

La cultura organizacional en las entidades turísticas del destino la habana en la gestión de la innovación



The organizational culture in the tourist entities of the destination la habana in the management of innovation

Ms. C. Yureidys García Leonard.¹, Dr. C. Roberto Llanes Pérez.² & Dra. Magalys Domínguez Domínguez.³

Recibido: 06-12-2019 / Revisado: 07-12-2019 / Aceptado: 09-12-2019 / Publicado: 03-01-2020

Resumen.

DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.997>

La actividad turística muestra un potencial en nuestro país para asimilar a la innovación como una práctica de la gestión de sus entidades, sin embargo existen indicios de que la cultura organizacional de las entidades no es proclive a inducir la innovación y la creatividad como un valor organizacional, por cuanto, como objetivo, el trabajo se dirige al análisis de los factores que impactan en la deficiencias de la cultura organizacional en las entidades del sector turístico en La Habana, en cuanto a la asimilación de la innovación como componente de la estrategia de gestión, permitiéndole al turismo constituirse en un sector dinámico dentro de la economía. Se expondrá una síntesis de la evolución conceptual de la innovación y su relación con la cultura organizacional y con el turismo. Concluyendo con un análisis de las potencialidades y deficiencias actuales del sector concluyendo con la necesidad que tiene el destino de asimilar la innovación como un paradigma emergente de gestión del destino.

¹ Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. ygarcia@ftur.uh.cu

² Universidad de la Habana. La Habana, Cuba. roberto.llanes@ftur.uh.cu

³ Universidad de Cienfuegos. La Habana, Cuba. mdominguez@ucf.edu.cu

Palabras claves: innovación, cultura organizacional, innovación y cultura organizacional.

Abstract.

The tourist activity shows a potential in our country to assimilate innovation as a practice of the management of its entities, however there are indications that the organizational culture of the entities is not prone to induce innovation and creativity as an organizational value, because, as an objective, the work is directed to the analysis of the factors that impact on the deficiencies of organizational culture in the entities of the tourist sector in Havana, as for the assimilation of innovation as a component of the management strategy, allowing tourism to become a dynamic sector within the economy. A synthesis of the conceptual evolution of innovation and its relationship with organizational culture and tourism will be presented. Concluding with an analysis of the current potentialities and deficiencies of the sector, concluding with the need for the destination to assimilate innovation as an emerging paradigm of destination management.

Keywords: innovation, organizational culture, innovation and organizational culture.

Introducción.

La preocupación del impacto que tiene el desarrollo de la tecnología en la economía y en la sociedad es un problema de larga data en el análisis económico. Ya en 1776 en los inicios de la escuela clásica de la economía política existía interés científico por entender si se podía relacionar el incremento de las riquezas y el desarrollo de las habilidades y destreza de los obreros, a partir de este momento el problema de la innovación, pero más asociado a la tecnología y el cambio tecnológico estuvo presente en el seno de las distintas corrientes del pensamiento económico.

No es hasta 1980 donde ocurre un punto de inflexión en la teoría económica con el establecimiento de la corriente evolucionista. La teoría evolucionista es el enfoque que como tendencia predominan en los estudios actuales de la innovación, se continúan experimentando avances en el desarrollo de los llamados sistemas de innovación y la gestión de la innovación, dos criterios que se autoreforzan debido al propio carácter sistémico de la economía.

Un estudio bibliométrico realizado hasta el 2016 la innovación y el emprendimiento, junto al desarrollo sostenible son los temas de mayor cantidad de publicaciones en las revistas y en los sitios web de la ciencia, estas son provenientes de países como Chile, Estados Unidos de Norteamérica, España, Venezuela, México, Colombia, Reino Unido, Cuba y Brasil(Campo, Amar, & Olivero, 2018)

El amplio interés que ha despertado el tema implica la existencia de una diversidad de criterios para definir que es la innovación, sin embargo, a partir de 1939 en que Shumpeter,

J. (1939), a través de su principio de creación destructiva establece cinco tipos de innovación a saber: Introducción de un nuevo bien, el uso de una nueva fuente de materia prima, la incorporación de un nuevo método a la producción, la apertura de un nuevo mercado y nuevas organizaciones, existen un consenso en las fuentes consultadas con la visión shumpeteriana de lo que podía constituir en sí un resultado de la innovación, (García, Sorhegui (2018), las nuevas aportaciones generalizan que en la esencia del proceso está el acto de crear, por lo que la invención y la creatividad son categorías que subyacen en el concepto de innovación.

