



Revista Venezolana de Gerencia
ISSN: 1315-9984
rvgluz@fces.luz.edu.ve
Universidad del Zulia
Venezuela

Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia

Arboleda Jaramillo, Carlos Augusto; Arias Arciniegas, Claudia Milena; Pérez Sánchez, Elkin Olaguer; Correa Janne, Patricia

Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia

Revista Venezolana de Gerencia, vol. 25, núm. 89, 2020

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641008>

Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia

Social innovation as a strategy to strengthen community rural tourism

Arboleda Jaramillo, Carlos Augusto
Corporación Universitaria Americana, Colombia
caarboleda@americana.edu.co

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641008>

Arias Arciniegas, Claudia Milena
Fundación Universitaria Católica del Norte, Colombia
cmariasa@ucn.edu.co

Pérez Sánchez, Elkin Olaguer
Universidad de Medellín, Colombia
eoperez@udem.edu.co

Correa Janne, Patricia
Universidad de Medellín, Colombia
patriciacorreaianne@hotmail.com

RESUMEN:

La investigación tiene como propósito analizar la innovación social como estrategias para el fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario, propiciando una alternativa de desarrollo territorial sostenible. Desde un enfoque cualitativo, fundamentado en la documentación, análisis y revisión crítica de la información recopilada, se construye una estructura conceptual y práctica sobre la innovación social y el turismo, para luego a partir del trabajo de campo, concretar con diferentes actividades e intervenciones estrategias de turismo rural comunitario para el corregimiento de San Cristóbal (Medellín). Los resultados indican que la innovación social y el Turismo Rural Comunitario surgen como una alternativa al turismo masivo, que busca el desarrollo local, adaptado a las capacidades y potencialidades de los territorios. El turismo es una alternativa para que las comunidades del medio rural con atractivos naturales y culturales, costumbres, tradiciones, modos de vida y hábitos se consoliden, aportando al desarrollo socioeconómico de los territorios. Explotar capacidades técnicas y empresariales de las comunidades y adoptar estrategias, no solo de sustento, sino de sobrevivencia, para asumir los retos de una sociedad cada vez más exigente. Convertir el turismo rural comunitario como una opción de vida.

PALABRAS CLAVE: desarrollo local, innovación social, turismo rural comunitario.

ABSTRACT:

The purpose of the research is to analyze social innovation as strategies to strengthen Community Rural Tourism, promoting an alternative for sustainable territorial development. From a qualitative approach, based on the documentation, analysis and critical review of the information collected, a conceptual and practical structure is built on social innovation and tourism, and then from fieldwork, specify with different activities and strategic interventions rural community tourism for the township of San Cristobal (Medellín). The results indicate that social innovation and Rural Community Tourism emerge as an alternative to mass tourism, which seeks local development, adapted to the capacities and potential of the territories. Tourism is an alternative so that rural communities with natural and cultural attractions, customs, traditions, ways of life and habits are consolidated, contributing to the socio-economic development of the territories. Exploit the technical and business capacities of the communities and adopt strategies, not only for sustenance but for survival, to take on the challenges of an increasingly.

KEYWORDS: *local development* .

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, las zonas rurales han experimentado importantes cambios socioeconómicos, debido a la modernización y profundización de la globalización (Lenao y Saarinen, 2014). El potencial económico y

de empleo en las zonas urbanas de las principales ciudades y muchos medios de subsistencia tradicionales ha disminuido y, en la actualidad, el turismo se considera cada vez más, como una herramienta pertinente para abordar los problemas rurales en los países en desarrollo.

El desarrollo del turismo, se utiliza activamente para la diversificación económica y la apertura de nuevas formas de generación de ingresos y empleo; sin embargo, muchos modelos de desarrollo, como el Turismo Rural Comunitario (TRC), con énfasis en la planificación conjunta, el aprendizaje y la participación, aunado al empleo de estrategias de innovación social, se plantean desafíos clave, especialmente relacionados con la integración de la industria turística y las comunidades rurales; además, describen la aplicabilidad y las condiciones para generar redes o alianzas que permitan un desarrollo local como un enfoque potencial para su desarrollo.

Históricamente, durante más de 60 años, Colombia ha estado sumergida en un conflicto armado interno que ha fracturado las estructuras sociales, deslegitimado el poder del Estado y quebrantado el tejido social dentro de sus comunidades. Desde el año 2012, el Gobierno Nacional adelanta procesos de paz con el autodenominado grupo Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), principal grupo armado ilegal. En este sentido, y luego de la firma del proceso de paz, se aspiraba tener grandes cambios para toda la sociedad colombiana. Estos cambios, no solo en el marco normativo colombiano, sino también en la forma como se redefinen las instituciones. Estas últimas, entendidas como las reglas del juego en toda sociedad, o bien, las limitaciones creadas por el ser humano que dan forma a la interacción humana (North, 1993, citado por Tijerina, 2008); en todo caso.

