

Innovación social en el turismo sostenible como una propuesta de reactivación económica en la postpandemia

Social innovation in sustainable tourism as a proposal for economic reactivation in the post-pandemic

Inovação social no turismo sustentável como proposta de reativação econômica no pós-pandemia

Amanda Vargas Prieto¹
Hadrien Lafosse²
Carlos Morales³

Recibido: 6 de mayo del 2023

Aprobado: 23 de octubre del 2023

Publicado: 31 de diciembre de 2023

Cómo citar este artículo:

Vargas Prieto, A. (2023) Innovación social en el turismo sostenible como una propuesta de reactivación económica en la postpandemia. *Cooperativismo & Desarrollo*, 31(127), 1-23.

doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2023.03.11>

Artículo de investigación. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2023.03.11>

¹ Profesora en Universidad del Magdalena. Consejera Nacional de Planeación

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8508-6979>

² Magister en Administración. Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia.

Correo electrónico: hlafosse@unisalle.edu.co.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2079-2354>

³ Magister en Ciencias Económicas. Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia.

Correo electrónico: cfmorales@unisalle.edu.co.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7119-2183>



Resumen

Teniendo en cuenta el potencial del turismo en Colombia al tiempo que la necesidad de hacerlo más adaptable, incluyente y sostenible ante las crisis, se hace necesario avanzar en una re-conceptualización que priorice valores ambientales y socioculturales alternativos. El objetivo de este artículo es desarrollar una reflexión teórica que presente la relación entre turismo sostenible e innovación social con el fin de hacer recomendaciones para lograr un desarrollo sostenible de este sector en Colombia. A través de la técnica de análisis de contenido, se realizó una revisión de literatura sobre turismo sostenible e innovación social, realizando una conceptualización para luego identificar criterios fundamentales en la generación de innovación social en las actividades turísticas. Finalmente, se propone una estrategia de innovación social para el turismo sostenible en Colombia. Esta estrategia se basa en cinco criterios: el arraigo, la multifuncionalidad, los bienes públicos y recursos comunes, los mercados nicho e institucionales y la gobernanza.

Palabras clave: turismo, turismo sostenible, innovación social, Colombia.

Descriptor:

- D69** Economía del bienestar: otros
- H89** Economía pública: Temas varios: Otros
- J47** Mercados laborales coercitivos
- L38** Política pública

Abstract

Given the potential of tourism in Colombia, together with the necessity to make it more adaptable, inclusive, and sustainable before the crisis, it is necessary to bring forward a new conceptualization prioritizing alternative environmental and sociocultural values. The purpose of this paper is to develop a theoretical framework presenting the relationship between sustainable tourism and social innovation, and to make recommendations to reach sustainable development in this sector in Colombia. Using the content analysis technique, a literature review is carried out on sustainable tourism and social innovation to identify some fundamental criteria for the creation of social innovation in tourism activities. Finally, a social innovation strategy for sustainable tourism in Colombia is put forward. Such strategy is rooted in the following five criteria: embeddedness, multifunctionality, public goods and shared resources, niche and institutional markets, and governance.

Keywords: tourism, sustainable tourism, social innovation, Colombia.

Resumo

Tendo em conta o potencial do turismo na Colômbia, bem como a necessidade de torná-lo mais adaptável, inclusivo e sustentável face às crises, é necessário avançar numa reconceptualização que priorize valores ambientais e socioculturais alternativos. O objetivo deste artigo é desenvolver uma reflexão teórica que apresente a relação entre turismo sustentável e inovação social a fim de fazer recomendações para alcançar o desenvolvimento sustentável deste setor na Colômbia. Através da técnica de análise de conteúdo foi realizada uma revisão da literatura sobre turismo sustentável e inovação social, realizando uma conceituação para então identificar critérios fundamentais na geração de inovação social nas atividades turísticas. Finalmente, é proposta uma estratégia de inovação social para o turismo sustentável na Colômbia. Esta estratégia baseia-se em cinco critérios: integração, multifuncionalidade, bens públicos e recursos comuns, mercados de nicho e institucionais e governação.

Palavras-chave: turismo, turismo sustentável, inovação social, Colômbia.

Introducción

De acuerdo con The International Ecotourism Society (TIES), el turismo mundial ha crecido de manera importante en los últimos años. Esta industria representa el 9% del PIB mundial y genera 1 de cada 12 empleos. Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo después de Brasil, lo que lo ubica como referente mundial de turismo (Procolombia, 2019). “El país tiene el potencial para ser un destino de turismo de naturaleza de talla mundial, pero es importante que desarrolle ese turismo de acuerdo con los principios de sostenibilidad. Si Colombia sigue los preceptos de sostenibilidad puede ser uno de los principales, o tal vez el principal destino para viajes de naturaleza” señaló Costas Christ, el editor de National Geographic en el conversatorio “Turismo de naturaleza: una apuesta para un país megadiverso como Colombia ¿cómo podemos aprovechar esta riqueza, sin perjudicarla?”, realizado en junio de 2019 en Bogotá y organizado por Procolombia. Esta entidad firmó con el Programa Riqueza Natural de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) un memorando de entendimiento para crear proyectos de conservación en torno a actividades de turismo de naturaleza responsable y sostenible. El objetivo es implementar proyectos en Montes de María (entre Bolívar y Sucre), Casanare y Camino Teyuna (Sierra Nevada de Santa Marta), alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y con la estrategia del Gobierno de promover un turismo responsable con parámetros sostenibles que protejan el medio ambiente y que generen prosperidad en las comunidades locales. Actualmente, el país tiene 27 destinos turísticos sostenibles certificados por MinComercio como La Macarena (Meta), Salento y Filandia (Quindío), Jericó (Antioquia), La candelaria en Bogotá (Cundinamarca), Marsella y Santa Rosa de Cabal (Risaralda), Cartagena y Mompox (Bolívar), Monguí y Villa de Leyva (Boyacá) o Ciénaga, (Magdalena).