Los conceptos que han precedido la obra de Shumpeter se enmarcan en aquellos que la ven más como un resultado, y describen lo que es su producto, y otros autores que se focalizan más en el proceso, y definen qué hay que hacer, la primera forma de definir la innovación prima en los estudios microeconómico, mientras que la segunda en los estudios bajo la metodología de los Sistemas de Innovación.

La evolución conceptual marcó una trayectoria metodológica que se centró en los inicios en ver a la empresa como el principal agente de innovación y los modelos surgidos a partir de 1950 hasta 1980 se basaban en el carácter lineal y secuencial, hoy se reconoce la limitación de estos y las propuestas contemporáneas apuntan hacia los modelos en redes, los estudios de autores como López & Guerra (2009) y Barreto y Petit (2017) reconocen la existencia de cinco generaciones de modelos

Barreto y Petit (2017), Velasco y Zaramillo (2008) concluyen que los modelos son una guía para gestionar la innovación en la empresa pero innovar depende en gran medida de la disposición de la gerencia empresarial para crear una cultura innovadora, formar a sus recursos humanos y crear espacio para desarrollar su creatividad, además plantean de manera muy acertada que estos modelos no captan toda la realidad innovadora, que se centran más en el proceso de desarrollo de productos y que no son muy prácticos para el sector de los servicios.

Recientemente son varios los estudios que se realizan acerca de la innovación en el campo de la dirección de empresa, tener un pensamiento prospectivo aumenta la posibilidad de generar innovaciones, pero no es un requisito suficiente, en tal sentido COTEC (2010) reconoce que para que una empresa aumente sus capacidades innovadoras debe trabajar sobre su cultura innovadora.

En esta línea son varios los autores que establecen una conexión entre la innovación y la cultura como es el caso de Hidalgo (1998), Bueno (2012), Ortiz & Pedroza (2006), Velasco & Zaramillo (2008), COTEC (2010), González, García & Lucero (2014) Ahmed y otros (2012), (Aponte, 2015), (Robayo, 2016), pese al reciente interés por la influencia que tiene la cultura organizacional en la innovación Pizarro, Real, & Rosa (2011) reconocen que existe un vacío enorme en la propuesta acerca del tema.

Si bien es cierto que es un campo de la innovación poco explorado, y sobre el cual las evidencias empíricas nos son robustas, en defensa de la tesis de la correlación entre cultura e innovación Conejo & Muñoz (2009), evidencia que existen empresas que aunque tengan un

elevado Gasto en I+D, y desarrollen proyectos, no tienen los resultados esperados, mientras que en el otro caso se encuentran aquellas que tienen predisposición y actitudes tienen mayores capacidades para llevar a cabo proyectos innovadores y es lo que ellos llaman “La fuerza de la cultura”.

El tema de la cultura organizacional es ampliamente estudiado en el campo del desarrollo organizacional y la administración del comportamiento humano, por lo que existe diversas definiciones, que concuerdan en la visión de Ahmed y otros (2012). al considerarla como una suma de valores y normas que deben de ser compartidos entre todos los miembros de la organización ya sean individuales o los grupos, su propuesta es que debe propiciar un clima de cooperación hacia el interior de la organización y esta a su vez con el entorno.

En la concepción de la cultura organizacional la categoría valor revierte una importancia y se definen como patrones compartidos, Ahmed y Otros (2012) lo asocian a las normas que determinan el comportamiento apropiado, por lo que el valor dentro de la organización se define como una conducta que marca un modo de actuación, lo que influye directamente en el desarrollo de capacidades y el establecimiento de rutinas, línea conductora que apunta hacia el saber-hacer, por lo que se comparte el criterio de Conejo y Muñoz (2009) que la Teoría de Recursos y Capacidades y el enfoque de la cultura es compatible para tratar el tema de la innovación.

En la literatura consultada sobre la importancia de la cultura organizacional y su relación con la innovación existen enfoques que realizan unadistinción entre lo que sería la cultura innovadora y organizacional. Tal es el caso de como el caso de que la define como una forma de actuación que es capaz de desarrollar y establecer valores y actitudes proclives a la creatividad y el cambio empresarial, Bueno (2012) que siguiendo la misma línea la enfoca hacia desarrollar un potencial de emprendimiento, COTEC (2010) quien destaca su papel en el desarrollo de actividades innovadoras , y a la flexibilidad de la organización, así como el trabajo en equipo, Robayo (2013) con un factor clave de distinción.

