

PERFILES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE NATURALEZA EN EL YOPAL CASANARE (COLOMBIA)

Resumen

Esta investigación busca determinar los perfiles de innovación y emprendimiento en 22 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, turismo de naturaleza

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente 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 proyecto, 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.

En este contexto la investigación busca determinar los perfiles de innovación y emprendimiento en 22 organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia) a partir de los factores que los integran.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

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.

2.1. Aproximación conceptual a la innovación. Tipos y su medición

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.

A fin de medir la I+D, la OCDE propuso en el año 1963 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 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).

El manual de Oslo es una herramienta para que los países a través de marco institucional creen políticas públicas que soportan los sistemas de innovación, 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, 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.

2.2. 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).

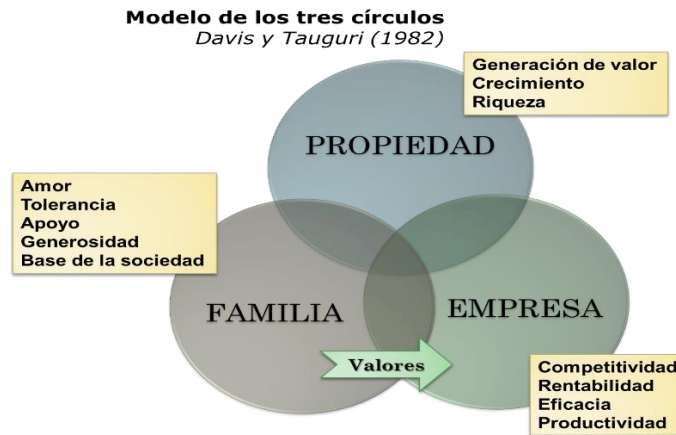
En Colombia, de acuerdo con la Ley 1014, se define al emprendedor como una persona con capacidad de innovar, “generando bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”, y al emprendimiento como: “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza...”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

Desde el concepto de emprendimiento se han derivado estudios en el campo del intraemprendimiento, emprendimiento sostenible, emprendimiento de alto impacto, entre otros. La dinámica emprendedora es explicada por GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2013, p.12) como el conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa, incluye acciones de formación y acompañamiento. Así mismo, el informe GEM (2013, p.13) clasifica a los emprendedores por el momento que atraviesan en el ciclo emprendedor, con dos motivaciones primarias: oportunidad y necesidad, y tres puntos críticos: emprendedores nacientes, nuevos y establecidos.

2.3. 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 que debe ser competitiva, eficaz y rentable. A partir del modelo de los tres círculos (Davis y Tauguri, 1919 en Navarrete 2000) que relaciona los tres subsistemas - propiedad, empresa y familia (Gráfico 1) se puede identificar las problemáticas en cada subsistema para lograr su perdurabilidad.

Gráfico 1. Modelo de los tres círculos



Fuente: Navarrete (2000) a partir de Davis y Tauguri (1982)

La Superintendencia de Sociedades (2006) concluyó que el 68.7% de las sociedades son de familia. Es también conocido que el 30% de estas empresas pasan a la segunda generación y solo el 10% a la tercera generación (Belausteguigoitia, 2004).

La perdurabilidad de las empresas de familia, para algunos autores, se debe a la característica familiar porque se preocupan por una gestión en el largo plazo debido al cuidado de la familia por la empresa, aún en época de crisis, la empresa puede tener mejores resultados financieros y sus propietarios están dispuestos a sacrificios financieros para que perdure (Credit Suisse, 2009 en Navarrete 2009); el compromiso y sentido de pertenencia acompañan esta visión de largo plazo que les permite su continuidad (Leach, 2010; Ward, 2006).

Otras investigaciones concluyen que la característica familiar induce a las empresas a mayores riesgos ante cualquier cambio del entorno, por problemas de transición generacional, rechazo al cambio o dificultades para ampliar el capital (Leach, 2010). Las acciones preventivas contribuyen a la perdurabilidad, por ejemplo, al formular con rigor planes que involucren a la empresa y a la familia (Ward, 2010), o cuando se logra planear la sucesión (Belausteguigoitia, 2004), o si se fortalecen capacidades esenciales en la familia, la empresa y la sucesión (Nogales, 2008), o si se educa a los sucesores en cuanto a valores y actitudes (Amat, 2004). 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”.