Teniendo en cuenta el interés de Colombia para posicionarse como un destino sostenible, este artículo pretende ofrecer un marco teórico integrativo que explore la relación entre turismo sostenible e innovación social. La naturaleza de esta relación es compleja pues, por una parte, algunos autores interpretan que la innovación social es una práctica que potencializa las actividades de turismo sostenible, mientras que otros interpretan el turismo sostenible como una actividad que posibilita procesos de innovación social en las comunidades. Por lo tanto, este artículo busca, como primer abordaje, consolidar un entendimiento conceptual del turismo y turismo sostenible. Con el fin de lograr esta propuesta, se adopta la técnica de análisis de contenido definida por Abela como “una técnica de interpretación de textos” que conlleva la “capacidad para albergar un contenido que, leído e interpretado adecuadamente, nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos

de la vida social” (pág. 3). Es, entonces, a través de esta metodología que se revisan primero algunas definiciones del turismo per se, tanto a nivel global como a nivel de Colombia, evidenciando de paso algunos datos que ayudan a caracterizar la situación del turismo en Colombia en la actualidad. Por otro lado, y siguiendo la misma hoja de ruta, se procede a repasar una serie de definiciones a nivel internacional y nacional, con el fin de lograr un entendimiento exhaustivo del turismo sostenible.

En una segunda parte, se realizó la búsqueda de los términos “social innovation” AND tourism en la base de Web of Science, obteniendo diez resultados de investigación los cuales fueron evaluados de forma preliminar para verificar su pertinencia. Es así como se eliminaron dos artículos por no incluir un marco teórico o conceptual, pues se enfocaban en aspectos metodológicos relacionado con casos de estudio. Además, se incluyó un artículo que encontraba referenciado como una investigación importante en varias de las publicaciones preseleccionadas. Adicional a los nueve productos de investigación seleccionados, se revisaron otros artículos referenciados por estos productos, aunque estos sirvieron para profundizar, aclarar o ejemplificar algunos de los temas centrales. A partir de la revisión de estos documentos, fue posible establecer los constructos principales en la investigación sobre la relación de estos dos conceptos. La primera parte presenta la revisión de la literatura sobre turismo y turismo sostenible. La segunda parte presenta la revisión de la literatura sobre innovación social y su relación con turismo sostenible. Se identifican cinco criterios que se deben desarrollar para proponer una estrategia de turismo sostenible que genere innovación social.

Turismo sostenible

A pesar de la contribución económica que ha generado el turismo a nivel mundial, este sector es particularmente sensible en su relación con el medio ambiente. Por un lado, aprovecha del paisaje y consume recursos naturales conllevando a la degradación del medio ambiente y pérdida de la identidad local, y por otro lado necesita que el entorno sea atractivo para llamar la atención de turistas y puede contribuir positivamente al desarrollo socioeconómico y cultural del territorio. Es por esto por lo que el medio ambiente y la protección de los recursos naturales son considerados no solo un elemento clave de competitividad para el sector, sino también un elemento de desarrollo para los territorios. Sin embargo, existe un amplio margen de interpretaciones sobre el concepto de turismo sostenible y a su vez una diversidad conceptual relacionada al desarrollo sostenible, turismo sostenible, sustentable, sustentabilidad,

entre otros. Por lo tanto, en esta primera parte se busca entender mejor el turismo sostenible a través de algunas definiciones.

Conceptualización del turismo

Por razones de claridad, es imprescindible ahondar primero el concepto de “turismo” antes de llegar a la discusión sobre “turismo sostenible”. Cabe resaltar que en este escrito se recurre en varias instancias al marco conceptual proporcionado por la Organización Mundial del Turismo (OMT, conocida también como World Tourism Organization o UNWTO), siendo esta misma la referencia por excelencia a nivel global en cuanto al tema que acá nos corresponde.

Asimismo, esta organización intergubernamental concibe el turismo como:

un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

A continuación, y con motivo de complementar esta primera aproximación al turismo, es menester retomar el artículo 2 del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT titulado “El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo”, en la medida en que aporta una visión del turismo propuesta a través del lente de la subjetividad, incluyendo y articulando elementos no contemplados anteriormente como la educación, el respeto y la cultura:

El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad. (OMT, s.f.a)

Adicionalmente, de acuerdo con Cater (1995), el turismo es probablemente la única actividad económica que involucra a muchos sectores, en diversos niveles e

intereses de la sociedad. Esto implica que la protección del medio ambiente es fundamental en su propio desarrollo, ya que sin un adecuado manejo de los recursos se puede ver comprometido el desarrollo de las organizaciones turísticas, de los turistas y de las comunidades receptoras.

A nivel internacional, la evidencia muestra que esta actividad ha crecido en los últimos 30 años considerablemente (Salinas y la O, 2006). Los autores citados justifican este crecimiento por el incremento sostenido del ingreso real y del tiempo disponible de ocio de la población en general. En otro orden de ideas, el “Panorama del turismo internacional, Edición 2019” de la OMT confirma que de 2010 a 2018, (excepto para el 2016), “los ingresos derivados de los gastos de los visitantes han crecido más rápido que la economía mundial” (OMT, 2019c).

A nivel nacional, el concepto de turismo en Colombia está definido por la Ley 1558 de 2012. Más específicamente, el primer párrafo del artículo 4 de esta ley plantea que el turismo corresponde al “conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios” (Ley 1558, 2012, art. 4). Adicionalmente, en Colombia, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre enero y junio de 2019 llegaron al país 2.150.157 visitantes no residentes, presentando un aumento de 3.7% con respecto al mismo periodo de 2018, esto representa una ocupación hotelera de más del 55%. Es importante resaltar aquí que Colombia es uno de los países con más biodiversidad en el mundo. Por ejemplo, el Instituto Von Humboldt (2017) plantea la biodiversidad de la que goza Colombia en los siguientes términos:

Colombia ocupa el primer lugar en especies de aves y orquídeas. Es el segundo en el mundo en riqueza de plantas, anfibios, mariposas y peces de agua dulce. Somos tercer país en número de especies de palmas y reptiles. Ocupamos el cuarto lugar en mamíferos. (párr. 11)

En relación con estas condiciones de megadiversidad del país, el turismo es significativo en Colombia no sólo por su expresividad económica y por la generación de ingresos, sino debido al impacto que ejerce en las comunidades, en sus rutinas cotidianas o en la forma en que son influenciadas por el mundo exterior (dos Anjos et al., 2011).

A modo de síntesis sobre esta primera aproximación conceptual del “turismo”, se percibe en la primera definición de la OMT que este tiene tres manifestaciones fundamentales que son de índole “social, cultural y económico”. Por añadidura, según

la OMT y el marco legal colombiano, el turismo comprende las ocupaciones de los denominados “viajeros”, también llamados “turistas”. Estas ocupaciones están relacionadas con, por ejemplo, temas profesionales, el descubrimiento del medioambiente, el bienestar y ejercicio físico, y comparten como característica la generación de un gasto (Ley 1558, 2012, art. 4). Finalmente, la subjetividad de las experiencias vividas, así como las interacciones de los “turistas” con las comunidades receptoras, son otros aspectos absolutamente clave del turismo. Sin embargo, es importante vincular de manera más profunda y contundente las conexiones que la biodiversidad tiene con los procesos de desarrollo humano, la productividad de diferentes sectores económicos, la competitividad regional, e incluso el desarrollo territorial sostenible. Por estas razones, es necesario explorar el concepto de turismo sostenible.