Es en este escenario, cobra importancia el significado de innovación social, concepto que no es lejano para Latinoamérica y menos para una ciudad como Medellín, que en el año 2013 recibió del *Walt Street Journal*, reconocimiento como la ciudad más innovadora por los procesos de desarrollo emprendidos y concretados en los últimos años. Si bien el término ha sido abordado por varios autores desde diferentes enfoques, genera confusión, pero ha permitido reconocer elementos que le son comunes para su identificación.

Para el caso de la innovación social como herramienta para el desarrollo de un territorio, es importante retomar uno de los enfoques de Moulaert et al. (2005), quienes la plantean como un concepto importante, en tanto va en contra de la mirada tecnologicista, cosificada y netamente racional que se le da a la innovación para dejar de verla como el único motor de la sociedad.

Esto tal y como lo afirma Moulaert (citado por Arias, 2016: 2) "...lleva a retomar el desarrollo humano fundamentado en nuestras comunidades, y se convierte en una muestra palpable acerca de cuán necesarias son las dinámicas sociales para 'restablecer' el rol de las relaciones sociales en el desarrollo humano". Con base en lo anterior, Moulaert et al. (2005) concluyeron que, para este concepto, el desarrollo de un territorio va más allá de lo económico, comprendiendo diferentes dimensiones, partiendo de la humana, y poniendo un gran énfasis en las interacciones, en cómo fortalecerlas y hacerlas más eficientes, a partir de la identidad territorial como motivadora del mismo desarrollo.

De acuerdo con autores representativos del desarrollo humano y sostenible como Sen (1999), Max-Neef (1993) y PNUD (2011), se pensaría que, para que este se genere, es necesario motivar la participación de las comunidades locales en las decisiones de su territorio, para encontrar soluciones a las barreras de la libertad de manera participativa, equitativa y sostenible.

El turismo desde lo local se convierte en una estrategia que permite resaltar el patrimonio, la gente, sus tradiciones, su cultura, sus procesos locales y que la misma comunidad le dé valor a su territorio en búsqueda de su desarrollo humano, sin alterar la identidad de las comunidades que lo habitan.

Asimismo, el turismo contribuye al desarrollo de una comunidad, no solo a la dimensión económica, sino también como motivación para impulsar su avance a través del desarrollo de capacidades que le permitan generar más oportunidades. Según Ramanauskienė y Trijonytė (2008), una de las condiciones claves para el desarrollo del turismo rural comunitario es satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores, mejorando la calidad del servicio y promoviendo la lealtad de los mismos, además de realizar un sistema

de auto y evaluación sobre los diferentes productos turísticos. Aplicar principios de gestión de calidad universal en el negocio de turismo rural, garantizando que el servicio cumpla con establecer normas y crear comunidades de turismo rural que fomenten la cooperación para realizar funciones comunes.

Es aquí donde el presente artículo cobra importancia como medio de divulgación del resultado de la investigación teórica-metodológica, convirtiéndose este documento en un insumo base para la formulación de proyectos de investigación que permitan identificar y desarrollar estrategias de innovación social aplicada al turismo rural comunitario y, de esta manera, poder incrementar los beneficios para los territorios, como producto resultante de la alianza estratégica entre la Red de Innovación Social para la Educación Superior (RISES), la Gerencia de Corregimientos de la Alcaldía de Medellín y en representación de la comunidad de la Red Turística de San Cristóbal, que vincula operadores, agencias de viaje, servicios de alojamiento y transporte especializado, servicios de alimentación restaurantes-estaderos, emprendedores y unidades productivas que desarrollen y promuevan actividades turísticas en los corregimientos de San Cristóbal del municipio de Medellín.

La metodología en la que se apoya la investigación, tiene un enfoque cualitativo, fundamentado en la documentación, análisis y revisión crítica de la información recopilada. El proceso inició con una fase de revisión de la literatura que ha servido para aportar una estructura conceptual y práctica a lo largo del proceso de investigación. Inicialmente, se revisaron temas muy específicos relacionados con la innovación social y el turismo (innovación social, calidad de vida, desarrollo sostenible, turismo rural, turismo rural comunitario, turismo sostenible).