Todas las definiciones anteriores no logran un distanciamiento en lo que se define como cultura organizacional, por lo que no ameritaría crear nuevos conceptos y categorías específicas que se encuentra explicado en los más generales, sin embargo, los atributos de la cultura de una organización o dicho de otra manera las normas, los valores, los procedimientos y las rutinas establecidas, es tema que se debe de estudiar en cuanto a su aporte en los procesos de innovación, de manera que se pueda constatar lo que en teoría apunta a la existencia de una interrelación entre la actitud innovadora que desarrollen los miembros de una empresa y los resultados. De hecho Ahmed y Otros (2012), le otorgan un peso importante a los valores dentro de un modelo de innovación y lo definen como el futuro de la organización “Un toque humano al propósito estratégico” (...) en definitiva una organización es esencialmente un conjunto de cerebros o estructura cognitivas y de conocimiento”.

Metodología empleada y resultados obtenidos

Con el objetivo de establecer el estado de la cultura organizacional de las entidades turísticas del destino La Habana se diseña un cuestionario que se elaboró a partir de las necesidades informativas de la investigación.

Dicho cuestionario se le aplicó a la muestra seleccionada, el muestreo que se siguió fue no probabilístico, en este caso una muestra de casos tipos, lo que se busca es la calidad y la riqueza de la información y no la estandarización de los resultados.

Las unidades seleccionadas fueron los hoteles, restaurantes y agencias de viajes adscritas al MINTUR, se excluyó del muestro inicial, las organizaciones pertenecientes al grupo Gaviota. S.A. y las entidades de ocio y recreación en el destino. El criterio que se siguió para la exclusión, está dado en primer lugar por el principio de la voluntariedad, es decir dondelas partes implicadas en el proceso están de acuerdo de participar y brindar la información oportuna para el estudio.

Construcción de la base de datos

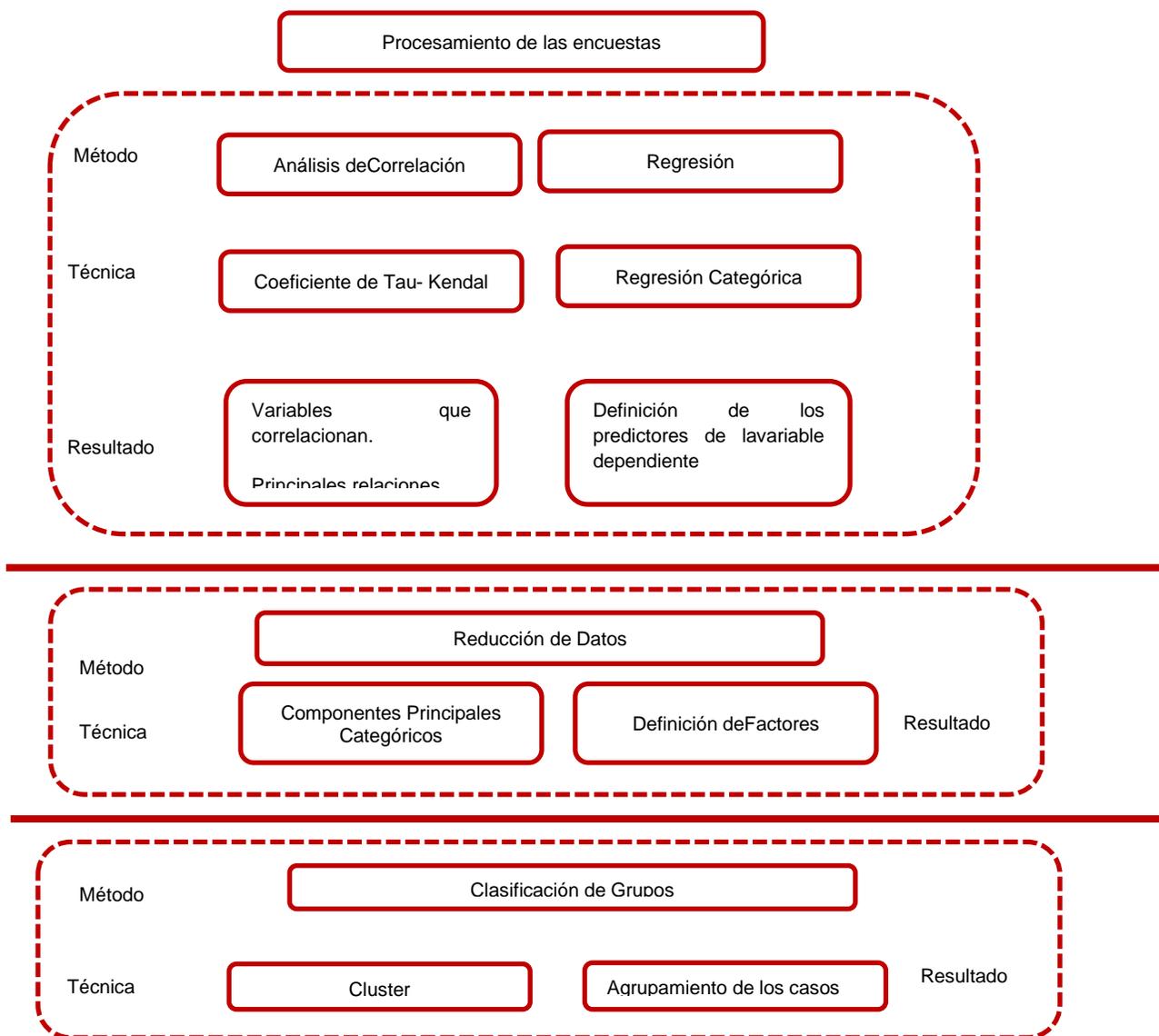
La base de datos se construyó en el programa estadístico *SPSS, versión 20.0*, luego decodificar las variables obtenidas a partir del instrumento aplicado, el cuestionario específicamente recauda información sobre:

1. Enfoque estratégico en la dirección de las empresas.
2. Gestión del cambio.
3. Desarrollo de funciones de inteligencia empresarial.
4. Colaboración entre entidades y con la academia
5. El desarrollo de proyectos, para la investigación y el financiamiento
6. La inducción de la creatividad en la organización.
7. Gestión del capital humano.
8. Estructuras flexibles que permitan la absorción del conocimiento y la asimilación de tecnologías.

Todas estas necesidades informativas se obtienen luego de analizar en la bibliografía los elementos que caracterizan una cultura organizativa proclive a motivar la gestión de la innovación en las entidades.

Se obtuvieron un total de 51 variables categóricas, para las cuales se utilizó escalas valor ordinal y nominal. Las escalas de medición en las variables ordinales se mueven en un rango de 1-3, donde uno es el valor de apreciación más bajo y el tres más alto, en las nominales se sigue el mismo criterio a menor valor del número en la escala Likert utilizada se le asocio el peor comportamiento de la situación. En la figura 1 se observa el esquema que se siguió en el procesamiento de los datos.

Figura N 1: Esquema utilizado en el procesamiento de los datos.



Fuente: Elaboración propia.

Procesamiento de las encuestas

La validez de constructo realizada muestra que las variables fundamentales en la investigación se encuentran en la sesión primera del cuestionario, afirmación que se valida con el coeficiente de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin, el cual es aceptable de 0,755; la prueba de esfericidad de Bartlett, tiene una significación de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis nula que se puede aplicar el análisis factorial, los coeficientes de extracción de los factores en todos los casos es mayor a 0.500. Para la fiabilidad del cuestionario se utilizó el Alpha de Cronbach para un valor de 0.925, lo que permite utilizar el instrumento en varios momentos de la investigación.

Análisis de correlación.

Para el análisis correlación entre variables para examinar las relaciones se utiliza el estadígrafo Tau-Kendal, este coeficiente por lo general da valores de relación entre variables, más bajos que el de Sperman y Pearson. Por tanto se seleccionaron aquellas variables cuyo coeficiente de correlación fuera mayor que 0.450 y con un grado de significación por debajo del 0.001.

Un análisis de la matriz de correlaciones afirma que el tipo de actividad que realiza la entidad, es decir que se dedique a los viajes, y/o la hospitalidad, no influye en el comportamiento innovativo, pues esta variable no correlaciona con el resto de las estudiadas.

Unode los argumentos que resulta de importancia para el diagnóstico es la correlación positiva que existe entre la variable (X2) “sistema de dirección implementado es adecuado para la innovación”, (X3) “la estrategia empresarial y su influencia en el cambio organizacional” y (X7) “el diseño de políticas de innovación”.