Conceptualización del turismo sostenible

A continuación, presentamos algunas definiciones, con el fin de posicionarnos teóricamente. En lo referente al turismo sostenible per se, es importante resaltar que, anterior al concepto de “turismo sostenible o sustentable” existía la noción de “ecoturismo” (Ochoa y Morales, 2016). Para Dehoorne, Murat y Petit-Charles (2010) el ecoturismo tiene un enfoque distinto que supera la mera noción de preservación, volviéndose central el entendimiento de lo humano en la experiencia de turismo. En efecto, según los autores, los componentes clave del ecoturismo son “el respeto de los ambientes y de los recursos naturales y culturales, la responsabilización de los visitantes y la implicación de la población local en el marco de actividades que se desarrollan en torno al encuentro” (Dehoorne et al., 2010, p. 124). En resumidas cuentas, se trata de “conservar” los insumos y recursos necesarios para el turismo, pero contando con un papel activo tanto de los turistas como de las comunidades receptoras.

Después, en la década de los noventa aparecen otros términos como turismo sostenible, turismo alternativo, de naturaleza, ecológico (Wall y Mathieson, 2005). Estos estudios buscan proponer un turismo ideal que no implique impactos negativos para el medio ambiente y para la sociedad. De acuerdo con Oyarzun Lillo y Taucare Taucare (2018) y Ochoa y Betancourt (2016), para mejor entender lo que es el “turismo sostenible”, es imprescindible recurrir al informe Brundtland y, más específicamente, a la definición del desarrollo sostenible divulgada por primera vez en este informe: “aquel que busca la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Ochoa y Betancourt, 2016, p. 28). Tomando como base lo anterior y como primera aproximación al concepto de desarrollo sostenible, Da Silveira (2009)

nos habla del “desarrollo sostenible del turismo”, cuyos pilares están arraigados en la definición del desarrollo sostenible del informe Brundtland, pero en el que, según él, “el crecimiento económico no es un fin en sí mismo” (Da Silveira, 2009, p. 69). Además, el autor estipula que se trata de “un desarrollo que debe basarse en un uso turístico que no exceda la capacidad de soporte de una región en términos ambientales y sociales” (Da Silveira, 2009, p. 69).

A continuación, retomando la base de referencia conceptual de la OMT, el turismo sustentable/sostenible se aborda como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (UNWTO, s.f.b, párr. 1). Mas específicamente, los tres pilares del turismo sostenible identificados en esta definición son el “uso óptimo de los recursos medioambientales”, la importancia de “respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas” y la necesidad de “asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo” (UNWTO, s.f.c, párrs. 3, 4, 5). De acuerdo con esta definición, el turismo sostenible se concibe como un modelo de desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar a los visitantes una experiencia de calidad y mantener las condiciones ambientales del destino “Ha de ser soportable ecológicamente y a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva estética y social para las comunidades receptoras” (OMT, 1997, pág. 4).

Finalmente, para complementar este ejercicio de conceptualización del turismo sostenible es pertinente considerar el artículo 3 de la Ley 1558 de 2012 titulado “desarrollo sostenible”, que se aproxima a una definición del turismo sostenible en Colombia:

El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía. (Ley 1558 de 2012, art. 3)

A modo de síntesis, la definición del “desarrollo sostenible” tal como está planteada en el informe Brundtland se ve reflejada en la mayoría de las definiciones de “turismo sostenible” mencionadas en este escrito, tanto a nivel intergubernamental (UNWTO), como en el contexto colombiano. De hecho, esta revisión conceptual ayuda a identificar como componentes clave del “desarrollo sostenible” los siguientes

elementos. Por un lado, la conservación y preservación de los patrimonios naturales y culturales y, por otro lado, la idea de “viabilidad” medida a través del lente de la “capacidad de carga turística”. En realidad, el concepto de sostenibilidad en turismo está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio (OMT, 2004) y será utilizado en esta investigación teniendo en cuenta la definición de desarrollo sostenible presentado anteriormente y los antecedentes de ecoturismo. El turismo sostenible representa, entonces, la protección del medio ambiente, los recursos naturales y culturales con la perspectiva de un crecimiento económico constante que sea capaz de satisfacer las expectativas de los turistas y de las comunidades receptoras. En palabras de Costas Christ, los tres pilares del turismo sostenible son las prácticas amigables con el medio ambiente, el apoyo para la protección del legado natural y cultural, y el apoyo del bienestar económico y social de los locales.

Aunque el concepto de turismo sostenible parece quedar bastante claro por su intención, los métodos y la forma en la que pueda realizarse es poco estudiada y en general solamente se refieren experiencias locales muchas veces únicas e irrepetibles. En ese sentido, algunas propuestas que se han trabajado se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Propuestas de turismo sostenible

Propuesta	Publicación	Objetivo
Propuesta de indicadores para evaluar la sustentabilidad del turismo en diversos destinos.	OMT, 1997a y 2004; Asociación de Estados del Caribe, 1999; CITMA-MINTUR, 2003, Gallo et al., 2002.	Certificación de los destinos turísticos.
Establecimiento de lineamientos para el desarrollo de áreas de turismo sostenible de forma regional, transfronterizas, etc.	Conferencia de la Asociación de Estados del Caribe celebrada en Santo Domingo en 1999	Creación de la Zona de Turismo Sostenible del Caribe.
Realización de las Agendas 21 locales y los Planes de Desarrollo Territorial Sostenible en diferentes destinos turísticos.	Prats, 1999 ; Salinas, 2003 ; Salinas et al., 2003 ; Wall and Mathienson, 2005	Planes maestros de desarrollo turístico (TURPLAN) y planes dinamizadores para diversos destinos turísticos.
Estudios a escala local de la actividad.	Jiménez e Hirabayashi, 2003; Navarro, 2003; Pardellas y Padín, 2004, Valdes, 2003; UNEP, 2003	Planificación del turismo desde los espacios receptores y adecuando la actividad a las condiciones específicas de cada territorio y sus características económicas y sociales.