Desde la RISES, como actor integral de la alianza estratégica entre el municipio de Medellín, la Gerencia de Corregimientos de la Alcaldía de Medellín, la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) y la Red Turística de San Cristóbal, se participó en diferentes actividades e intervenciones técnicas de campo que permitieron consolidar las diferentes estrategias de turismo rural comunitario para el corregimiento de San Cristóbal (Medellín), como son la convocatoria para la selección de las unidades productivas que participaron del proyecto, el análisis situacional, la actividad de levantamiento de Información para la línea base y la actividad de estado del arte, actividades formativas, cultura de la asociatividad, buenas prácticas legales y buenas prácticas empresariales y reuniones de cierre del proyecto para la presentación de resultados.

Para la construcción de este documento final, se ejecutaron las siguientes actividades: revisión de literatura, análisis de casos nacionales e internacionales, reuniones de articulación con Gerencia de Corregimientos de la Alcaldía de Medellín, ACOPI, RISES y Red Turística de San Cristóbal, intervención en talleres de campo, recolección de diagnósticos con ACOPI, y la intervención en otras actividades como participación con expertos de TRC en un simposio de Innovación Social, un taller en San Cristóbal y un análisis del TRC en los 5 corregimientos, relatoría jornada de TRC e innovación social y evaluaciones del taller TRC.

2. TURISMO RURAL COMUNITARIO: CONSIDERACIONES TEÓRICAS

Para Flores et. al. (2016) el turismo rural comunitario surge como una alternativa al turismo masivo, buscando en el desarrollo local, un modelo de gestión familiar asociado a otros acuerdos productivos como los circuitos cortos de comercialización de alimentos y artesanías, caminatas ecológicas y eventos gastronómicos valorizando la cultura local y el capital social. Así mismo Kavita en (2016), plantea que al aumentar el ingreso monetario en las familias y mejorar servicios básicos en la comunidad, son resultado de la identificación de impactos para la creación de estrategias que logren conseguir un desarrollo rural y considerando el potencial turístico de la comunidad y los proyectos de varias empresas que ven ventajas en este nuevo sector de la economía, incluyendo las organizaciones en un ecosistema de innovación (Arend, 2016).

El TRC incorpora influencias de otros lugares, pero sin eliminar los aspectos positivos de la vida rural como lo afirma Möller (2016) y mediante la integración de aliados clave, como lo son la comunidad, las

redes de turismo rural y las formas de participación de los pobladores y las ayudas de recurso público son determinantes para el éxito de estas propuestas como lo proponen Zhang y Qiu (2016).

Por su parte, Ramos, Stoddart & Chafe (2016) hacen una crítica al turismo rural y cuestiona la mercantilización de la cultura y paisajes, mostrando que el recurso rural basado en las industrias con el turismo, a menudo conduce a una momificación de la cultura y los cuestionables beneficios económicos y concluye si los premios culturales del turismo, alrededor de significado que hacen, son mayores que otros premios en la promoción de comunidades económica y socialmente viables. Corona et. al. (2016) por el contrario, muestran al turismo como una alternativa para que las comunidades del medio rural que cuentan con atractivos naturales y culturales, costumbres, tradiciones, modos de vida y hábitos que las sociedades rurales practican para consolidarse y promoverse en entornos nacionales e internacionales promuevan su potencial turístico.

De acuerdo a lo anterior, las posibilidades de implantación del turismo rural, sus posibles efectos y realizar una oferta estimulante, reajustándola a las preferencias turísticas modernas, a través de un análisis riguroso de la oferta turística primaria y derivada mediante materiales gráficos y cartográficos que apunte a revelar la percepción de la comunidad local sobre el turismo rural es una forma de ser más responsables y tomar decisiones lógicas para este tipo de turismo, sin embargo, en la actualidad, se han identificado obstáculos al desarrollo del turismo en países en desarrollo (Gaman y Nistoreanu, 2015 y Schmitz y Lekane, 2016).

El TRC de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas

(ONU, s. f.), se trata de un tipo de turismo que permite al visitante entrar en contacto con comunidades rurales que conservan su identidad cultural como elemento de diferenciación, al mismo tiempo que supone una oportunidad para generar trabajo e ingresos complementarios a su actividad diaria. La ONU le apuesta al turismo rural comunitario, como estrategia de desarrollo para los países con un índice de pobreza más alto, y por su parte el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2006:2), el TRC “se basa en experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural, desarrolladas por pobladores locales y organizados para beneficio de sus comunidades”.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), presentó varios informes de propuestas de planes de mejora para las zonas rurales en cada apartado en las ciudades de América Latina. En dichos informes, detallan aspectos orientados a determinar, cómo se pueden realizar y presentar los proyectos de mejora, y cómo y qué se va a conseguir a partir de ellos.

