

DETERMINANTES DEL PERFIL INNOVADOR Y EMPRENDEDOR PARA ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE NATURALEZA*

INNOVATIVE AND ENTREPRENEURIAL PROFILE DETERMINANTS
FOR NATURE TOURISM SECTOR ORGANIZATIONS

CARLOS AUGUSTO RINCÓN DÍAZ¹
CLEMENCIA NAVARRETE JIMÉMEZ²
RUBÉN DARÍO DÍAZ MATEUS³
MARYI ADRIANA CADRAZCO SUÁREZ⁴

Fecha de recepción: 25 de noviembre de 2020

Fecha de aprobación: 24 de febrero de 2021

* El artículo muestra de manera analítica resultados del proyecto de investigación "Modelo de innovación abierta para emprendimientos sostenibles en el sector turismo en el Casanare (Colombia)", avalado por la Vicerrectoría de Investigación y Tránsito (VRIT) de la Universidad de La Salle y está adscrito al Parque de innovación y emprendimiento social de la Universidad de La Salle.

¹ Economista, Universidad Piloto de Colombia, Bogotá D.C. Doctor en Gestión de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia, España. Docente investigador, Universidad de La Salle, Bogotá D.C. Colombia. Carrera 2a # 10-70. 3017437068. carincon@unisalle.edu.co

² Ingeniera Industrial, Universidad de los Andes, Bogotá D.C., Colombia. Magíster en Administración, Universidad de La Salle, Bogotá D.C., Colombia. Docente investigadora, Universidad de La Salle, Bogotá D.C. Colombia. Líder grupo de investigación GESOE. Carrera 2a # 10-70. 3153141341. cnavarretej@unisalle.edu.co

³ Economista de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Magíster en Desarrollo Sostenible de la Universidad de Manizales; Magíster en Fundamentos de Economía de la Universidad Santiago de Compostela (DEA -España), Estudiante del Doctorado en Agrociencias de la Universidad de La Salle. Docente investigador del Programa de Contaduría Pública, integrante del grupo de investigación en Estudios de las Organizaciones y el Emprendimiento GESOE de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: rudiaz@unisalle.edu.co

⁴ Economista Universidad Santo Tomás, Bucaramanga (Colombia); Magíster en Administración de Empresas Universidad Santo Tomás, Bucaramanga (Colombia); Docente Investigadora, Universidad de la Salle, Bogotá (Colombia).

Criterio Libre N.º 34
Bogotá (Colombia)
Enero-Junio 2021
pp. 1-17
ISSN 1900-0642
ISSN electrónico:
2323-0886

RESUMEN

Esta investigación busca determinar los perfiles de innovación y emprendimiento en 10 organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia) a partir de factores que integran los tres componentes de innovación, emprendimiento y desarrollo sostenible y características de empresas familiares. Para ello, se aplicaron instrumentos cualitativos y cuantitativos que se analizaron cruzando los tres componentes. Los resultados muestran que las empresas tienen un bajo perfil de innovación interpretado como un perfil por desarrollar, que al integrarlo con los otros componentes mejora su resultado en algunas empresas que alcanzan un perfil medio como base para impulsar la innovación.

PALABRAS CLAVE:

Innovación, emprendimiento, Otros: turismo de naturaleza

CLASIFICACIÓN JEL:

O35, L26, M19

ABSTRACT

This research seeks to determine the innovation and entrepreneurship profiles in 10 organizations in the tourism nature sector located in El Yopal Casanare (Colombia) based on factors that integrate three components of innovation, entrepreneurship and sustainable development and characteristics of family businesses. For this, qualitative and quantitative instruments were applied and analyzed by crossing the three components. The results show that companies have a low innovation profile, interpreted as a profile to be developed, which by integrating it with the other components improves its results in some companies that reached a medium profile as a basis for promoting innovation.

Keywords: Innovation, entrepreneurship, Other: nature tourism.

JEL classification: O35, L26, M19

INTRODUCCIÓN

En Colombia, uno de los sectores con mayor potencial, pero con un bajo crecimiento y que además presenta problemáticas socioeconómicas es el sector turismo. Con el propósito de mejorar las condiciones de este sector, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018), en el Plan Sectorial de Turismo para el periodo 2018 – 2022 establece siete pilares de estudio: la gestión integral de destinos, perseguir una oferta turística de talla mundial, trabajar en la educación productiva, estimular el emprendimiento y la productividad, fortalecer la infraestructura, desarrollar una promoción efectiva e impulsar el turismo interno.

Frente a esta iniciativa del Gobierno Nacional, el departamento del Casanare, que tradicionalmente ha basado su economía en la ganadería de doble propósito consolidándose como el segundo hato ganadero del

país, la agroindustria; con cultivos de arroz, palma, piña, café entre otros y la explotación de hidrocarburos, está enfocando su política hacia el fortalecimiento del sector turismo para aprovechar su potencial de explotación, atractivo y biodiversidad de la región (Gobernación de Casanare (2016).

Para fortalecer el turismo en el Casanare y puntualmente en el municipio de El Yopal, es importante tener en cuenta la disponibilidad de servicios públicos dado el déficit de cobertura actual, al igual que la falta de mantenimiento de las vías y el deficiente servicio de transporte, que afecta la prestación del servicio. Como aspectos a destacar en el sector, sobresale en El Yopal, el paisaje de la región, la hospitalidad de sus habitantes, la existencia de un Clúster de Turismo, liderado por la Cámara de Comercio de la región ANDI (2020).

Los emprendedores rurales enfrentan problemas debido a la desigualdad social y falta de oportunidades Buendía-Martínez & Carrasco (2013) y en el acceso al crédito Henderson, Lowe & Weiler (2007), que condicionan su capacidad para desarrollar y apropiar innovaciones Deakins & Bensemman (2019). Es por ello, que los emprendedores rurales requieren ayuda de distintos actores públicos y privados Flor & Lara (2012). Las universidades son un agente de interfaz importante dentro de los ecosistemas de innovación Halme y Korpela (2014); Pankov, Schneckenberg & Velamuri, (2021), que contribuyen al desarrollo innovador de las organizaciones siendo un interfaz entre la política pública y su aplicación para resolver las problemáticas de las organizaciones (Lester, 2005; Lendel, 2010; Rincón-Díaz & Albors-Garrigós (2017).

La Universidad de LaSalle a través de su Parque de Innovación y Emprendimiento Social ha venido desarrollando diversas actividades enfocadas al fortalecimiento de las organizaciones en relación con el desarrollo innovador e impulso del emprendimiento. Una de estas iniciativas se realizó en el marco de un proyecto de formación a emprendedores del sector turismo de naturaleza en el Yopal Casanare, donde paralelamente los emprendedores asistentes hicieron parte de esta investigación que busca responder a la pregunta de ¿cómo se puede contribuir al desarrollo de un potencial innovador de las organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia)?

Para dar respuesta a este cuestionamiento, la investigación se enfocó en determinar los perfiles de innovación y emprendimiento en 10 organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia) a partir tres

componentes relacionados con: la innovación, el emprendimiento y desarrollo sostenible y las características de empresas familiares, que en conjunto permiten realizar una aproximación a un perfil de innovación y emprendimiento de estas organizaciones.

El artículo se desarrolla de la siguiente forma. Inicialmente, se presenta la fundamentación teórica que soporta la investigación, posteriormente, se desarrolla el diseño metodológico de la investigación, seguidamente se muestran los resultados del trabajo de campo con emprendedores del sector turismo de naturaleza y finalmente, se exponen las principales conclusiones, limitaciones y futuros trabajos de investigación.

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: INNOVACIÓN, EMPRENDIMIENTO, EMPRESA FAMILIAR Y TURISMO DE NATURALEZA

Los fundamentos teóricos que soportan la propuesta de investigación están relacionados con la innovación, el emprendimiento, las características de las empresas de familia y el desarrollo sostenible para el sector turismo de naturaleza.

1.1. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL A LA INNOVACIÓN. TIPOS Y SU MEDICIÓN

El concepto de innovación es amplio y su interés por los gobiernos y en especial por los académicos comenzó desde inicios del siglo XX Criado G. (2021). A continuación, se exponen algunos de los autores más relevantes y sus aportes.

Joseph Shumpeter 1934 En Schumpeter, J. A. (1976), propuso que la innovación era impulsada mediante procesos dinámicos en los cuales las nuevas tecnologías desplazan a las más antiguas, llevando así a las organizaciones cuya capacidad de adaptación es baja a desaparecer, debido a la llamada destrucción creativa Olaya (2008) & (Ciborowski, 2016). Posteriormente, autores como Solow (1956), a través de su modelo fundamentado en la función de producción neoclásica, mostró como la tecnología en una variable del crecimiento endógeno la cual contribuye al desarrollo de los países; teoría que, en años posteriores, diversos autores Anzil (2002); Gerald (2007) & Romer

(2019), han continuado fortaleciendo dicha visión de crecimiento endógeno Fremstad, Petach, & Tavani (2019).

Otros autores siguiendo la escuela neoshumpeteriana y del cambio tecnológico, conciben la innovación desde una perspectiva holística en la que para generar innovación las organizaciones deben relacionarse con otros agentes en su territorio Freeman (1987). Dicha postura, llevó al nacimiento de los Sistemas Nacionales de Innovación (SNI) Nelson & Winter (1982); Nelson (1993) y Lundvall (1992), Edquist y Jonson (1997) y posteriormente, a trasladar dicha figura a entornos más cercanos a las organizaciones a través de Sistemas Regionales de Innovación (SRI) Cooke et al., (1997); Koschatzky (1998); Hervás et al., (2011), para posteriormente, llevar a modelos más actuales como son los ecosistemas de innovación Adner (2017); Vasconcelos et al., (2018); Scaringella & Radziwon (2018); Taylor (2021).