Fuente: elaboración propia

En definitiva, el concepto de turismo sostenible es relativamente reciente. No obstante, las definiciones propuestas reflejan un consenso en cuanto al hecho de que este concepto está arraigado en los principios fundamentales del desarrollo sostenible. A continuación, se presenta la figura 1. Esta permite visualizar los elementos que se consideran relevantes para estudiar el turismo sostenible en Colombia.

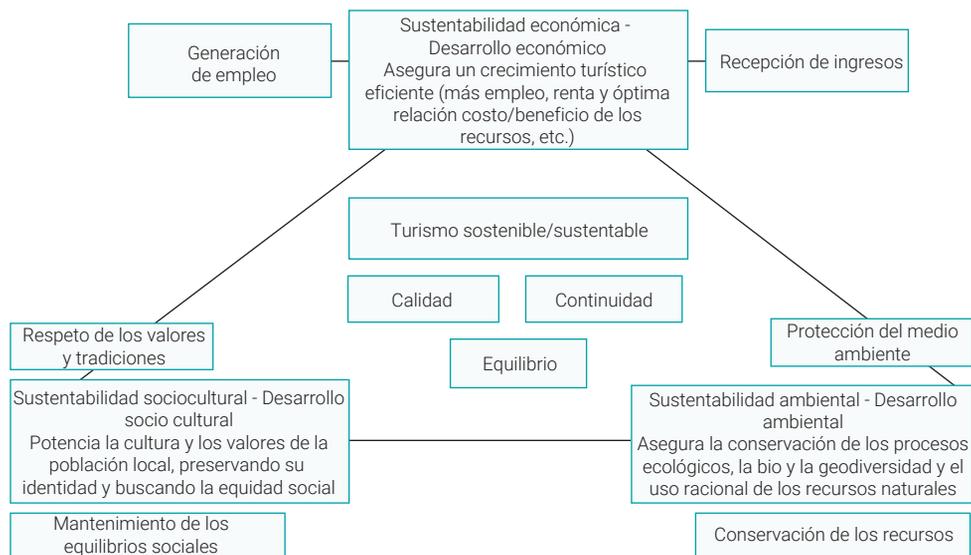


Figura 1. Componentes del turismo sostenible

Fuente: elaboración propia con base en Salinas y La O (2006) y Oyarzun Lillo & Taucare Taucare (2018).

Este proceso de turismo sostenible se podría lograr a través de la innovación social, la cual es por definición un proceso sostenible, emergente y participativo que busca encontrar soluciones problemas sociales que sean más efectivas, eficientes y sostenibles que las soluciones existentes.

Innovación social

Una forma de definir la innovación social es como el proceso de desarrollo e implementación de nuevas ideas para resolver necesidades sociales y crear nuevas relaciones sociales y colaboraciones. Como resultado, el valor generado por la innovación social se acumula en el conjunto de la sociedad más que en individuos privados, es decir, crea valor social. Por su parte, Bock (2016) y Chiodo et al. (2019a) interpretan la innovación social como un dinamizador del cambio basado en la colaboración y el aprendizaje social.

Otra característica es que se asocia a dinámicas emergentes de aprendizaje colectivo y procesos de coordinación. Estos procesos incluyen la participación no solamente de las comunidades directamente interesadas, sino que hay participación de agentes externos que con frecuencia llegan a desequilibrar las dinámicas preexistentes al traer capital social tipo puente (*bridging*) (Chiodo et al., 2019b). El capital social se crea mediante las relaciones entre los diferentes agentes y la realización de

acciones colectivas. Se generan interdependencias y acciones de intercambio que suceden gracias a los intereses comunes. Así, Vargas Prieto (2018) identifica tres formas básicas necesarias para la generación de capital social: las relaciones o redes sociales, la confianza y las normas sociales. Las relaciones sociales se explican porque generan en los individuos un conjunto de obligaciones y expectativas que les otorga mayor o menor confianza en las estructuras sociales, “además que proveen los medios necesarios para organizarse y controlar la acción del gobierno” (Cortés y Sinisterra, 2010, p. 31). La confianza se explica porque promueve valores en el conjunto de individuos basados en el principio de reciprocidad y así hay cierta certeza de que las obligaciones serán cumplidas. Finalmente, las normas sociales se justifican por el reconocimiento, el estatus, el honor y las recompensas.

Castro-Spila et al. (2018), proponen una definición de la innovación social que enfatiza su potencial transformador. Esta se interpreta como un proceso y resultado de carácter creativo y colectivo, basado en la aplicación de conocimiento para desarrollar alternativas que modifiquen condiciones de vulnerabilidad. Una innovación social afecta la relación entre amenazas y capacidades de grupos vulnerables. Es decir, puede reducir amenazas o aumentar capacidades de una comunidad.

Las dinámicas creadas por estas innovaciones crean desbalances que desnaturalizan las relaciones predefinidas lo cual se traduce en oportunidades de crear rutinas incluyentes o nuevos marcos en las relaciones de poder (Westley y Antadze, 2010). Por lo tanto, la innovación social se posibilita cuando a individuos o comunidades excluidas se les da la posibilidad de ser responsables en la toma de decisiones para la creación de bienes, servicios y metodologías que les posibilite formar nuevas relaciones (São Pedro Filho et al., 2017).

En el caso del turismo, la innovación social implica la sustitución de políticas macro de carácter nacional, por políticas regionales que reconocen las particularidades de cada territorio y comunidad (São Pedro Filho et al., 2017). Adicionalmente, se identifica una dimensión natural basada en los servicios ecosistémicos que tiene lugar en el territorio, así como una dimensión inmaterial basada en el valor cultural de la región y de las actividades sociales que allí tienen lugar. Es por esto por lo que los procesos de innovación social en el ámbito turístico deben abordarse desde una perspectiva más holística del desarrollo territorial (Chiodo et al., 2019a).

Esta perspectiva es la razón por la que a continuación analizamos los cinco criterios que se deben tener en cuenta para proponer una estrategia de turismo sostenible que genere innovación social. Estos son: arraigo, multifuncionalidad, bienes públicos y recursos comunes, mercados nicho e institucionales y gobernanza.