2.4. Turismo de naturaleza. Fundamento conceptual

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”*.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación se fundamentó en una metodología mixta desde un enfoque cuantitativo y cualitativo. Se aplicaron instrumentos enfocados a tres componentes fundamentales, que permiten determinar el perfil innovador y emprendedor de estas organizaciones: la innovación, el emprendimiento y desarrollo sostenible y las características de empresas familiares. A continuación, se describe como se analizó cada uno de estos componentes.

3.1. Perfil innovador

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 escalas 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 (la tabla 1):

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

3.2. 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

Se aplicó el Inventario de la empresa familiar – IEF a cada empresa (Belausteguigoitia, 2004). Este instrumento contiene 30 preguntas los subsistemas empresa, familia y propiedad; clasifica a las empresas en 4 grupos

- 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, 2004) 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 escalera 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).

4. RESULTADOS

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

4.1. 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).

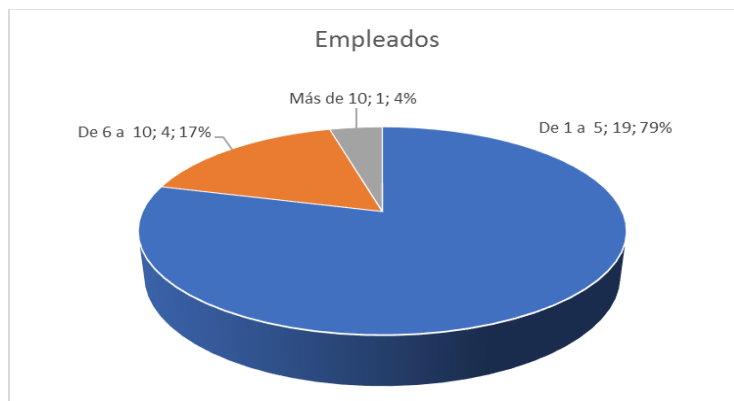
El 54,5% están ubicadas en el área rural; el restante 45,5% en la cabecera municipal de Yopal. En cuanto a su forma jurídica, se observa la falta de formalización empresarial, es así como el 77,3%, son unipersonales o no tienen; las 5 empresas que presentan forma jurídica son: 4 Sociedades por Acciones 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 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 (Gráfico 1).

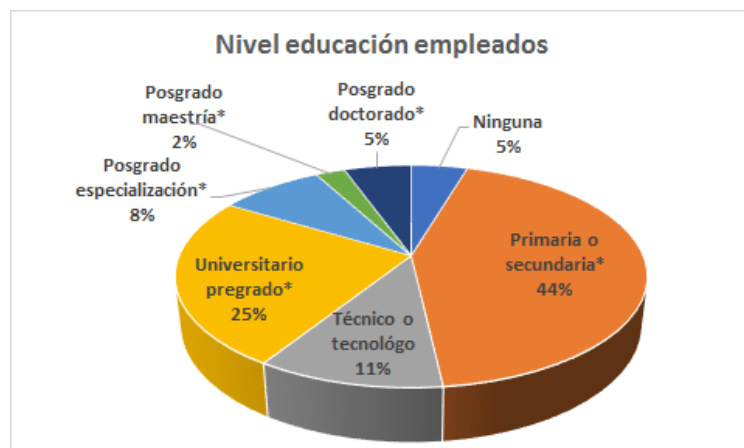
Gráfico 1 Empleos generados



Fuente: los autores a partir de datos obtenidos a septiembre de 2019

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 (Gráfico 2).

Gráfico 2. Nivel de educación



Fuente: Los autores

4.2. 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 (Gráfico 3). La explicación se da a partir del análisis por factor.