Bajo este modelo de ecosistema, la innovación en la organización está influenciada por tendencias de producción donde genera cambios en los productos por una necesidad o por influencia externa orientada por el mercado (Espejel-García, et al., 2017), con una materialización e interacción de actores empresariales, instituciones, Universidad, redes de innovación, agentes públicos internos y externos, entre otros para actuar con el objetivo de mejoras en la productividad que impacten en los ingresos y beneficios de los participantes en el mercado. Actualmente, los ecosistemas de innovación junto con nuevas figuras bajo el enfoque sistémico, como son los llamados ecosistemas de emprendimiento Thompson, Purdy & Ventresca, (2018); Pankov, Schneckenberg, & Velamuri, (2021), están impulsando el desarrollo de los territorios Correa & Diez (2020); Xie, Wang, Xie & Duan, K. (2021).

Algunas investigaciones más sobre innovación se han centrado en las características de las organizaciones innovadoras Gledson & Phoenix, (2017); Bel & Ghodbane, (2019) & Nofiani, Indarti, Lukito-Budi & Manik, (2021) y en desarrollo de capacidades internas y creativas en las organizaciones Rothwell (1994); Gibson y Gibbs (2006); Samara et al., (2012); Pirnau, Ghiculescu & Ion, (2018) & Borseková et al., (2021).

En contraste, existen aportes al estudio de la innovación en relación con cuáles pueden ser sus fuentes y barreras que facilitan o impiden el desarrollo o adopción de la innovación. Drucker

(2008, p. 3), menciona que la adopción de innovaciones está relacionada con una serie de fuentes internas y externas a través de las cuales las organizaciones pueden identificar y explotar sus potencialidades innovadoras a futuro Rincón y Díaz (2016). De una parte, las fuentes internas son resultado de eventos inesperados basados en posibles éxitos o fracasos, incongruencias provenientes de lo que se espera y lo que se obtiene, necesidad de proceso y requisitos para que sean viables y cambios en la estructura del sector o en la estructura del mercado, mientras que las fuentes externas responden a cambios demográficos, cambios en la percepción y el nuevo conocimiento Drucker (2008, p. 3).

Por otra parte, los estudios sobre las barreras asociadas a la creación o adopción de innovaciones muestran que por lo general las pymes encuentran obstáculos: a) De tipo financiero que no les permiten acceder o identificar quien posee recursos Silva y Ramírez (2006); Aström et al., (2008); Pinget et al., (2015); Rincón y Díaz (2016); Zhue et al., (2012); Strobel y Kratzer (2017); Mendoza y Manrique (2017) & Benavides y Bolaños (2020), b) La falta de una cultura innovadora en las organizaciones Aström et al., (2008); Olazarán Albizu y Otero (2009); Roessl Kesler y Fink (2010); Talageta (2014); Rincón y Díaz (2016); Benavides y Bolaños (2020), c) La percepción del riesgo que tienen las organizaciones para invertir en I+D+i. Aström et al., (2008); Lyne, 2007; Roessl et al., 2010); Rincón y Díaz (2016); Mendoza y Manrique (2017); Benavides y Bolaños (2020) y d) Barreras asociadas a una baja capacidad de las organizaciones para absorber el conocimiento y la tecnología por su alta informalidad y falta de conocimiento del mercado Cohen y Levinthal (1990); Zahra y George (2002); Pinget, Bocquet, y Mothe (2015); Rincón y Díaz (2016); Iglesias y Jambrino Carmen (2017); Strobel y Kratzer (2017); Benavides y Bolaños (2020).

Los enfoques sobre innovación mencionados, macro para los territorios, meso y micro para la industria y las organizaciones, demuestran la gran importancia de la innovación, y por ello, existen distintas metodologías y documentos referentes a nivel mundial que promueven su medición Gómez López, & Hernández. (2018); Bigos & Michalik (2020) & Cirera, Frías, Hill, & Li, (2020). En el año 1963 la OCDE propuso la creación del Manual de Frascati para dar las pautas de la medición de la investigación básica, aplicada y experimental. Posteriormente a inicios de la década del año 2000 se creó el Manual de Oslo con el objeto de recabar e interpretar los datos en innovación y

la tecnología (Tipos y actividades innovadoras – empresas innovadoras). El Manual de Oslo (2018) define a la innovación como “Una introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”. Este manual, aborda las distintas tipologías de innovación en proceso, producto o servicio, en organización y mercadotecnia como elementos transversalidad en la organización). Otros autores mencionan distintos tipos de innovación: incremental Nelson y Winter, 1982; Ettie et al., 1984; Tushman y Anderson, 1986 y la innovación radical (Gatignon et al., 2002); (Kotsemir y Abroskin, 2013).

El manual de Oslo continúa siendo una herramienta útil para que los países a través de marco institucional creen políticas públicas que soportan los sistemas de innovación Gómez-González, López, & Hernández (2018), Bigos, & Michalik, (2020). constituidos por redes privadas de investigación, universidades, sistema financiero, sistema público y otras empresas, que están en una constante interacción. No obstante, considerando que el manual de Oslo fue creado para países industrializados e innovadores, nuevas versiones se han surgido adaptándose a las condiciones de países con menor grado de desarrollo. Dentro de estos manuales se encuentran algunos ejemplos como son el Manual de Bogotá (Jaramillo, H., Lugones, G., & Salazar, M. 2001) y el Manual de Santiago (2007).

El Departamento Nacional de Estadística DANE, ha adoptado al manual de Oslo para realizar una medición de la innovación a través de las encuestas de Innovación y Desarrollo Tecnológico EDIY y la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en los sectores Servicios y Comercio – EDITS (2017). Parte de las variables de esta última encuesta bajo un enfoque cuantitativo, se ha adaptado para medir el grado de innovación de las organizaciones del sector turismo de naturaleza en el Yopal a fin de establecer el impacto de la innovación, si se realiza inversión o se recurre a financiamiento, el tipo de relación con los agentes del ecosistema y si existen algunos outputs de innovación como son las patentes.

1.2. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL EMPRENDIMIENTO: TIPOS Y MODELOS

De acuerdo con la definición derivada del significado, la palabra Emprendedor proviene

del francés “entrepreneur”, que significa Pionero. Una de las primeras definiciones aceptadas es de Schumpeter, (1940) quien habla del Emprendimiento como la actividad liderada por “individuos que, con sus actividades, generan inestabilidad en los mercados”. (Schumpeter, 1940. p132.)

De allí, se han derivado diversos campos de estudio que abarcan el concepto, la dinámica emprendedora, el perfil de los individuos que la desarrollan, y su tipología. McClelland, (1961) habla del Emprendedor como la persona que tiene las características personales (Originalidad e innovación; Moderada aversión al riesgo; Aceptación de sus responsabilidades; Conocimiento de los resultados de sus actos; Planificación en base al largo plazo) y elementos para alcanzar el éxito, (Búsqueda de oportunidades e iniciativa; Persistencia; Cumplimiento de los compromisos; Exigencia de calidad y eficiencia; Toma de riesgos calculados; Fijación de metas; Búsqueda de información; Planificación y seguimiento productivo; Persuasión y redes de apoyo; Independencia y autoconfianza) McClelland, (1961)

Drucker, (1986) afirmó que el emprendedor era una persona que estaba en búsqueda de cambio, para convertirlo en oportunidad, apoyado por herramientas de innovación.

Fuentes & Sánchez, (2010) consideran el Emprendimiento “como un motor de la innovación y el crecimiento”, e identificando las dimensiones y atributos asociados al emprendedor (Demográficas; Psicológicas; Sociológicas), así como los atributos (Necesidad de logro; Autoconfianza y optimismo; Creatividad; Autonomía).

En Colombia, de acuerdo con la Ley 1014, se define al emprendedor como una persona con capacidad de innovar, “generando bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”, y al emprendimiento como: “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza...” (Ley 1014, 2006, p.1).

Partiendo del concepto de espíritu empresarial, se han realizado investigaciones en los campos del intraemprendimiento, emprendimiento sostenible, emprendimiento de alto impacto, entre otros. GEM (Global Entrepreneurship Monitoring, 2020, página 28) explica la dinámica de los emprendedores en su modelo

conceptual, incluyendo los procesos de negocio y los elementos emprendedores, que se derivan de las actividades empresariales y los resultados del desarrollo social y económico sostenible, determinados por: 1) el ciclo de vida etapa del proceso empresarial; 2) el impacto de la etapa (crecimiento, innovación, internacionalización); 3) la forma y el sector en el que se desarrollan, y 4) los niveles totales de actividad empresarial.

A partir del informe 2019, el equipo de Colombia decidió definir cuatro motivaciones para emprender, desde el contexto particular del país, que son: 1) para marcar una diferencia en el mundo, 2) para crear riqueza o generar una renta muy alta, 3) para continuar con una tradición familiar, y 4) para ganarme la vida porque el trabajo escasea.