Tanto el comportamiento estratégico, como la gestión de cambio son valores necesarios a promover en culturas innovadoras, en el caso de las políticas de innovación es un apartado esencial, es los conceptos de cultura las normas y la institucionalidad son factores esenciales.

Lo anterior conlleva a indagar las relaciones de las ya citadas variables con el resto de las estudiadas, tomando como referente (X3) que correlaciona significativamente con (X 8), “objetivos asociados a la innovación”,(X15) “Las tecnologías de información facilitan el acceso a las fuentes de información externa” y (X 22)“La incorporación de tecnologías ajenas o de otros sectores”.

La variable (X7) ⁴, muestra un mayor número de correlaciones:

- (X6): la existencia de acciones para el desarrollo tecnológico dentro de la estrategia.
- (X8): objetivos asociados a la innovación
- (X11): se identifican tecnologías que pueden ser asimiladas por la organización.
- (X17): Se analizan los desfases de los servicios de la organización y las necesidades y/o expectativas expresados por los grupos de interés.
- (X20): Búsqueda de financiamiento para los proyectos de investigación.
- (X26): Patentes alcanzadas producto de innovación.

En síntesis, la tabla de correlaciones obtenida aporta a la investigación elementos esenciales que deben de ser retomados en la propuesta final, y de ella se desprenden tres hipótesis esenciales.

Primera hipótesis: En la práctica los decisores encuestados de las entidades conciben que para que un modelo de dirección propicie la innovación, debe de tener un enfoque estratégico, y una clara política de innovación a nivel de la entidad.

⁴la política de innovación

Segunda hipótesis: la gestión estratégica debe incluir objetivos asociados a la innovación, y los temas de asimilación, absorción de tecnología, así como la función de vigilancia tecnológica.

Tercera hipótesis la política de innovación de la empresa sería el referente normativo central y en ella debe quedar claro:

- Objetivos de la innovación.
- Las pautas para una estrategia tecnológica.
- Vigilancia tecnológica.
- El Benchmarking como herramienta, la cual permitiría el absorción, adaptación y desarrollo de tecnologías.
- Las pautas para el financiamiento
- Y lo asociado a la protección de los resultados.

Con anterioridad en la respuesta a las preguntas a través de las variables enunciadas se van perfilando factores que inciden en la gestión de la innovación (GI) en las empresas estudiadas y que deben de tomar peso en la praxis diaria de estas instituciones y así convertirse en valores organizacionales y contribuir a fortalecer una cultura innovadora.