La necesidad de reconocer el arraigo del territorio

Un rasgo distintivo de las actividades turísticas es que dependen fuertemente del territorio en el que se desarrollan. Una empresa que desarrolla un servicio turístico, no puede moverlo de una región a otra. Puede reproducir el modelo de negocio en otra parte, pero las características naturales, socioculturales y de infraestructura del nuevo territorio serán diferentes. Este arraigo con el territorio implica que la forma en que se realicen las actividades turísticas tiene un elevado impacto en el desarrollo territorial. En particular, si estas actividades se desarrollan con un modelo tradicional industrial los resultados pueden ser entre otros, gentrificación, contaminación y precarización laboral (Gravari-Barbas y Guinand, 2017). Por otra parte, modelos de turismo incluyentes pueden ofrecer herramientas de gobernanza para el cuidado de la naturaleza y del patrimonio cultural, reconociendo -y remunerando- el conocimiento y tradiciones locales (Bramwell, 2013). El elevado impacto regional que tiene el turismo explica la creciente participación de los gobiernos locales y de actores de la sociedad civil (Song, Liu y Chen, 2013).

Aprovechar la multifuncionalidad del turismo

La multifuncionalidad se puede interpretar como la situación en la que una actividad privada puede generar bienes de carácter público (Polman et al., 2010). La provisión de estos bienes depende de los recursos existentes en un territorio. En primer lugar, un territorio puede ofrecer bienes naturales para las actividades humanas. Posteriormente, en la medida en que se presentan asentamientos, se crea un tejido social que se expresa en una cultura compartida y en formas de acción colectiva los cuales se pueden interpretar como bienes socioeconómicos (Camagni, 2017). Finalmente, para afianzar su presencia, los asentamientos organizados crean infraestructuras en el territorio. Esta dinámica es la que permite que en un territorio haya tres tipos de bienes: los naturales, los socioeconómicos y la infraestructura (Chiodo et al., 2019a).

Ahora bien, una actividad económica no solo se beneficia de estos bienes, sino que contribuye a la provisión de estos a otros miembros de una comunidad. Por ejemplo, un emprendimiento turístico no solo presenta a sus clientes el patrimonio cultural de una región, sino que puede realizar una campaña educativa sobre la protección del patrimonio para continuar ofreciendo y aprovechando su propuesta de valor. Por lo tanto, este emprendimiento se le considera multifuncional (Chiodo et al., 2019a) pues no solo ofrece un bien en un intercambio privado, sino que cumple

otras funciones al generar externalidades positivas, las cuales se pueden considerar como bienes públicos.

Reconocimiento de los bienes públicos y de los recursos comunes

Dado que la noción de multifuncionalidad resalta el vínculo entre turismo y bienes públicos, se hace necesario precisar el concepto y tipología de los bienes públicos. La teoría económica considera que los bienes públicos puros se definen por tener dos características: no exclusión y no rivalidad (Sandmo, 2018). La primera característica se refiere a la imposibilidad de que una(s) persona(s) excluya a otra(s) de consumir un bien. Por otra parte, la no rivalidad es cuando el consumo de una(s) persona(s) no disminuye la disponibilidad para otros; es decir, el costo marginal de proveer el bien a una persona adicional es cero. Como se puede apreciar en la figura 2, algunos bienes pueden ser no excluyentes, pero sí rivales (recursos comunes) o ser excluyentes, pero no rivales (bienes club). Para aplicar esta clasificación en territorios con potencial turístico, se tiene en cuenta a Healy (1994), Kaul y Mendoza (2003), Polman et al. (2010) y Sandmo (2008). Aunque la categorización tradicional refiere a una matriz, Polko (2012) representa esta información como un continuo en el que es difícil hacer clasificaciones taxativas de los bienes y es preferible hacer una de grado. Adicionalmente, es importante considerar que un determinado bien puede cambiar de clasificación si su escasez relativa cambia o si aparecen nuevas tecnologías para su gestión.

Nivel exclusión	Bienes club <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a parques temáticos • Rutas turísticas • Diseños de artesanías 	Bienes privados <ul style="list-style-type: none"> • Productos agrícolas • Servicios turísticos • Artesanías
	Bienes públicos puros <ul style="list-style-type: none"> • Biodiversidad • Patrimonio cultural • Descanso 	Bienes privados <ul style="list-style-type: none"> • Agua dulce • Recursos pesqueros • Recreación en ecosistemas frágiles
	Nivel de rivalidad	

Figura 2. Clasificación de bienes públicos por niveles de rivalidad y exclusión

Fuente: elaboración propia a partir de Healy (1994), Polman et al. (2010) y Polko (2012).

De acuerdo con la figura 2, la biodiversidad y el patrimonio cultural se clasifican como bienes públicos puros, mientras que las reservas de agua dulce y los servicios de recreación en ecosistemas frágiles (parques naturales, por ejemplo) se clasifican como recursos comunes. Por otra parte, el acceso a parques temáticos puede considerarse como un bien club, mientras que los productos agrícolas y los servicios turísticos son bienes privados.

Polman et al. (2010) señalan que en el caso de la agricultura hay cuatro tipos de funciones posibilitadas por su multifuncionalidad. Las actividades turísticas también están en capacidad de proveer estas funciones a cada una de las cuales los autores les asignan un color simbólico:

- Funciones verdes: gestión del paisaje y de la biodiversidad.
- Funciones azules: gestión de recursos hídricos y control de inundaciones.
- Funciones amarillas: revitalización de zonas marginadas, protección del patrimonio.
- Funciones blancas: seguridad alimentaria, seguridad física.

Si bien las funciones blancas se pueden clasificar como bienes públicos puros, en el caso de las demás funciones se pueden interpretar como recursos comunes, pues hay alta rivalidad y bajo nivel de exclusión. Esto se puede explicar por el hecho de que, en el caso de las funciones verdes, azules y amarillas, hay recursos que se pueden agotar lo cual implica que el costo de proveer a cada persona adicional es elevado (alta rivalidad), al tiempo que es difícil excluir a los miembros de una comunidad de su aprovechamiento (baja exclusión).

De acuerdo con Ostrom (2008), las características de los recursos comunes generan un dilema social, un conflicto entre el bienestar individual y colectivo. En este caso, existe un recurso delicado y codiciado sobre el cual es difícil controlar su acceso, lo cual lleva a su sobre explotación. Este fenómeno se conoce como la tragedia de los comunes y constituye uno de los mayores desafíos en la gobernanza de destinos turísticos. También es importante resaltar que, como parte de la multifuncionalidad del turismo, hay funciones que se pueden clasificar como bienes tipo club o bienes públicos puros, lo cual muestra la complejidad de la gestión turística y la necesidad de abordarla desde una visión sistémica reconociendo su impacto en el desarrollo territorial (Chiodo et al., 2019a).