Asimismo, el Fondo Monetario Internacional (FMI) describe el TRC como una alternativa de reconfiguración que forma parte de la nueva ruralidad, la cual sostiene que el desarrollo rural se alcanza cuando el medio rural es capaz de atender las necesidades que presentan sus pobladores, cuando es considerado como un agente que ayuda a resolver algunas de las necesidades que presentan los pobladores urbanos, y cuando, además, se preocupa por la conservación y manejo de los recursos naturales y culturales.

La Organización de Estados Americanos (OEA) se enfoca en la promoción del TRC en las Américas a través de la cooperación hemisférica y esfuerzos multilaterales sostenidos. La OEA brinda una pauta para la implementación de políticas públicas que promuevan el turismo rural comunitario. Al respecto, se podría tomar como ejemplo exitoso el caso de Perú, país que implementa la política pública de promoción del turismo desde el año 2007, y que sirve como referente, por la obtención de excelentes resultados.

El Programa de las Naciones Unidas para El Desarrollo (PNUD, 2016) constituye a América Latina, como un importante destino de turismo cultural a nivel mundial. Precisamente, “herramientas fundamentales de este progreso han sido las políticas y planes de manejo del patrimonio cultural que se han aplicado en los últimos años en varios países de este continente.

Es evidente la expansión del TRC en América Latina, evidenciándose, cada vez más el reconocimiento de los países del continente en este ámbito. Países como Perú, Brasil, México, Argentina, entre otros, han desarrollado con éxito productos turísticos atractivos a partir de la explotación de los recursos naturales y culturales, convirtiéndose en destinos muy concurridos por los turistas a nivel internacional. Estos son

ejemplos que motivan el desarrollo de otros territorios, y con base en las experiencias de otros países facilitar la generación de estrategias para implementar el TRC como alternativa económica, con impactos en lo social y ambiental. Trabajar desde las políticas públicas, la cuales conducen a enfocarse en el turismo como una de las formas para lograr el desarrollo en comunidades rurales (Jouault & Pulido, 2014).

Diversos autores (Caballero, 2001; Echeverri, 2001; Favareto, 2006; Grammont, 2004, citados por Huertas, 2015) han contribuido con publicaciones sobre la temática de la nueva ruralidad. La interpretación comúnmente utilizada por algunos de los estudiosos analiza las transformaciones de la globalización neoliberal, destacando ciertos problemas que otras aproximaciones no han hecho (actividades rurales, empleos no agrícolas, pluri-actividad y multifuncionalidad. Otros autores (PNUD, 2011, citado por Huertas, 2015), analizan la dicotomía entre lo urbano y lo rural, en el sentido de que lo rural ya no tiene las connotaciones geográficas y sociales que poseía anteriormente, ya no es posible subvalorar lo rural frente a lo urbano, sino que ambos se complementan y están cada vez más integrados a través del transporte, comercio, turismo, y otros servicios (PNUD, 2011, citado por Huertas, 2015: 48).

Asimismo, en el territorio rural se ha ampliado la oferta de bienes y servicios, trayendo consigo una nueva dinámica para la economía rural y los programas de turismo cultural. Como plantean Mgonja et. al. (2015), ofrecen oportunidades a las comunidades rurales para complementar sus ingresos. Si bien estos programas están destinados a capacitar a la población local y reducir la pobreza, los mecanismos utilizados para elegir las “comunidades” objetivo siguen siendo en gran parte sin examinar y es importante analizar la planificación, la estructura y la implementación de las organizaciones sociales, como una forma de turismo basado en redes de colaboración para el desarrollo local.

3. INNOVACIÓN Y TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL CORREGIMIENTO SAN CRISTÓBAL, MEDELLÍN (COLOMBIA)

A continuación, se describen los sitios más representativos y que hacen parte de la Red Turística de San Cristóbal, caracterizados por su riqueza y valor cultural para el municipio.

• Red Turística de San Cristóbal

El trabajo de campo se inició con una primera visita a la Red Turística de San Cristóbal, al igual que en Palmitas, donde se presentó la Red RISES, indicando las colaboraciones que se realizarían con la Gerencia de Corregimientos y teniendo como resultados en un primer momento, la actualización del inventario de atractivos y recursos turísticos. Adicionalmente, se consultó El Plan de Desarrollo Cultural Corregimiento San Cristóbal 2005-2015, como herramienta direccionadora del desarrollo cultural del corregimiento.