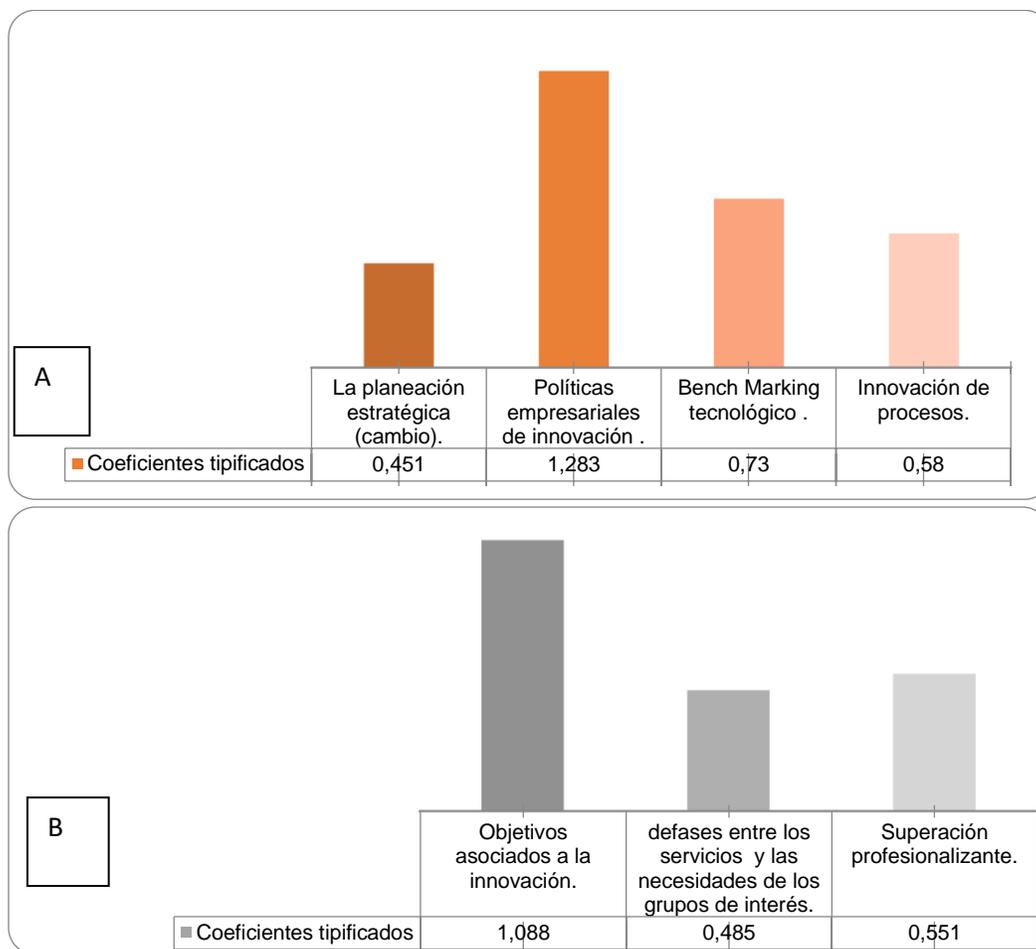
En la actualidad uno de los aspectos en que más énfasis se realiza a tratar el tema de la gestión de la innovación es el desarrollo de alianzas estratégicas como forma de cooperación empresarial para cumplimentar la cadena I+D+i, sin embargo en los coeficientes de correlación, ni en los análisis de frecuencia realizado a las encuestas, se observa que los empresarios vean a la cooperación entre entidades, entidades-universidad, como acciones efectivas para desarrollar proyectos innovadores con potencial a obtener financiamiento por las vías establecidas en los marcos normativos.

Lo anterior resulta fundamental pues una de las barreras más importante que los encuestados declaran para concretar innovaciones es el financiamiento.

Para indagar cuan efectiva es la cultura organizacional para fomentar la gestión de la innovación en las entidades se utilizó el modelo de Regresión Categórica, la esencia del método consiste en delimitar los factores explicativos del comportamiento de la variable dependiente, en el estudio se selecciona “adecuación del modelo de dirección para gestionar la innovación”.

En el resumen del modelo se obtiene: estadígrafo de, $R^2 = 0.799$, o lo que es igual el 80% de la variable dependiente queda explicada por los predictores. En los gráficos que se muestra en la figura 2 a y b, se observan los predictores que mayor impacto tienen sobre la variable dependiente. En la parte a se encuentran las variables independientes que impactan positivamente sobre la variable dependiente, y en la figura 2b, se exponen los factores que inciden negativamente.

Figura N 2: Variables interdependientes que impactan (positivamente / negativamente) en la variable dependiente.



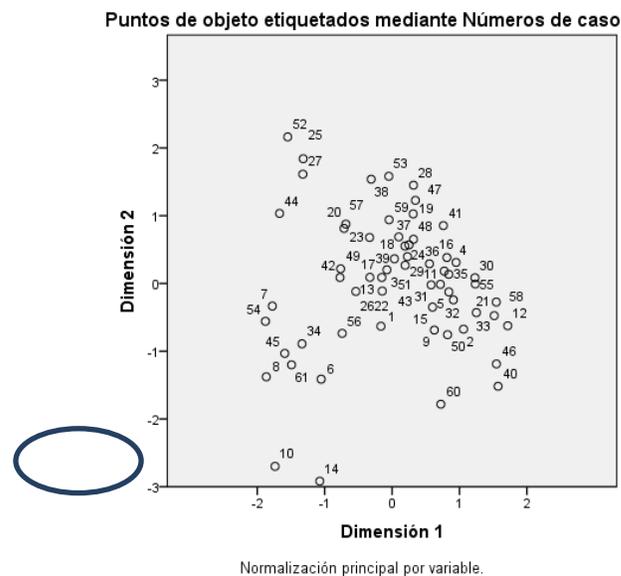
Fuente: Elaboración propia.