Asimismo, para el modelo conceptual presentado en 2019 se definieron los siguientes perfiles empresariales, teniendo en cuenta una población de 18 a 64 años: 1) Aceptación socio cultural hacia la creación de empresas, quienes afirman que el crear una empresa es una elección deseable de carrera profesional, 2) empresarios potenciales, quienes creen que en los próximos seis meses existirán buenas oportunidades para crear empresa en el área donde vive 3) Empresarios intencionales, quienes tienen la

firme intención de iniciar una nueva actividad empresarial, solo o en compañía en los próximos tres años, 4) Empresarios nacientes, personas que ha realizado alguna actividad específica en la creación de la nueva actividad empresarial, pero pagado salarios o cualquier remuneración (en dinero o en especie) a empleados y copropietarios por menos de tres meses, 5) empresarios nuevos, quienes ha estado al frente de su iniciativa empresarial y ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por más de tres meses pero por menos de 42 meses, y 6) Empresarios establecidos, quienes han estado al frente de su iniciativa empresarial, y que ha sobrevivido por más de 42 meses (3,5 años) pagando salarios o cualquier otro tipo de remuneración empleados y propietarios.

1.3. LAS EMPRESAS DE FAMILIA, ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DESDE LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO

Muchas empresas de Turismo por Naturaleza son empresas familiares, lo cual presenta retos importantes en la compleja relación empresa - familia. Esta dualidad afecta a la *familia* como institución básica de la sociedad en donde reinan afectos, tolerancia, apoyo, generosidad y a la empresa como entidad económica

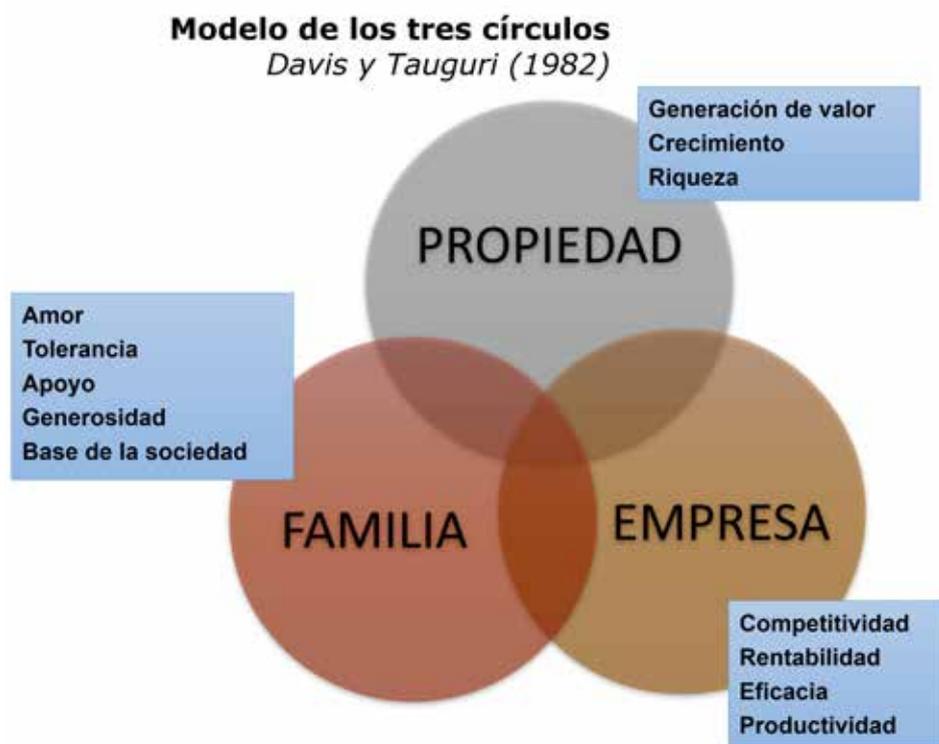


Figura 1. Modelo de los tres círculos. Fuente: Navarrete (2000) a partir de Davis y Tauguri (1982).

que debe ser competitiva, eficaz y rentable. El modelo de los tres círculos (Davis y Tauguri, 1996 en Navarrete 2000) relaciona los tres subsistemas - propiedad, empresa y familia (Figura 1) para identificar las problemáticas en cada subsistema para lograr su perdurabilidad.

La perdurabilidad de estas empresas se debe a la característica familiar por el compromiso, sentido de pertenencia y visión de largo plazo (Credit Suisse, 2009 en Navarrete 2009; Leach, 2010; Ward, 2006), incluso frente a la situación crítica creada por la pandemia a partir del Covid 19 (Klerk, Research Institute - Credit Suisse International, 2020). Sin embargo, existen riesgos de continuidad debido a los problemas en la transición generacional, rechazo al cambio o dificultades para ampliar el capital (Leach, 2010). Las acciones preventivas contribuyen a la perdurabilidad cuando se formula con rigor planes que involucren a la empresa y a la familia (Ward, 2010), se logra planear la sucesión (Belausteguigoitia, 2017), se educa a los sucesores en cuanto a valores y actitudes (Amat, 2004) y se fortalecen capacidades esenciales en la familia, la empresa y la sucesión (Nogales, 2008). Trevinyo (2010, pp 342) propone identificar valores compartidos como familia "fomentando la unidad, el aprendizaje, la educación continua y la detección de oportunidades que den al negocio una ventaja sostenible en la relación con sus competidores, que les permita custodiar y transmitir a sus hijos el legado".

1.4. TURISMO DE NATURALEZA. FUNDAMENTO CONCEPTUAL

El turismo de naturaleza está asociado con los impactos negativos que ha ocasionado el modelo convencional en el medio ambiente, no obstante, la conceptualización del turismo de naturaleza permite dialogar sobre un turismo alternativo, donde la percepción de los paisajes culturales y ecosistémicos son elementos de nuevos productos turísticos en particular (Quintana, 2017). En otras palabras, la transición del turismo convencional vs. turismo de naturaleza permite mediar en la saturación de ecosistemas estratégicos, deterioro del paisaje, privatización de recursos naturales y por ende visibilizar la desvinculación de la comunidad local con el desarrollo de la zona (Colli, 2019). En consecuencia, nuevos elementos conceptuales de apoyo para entender la realidad territorial adquieren significancia como el eco marketing, la economía ecológica, la formación y la ejecución de prácticas amigables son

requeridos para ofertar este tipo de servicios turísticos minimizarán los efectos negativos en el ambiente y potencializarán el turismo de naturaleza (García, López, & Millán, 2021).

Pinilla (2009) presenta el recorrido por las principales miradas de desarrollo sostenible hechas por Naciones Unidas, que, aunque no ofrecen una única definición, tienen como ejes centrales: 1) la diversidad biológicas y turismo, 2) el ecoturismo, 3) la sostenibilidad, 4) el desarrollo sostenible, 5) el cambio climático y el turismo sostenible, enlazado con elementos de equidad generacional e intergeneracional, así como con los aspectos económicos, sociales y de conservación de los territorios. Es así que, de acuerdo con la OCDE (en Pinilla, 2009) se aclara que existen inconvenientes de una única definición normalizada porque 1) no todo el turismo que tiene lugar en las zonas rurales es estrictamente rural, puede ser de tipo urbano localizado en zonas rurales; 2) el turismo rural es complejo y no incorpora solamente al agroturismo, y 3) las zonas rurales son difíciles de definir, los criterios cambian según los países.

Una revisión similar desarrollan Roman & Ciccolella (2009), quienes retoman las ideas de la Organización Mundial del Turismo, proponiendo que esta actividad va más allá del alojamiento en territorios rurales, e integra un conjunto de elementos como contacto personalizado, disfrute del entorno físico y humano de la zona, así como la participación en actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local, lo que le permite generar ingresos complementarios a los tradicionales del sector primario. Por ello, para que el turismo sea entendido como rural, debe tener criterios de sostenibilidad, y cumplir con: a) control ambiental, no destruyendo la zona donde se realiza; b) resultados económicos, beneficiando a los lugareños; y c) conservación de la cultura del lugar.

Finalmente, Molina (2013, p. 2017) retomando conceptos de diferentes autores, define el turismo rural como "el uso o aprovechamiento turístico del entorno rural, ateniéndose a las premisas del desarrollo sostenible, generando efectos eminentemente positivos, promoviendo acciones en áreas no invadidas, incluyendo a la población local como actor cultural, y promoviendo, a través de encuentros espontáneos y la participación, el contacto cultural".

Por tanto, La capacidad de la gestión de innovación turística en relación con el medio ambiente dependerá de la interpretación de los diferentes agentes de la cadena de valor en la integración de conocimiento y características propias del ecosistema, incluidas las limitaciones en la capacidad de carga del entorno natural, para generar una mayor flexibilidad, relaciones más estrechas con los clientes, una respuesta más rápida a las demandas del mercado en el marco del desarrollo sostenible, una mejor comunicación interna y, a veces, un estilo de gestión más dinámico y emprendedor (Hurtado, Gamboa, Quisimalin & Mancheno, 2021).

2. DISEÑO METODOLÓGICO

Esta investigación empírica se propone desde el programa de formación y fortalecimiento organizacional liderado por el Parque de Innovación y Emprendimiento Social de la Universidad de La Salle en su sede de UTOPIA, al cual se inscribieron 33 emprendedores del sector turismo de naturaleza de El Yopal Casanare, que hacen parte del clúster del turismo. Para este estudio participaron 22 de los emprendedores inscritos que asistieron a los diversos talleres en el marco del Diplomado en Innovación y Turismo de Naturaleza.

La investigación se fundamentó en una metodología mixta desde un enfoque cualitativo y con algunos elementos cuantitativos, donde el contacto del investigador con los emprendedores fue dinámico dentro del territorio de Yopal Casanare, estableciendo una caracterización a priori en el clúster de turismo del departamento (Chavarría, 2011; Gill y Johnson, 2010).