Los atractivos y recursos turísticos del corregimiento de San Cristóbal, se concretan en bienes que por su historia y riqueza natural, se han convertido en íconos representativos y de gran valor para San Cristóbal y la ciudad.

Entre los más representativos se encuentran la:

- Iglesia de San Cristóbal, también conocida como la Culata. Recibe este nombre porque está de espaldas a la ciudad de Medellín, con el frente a Santa Fe de Antioquia, capital del departamento en la época de su construcción

- Cerró El Picacho y el monumento de Cristo Rey, Cristo del Pajonal: monumento ubicado a las afueras del centro poblado del corregimiento, Camino del Virrey, el cual ha recibido varios nombres: Camino Viejo, Camino Oficial o del Gobierno, Camino Real. Por más de 300 años fue transitado por indígenas, colonizadores y arrieros, que viajaban desde Santa Fe de Antioquia hacia el Valle de Aburrá y el sur del País

- *Parque Biblioteca Fernando Botero*: construido en 2011. Cuenta en sus instalaciones con biblioteca, teatro, escuela de música, escuela de danza, talleres de artes plásticas y sala de exhibiciones.

Otros atractivos turísticos están representados por el *Cerro del Padre Amaya, Alto de Boquerón, Serranía Las Baldías, Laguna de los Morenos, Laguna San José de la Montaña, Cerro El Yolombó, Alto Loma Hermosa, Mirador de Loma Hermosa, Mirador del Carmelo, La Cueva de Indio*.

San Cristóbal cuenta con una gran riqueza natural, que, aunado a su riqueza cultural y artística, además de su ubicación estratégica, lo convierten en un referente para el sano disfrute, representando un potencial polo de desarrollo turístico para la ciudad de Medellín.

• **Prestadores de Servicios Turísticos (PST): Caracterización socioeconómica**

En un segundo momento se realizó la caracterización de los prestadores de servicios con un levantamiento de línea base y diagnóstico. Para el levantamiento de la información de línea base, se procedió a recolectar información de fuentes primarias y secundarias de la caracterización socioeconómica de los Prestadores de Servicios Turísticos (PST), especialmente de Turismo de Aventura y de Turismo Comunitario, que están ubicados en el corregimientos de San Cristóbal, a partir de estudios e investigaciones desde la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de

Medellín, la Subsecretaría de Turismo y la Gerencia de Corregimientos de la Alcaldía de Medellín y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

A continuación, se describen los siguientes documentos clave para la investigación:

- Plan de Desarrollo “Medellín Cuenta con Vos” 2016 -2019.

- Plan de Desarrollo Local

Corregimiento de San Cristóbal - Departamento de Planeación

Municipal de la Alcaldía de Medellín – septiembre 2015-1.

- Plan de Desarrollo Local

Corregimiento de San Sebastián de Palmitas, Departamento de Planeación Municipal de la Alcaldía de Medellín – septiembre 2015-2.