Del modelo de regresión categórica se obtiene que el comportamiento negativo de la empresa está motivado por la no existencia de objetivos asociados a la innovación, el poco desarrollo de acciones de inteligencia empresarial y su influencia en los resultados de la innovación y el carácter de la capacitación que prioriza la formación de competencias específicas al puesto de trabajo

El trabajo con 51 variables resulta engorroso para priorizar acciones por lo que las técnicas de reducción de datos resultan útiles para eliminar duplicidad en las variables, en la indagación en curso se utilizó Componentes Principales Categóricos.

Las respuestas de los encuestados fueron homogéneas como se observa en la figura 3.

Figura N 3: Distribución de los casos.



Solamente los casos 10 y 14, tuvieron respuestas alejadas de la media. La gráfica sugiere además que se forman tres tipos de grupos, los que deben ser analizados más adelante con la técnica de clúster y su ulterior análisis descriptivo.

En la tabla de saturaciones de los componentes la primera dimensión explica la mayor cantidad de la varianza por lo que este componente queda compuesto por.

Componente 1:

1. La planeación estratégica y su impacto en el cambio.
2. Acciones de desarrollo tecnológico dentro de la estrategia empresarial.
3. Políticas de innovación.
4. Objetivos asociados a la innovación.
5. Identificar necesidades tecnológicas
6. Benchmarking organizacional
7. Tecnología de la información facilita la inteligencia empresarial.
8. La coherencia del sistema de información de la empresa
9. Desfase de los servicios de la organización y las necesidades y/o expectativas expresados por los grupos de interés.
10. La existencia de proyectos de investigación.
11. Tipología de la Innovación.

Componente 2:

1. Presupuesto para gasto de inversión en tecnología.
2. Búsqueda de financiamiento para proyectos.

Como resultado final, de 51 variables iniciales, son relevantes 13 y quedan organizadas en dos componentes: el primero con 11 variables y denominado *Gestión estratégica de la innovación* conformado en su conjunto por aquellos factores que se asocian directamente a etapas específicas del proceso de innovación. Un segundo componente que explica un menor por ciento de la varianza total, asociado al financiamiento. Al igual que las técnicas aplicadas anteriormente existen otros aspectos marginados en el funcionamiento de las empresas encuestadas en cuanto al objeto de estudio, aspectos estos que teóricamente se definen notables para la investigación. Tal es el caso, que en las entidades enclavadas en el destino La Habana se manifiesta una desconexión entre la academia y estas.

Luego de definir las variables relevantes y sin discriminar del análisis ninguna de las iniciales se aplicó la técnica de clúster para clasificar grupos, se crearon 3, agrupados los casos como muestra la figura 4.

Figura N 4: Cantidad de casos distribuido por grupo.

| Número de casos en cada conglomerado | | |
|--------------------------------------|---|--------|
| | 1 | 12,000 |
| Conglomerado | 2 | 33,000 |
| | 3 | 16,000 |
| Válidos | | 61,000 |
| Perdidos | | ,000 |

Fuente: Tabla de salida del programa SPSS.

La conformación de los clústeres que se obtienen corrobora el punto de partida inicial, que no existen diferencias por el tipo de función de la empresa turística, los grupos están formados indistintamente por hoteles, restaurantes o agencias de viajes.

A partir del estadígrafo de la moda, el primer clúster está conformado por 7 hoteles, 3 restaurantes y 2 agencias de viajes. Lo que caracteriza al grupo viene dado de manera general, es decir, las 51 variables del estudio son evaluadas en una escala media, o sea que realizan las acciones en alguna medida, al enfocarse el análisis en las 13 variables fundamentales definidas por los métodos multivariado, consideran que las mismas se comportan de manera satisfactoria en la organización.

El segundo grupo que es el más numeroso está compuesto por 21 hoteles, 10 restaurantes y 2 agencias de viajes. Al igual que en el clúster anterior predomina de manera general un comportamiento medio, pues las variables fundamentales coinciden en que son acciones que no tienen sistematicidad en las entidades, por lo general son empresas que basan su sistema de dirección por objetivo, sin incorporar aspectos estratégicos y presentan en su desempeño un marcado enfoque reactivo.

El tercer conglomerado creado, formado por 11 hoteles y dos restaurantes y agencias de viajes respectivamente. De las tres agrupaciones formadas este es la que presenta resultados por debajo de la media en las variables estudiadas, incluso consideran que sus sistemas de dirección no son

adecuados para incentivar la innovación; su gestión se enfoca a problemas operativos de la organización.