En este contexto, se desarrolló un enfoque cualitativo, demostrado una interacción entre emprendedores, actores de la cadena del turismo y la conexión con los lineamientos de la Innovación y el emprendimiento, a través de condiciones de observación (escogidas por el grupo investigador (Chavarría, 2011). Se trianguló la información a través de diversos métodos a saber: encuesta inicial sobre la percepción de innovación y actividades innovadoras de estas organizaciones, segunda encuesta sobre las innovaciones que realiza cada organización, de la cual se obtuvo información sobre los distintos tipos de innovación según las tipologías del Manual de Oslo y otros autores referentes, así mismo, se elaboró una bitácora a partir de observación en el sitio de los emprendimientos

y la elaboración de mapas vivos con la participación de los emprendedores a fin de identificar las posibles relaciones estratégicas entre actores del clúster del turismo de naturaleza del Casanare.

Finalmente, se da el uso de variadas instancias epistemológicas con una visión más holística al mediar con la metodología mixta Molina (2010), donde se aplicaron instrumentos enfocados a tres componentes relacionados con: la innovación, el emprendimiento y desarrollo sostenible y las características de empresas familiares, que en conjunto permiten realizar una aproximación a un perfil de innovación y emprendimiento de 10 emprendedores. En cada uno de los instrumentos mencionados, las variables fueron valoradas en una escala Likert de cinco puntos a fin de estandarizar las respuestas. En este contexto, el análisis de los resultados obtenidos se limita al número de respuestas obtenidas. A continuación, se describe como se analizó cada uno de estos componentes.

2.1. Perfil innovador

Tomando como referencia la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en los Tomando como referencia la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en los sectores Servicios y Comercio – EDITS DANE (2017), la cual se ajustó para realizar una encuesta virtual a 22 socios, gerentes o administradores de empresas de turismo de naturaleza. Se analizaron los resultados teniendo en cuenta 5 factores que contribuyen a determinar el Perfil innovador:

- Innovación e impacto: productos o procesos nuevos o significativamente mejorados; impacto en la empresa en contratos o convenios, riesgos, obstáculos internos y del entorno.
- Inversión: destino de las inversiones- conocimiento, maquinaria y equipo, TIC, mercadotecnia, transferencias de tecnología y asistencia técnica.
- Financiamiento: fuentes de financiamiento, obstáculos para acceder y beneficios tributarios.
- Relaciones con actores del ecosistema: fuentes de información, conocimiento y capacitación interna y externa.
- Propiedad intelectual: patentes, derechos de autor, registros de marca, contratos de

confidencialidad entre otros.

Los resultados se valoraron en una escala de Likert a partir de un esperado; luego se agruparon en cada uno de los 5 factores nombrados. El total incluye los 5 factores para obtener la escala del Perfil Innovación en 4 niveles (Tabla 1):

2.2. Perfil emprendedor y de desarrollo sostenible

Se aplicó el Test de la Persona Emprendedora (Balmaseda, 2003). Su propósito es orientar a las personas con iniciativas empresariales para que identifiquen sus características emprendedoras. Este instrumento consta de 60 enunciados los cuales son evaluados en una escala de "0" a "6" puntos cada uno, en donde la puntuación "6" significa que la frase describe muy exactamente su personalidad y la "0" quiere decir que no. De acuerdo con el resultado obtenido se clasifican las personas en su categoría emprendedora:

- 320 – 360: Emprendedor exitoso
- 280 - 319: Emprendedor con alto potencial
- 210 - 279: Emprendedor por desarrollar su potencia
- 210 - 279: Emprendedor por desarrollar su potencial
- 120-209: Emprendedor en búsqueda
- 0-119: Emprendedor inicial

3.3 Empresas de Familia

En lo conocido desde la investigación y asesoría en empresas de familia, el Inventario de la Empresas Familiar - IEF es un instrumento probado y completo, que además permite ser aplicado

Tabla 1. Nivel de Innovación de los emprendedores

%	Nivel de innovación
80% - 100%	Alto
60% - < 80%	Medio
40% - < 60%	Bajo
< 40%	Por desarrollar

Fuente: Los autores

a diferentes tamaños de empresa para obtener un estado de situación inicial (Belausteguigoitia, 2017). Este instrumento contiene 30 preguntas de los subsistemas empresa, familia y propiedad; según los resultados, clasifica a las empresas en 4 grupos (Belausteguigoitia, 2017, pp 313):

- Más de 120: un buen desarrollo y ha hecho lo necesario para dar continuidad a la organización en la siguiente generación.
- Entre 90 y 119: Está en vías de profesionalización, necesita algunos cambios para aumentar su posibilidad de éxito.
- Entre 60 y 89: Debe realizar cambios importantes para articular empresa-familia y hacer más competitiva la empresa.
- Menor a 60: Está lejos de lograr la profesionalización.

Por último, se tomó una submuestra de 10 empresas, con los instrumentos de perfil emprendedor (Balmaseda, 2003) e IEF (Belausteguigoitia, 2017) que permitió incluir variables adicionales en el apartado anterior agrupándolas así:

- Innovación e impacto y propiedad intelectual
- Inversión, Financiamiento y se adicionó Propiedad: que incluye el avalúo de la empresa, presentación de información financiera a los socios, claridad accionaria y plan de sucesión.
- Relaciones con actores del ecosistema, y se adicionó emprendimiento y familia: en emprendimiento incluye aspectos de liderazgo y relacionamiento. En familia se incluyen los aspectos de relación entre la empresa y la familia en cuanto a la visión del negocio, sucesión de la administración.
- Profesionalización: Planeación, evaluación empresarial, estructura organizacional, toma de decisiones y políticas claras.

Con los resultados se logró establecer una escala de Likert a partir de un esperado, para luego agrupar las preguntas en cada uno de los 4 factores nombrados; también se obtuvo un total que incluye todos los factores para obtener la escala del Perfil de Innovación y emprendimiento en los mismos 4 niveles nombrados (Tabla 1).

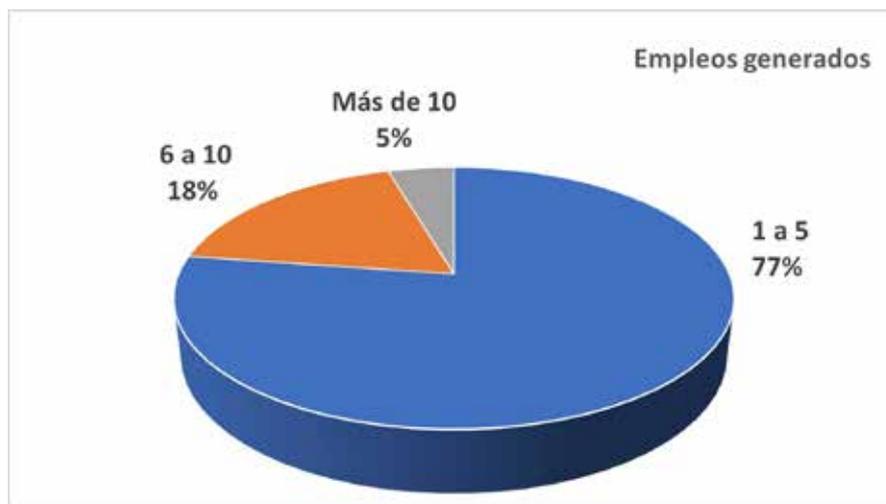


Figura 2. Empleos generados. Fuente: los autores a partir de datos obtenidos a septiembre de 2019

3. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos con los emprendedores del sector turismo de naturaleza.

3.1. Características de las empresas

De las 22 empresas de la muestra inicial, el 85% tienen menos de 5 años de funcionamiento; 2 empresas tienen más de 10 años y las restantes están en el rango intermedio entre 5 y 9 años. Todas las empresas hacen parte de las llamadas mipymes, siendo la mitad de ellas microempresas y el 50% restante son pequeñas empresas (Congreso de Colombia (2004). LEY 905 DE 2004).

El 54,5% están ubicadas en el área rural; el restante 45,5% en la cabecera municipal de Yopal. En cuanto a su forma jurídica, se observa la falta de formalización empresarial, es así como el 77,3%, son unipersonales o no tienen; las 5 empresas que presentan forma jurídica son: 4 Sociedades por Acciones Simplificadas - SAS, 1 Entidad sin ánimo de Lucro - ESAL y 1 Corporación.

Con respecto a la propiedad, el 59%, han tenido un único dueño y el 41% restante varios dueños. Todas las empresas tienen propiedad familiar; una empresa está en segunda generación, las demás están dirigidas por sus propietarios fundadores (14 empresas) o compartida con la segunda generación - cónyuges, hijos o parientes (7 empresas). 16 empresas pertenecen a diversas actividades relacionadas con el turismo de

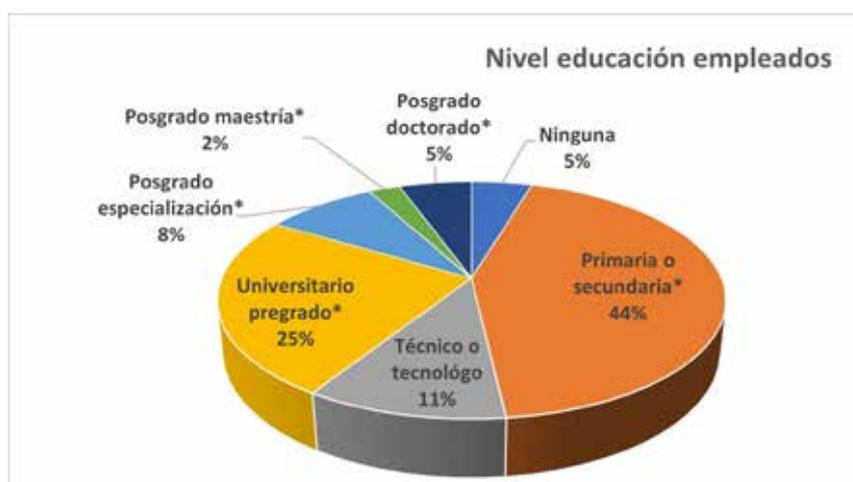


Figura 3. Nivel de educación. Fuente: Los autores.