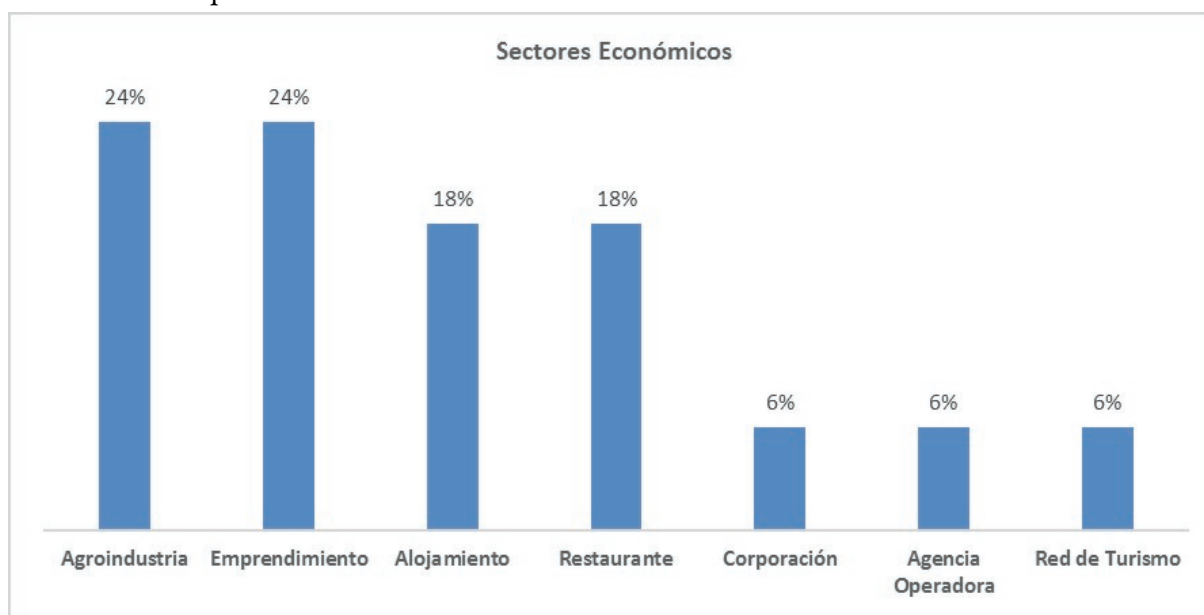
- Estudio de Actualización de

Inventario Turístico de la ciudad de Medellín y sus Corregimientos.

Para el caso del estado del arte, se realizó mediante un formato de diagnóstico empresarial la evaluación de la situación actual de las empresas, a partir de 12 áreas transversales que una unidad económica debe contemplar, entre las que se encuentran: la planeación estratégica, mercadeo, ventas, marketing digital, calidad, contabilidad, financiero, costos y presupuesto, recurso humano, propiedad intelectual e innovación y posteriormente, se implementó la herramienta de diagnóstico empresarial, todas estas de predominante importancia en el estudio y con características que se deben tener en cuenta para la comprensión del mismo. Dicha información arrojó evidencia de cómo se encuentra el tejido empresarial desde el enfoque de competitividad empresarial con miras a la construcción colectiva de una red turística. Confluyen en el territorio y que hacen turismo de San Cristóbal se observa parte del fortalecimiento de la Red de en la figura 1.

. FIGURA 1.

Distribución porcentual de los subsectores económicos de la Red de Turismo de San Cristóbal



ACOPI (2017)

En este sentido, a continuación, se mencionan la distribución porcentual de los subsectores económicos que En San Cristóbal, la agroindustria, con un 24%, tiene una gran representatividad en el territorio y no es ajena, teniendo en cuenta que el corregimiento se caracteriza por ser de producción agraria y esto ha generado la industrialización de la misma, y con el mismo porcentaje tienen una fuerte tendencia los diferentes proyectos de emprendimiento o ideas de negocios que se están generando a partir del Turismo, desde orientadores locales, a otros tipos de negocios.

Los establecimientos de alojamiento y hospedajes tienen una representación del 18%, aunque no estén explotados al 100% de su capacidad. Esto se debe a factores como la falta de estrategias comerciales para visibilizar su negocio ante el mercado y el destino, que no tienen un posicionamiento fuerte para generar pernoctación en el lugar. Además, le resta ventajas a este sector estar muy cerca de la ciudad, por lo cual limita la oferta y obliga a generar mayores valores agregados para pernoctar en el corregimiento.

En la misma tendencia, los restaurantes tienen una fuerte presencia, no solo por el sector agrario, sino que el corregimiento a nivel del comercio como factor económico es muy fuerte y esto termina halando otros sectores, entre ellos, el de restauración

• **Planes de acción** En un tercer momento se establecen el diseño de los Planes de Acción y de acuerdo con la información recolectada del estado del arte y diagnóstico, se extraen los siguientes hallazgos:

Los Prestadores de Servicios Turísticos, Unidades Productivas y emprendedores que conforman la Red Turística del corregimiento de San Cristóbal tienen una disparidad en el desarrollo empresarial. Hay una mezcla de miembros de la Red que se encuentra en un estado de desarrollo alto, frente a otros que requieren de un proceso de intervención desde lo básico, por lo cual las empresas no son homogéneas desde la estructura empresarial.

Los diferentes miembros de la Red Turística requieren de un proceso de intervención personalizado prioritario, teniendo en cuenta que las necesidades son diferentes frente a la categorización o clasificación grupal que están enmarcadas, como desde la naturaleza y clasificación empresarial, de acuerdo con la Ley Mipymes.

Los Prestadores de Servicios Turísticos, Unidades Productivas y Emprendedores no cuentan con procesos de planeación estratégica, no se interioriza la finalidad de la implementación, tanto de la misión como la visión empresarial, supeditadas a los objetivos por cada una de las áreas con que cuentan las empresas.

Con relación a la clasificación de las empresas, como se detalla en el componente de la línea base, es importante establecer estrategias y proyectos que apunten a consolidar a estas empresas desde la estructura empresarial, que se sujete a la realidad de las empresas y al contexto del entorno en el cual se desempeñan, sobre todo teniendo en cuenta el componente rural. Desde el área contable y financiera,

se requiere que el empresario conozca la importancia de establecer su estructura o centros de costos para sus productos y servicios, que conlleven conocer el porcentaje de utilidad, con la finalidad de establecer un precio de venta justo, en coherencia con el mercado.