El rol de las organizaciones solidarias en el desarrollo de los mercados nicho o institucionales

El concepto de mercados nicho o institucionales permite integrar varias de las ideas hasta ahora expuestas. Se les puede considerar como un desarrollo teórico de la nueva economía institucional que propone un vínculo entre multifuncionalidad, bienes públicos y tragedia de los comunes. Este concepto parte de reconocer que los mercados requieren del soporte de instituciones para funcionar (Ménard, 2005). Por lo tanto, aparte de los incentivos derivados de una transacción comercial, se tiene en cuenta que, en determinados mercados, tienen una mayor relevancia los comportamientos cooperativos y estructuras de jerarquía entre los actores de un mercado. Este es el caso de los destinos turísticos: el valor de la relación entre un visitante y un proveedor de servicios turísticos aumenta por la existencia de otros servicios en la región, lo cual se puede interpretar como una externalidad positiva.

Además, es necesario que haya algún nivel de cooperación entre los servicios para mejorar la experiencia de los clientes, por ejemplo, invirtiendo en transporte, sitios de información o seguridad privada. Finalmente, en la medida en que pueden aparecer conflictos por el uso de recursos comunes entre los vendedores, se hace necesario que haya una administración que especifique reglas y sanciones. La combinación de mercado, cooperación y jerarquía es la que según Polman, Poppe y van der Schans (2010) crea los mercados nicho y obliga a encontrar formas particulares de gobernanza híbrida que ayuden a mitigar la tragedia de los bienes comunes. Las organizaciones solidarias que se encuentren en el territorio (asociaciones, corporaciones, cooperativas, entre otras) pueden ser fortalecidas en este aspecto. Un elemento fundamental de estas organizaciones es que se basan en estructuras locales donde no hay separaciones entre las esferas de la economía y las relaciones de parentesco (Barona, 2013); de esta manera, no buscan la generación de capital, sino que son proyectos que garantizan la reproducción de su sociedad no solo en lo relacionado con la subsistencia, sino en otras esferas como la cultura y la autonomía política (Escobar, 2016). De esta forma, a través de las organizaciones solidarias, se podrían potenciar las estructuras locales que se basan en el conocimiento del territorio, para posibilitar el flujo de recursos que fortalezcan las formas de asociación local y a la vez permiten a los turistas, un diálogo cultural y no solamente un consumo cultural.

El poder de la gobernanza colectiva

Los desafíos que surgen de la gestión de recursos comunes en territorios turísticos suponen la necesidad de encontrar formas innovadoras de organizar la acción

colectiva. Los enfoques institucionalistas tradicionales planteaban que, para resolver un problema, los individuos se podían coordinar de dos formas: una organización jerárquica o de formas descentralizada a partir de relaciones de mercado (Shurky, 2008). Sin embargo, esta visión no tenía en cuenta que la coordinación puede tener lugar a partir de relaciones de confianza, solidaridad y reciprocidad (Song et al., 2013). De hecho, los mercados nicho requieren la existencia de vínculos que no son ni jerárquicos ni transaccionales.

Es por lo anterior que se hace necesario proponer alternativas de gobernanza que fortalezcan el capital social de las comunidades al reforzar y diversificar los lazos de confianza entre los agentes del territorio (Chiodo et al., 2019b). Si el turismo es un fenómeno social complejo con importantes efectos en los territorios donde tiene lugar, su gobernanza deber ser inclusiva para incluir suficientes actores con recursos diversos y complementarios que puedan aportar en la solución de problemas sociales (Trunfio y Campana, 2019). En este sentido Chiodo et al. (2019b) proponen que la gobernanza sea un proceso co-evolutivo que involucre tantas organizaciones como sea posible.

Los niveles crecientes de complejidad e incertidumbre de los problemas sociales se han definido desde las teorías de la complejidad como problemas perversos o retorcidos (Waddock et al., 2015). Es decir, resulta difícil alcanzar una definición consensuada del problema, de las alternativas de solución y de sus eventuales impactos (Alford y Head, 2017). Por lo tanto, variadas aproximaciones a la gobernanza en actividades turísticas reconocen la necesidad efectuar procesos de mejora gradual y emergente de cambio social reconociendo que los resultados son difíciles de anticipar; es decir, tener en cuenta la existencia de consecuencias imprevistas (Garfield, 2004).

Sin embargo, es importante reconocer que los procesos emergentes y participativos de gobernanza tienen limitaciones. En contextos heterogéneos y fragmentados como los de los destinos turísticos es difícil alcanzar una masa crítica para las decisiones, además de problemas de coordinación teniendo en cuenta diferencias en intereses, poder y competencias (Alford y Head, 2017). Teniendo en cuenta lo anterior, el fortalecimiento de las organizaciones solidarias en estos territorios puede ser una oportunidad para que el manejo de la gobernanza de los recursos turísticos se realice de manera colectiva. Varios estudios sobre la incidencia de las organizaciones solidarias en Colombia demuestran que estas tienen un impacto positivo en el desarrollo de los territorios rurales en Colombia. Matiz Piza et al. (2017) evidencian que las organizaciones solidarias aportan a la disminución de la pobreza, mejorando la calidad de vida de las mujeres productoras de dulces típicos artesanales en San

Basilio de Palenque, Bolívar. Estas organizaciones permiten que la comunidad use los mecanismos democráticos efectivos de toma de decisiones (democracia interna); los mecanismos de inserción social, redistribución e inclusión de las vulnerabilidades (justicia social); los impactos obtenidos por las Juntas de Acción Comunal (JAC) en el entramado social comunitario (construcción del tejido social comunitario, Castañeda y Vargas, 2017). Un estudio evidencia el rol de las organizaciones solidarias en el desarrollo local de los dos territorios (Provincia de Vélez y Paipa). Allí se identifica que en el caso del queso Paipa la creación de organizaciones solidarias fue necesaria para obtener la denominación de origen, a diferencia del caso del bocadillo veleño, en donde la asociatividad facilita la obtención de dicha protección jurídica (Prieto, Muñoz y Peña, 2017).

Discusión y conclusiones

Este artículo pretende ofrecer una reflexión teórica que explore la relación entre turismo sostenible e innovación social con el fin de utilizarlo de manera empírica en las propuestas de turismo sostenible que serán necesarios después de la crisis sanitaria que vivimos actualmente en el mundo. Gracias a la técnica de análisis de contenido, la revisión de la literatura permitió identificar una propuesta de articulación entre los conceptos de “turismo sostenible” y “capital social”. Esta relación fundamenta la construcción de una teoría simple sobre la relación entre innovación social y turismo sostenible.