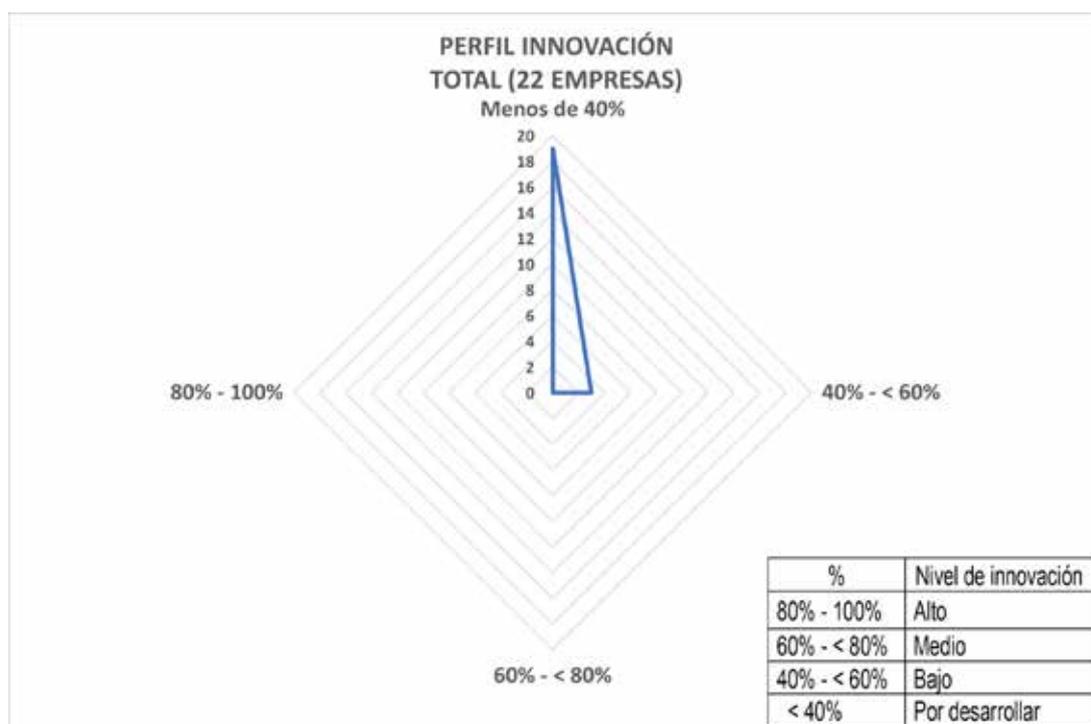


Figura 4. Perfil Innovación. Fuente: Los autores a partir de encuesta 2019.

naturaleza como son hospedajes campestres, restaurantes típicos, turismo de aventura, operadores turísticos, centro recreacional, escuela de formación e investigación del Casanare, y 6 empresas prestan apoyos a estas actividades desde el comercio y los servicios. Se resalta que 11 empresas, tienen empleados certificados en competencias laborales inherentes a la actividad del turismo. Por último 4 empresas han tenido consultores externos para actividades innovadoras.

El 77% generan de 1 a 5 empleos, seguido de 4 empresas que generan de 6 a 10 empleos y solo una empresa genera más de 10 empleos. El 59% de los empleos son permanentes y el 45% son ocupados por familiares (Figura 2).

En cuanto al nivel de formación de los empleados, se observa que predomina la educación básica y media con un 44%, seguida de estudios universitarios con un 25%, lo cual se considera un aspecto importante de resaltar, además de la existencia de algunas empresas con niveles de formación posgradual, incluidos maestrías y doctorados (Figura 3).

3.2. Resultados Perfil innovador

Al analizar el total de la muestra de 22 empresas se observa que el 86% cuentan con un Perfil Innovador en el nivel más bajo que se denominó

“por desarrollar”, las 3 empresas restantes están en el Perfil bajo de innovación (Figura 4). La explicación se da a partir del análisis por factor.

Al analizar por cada factor, se encuentra una mayor variedad en la ubicación del nivel del Perfil Innovador; es así como se destaca una empresa en nivel alto y 7 empresas en nivel medio de innovación e impacto; 8 empresas en nivel medio de financiamiento; sin embargo, en todos los factores predomina el perfil innovador por desarrollar (Figura 5).

En la submuestra de 10 empresas se obtiene que el Perfil de innovación y emprendimiento para 7 empresas es de nivel medio y para las 3 empresas restantes es de nivel Bajo (Figura 6). Se observa cómo el nivel del Perfil innovador mejora al considerar las variables adicionales que conforman emprendimiento y empresa familiar.

En el perfil emprendedor se pueden inferir que tres emprendedores están en la categoría de exitosos, 5 tienen alto potencial de emprendimiento, y por último, uno está en la categoría de emprendedor por desarrollar su potencial. En cuanto al IEF, se identifica que para 8 empresas se debe articular la relación empresa-familia y hacer más competitiva

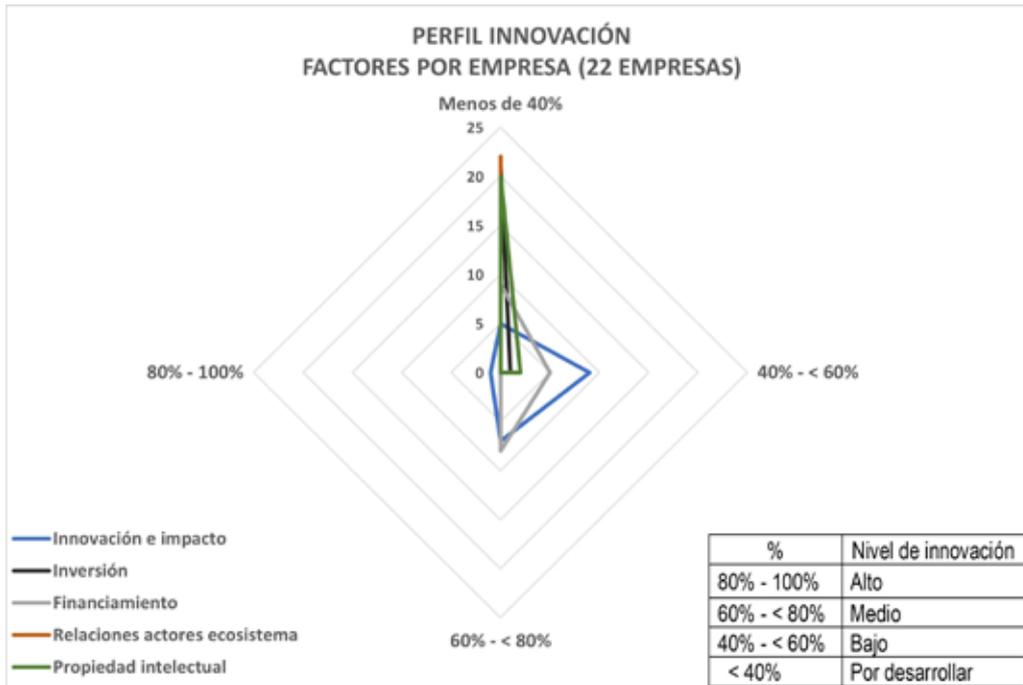


Figura 5. Perfil Innovación Factores por Empresa. Fuente: Los autores a partir de encuesta 2019.

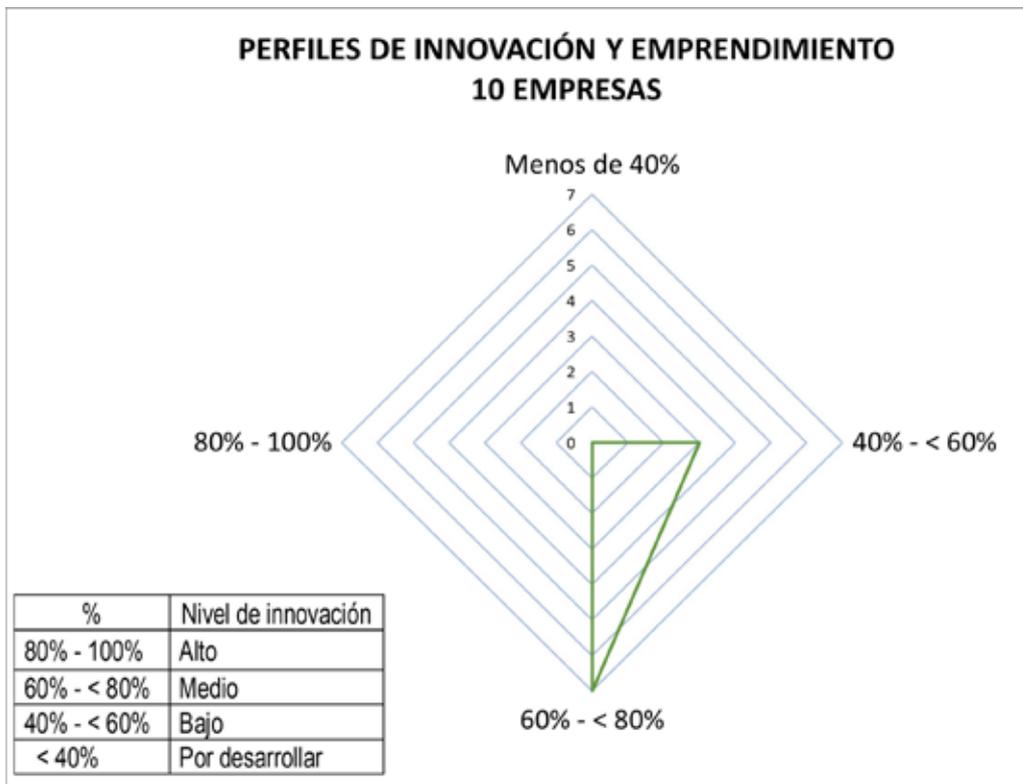


Figura 6. Perfiles de Innovación y Emprendimiento. Fuente: Los autores a partir de encuesta perfil emprendedor - IEF 2019.