En el área de Recurso Humano, muchas empresas tienen desconocimiento la normatividad que rigen a las empresas a nivel nacional, como, asimismo, al sector turístico, desde lo obligatorio hasta el voluntario cumplimiento, como es el caso del Sistema Gestión para la Seguridad y Salud en el Trabajo, así como las normas de Turismo Sostenible, entre otras.

Con respecto al tema de propiedad intelectual, para algunas empresas la marca empresarial no es considerada un activo intangible estratégico, debido a que su marca no se encuentra protegida, ni mucho menos estipulan estrategias para proteger la información confidencial de sus empresas.

Después de realizar los hallazgos y análisis desde el punto de vista técnico y empresarial es importante que las unidades productivas inicien las siguientes acciones:

- Establecer proyectos o programas que apunten a incrementar la formalización de las empresas, al igual que el desarrollo y fortalecimiento de los Prestadores de Servicios Turísticos, Unidades Productivas y Emprendedores que conforman la Red.
- Incrementar los procesos de asociatividad, para lograr mayor confianza entre el público objetivo, con el propósito de finalizar en una mayor articulación y apropiación del sector turismo por parte del sector empresarial.
- Para obtener un impacto más contundente y a mediano plazo, se recomienda que los proyectos que se relacionen con desarrollo y fortalecimiento empresarial sean personalizados; las necesidades de los PST cambian de acuerdo con su estructura empresarial, al número de empleados y la naturaleza de empresas, así como al tipo de registro mercantil de sociedades y el modelo de negocios.
- Desde el concepto técnico de Red, se debe ampliar la participación de la misma conforme a los demás actores que convergen en el territorio, con el fin de tener mayor representatividad de la industria turística y obtener más reconocimiento como Red.

4. CONCLUSIONES

Durante las últimas décadas, el TRC se ha convertido en un importante medio para el desarrollo socioeconómico de los territorios, vinculando los gobiernos, organismos regionales, empresas privadas como mecanismo de participación ciudadana y desarrollo local, los cuales contribuyen al incremento del producto interno bruto en la región y generación de empleo, mejorando la calidad de vida de los individuos.

La innovación social y el TRC surgen como una alternativa al turismo masivo, que busca el desarrollo local, adaptado a las capacidades y potencialidades de los territorios, y la metodología aplicada reveló que el turismo es una alternativa para que las comunidades del medio rural y que cuentan con atractivos naturales y culturales, costumbres, tradiciones, modos de vida y hábitos que las sociedades rurales practican para consolidarse y promoverse en entornos nacionales e internacionales, deben también poseer capacidades técnicas y empresariales para asumir los retos de una sociedad cada vez más exigente.

El TRC es un fenómeno relativamente reciente que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basado en la participación de las poblaciones locales organizadas, para beneficio de las mismas y

es una actividad que se perfila como alternativa en el desarrollo sostenible para los territorios que articula la multifuncionalidad rural y se convierte en un vínculo urbano-rural dinamizador de la economía y se desarrolla en territorios rurales que presentan potencialidades de desarrollo.

Para el corregimiento de San Cristóbal, se debe potencializar y tener en cuenta el ecosistema empresarial turístico corregimental, con el objetivo de responder a la capacidad de la demanda actual y potencial a la que se quiere cautivar.

Se resalta la importancia de integrar el concepto de Desarrollo Humano Sostenible a la planeación del territorio, considerando no solo impactos económicos, sino también los impactos ambientales y socioculturales, por lo cual es necesario contar con la participación activa de las comunidades en todas las etapas necesarias para la creación e implementación de emprendimientos turísticos.

El nuevo modelo de desarrollo sostenible para los territorios deber contemplar el diseño de estrategias, no solo de sustento, sino incluso de sobrevivencia; no un modelo de comercialización de la cultura, sino el rescate de ella; no un modelo de uso de los paisajes, sino de preservación de vida. Así, el TRC puede convertirse en una opción de vida.