Sin duda alguna, el informe Brundtland es la piedra angular del turismo sostenible en la medida en que las características del “desarrollo sostenible” que propone se ven reflejadas en las conceptualizaciones del “turismo sostenible”. En definitiva, la revisión de literatura evidencia que el turismo sostenible corresponde a la articulación de varios componentes que, a su vez, representan los tres pilares del desarrollo sostenible (económico, ambiental, social). Estos componentes para el turismo sostenible son la conservación de los patrimonios culturales, naturales y del medio ambiente, el crecimiento económico medido a través de la “capacidad de carga”, la participación y satisfacción de los turistas y comunidades receptoras.

Con respecto a la innovación social se entiende como la aplicación de conocimiento de forma colectiva y creativa para cambiar situaciones de vulnerabilidad de las comunidades. Esta ofrece procesos y resultados emergentes e incluyentes que permiten encontrar las formas de gobernanza que el turismo requiere para ser efectivamente sostenible. Como resultado se desarrollan modelos de co-creación de ofertas turísticas en los que intervienen turistas, organizaciones turísticas y comunidad local.

De esta forma se logra gestionar problemas perversos en contextos VUCA; es decir, con volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad. En particular, el proceso de prestación de actividades turísticas facilita la provisión de bienes públicos complementarios los cuales son fundamentales no solo para la sustentabilidad económica, sino especialmente para la sustentabilidad ambiental y sociocultural. Los desafíos que vienen para el sector turístico en un mundo pos COVID, exigirán que esta visión más integral de turismo deje de ser una corriente alternativa, para ser la norma.

Ese proceso de adaptación implicará grandes dificultades. En este artículo se mostró que el vínculo entre actividades económicas y bienes públicos genera dilemas sociales como la tragedia de los bienes comunes en el contexto de las actividades turísticas. Para lidiar con estos dilemas se hace necesario idear formas alternativas de gobernanza que implican replantear la forma en que se gestiona el turismo. El turismo sostenible es el resultado de una forma de gobernanza que puede reducir el impacto de la tragedia de los comunes. La gestión de recursos comunes no tiene una solución definitiva. Por lo tanto, los resultados de las innovaciones sociales para el turismo sostenible son siempre subóptimas.

A continuación, se propone una matriz de síntesis que permite evidenciar las propuestas específicas para desarrollar un turismo sostenible a través de la innovación social en los territorios en Colombia (tabla 2). Esta tabla relaciona los tres componentes del turismo sostenible (sustentabilidad económica, sustentabilidad ambiental y sostenibilidad sociocultural) con los cinco criterios de la innovación social (arraigo, multifuncionalidad, bienes públicos y recursos comunes, mercado nicho o institucionales y gobernanza). El cruce entre los componentes del turismo sustentable y los componentes de la innovación social permiten identificar algunas propuestas de innovación social para fomentar el turismo sostenible en Colombia.

Tabla 2. Propuestas de innovación social para iniciativas de turismo sostenible en Colombia.

Componentes del turismo sostenible/ Criterios de innovación social	Sustentabilidad económica	Sustentabilidad ambiental	Sustentabilidad socio cultural
Arraigo	Apoyo a organizaciones solidarias del territorio (asociaciones, cooperativas, fundaciones, corporaciones, etc.)	Proteger las particularidades ambientales propias del lugar (playas, montañas, parques naturales, ríos, etc.)	Identificación de productos y servicios propios del territorio (gastronomía local, sitios históricos, posadas nativas, visita a comunidades).

(continúa)

(viene)

Componentes del turismo sostenible/ Criterios de innovación social	Sustentabilidad económica	Sustentabilidad ambiental	Sustentabilidad socio cultural
Multifuncionalidad	Identificación de nuevas oportunidades de negocio (visitas a lugares desconocidos dentro del territorio).	Crear campañas de manejo de residuos, desarrollar programas para que los turistas aporten en algo en el territorio (llevarse su basura, publicar sus fotos de la naturaleza encontrada para hacer publicidad)	Ofrecer cursos del idioma local, ofrecer rutas sobre el patrimonio cultural e histórico de la región.
Bienes públicos y recursos comunes	Desarrollo de funciones blancas: seguridad alimentaria, seguridad física.	Desarrollo de funciones verdes: gestión del paisaje y de la biodiversidad. Y funciones azules: gestión de recursos hídricos y control de inundaciones.	Desarrollo de funciones amarillas: revitalización de zonas marginadas, protección del patrimonio.
Mercados nicho o institucionales	Acompañamiento a la comunidad en la creación de organizaciones solidarias (capacitación, organización y asesoría legal).	En la creación de estas organizaciones asegurar la conservación de los procesos ecológicos, la bio y la geodiversidad y el uso racional de los recursos naturales.	Organizaciones basadas en la protección de su cultural y los valores de la población local.
Gobernanza	Desarrollar procesos de autogestión de las organizaciones solidarias (una voz-un voto, propiedad colectiva, ser humano por encima del capital, democracia participativa)	Gestionar el respeto por el medio ambiente y su propio territorio desde las organizaciones solidarias.	A través de las organizaciones solidarias se busca la protección de la identidad de los territorios y la equidad social.

Referencias

- Abela, J. A., (2000). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. *Fundación Centro Estudios, 10(2)*, 1 - 34.
- Alford, J., & Head, B. W. (2017). Wicked and less wicked problems: a typology and a contingency framework. *Policy and Society, 36(3)*, 397-413. <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1361634>
- Alkier, R., Milojica, V., & Roblek, V. (2017). *Challenges of the Social Innovation in Tourism*. In 4th International Scientific Conference ToSEE-Tourism in Southern and Eastern Europe 2017 Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges.