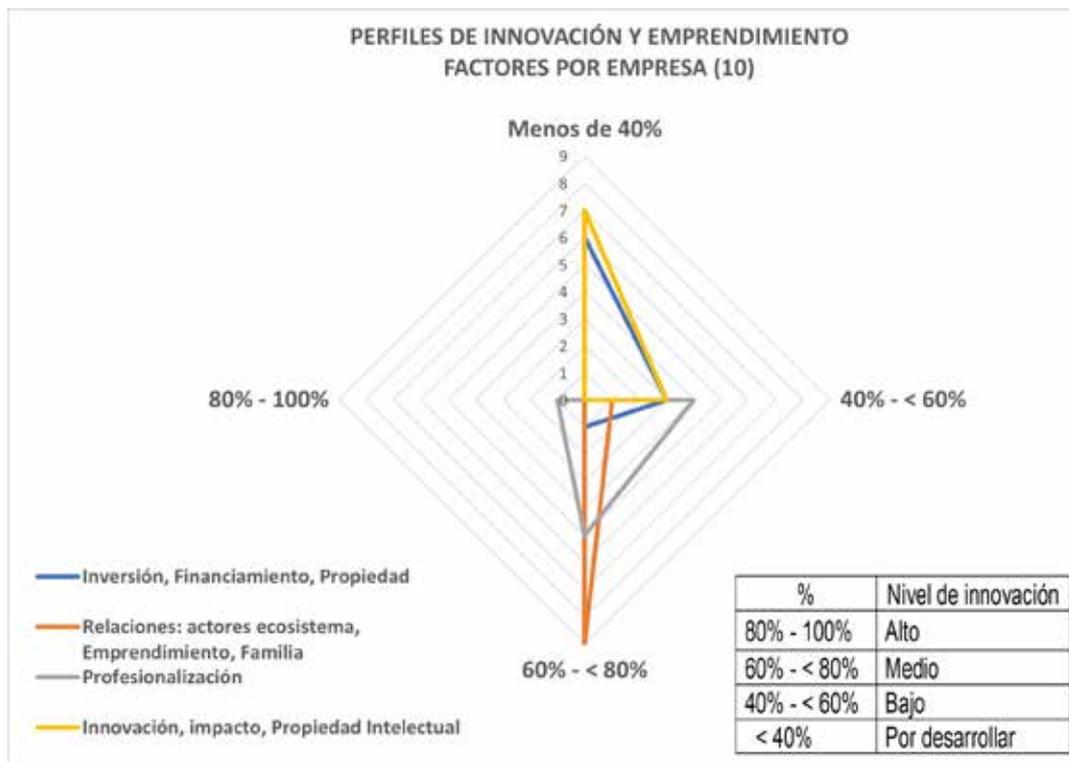


Figura 7. Perfiles de Innovación y Emprendimiento Factores por Empresa. Fuente: Los autores a partir de encuesta perfil emprendedor - IEF 2019

la empresa, haciendo evidentes los cambios que se realizan en la empresa. Se destacan dos empresas en donde es más notoria la profesionalización.

Se identificó que el factor de profesionalización tiene un nivel alto para una empresa; 9 empresas presentan un nivel medio en relaciones con actores del ecosistema, emprendimiento y familia y este mismo nivel lo tienen 5 empresas en profesionalización. Los factores de innovación, impacto y propiedad intelectual y de financiamiento-inversión y propiedad son los que presentan el menor nivel en la mayoría de las empresas. Si bien el impulso de emprendimiento y profesionalización es destacable, está por enfocarse de mejor manera la inversión y la búsqueda de alternativas de financiamiento para lograr efectos mayores en innovación, impacto y propiedad intelectual (Figura 7).

CONCLUSIONES

La pregunta de investigación gira en torno a ¿cómo se puede contribuir al desarrollo de un potencial innovador de las organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia)? A fin de responder

a este cuestionamiento, el objetivo de la investigación consistió en determinar los perfiles de innovación y emprendimiento en 10 organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia) a partir tres componentes relacionados con: la innovación, el emprendimiento y desarrollo sostenible y las características de empresas familiares, que en conjunto permiten realizar una aproximación a un perfil de innovación y emprendimiento.

En torno a este propósito, los resultados obtenidos evidencian la ausencia de capacidades internas fundamentales que les permitan desarrollar o apropiar innovaciones a estos emprendedores Rothwell (1994); Gibson y Gibbs (2006); Samara et al., (2012); Pirnau, Ghiculescu, & Ion, (2018) & Borseková, et al., (2021)., que se relacionan a su vez con barreras a la innovación, como una baja capacidad de absorción del conocimiento Cohen y Levinthal (1990); Zahra y George (2002); Pinget, Bocquet, y Mothe (2015); Rincón y Díaz (2016); Iglesias y Jambrino Carmen (2017); Strobel y Kratzer (2017); Benavides y Bolaños (2020), alta percepción de riesgo a invertir en innovación y tecnología. Aström et al., (2008); Lyne, 2007; Roessl et al., 2010); Rincón y Díaz

(2016); Mendoza y Manrique (2017); Benavides y Bolaños (2020) y la falta de conocimiento o acceso a fuentes de financiación Silva y Ramírez (2006); Aström et al., (2008); Pinget et al., (2015); Rincón y Díaz (2016); Zhue et al., (2012); Strobel y Kratzer (2017); Mendoza y Manrique (2017) & Benavides y Bolaños (2020). Sumado a esto, fue posible observar que los emprendedores no tienen un conocimiento adecuado en gestión y que sus organizaciones son altamente informales, lo que limita su capacidad de desarrollo de innovaciones Strobel y Kratzer (2017); Benavides y Bolaños (2020). No obstante, como aspecto positivo, estos emprendedores están comenzando a buscar formas para potenciar su emprendimiento a través de fuentes internas y externas de innovación Drucker (2008) y del relacionamiento con otros stakeholders más allá de su contexto local como son universidades, redes empresariales y organizaciones que impulsan el emprendimiento sostenible de este sector a nivel nacional e internacional Thompson, Purdy & Ventresca, (2018); Pankov, Schneckenberg, & Velamuri, (2021), están impulsando el desarrollo de los territorios Correa & Diez (2020); Xie, Wang, Xie & Duan, K. (2021).

Es importante destacar, que los emprendedores en su mayoría realizan innovaciones en producto o servicio Oslo (2018) & EDITS (2017), pero a su vez, estas innovaciones tienen un impacto bajo lo que justifica la necesidad de requerir acompañamiento en actividades enfocadas al fortalecimiento y desarrollo de capacidades internas Rothwell (1994); Gibson y Gibbs (2006); Samara et al., (2012); Pirnau, Ghiculescu & Ion, (2018) & Borseková et al., (2021), necesarias para desarrollar y apropiarse innovaciones o través del relacionamiento con el entorno el cual es igualmente bajo.

En relación con el perfil emprendedor que representa una variable fundamental del análisis realizado, del total de empresas participantes en la actividad, se resalta que existen emprendedores con perfil exitoso y con un alto potencial en su mayoría Correa, D & Diez, J. (2020).

Todas las empresas y emprendimientos incluidos en esta investigación son empresas familiares, de primera, e incluso de segunda generación, cobrando importancia tener en cuenta los aspectos que potencializan y limitan este tipo de empresas, debido a su relación empresa – familia y a la existencia, o no, de una familia empresaria. De acuerdo con lo planteado por Leach (2010), se evidencian las dificultades

de posibles transiciones generacionales y de acuerdo con Ward (2010), se requiere acciones preventivas desde la planeación empresarial y de la sucesión (Belausteguigoitia, 2017) y, por tanto, actuar ante las necesidades específicas de profesionalización, un aspecto para tener en cuenta como impulso requerido para lograr empresas familiares innovadoras que perduren.

La gestión ambiental representa una dimensión poco explorada en términos de valoración socioambiental en la transición del concepto de turismo tradicional hacia el turismo sostenible de naturaleza, es decir, no se identifica la incorporación de las problemáticas ambientales generadas en la prestación de servicios o bienes en todos los eslabones de la cadena de valor, más aún cuando se apropia de servicios del ecosistema territorial necesarios para los seres humanos y otras especies del territorio Hurtado, Gamboa, Quisimalin & Mancheno (2021). En este contexto, es vital fortalecer en esta área a los diferentes emprendimientos de la cadena de valor del turismo de naturaleza para que puedan identificar los elementos de conservación y balance social como pilares y fuentes de ventajas comparativas a largo plazo dentro del marco de desarrollo sostenible García, López, & Millán (2021).

Para los emprendedores del sector turismo de naturaleza, los resultados de investigación son de gran utilidad ya que muestran que estas organizaciones tienen un gran potencial para desarrollar su actividad, pero para ello requieren de fortalecer sus capacidades internas, ampliar su visión de mercado, integrarse con otras organizaciones de su ecosistema más allá del Clúster de turismo existente. Es igualmente importante, que la política pública regional y nacional que apoya este sector enfoque sus recursos en el fortalecimiento en temas de asociatividad, impulso del emprendimiento y desarrollo de la innovación a través de ecosistemas para el turismo de naturaleza.