Sintetizando, aunque se forman tres clústeres, no es axioma de que en ninguno de ellos las empresas tengan un buen desempeño innovador, sino que existen un grupo de organizaciones que tratan de incorporar aspectos estratégicos dentro de su gestión, un segundo nivel donde se centran más en la dirección por objetivos y finalmente aquellas en las que evalúan su sistema de dirección inoperante para lograr la gestión de la innovación.

Conclusiones.

- El diagnóstico muestra en primer lugar que como norma las entidades del sector turístico del destino La Habana, manifiestan una débil cultura de trabajo a favor de la innovación, aunque la consideran como un proceso estratégico; en su funcionamiento se limitan a trabajar centrado en los objetivos, limitando el empleo de las técnicas prospectivas asociadas a la planeación.
- Continúan identificando a la innovación al momento ex post, y como algo aparte de la gestión de la entidad, lo que provoca que las estrategias diseñadas no incorporen objetivos de desarrollo tecnológico, tampoco indicadores de medir el desempeño en términos de innovación.
- Hacia el interior de las empresas no se promueve la creatividad, es deficiente la gestión de proyectos. Desde la proyección de las OSDE hacia sus entidades laborales de base, se denota la ausencia de una política de trabajo coherente en cuanto a la innovación, tanto las entidades como su OSDE no promueven la colaboración empresarial para emprender proyectos innovadores en el destino.

Referencias bibliográficas.

- Ahmed, P., & Sheperd, C. (2012). Administración de la innovación. México DF: Pearson
- Aponte, G. (2015). El proceso de gestión de innovación tecnológica: Sus etapas e indicadores relacionados. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, 59-90.
- Barreto, J., & Petit, E. (2017). Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones. Revista Venezolana de Gerencia, 22-79.
- Bueno, E. (2012). Recuperado el 27 de noviembre de 2016, de El capital intelectual como sistema generador de emprendimiento e innovación: <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/Eduardo%20Bueno.pdf>

- Campo, L., Amar, P., & Olivero, E. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006-2016). *Revista Ciencias Sociales*, 26-37.
- Conejo Cañamares, M., & Muñoz Ruiz, E. (2009). Percepción de la innovación: cultura de la innovación y capacidad innovadora. *Pensamiento Iberoamericano* N°5: , 121-139.
- COTEC. (2010). *La innovación en sentido amplio: un modelo empresarial. Análisis conceptual y empírico*. Madrid: COTEC.
- García Leonard, Yureidys y Sorhegui, Rafael (2018). La innovación en el pensamiento económico. Un debate abierto. *Revista Científica ECOCIENCIA*, ISSN: 1390-9320, Vol. 5, No. 1, febrero 2018, Ecuador
- González Candía, J., García Coliñanco, L., & Lucero Caro, C. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas . *Pensamiento y Gestión*, 109-133. Obtenido de <http://dx.doi.dog/10.14482>
- Hidalgo, A. (1998). La gestión de la innovación tecnológica: La validez de sus supuestos en la empresa. Obtenido de ResearchGate: <https://www.researchgate.net/publication/296483213>
- López, M., & Guerra, S. (2009). *Revista Innovaciones*. Obtenido de Evolución de los modelos de gestión de la innovación: [http:// revistainnovaciones.uanl.mx > index.php > revin > article > download](http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/download)
- Ortiz Cantú, S., & Pedroza Zapata, A. R. (2006). Qué es la gestión de la innovación y la tecnología)GInnT. *Journal of Technology Management&Innovación*, 64-82.
- Pizarro Moreno, I., Real, J. C., & Rosa, D. M. (2011). La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 139-150 .
- Robayo, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: Una aplicación al sector gráfico colombiano. Obtenido de ELSEVIER: <http://elsevier.es>
- Schumpeter, J. (1939), *Business Cycles*, Nueva York: McGraw-Hill, Vol. I.
- Velazco Balmaseda, E., & Zamanillo Elguazabal, I. (2008). Evolución de las propuestas sobre el proceso de innovación: Qué se puede concluir de su estudio. *Investigaciones Europeas de Dirección e Economía de Empresa*, 127-138.

Para citar el artículo indexado.

García Leonard, Y., Llanes Pérez, R., & Domínguez Domínguez, M. (2020). La cultura organizacional en las entidades turísticas del destino la habana en la gestión de la innovación. *ConcienciaDigital*, 3(1), 36-49. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i1.997>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.

