, 3*(2), 35–48. <https://doi.org/1659-4932>
- OMT. (2021). *2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales*. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

- Rodríguez-Antón, J. M. (2007). Gestión del tiempo y aprendizaje organizativo. In *Gestión del tiempo y evolución de los usos del tiempo*. Visionnet.
- Rodríguez-Antón, J. M., Alonso-Almeida, M. del M., Rubio-Andrada, L., Martín-Castilla, J. I., Gil, S., Berlanga, M., Esteban-Alberdi, C., Figueroa, C., Talón, P., Celemín Pedroche, M. S., Valido-Viegas, F., Trujillo, J. C., y Gutiérrez, I. (2010). *Estudio del proceso e impacto del aprendizaje organizativo en las cadenas hoteleras en España y México*. Pubidisa.
- Rodríguez-Antón, J. M., Alonso-Almeida, M., Rubio-Andrada, L., y Esteban-Alberdi, C. (2008). Conocimiento y aprendizaje en las grandes cadenas hoteleras españolas en Iberoamérica: internet como herramienta de aprendizaje organizativo. *Cuadernos de Turismo*, 21, 135–158.
- Rodríguez-Antón, J. M., Rubio-Andrada, L., y Esteban-Alberdi, C. (2005). Proposal of an intellectual capital model for the Spanish hospitality sector. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 2(3), 305–320.
- Sectur. (2019). *Resultados de la Actividad Turística*. [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-07\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-07(ES).pdf)
- Stewart, T. (1997). *Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations* (1a ed). Nicolas Brealey Publishing.
- Sveiby, K. (1997). *The New Organizational Wealth Managing and Measuring Knowledge*. Berrett-Koehler Publishers Inc.
- Teece, D. J., Pisano, G., y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategies management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- UNWTO/OMT. (2020). *El turismo internacional cae un 70% mientras las restricciones de viaje afectan a todas las regiones* (Issue 34). <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-10/201027-barometer-es.pdf>
- Yang, J.-T. (2004). Qualitative Knowledge capturing and organizational learning: two case studies in Taiwan hotels. *Tourism Management*, 25(4), 421–428.
- Yang, J. te. (2008). Individual attitudes and organisational knowledge sharing. *Tourism Management*, 29(2), 345–353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.001>