Las limitaciones de este trabajo giran en torno al tamaño de muestra utilizada que no permite realizar análisis estadísticos de mayor rigor. No obstante, la investigación está en una segunda fase, en la cual se piensa ampliar el estudio a una muestra mayor de organizaciones del sector turismo de naturaleza y a otros sectores, ya que el instrumento de medición puede ser aplicable en distintos contextos. Adicionalmente, el proyecto está planteando un modelo de escuela a de innovación, para integrarse al ecosistema existente

y apoyar las actividades enfocadas al desarrollo de capacidades en innovación y emprendimiento de estas organizaciones. Se espera, que superada la emergencia económica y sanitaria en Colombia, el proyecto pueda avanzar más rápidamente y se integre a otras iniciativas enfocadas a la recuperación económica de la región.

REFERENCIAS

- Adner, R. (2017). Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy. *Journal of Management* 43 (1), January, 39-58. DOI: 10.1177/0149206316678451.
- Amat, M. (2004). *La continuidad de la Empresa Familiar*. España: Edición Gestión 2000.
- Aström, T.; Eriksson, M.L., y Arnold, E. (2008). International Comparison of Five Institute Systems. *Forsknings-og Innovations styrelsen*. Copenhagen.
- ANDI (2020). Colombia: balance 2020 y perspectivas 2021. Recuperado de http://www.andi.com.co/Uploads/Balance%202020%20y%20perspectivas%202021_637471684751039075.pdf
- Anzil, F. (2002). *El progreso tecnológico y el crecimiento económico*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Balmaseda, A. (2003). Ayuntamiento Balmaseda. Recuperado de <http://www.balmaseda.es/es-ES/Paginas/default.aspx>
- Belausteguigoitia, I. (2017). *Empresas Familiares, su dinámica, equilibrio y consolidación*. Cuarta edición. México: McGraw-Hill.
- Bel Hadj, T., & Ghodbane, A. (2019). What matters most for innovation capability of smes: Structural or cognitive features of networking? *International Journal of Innovation Management*, 23(7) doi:10.1142/S1363919619500634
- Benavides, L. E., y Bolaños, S. L. (2020). Barreras de innovación en PYMES: una aproximación a través de una revisión sistemática de literatura. *Tendencias*, 21(1), 221-237.
- Bigos, K., & Michalik, A. (2020). The influence of innovation on international new ventures' exporting in central and eastern europe and central Asia countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(3), 47-63. doi:10.15678/EBER.2020.080303
- Borseková, K.; Vaňová, A.; Šúrová, J.; Král, P.; Turečková, K.; Nevima, J., & Martinát, S. (2021). The nexus between creative actors and regional development. *Land*, 10(3). DOI:10.3390/land10030276.
- Buendía, I., y Carrasco, I. (2013). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 21-45.
- Congreso de Colombia (2004). Ley 905. Ley Mipymes. Diario Oficial No. 45.628, de 2 de agosto.
- Colli, M. O. U. (2019). Turismo de naturaleza: una estrategia para la conservación de los ecosistemas. *Revista de Biología Tropical, Blog-Blog*.
- Cohen, W.M., and Levinthal, D.A. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- Correa, D., y Díez, J. (2020). Emprendimiento social: el camino hacia el desarrollo sostenible colombiano. *Desarrollo y territorio: innovación social*. Resultados de investigación. Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente, 97-110.
- Chavarría G., M. (2011). La dicotomía cuantitativo / cualitativo: falsos dilemas en investigación social. *Actualidades en Psicología*. 25, 1-35.
- Criado García-Legaz, A. (2021). La innovación tiene historia. *Puente De Hierro*, 1(1), 9. Recuperado de <https://www.puentedehierro.org/ojs/index.php/pdh/article/view/13>
- Ciborowski, R. (2016). Innovation Systems in the Terms of Schumpeterian Creative Destruction. *EUREKA: Social and Humanities*, 4(4), 29-37. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2016.00114>
- Cirera, X.; Frías, J.; Hill, J., & Li, Y. (2020). *A practitioner's guide to innovation policy*. The World Bank.
- Cooke, P.; Gómez Uranga, M., and Etxebarria, G. (1997). Regional innovation systems: Institutional and organizational dimensions. *Research Policy*, 26, 475-491.
- DANE (2016). *Metodología General - Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en*

los Sectores Servicios y Comercio – EDITS. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/tecnologia-e-innovacion/DSO-EDITS-MET-02.pdf>

- Deakins, D., & Bensemman, J. (2019). Does a rural location matter for innovative small firms? How rural and urban environmental contexts shape strategies of agri-business innovative small firms. *Management Decision*, 57(7), 1567–1588. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2017-0658>
- Drucker, P. F. (1986). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P. (2008). *Management*. Revised Edition. Zondervan.
- Edquist, C., and Johnson, B. (1997). Institutions and Organisations in Systems of Innovation. Fagerberg, J, Mowery, D. and Nelson, R. (eds.) (2006). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford. Oxford Publishers.
- Espejel-García, A.; Barrera-Rodríguez, A.; Cuevas-Reyes, V.; Ybarra Moncada, M., & Venegas, J. A. (2017). Sistemas de innovación y patrones de interacción local en el sector rural en México. *Nova scientia*, 9 (19), 595-614.
- Ettie, E.; Bridges, W., and O’Keefe, R. (1984). Organizational strategy and structural differences for radical vs. incremental innovation. *Management Science*, 30, 682-695.
- Encuesta Innovación (2019). Turismo de naturaleza. Esta encuesta tiene como propósito conocer el perfil innovador de las Empresas o Emprendimientos adscritos al diplomado. Fue adaptada a partir de la encuesta EDITS (DANE, 2016). Apliación virtual.
- Encuesta emprendimiento. TEST DE LA PERSONA EMPRENDEDORA (2019). Aplicada en septiembre de 2019. En Belausteguigoitia (2017).
- Encuesta Inventario de la empresa familiar, IEF (2004). Aplicada en noviembre de 2019, a partir de Belausteguigoitia (2004).
- Freeman, C. (1987). *Technology and economic performance: lessons from Japan*. London: Pinter.
- Fremstad, A.; Petach, A., & Tavani, D. (2019). Climate Change, Innovation, and Economic Growth: The Contributions of William Nordhaus and Paul Romer. *Review of Political Economy*, 31:3, 336-355. DOI.10.1080/09538259.2019.1663635
- Flor, G., y Lara, A. (2012). *Diagnóstico del capital emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico en la región sierra-centro del Ecuador*. XXII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- García, F.; Fuentes, J. y Cañizares, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28, (3), 1-27.
- García, D. A.; López De Parra, L., & Millán, E. E. (2021). Contexto y condiciones del eco marketing para promocionar el turismo de naturaleza. *Revista EIA*, 18(35), 35003, 1-20.
- Gatignon, H.; Tushman, M. L.; Smith, W., and Anderson, P. (2002). A structural approach to assessing innovation: Construct development of innovation locus, type and characteristics. *Management Science*, 48 (9), 1103-1122.
- Gómez, C.; López, M. L., & Hernández, M. C. (2018). Correspondence of design policies with the innovation measurement framework of the Oslo Manual. Concordancia de las políticas de diseño con el marco de medición de la innovación del Manual de Oslo. *Revista 180*, 41, 62-77.
- Hervás-Oliver, J.; Rojas, R.; Martins, B., and Cevelló-Rollo, R. (2011). The overlapping of national IC and innovation systems. *Journal of intellectual capital*, 12 (1), 111-131.
- Hobday, M. (2005). Firm-level innovation models: Perspectives on research in developed and developing countries. *Technology Analysis & Strategic Management*, 17 (2), 121-146.
- Gerald, A. (2007). Introducción a los modelos de crecimiento económico exógeno y endógeno. Obtenido de eumed.net: <https://merigg.files.wordpress.com/2010/12/introduccion-a-losmodelos-de-crecimiento-econoc3b3mico-exc3b3geno.pdf>
- Gill, J., & Johnson, P. (2010). *Research methods for managers*. Fourth ed. London: Sage Publications.
- Gibson, C.B., & Gibbs, J.L. (2006). Unpacking the concept of virtuality: The effects of geographic dispersion, electronic dependence, dynamic structure, and national diversity on team innovation. *Administrative Science Quarterly*, 51, (3), 451-495.