Se deben integrar diferentes mecanismos que se puedan aplicar a cada ruralidad, después de desarrollar un diagnóstico responsable del territorio y necesidades de la comunidad, que contemplen recursos para el corto, mediano y largo plazo para la administración pública en los ámbitos municipales, departamentales y nacionales, y, para el caso de Colombia, es en lo que se debe trabajar para aplicar la innovación social en los territorios, liderando de maneja participativa la implantación de uno o varios modelos organizacionales y proponer la construcción de políticas públicas que permitan adoptar herramientas de gestión más eficientes para el Gobierno y la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas – ACOPI. (2017), Informe final del Contrato Nro. 4600070574 de 2017. “Contrato de prestación de Servicios para la Creación y Fortalecimiento de Redes Empresariales Turísticas” Alcaldía de Medellín – Acopi Antioquia. Medellín: El autor.
- Arend, Mark (2016), *We Can’t Wait! Site Selection*, Estados Unidos, Año 61, No.1, pp146-151.
- Arias, Claudia (2016), *La Innovación Social y el valor de las relaciones humanas*. Corresponsables. Recuperado de <https://bit.ly/2Hi0obH>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2006), **Fondo del BID aprueba donación para turismo rural comunitario en Costa Rica**. Recuperado de <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-deprensa/2006-06-07/fondo-del-bidaprueba-donacion-para-turismorural-comunitario-en-costa-rica,3113.html>
- Corona, M., Jiménez, L. & Hernández, M. (2016), Impactos sociales y económicos del turismo en una comunidad rural de San Luis Potosí. México: Posgrado en Desarrollo Rural.
- Gaman, George y Nistoreanu, Puiu (2015), The stimulating offer of rural tourism in Buda Village, berzunți county; possibilities of (re)adaptation regarding the modern tourist Preferences. *Analele Universității din Oradea – Seria Geografie*, Año 25, No.1, pp46-58.
- Flores, Y., Cunha, F. & Borborema, A. (2016), Turismo rural comunitario gestión familiar y estrategias de consolidación en el estado de Santa Catarina (Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25 (4), 576 – 596.
- Huertas, N. (2015), **Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto. Caso Montes De María**. (Trabajo de doctorado). Universidad de Girona, España.
- Jouault, S. & Pulido, E. (2014), **Turismo solidario y empoderamiento: el caso del Balam**. Yucatán, México. *Agroproductividad*, 7 (4), 23-29.
- Kavita, S. (2016), Tourism and rural community development in Namibia. *Policy issues Review. Fennia*, 194 (1), 79-88.

- Lenao, M. & Saarinen, J. (2014), Community expectations from Rural tourism development at Lekhubu Island, Botswana. *Tourism Review International*, 17 (22), 3-236.
- Max-Neef, M. A. (1993). **Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones**. Montevideo, Uruguay: NordanComunidad.
- Mgonja, J., Sirima, A., Backman, K. & Backman, S. (2015). Cultural community-based tourism in Tanzania: Lessons learned and way forward. *Development Southern Africa*, 3 (3), 377-391.
- Möller, P. (2016), Young adults' perceptions of and affective bonds to a rural tourism community. *Fennia*, 194 (14), 32-45.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., González, S., (2005). Towards alternative model(s) of local innovation. *Urban Studies*. 42, (11), 1969–1990.
- Organización de las Naciones Unidas - ONU (s. f.), ¿Qué es la sostenibilidad? Recuperado de <http://www.un.org/es/sustainablefuture/sustainability.shtml>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. (2016), **Pasante en Turismo Rural Comunitario – Proyecto Qhapaq Ñan**. Recuperado de https://jobs.undp.org/cj_view_job.cfm?cur_job_id=67723
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. (2011), **¿Qué es la sostenibilidad?** Retrieved from Informe sobre Desarrollo Humano. Sostenibilidad y Equidad un mejor futuro para todos.
- Ramanauskienė y Trijonytė (2008), Quality of service in rural tourism and directions for improvement. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 14 (3), 126-133.
- Ramos, H., Stoddart, M. & Chafe, D. (2016), Assessing the tangible and intangible benefits of tourism: Perceptions of economic, social, and cultural impacts in Labrador's Battle Harbour Historic District. *Island Studies Journal*, 11 (1), 209-226.
- Schmitz, S. & Lekane, D. (2016), Developing tourism products and new partnerships through participatory action research in rural Cameroon. *Geographical Research*, 54 (2), 143-152.
- Sen, A. (1999), **Desarrollo y Libertad**. Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta.
- Tijerina, E. (2008), El neoinstitucionalismo de Douglass C. North: una exposición crítica. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Recuperado de <http://www.laisumedu.org/desin/fronteras/Tijerina.pdf>
- Zhang, Lin y Qiu, Canhua (2016), Rural Tourism Format Network Mode Based on Community Participation: A Case Study of Jindatian Village of Zhejiang Province. *Agricultural Science & Technology*. Vol. 17 Issue 12, p. 2850-2872. 6p.