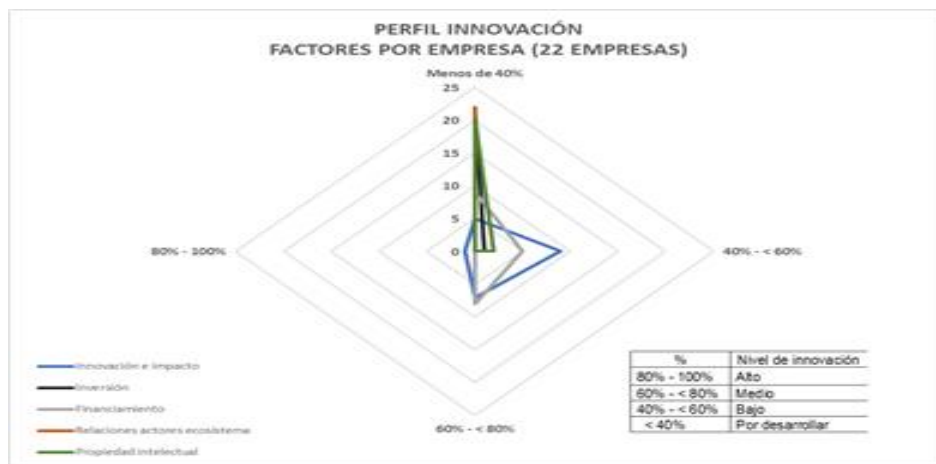
Gráfico 3. Perfil Innovación



Fuente: Los autores a partir de encuesta 2019

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 (Gráfico 4).

Gráfico 4. Perfil Innovación Factores por Empresa



Fuente: Los autores a partir de encuesta 2019

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 (Gráfico 5). Se observa cómo el nivel del Perfil innovador mejora al considerar las variables adicionales que conforman emprendimiento y empresa familiar.

Gráfico 5. Perfiles de Innovación y Emprendimiento

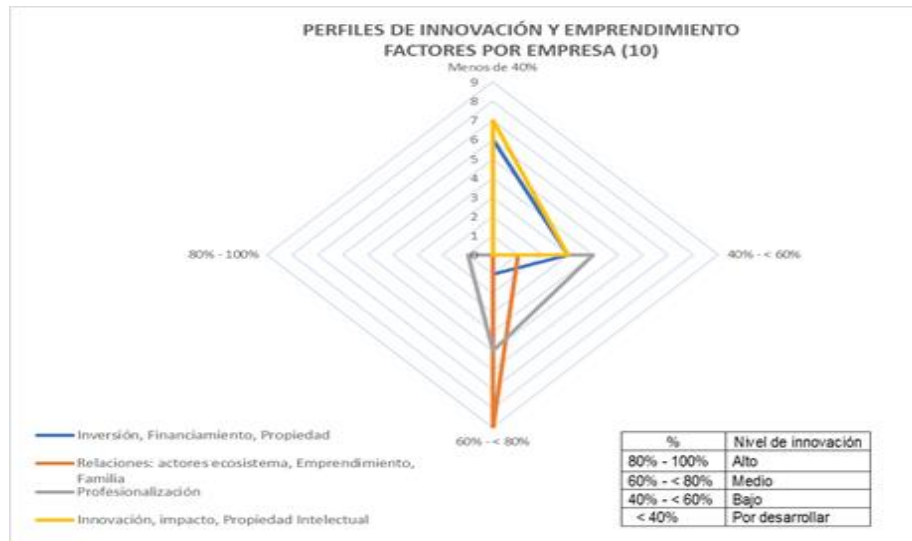


Fuente: Los autores a partir de encuesta perfil emprendedor - IEF 2019

En el perfil emprendedor se pueden inferir que 3 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 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 (Gráfico 6).

Gráfico 6. Perfiles de Innovación y Emprendimiento Factores por Empresa



Fuente: Los autores a partir de encuesta perfil emprendedor - IEF 2019

5. CONCLUSIONES

El objetivo de la investigación consistió en determinar los perfiles de innovación y emprendimiento en 22 organizaciones del sector turismo de naturaleza en El Yopal Casanare (Colombia) a partir de los factores que los integran. 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, que se relacionan a su vez con barreras a la innovación, como una baja capacidad de absorción del conocimiento, alta percepción de riesgo a invertir en innovación y tecnología y la falta de conocimiento o acceso a fuentes de financiación. 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. No obstante, como aspecto positivo, estos emprendedores están comenzando a buscar formas para potenciar su emprendimiento (fuentes internas y externas de innovación) a través 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.

Es importante destacar, que los emprendedores en su mayoría realizan innovaciones en producto o servicio, 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 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 esta actividad, donde se quería medir el perfil emprendedor, se resalta que existen emprendedores con perfil exitoso y con un alto potencial en su mayoría.