- Gledson, B. J., & Phoenix, C. (2017). Exploring organisational attributes affecting the innovativeness of UK SMEs. *Construction Innovation*, 17(2), 224-243. doi:10.1108/CI-11-2015-0065.
- Gobernación de Casanare (2016). Plan de Desarrollo Departamental "Casanare Con Paso Firme 2016-2019". Yopal, Casanare. Recuperado de <http://www.asamblea-casanare.gov.co/proyectos-de-ordenanzas/ordenanza-008>
- Halme, M., and Korpela, M. (2014). Responsible Innovation Toward Sustainable Development in Small and Medium-Sized Enterprises: a Resource Perspective. *Bus. Strat. Env.*, 23, 547-566. doi: 10.1002/bse.1801
- Henderson, J.; Low, S. A., & Weiler, S. (2007). The Drivers of Regional Entrepreneurship in Rural and Metro Areas. *Entrepreneurship and Local Economic Development* (January), 1–29.
- Hurtado-Yugcha, J.; Gamboa-Salinas, J. M.; Quisimalin-Santamaría, H. M., y Mancheno-Saá, M. J. (2021). Innovación y potencial humano, una relación que marca el turismo actual. *Revista Científica FIPCAEC* (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables). Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 6(1), 583-605.
- Iglesias, P., y Jambrino, D. (2017). La innovación en la Pyme: Barreras y facilitadores. *Revista de Estudios Regionales*, septiembre (110), 99-131.
- Jaramillo, H.; Lugones, G., y Salazar, M. (2001). Manual de Bogotá. Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT) / Organización de Estados Americanos (OEA) / PROGRAMA CYTED COLCIENCIAS/OCYT.
- Klerk, E. Credit Suisse International. Research Institute (2020). The Family 100: Post the pandemic. Consulta 21 de mayo de 2021. <https://www.credit-suisse.com/es/es/private-banking/entrepreneurs-and-family-businesses.html>
- Koschatzky, K. (1998). Firm innovation and region: the role of space in innovation processes. *International Journal of Innovation management*, 2 (4), 383-408.
- Kotsemir, M., y Abroskin, A. (2013). Innovation Concepts and Typology – An Evolutionary Discussion. *SSR Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2221299>
- Leach, P. (2010). *La empresa familiar*. Buenos Aire: Granica.
- Lendel, I. (2010). The Impact of Research Universities on Regional Economies: The Concept of University Products. *Economic Development Quarterly*, 24, (3), 210-230.
- Lester, R. (2005). *Universities, Innovation and the Competitiveness of Local Economies*. Industrial Performance Centre Working Paper 05-010. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.
- Lundvall, B. (1992). *National Systems of Innovation: towards a theory of innovation and interactive learning*. London: Pinter.
- Lyne, MB. (2007). Research institutes have become industry partners: these institutes have evolved into competitive players in the market for technical solutions to industrial problems. *Research technology management*, 50 (4), 42-48.
- Manual de Santiago (2007). *Manual de indicadores de internacionalización de la ciencia y la tecnología*. Chile: RICYT. Editado por la Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT) del Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (CYTED).
- Mendoza, M., y Filio, Y. (2017). El impacto de las barreras a la innovación que limitan la competitividad de las pymes exportadoras de cacao. Lima.
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving society* (No. 15). Simon and Schuster.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022 Turismo: El propósito que nos une*. Bogotá D.C. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/plan-sectorial-de-turismo-2018-2022>
- Molina, D. E. (2013). *Rural Tourism and environmental governance: Divergent concepts in developed and developing countries*, 217-235.

- Molina, J. (2010). Mixed Methods Research in Strategic Management: Impact and Applications. *Organizational Research Methods* 000(00) 1-24.
- Navarrete, M. (2000). *El Proceso de Sucesión de la dirección en las pequeñas y medianas empresas de familia*. México D.F: Universidad Autónoma de México.
- Navarrete (2009). El acceso al financiamiento para las empresas de familia en tiempos de crisis. En: Hamburger, Navarrete, otros compiladores (2009). *Gestión de las Empresas de Familia en tiempos de crisis. Memorias del III Simposio Internacional de Empresas de Familia*. Bogotá, D.C. Ediciones Unisalle.
- Nelson, R., and Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nelson, R. (1993). National innovation systems: A comparative analysis. New York: Oxford University Press.
- Nofiani, D.; Indarti, N.; Lukito-Budi, A. S., & Manik, H. F. G. G. (2021). The dynamics between balanced and combined ambidextrous strategies: A paradoxical affair about the effect of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. doi:10.1108/JEEE-09-2020-0331
- Nogales (2008). *La familia empresaria*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- OCDE (2018). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting innovation Data*. 4Th edition.
- Olaya, A. (2008). Economía de la innovación y del cambio tecnológico: una aproximación teórica desde el pensamiento Schumpeteriano. *Revista Ciencias Estratégicas*, 237-246.
- Olazaran, M.; Albizu, E., and Otero, B. (2009). Technology transfer between Technology Centres and SMEs: Evidence from the Basque County. *European Planning Studies*, 17 (3), 345-363.
- Pankov, S.; Schneckenberg, D., & Velamuri, V. K. (2021). Advocating sustainability in entrepreneurial ecosystems: Micro-level practices of sharing ventures. *Technological Forecasting and Social Change*, 166. doi: 10.1016/j.techfore.2021.120654
- Pinilla, H. R. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial? *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 145-171.
- Pinget, A.; Bocquet, R., y Mothe, C. (2015). Barriers to environmental innovation in SMEs: Empirical evidence from french firms. *Management (France)*, 18(2), 132-155. <https://doi.org/10.3917/mana.182.0132>
- Pirnau, C.; Ghiculescu, D., & Ion, N. (2018). SMEs creativity and smart regional development. Paper presented at the MATEC Web of Conferences, 178. doi:10.1051/mateconf/201817807007 Retrieved from www.scopus.com
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura*, [s. l.], v. 193, n. 785, a396.
- Rincón-Díaz, C., & Albors-Garrigós, J. (2017). Research and technology organizations' mobilizers of the regional environment. Competitive strategies. *European Journal of Management and Business Economics*, 26 (2), 180 -198. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2017-011>
- Rincón-Díaz, C., y Rubén Darío D. M. (2016). Una aproximación teórica a la innovación. Fuentes y barreras en el sector lácteo. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 18 (28), 91-110. ISSN: 0124-3551. Bogotá 2016.
- Roman, M. F., y Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en la Argentina: Concepto, situación y perspectivas*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Romer, P. (2019). Paul Romer on Growth, Cities, and the State of Economics. EconTalk [Audio Podcast]., Roberts, R. (producer). <http://www.econtalk.org/paul-romer-on-growth-cities-andthe-state-of-economics/>.
- Rothwell, R. (1994), Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends In Dodgson, M.; Rothwell, R., *The Handbook of industrial*, 33-53. USA: Edward Elgar.
- Roessl, D.; Kessler, A., and Fink, M. (2010). The role or research and technology organizations in innovation processes or small and medium-sized enterprises. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 11 (3), 199-207.
- Samara, E.; Georgiadis, P., & Bakouros, I. (2012). The impact of innovation policies on the performance of national innovation systems: A system dynamics análisis. *Technovation*, 32 (11), 624-638.

- Silva, C., y Ramírez, A. (2006). Análisis de eficiencia de institutos tecnológicos de España y Brasil: Una aplicación del análisis envolvente de datos (DEA). *Journal of Technology Management & Innovation*, 1 (4), 43-56.
- Solow, R. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*.
- OCDE (2015). *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. Publicado por acuerdo con la OCDE, París. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-en> La Superintendencia de Sociedades (2001 y 2006). *Sociedades de Familia en Colombia*. Bogotá: Supersociedades.
- OCDE (2018). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 4th edition.
- Talegeta, S. (2014). Innovation and Barriers to Innovation: Small and Medium Enterprises in Addis Ababa. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 2(1), 83-106. Retrieved from website: www.aripd.org/jsbed
- Tagiuri, R., y Davis, J. (1996). Atributos ambivalentes de la empresa familiar. Selección de los mejores artículos del FBR, 1988-2000.
- Taylor, K. (2021). An analysis of the entrepreneurial institutional ecosystems supporting the development of hybrid organizations: The development of cooperatives. *The U.S. Journal of Environmental Management*, 286, 36-49.
- Scaringella, L., and Radziwon, A. (2018). Innovation, entrepreneurial, knowledge, and business ecosystems: Old wine in new bottles? *Technological Forecasting & Social Change* 136, 58–87.
- Schumpeter, J. A. (1976). Capitalism, socialism and democracy (1942). *J. Econ. Literature*, 20, 1463.
- Strobel, N., and Kratzer, J. (2017). Obstacles to innovation for SMEs: Evidence from Germany. *International Journal of Innovation Management*, 21(3). <https://doi.org/10.1142/S136391961750030X>
- Thompson, TA; Purdy, JM; Ventresca, MJ (2018). How entrepreneurial ecosystems take form: Evidence from social impact initiatives in Seattle. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12, 96-116. <https://doi.org/10.1002/sej.1285>
- Tushman, M., and Anderson, P. (1986). Technological Discontinuities and Organizational Environments. *Administrative Science Quarterly*. 31, 439-465.
- Treviño-Rodríguez, Rosa Nelly (2010). *Empresas familiares, visión Latinoamericana*. México: Pearson.
- Varela Villegas, R.; Moreno Barragán, J. A.; Soler Libreros, J. D.; Pereira Laverde, F.; Gómez Araujo, E.; Osorio Tinoco, F. F.; López Lambrano, M.; Peñuela Lizcano, J. D.; Parra Bernal, L. D.; Buelvas Martínez, P., & Gómez Núñez, L. (2020). *Dinámica de la Actividad Empresarial en Colombia*. Universidad ICESI.
- Vasconcelos, L.; Figueiredo, A.; Salerno, M., and Kazuo, R. (2018). Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps and trends. *Technological Forecasting & Social Change* 136, 30-48.
- Ward, J. (2006). *El éxito en los negocios de familia*. Bogotá: Editorial Norma.
- Ward (2010). *La excelencia en la empresa familiar*. Madrid: Egedsa.
- Xie, Z.; Wang, X.; Xie, L., & Duan, K. (2021). Entrepreneurial ecosystem and the quality and quantity of regional entrepreneurship: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 128, 499-509.
- Zahra, S.A., and George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27 (2), 185-203.
- Zhu, Y.; Wittmann, X., y Peng, M. W. (2012). Institution-based barriers to innovation in SMEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 29 (4), 1131-1142. <https://doi.org/10.1007/s10490-011-9263-7>