- 20 Innovación social en el turismo sostenible como una propuesta de reactivación económica en la postpandemia
- dos Anjos, F., Limberger, P. F., Gadotti dos Anjos, S. J. y Domareski, T. C. (2011). Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticos. Estudio em uma agencia de viajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 722- 737.
- Barona, C. C. (2013). Economía de la Reciprocidad: Una aproximación a la Economía Social y Solidaria desde el concepto del don. *Otra Economía*, 7(12), 14-25.
- Bock, B. B. (2016). Rural marginalisation and the role of social innovation; a turn towards nexogenous development and rural reconnection. *Sociologia Ruralis*, 56(4), 552-573.
- Bramwell, B. (2013). Governance, the state and sustainable tourism: A political economy approach. In *Tourism governance* (pp. 59-78). Routledge.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Camagni, R. (2017). Regional competitiveness: towards a concept of territorial capital. In *Seminal studies in regional and urban economics* (pp. 115-131). Springer.
- Castro-Spila, J., Torres, R., Lorenzo, C., & Santa, A. (2018). Social innovation and sustainable tourism lab: an explorative model. *Higher Education, Skills and Work-based Learning*, 8(3), 274-290.
- Cater, E. (1995). Environmental contradictions in sustainable tourism. *The Geographical Journal*, 161(11), 21-28.
- Chiodo, E., Adriani, H. L., Navarro, F. P., & Salvatore, R. (2019a). Collaborative Processes and Collective Impact in Tourist Rural Villages—Insights from a Comparative Analysis between Argentinian and Italian Cases. *Sustainability*, 11(2), 432.
- Chiodo, E., Fantini, A., Dickes, L., Arogundade, T., Lamie, R. D., Assing, L., & Salvatore, R. (2019b). Agritourism in Mountainous Regions—Insights from an International Perspective. *Sustainability*, 11(13), 3715.
- Cortés, R. y Sinisterra, M. (2010). *Sociedad Civil, Capital Social y Desarrollo Sostenible*. Editorial Universidad del Cauca.
- Da Silveira, M. A. T. (2009). Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción. *Urbano*, 12(20), 61-75.
- Dehoorne, O., Murat, C. y Petit-Charles, N. (2010). El ecoturismo en el centro de las estrategias de desarrollo. Elementos de reflexión a partir de experiencias caribeñas. *Revista Geográfica*, 148, 117-135.

- Escobar, A. (2016). *Autonomía y diseño. La realización de lo comunal*. Editorial Universidad del Cauca.
- Garfield, E. (2004). The unintended and unanticipated consequences of Robert K. Merton. *Social Studies of Science*, 34(6), 845-853.
- Gravari-Barbas, M., & Guinand, S. (2017). Introduction: Addressing tourism-gentrification processes in contemporary metropolises. In *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises* (pp. 1-21). Routledge.
- Healy, R. G. (1994). The “common pool” problem in tourism landscapes. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 596-611.
- Instituto Humboldt. (2017). *Boletín de Prensa. Biodiversidad colombiana: números para tener en cuenta*. <http://www.humboldt.org.co/es/boletines-y-comunicados/item/1087-biodiversidad-colombiana-numero-tener-en-cuenta>
- Kaul, I., & Mendoza, R. U. (2003). Advancing the concept of public goods. *Providing global public goods: Managing globalization*, 78, 95-98.
- Ley 1558 de 2012. Diario Oficial No. 48.487. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/based-oc/ley_1558_2012.html
- Matiz Piza, M., Guillen Cruz, M.S., Cano Parra, D.A, Vargas Prieto, A. (2017). La economía solidaria en la mejora de la producción y comercialización de los dulces típicos de San Basilio de palenque. *Cooperativismo & Desarrollo*, 25(111), 1-15.
- Ménard, C. (2005). A New Institutional approach to organization. In C. Ménard and M.M.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019). *Turismo en cifras*. <https://bit.ly/3SWnLuN>
- Ochoa Fonseca, F.A y Morales Betancourt, D. (2016). *Tejiendo el territorio: Lineamiento para la construcción del turismo desde lo local*. Universidad Externado de Colombia.
- Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook. OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT, 1997). Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para planificadores locales. OMT.

- Ostrom E. (2008). Tragedy of the Commons. In S.N. Durlauf, Blume L.E. (Eds.), *The New Palgrave Dictionary of Economics*. Palgrave Macmillan.
- Oyarzun Lillo, F. y Taucare Taucare, H. (2018). El cambio de paradigma en el turismo sustentable Las implicancias para su gestión. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(1), 140-157.
- Polko, A. (2012). Urban Public Spaces-from Economics to Management. *Studia Regionalia*, (34).
- Polman, N., Poppe, K. J., van der Schans, J. W., & van der Ploeg, J. D. (2010). Nested markets with common pool resources in multifunctional agriculture. *Rivista di economia agraria*, 65(2), 295-318.
- Procolombia (2019). La sostenibilidad es clave para consolidar a Colombia como destino de naturaleza. <https://bit.ly/3SvfrjW>
- Salinas, E. y La O, J.A. (2006). Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba. *Cuadernos de Turismo*, (17), 201-221.
- Sánchez Castañeda, J. M. y Vargas Prieto, A. (2017) Incidencia de las juntas de acción comunal en el desarrollo local en áreas de influencia de proyectos de hidrocarburos. *Equidad y Desarrollo*, (27), 195-212. <https://doi.org/10.19052/ed.3997>
- Sandmo A. (2008). Public Goods. In: Durlauf S.N., Blume L.E. (eds) *The New Palgrave Dictionary of Economics*. Palgrave Macmillan.
- São Pedro Filho, F., Lorenzon, A. R., Vieira, N. M. C., da Silva, M. J. P. G., & Arenhardt, V. (2017). Reducing poverty by the management of social innovation. *International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 3(9), 789-797.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin.
- Song, H., Liu, J., & Chen, G. (2013). Tourism value chain governance: Review and prospects. *Journal of Travel Research*, 52(1), 15-28.
- The International Ecotourism Society (TIES, 2020). What is ecotourism? <https://ecotourism.org/>
- Trunfio, M., & Campana, S. (2019). Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100370.

- World Tourism Organization (UNWTO, 2019) Panorama del turismo internacional, Edición 2019. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- World Tourism Organization (UNWTO, s.f.a). Glosario de Términos de Turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- World Tourism Organization (UNWTO, s.f.b). Global Code of Ethics for Tourism. <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- World Tourism Organization (UNWTO, s.f.c). Desarrollo Sostenible. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Vargas Prieto, A. (2018). Participación de las juventudes en el desarrollo social de Colombia. En *Polýtropos. El desarrollo económico desde una óptica interdisciplinar*. Editorial SENA.
- Vargas Prieto, A., Muñoz Suarez, A.J. y Peña Castellanos, Y.Y. (2017). El rol de la asociatividad en la denominación de origen del Bocado Veleño colombiano como estrategia de competitividad. *I+D Revista De Investigaciones*, 9(1), 1-15.
- Waddock, S., Meszoely, G. M., Waddell, S., & Dentoni, D. (2015). The complexity of wicked problems in large scale change. *Journal of Organizational Change Management*, 28(6), 993-1012. <https://doi.org/10.1108/JOCM-08-2014-0146>
- Wall, G. & Mathieson, A. (2005). *Tourism Change, Impacts and Opportunities*. Pearson.
- Westley, F. & Antadze, N. (2010). Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact. *The innovation journal: the public sector innovation journal*, 15(2), 1-19.