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. Las necesidades de profesionalización son evidentes, un aspecto para tener en cuenta como impulso requerido para lograr empresas familiares innovadoras.

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. Por último, la dimensión ambiental permite un nivel de empoderamiento en los diferentes emprendimientos de la cadena de valor del turismo de naturaleza cuando se identifiquen los elementos de conservación y balance social para ser pilares de ventajas comparativas a largo plazo dentro del marco de desarrollo sostenible.

A futuro una segunda fase de investigación dependerá de las condiciones políticas y sanitarias que en este momento están en manos del gobierno nacional. Por ello, los desarrollos en el sector del turismo en Yopal serán los efectos de la emergencia económica y sanitaria en Colombia y las investigaciones que allí se generen, serán importantes para la recuperación económica de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amat, Joan M. (2004). La continuidad de la Empresa Familiar. España: Edición Gestión 2000.
- Balmaseda, A. (2003). Ayuntamiento Balmaseda. Obtenido de <http://www.balmaseda.eus/es-ES/Paginas/default.aspx>
- Belausteguigoitia, I. (2004). Empresas Familiares, su dinámica, equilibrio y consolidación. México: McGraw Hill, p. 239
- Congreso de Colombia (2004). LEY 905 DE 2004. Ley Mipymes. Diario Oficial No. 45.628 de 2 de agosto de 2004.
- DANE (2016). Metodología General Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica en los Sectores Servicios y Comercio – EDITS. Recuperado en <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/tecnologia-e-innovacion/DSO-EDITS-MET-02.pdf>
- Drucker, P. F. (1986). Innovation and entrepreneurship: practice and principles. New York: Harper & Row.
- 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 2019. a partir de Balmaseda (2003).
- Encuesta Inventario de la empresa familiar -IEF (2004), aplicada en noviembre de 2019, a partir de Belausteguigoitia (2004).
- GARCÍA, FERNANDO J. FUENTES; CAÑIZARES, SANDRA M^a SÁNCHEZ. Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 2010, vol. 28, no 3, p. 1-27.
- 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.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Colombia 2012/Fernando Pereira...[et al.]. Bogotá: Universidad de los Andes, Ediciones Uniandes, 2013.
- Hobday, M. (2005). Firm-level innovation models: Perspectives on research in developed and developing countries. *Technology Analysis & Strategic Management*, 17 (2), 121 -146.
- Gobernación de Casanare (2016). Plan de Desarrollo Departamental “Casanare Con Paso Firme 2016 - 2019”. Casanare – Yopal. Recuperado de <http://www.asamblea-casanare.gov.co/proyectos-de-ordenanzas/ordenanza-008>
- Jaramillo, H., Lugones, G., & Salazar, M. (2001). Manual de Bogotá. Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT) / Organización de Estados Americanos (OEA) / PROGRAMA CYTED COLCIENCIAS/OCYT
- Leach, P (2010). La empresa familiar. Buenos Aire: Granica.

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).

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. – Colombia. 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.

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.

Nogales (2008). *La familia Empresaria*. Madrid: Ediciones DiazdeSantos.

OCDE (2018). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting innovation Data*, 4th Edition.

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.

Roman, M. F., & Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en la Argentina: Concepto, situación y perspectivas*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

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 (Francia). DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-en>

La Superintendencia de Sociedades (2001 y 2006). *Sociedades de Familia en Colombia*. Bogotá: Supersociedades.

Tagiuri R y Davis J (1996), Atributos ambivalentes de la empresa familiar. Selección de los mejores artículos del FBR 1988-2000.

Schumpeter, J. A. (1976). *Capitalism, socialism and democracy* (1942). *J. Econ. Literature*, 20, 1463.

Tushman, M., and Anderson, P. (1986). Technological Discontinuities and Organizational Environments. *Administrative Science Quarterly*. 31, 439-465.

- Trevinyo-Rodríguez, Rosa Nelly (2010). Empresas familiares, visión Latinoamericana. Pearson. México
- Ward (2006). Ward, J. (2006). El éxito en los negocios de familia. Bogotá: Editorial Norma.
- Ward (2010). La excelencia en la empresa familiar. Madrid: Egedsa.