

[DOI:](#)

ELEMENTOS PARA DINAMIZAR ECOSISTEMAS DE EMPREDIMIENTO EN EL SECTOR DEL TURISMO EN CHÍA¹

Luz Alejandra Riveros Sáchica²

Luz Mireya Rincón³

Angela Yolima Cita Velandia⁴

Hernán Alejandro Alonso Gómez⁵

Resumen

El emprendimiento rural es la oportunidad para que las naciones logren un crecimiento sostenido en la economía regional, la seguridad alimentaria, el desarrollo y la reactivación de los territorios, como lo hace referencia Espinoza (2021). Por otro lado, el desarrollo del ecosistema de emprendimiento es una de las estrategias más importantes para asegurar la continuidad y permanencia de los negocios, tal y como indican varios investigadores como Stam y Van de Ven (2019) y Malecki (2018). El turismo, como señala Ramírez (2018), es también uno de los principales motores del desarrollo regional, calificándolo como una oferta atractiva que implica un desplazamiento por razones distintas a la actividad productiva.

1 Proyecto de investigación Sistema de costos para ecosistemas de emprendimiento rural en el sector turístico en Chía. R1 - Economía regional general. R11 - Actividad económica regional: crecimiento, desarrollo y cambio.

2 Universidad de Cundinamarca. lalejandrariveros@ucundinamarca.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0002-0659-8870>

3 Universidad de Cundinamarca. lmireyarincon@ucundinamarca.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3302-1591>

3 Universidad de Cundinamarca. halonso@ucundinamarca.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5504-7661>

El artículo tiene como objetivo plantear elementos que impacten positivamente en la dinamización del ecosistema de emprendimiento rural del sector turístico en el municipio de Chía. La metodología utilizada fue el desarrollo de una investigación de enfoque mixto. Constaba de dos fases de ejecución de la siguiente manera: la primera en la que se construyó el marco teórico del proyecto, en la segunda se diseñó el instrumento, que constaba de tres partes: la primera de caracterización del emprendedor, la segunda de evaluación del ecosistema y la tercera del sistema de costos. Así, a partir de una revisión documental, se describen los elementos que influyen en la variable principal. Los hallazgos muestran que existe el reconocimiento de una entidad pública que vincula a los empresarios, también que la desintegración y la desconfianza son evidentes. Finalmente, las estrategias se presentan como una propuesta para impulsar el ecosistema con el objetivo de la competitividad.

Palabras clave: *competitividad; dinamización de ecosistemas; emprendimiento rural; estrategias; reactivación económica.*

Abstract

Rural entrepreneurship is the opportunity for nations to achieve sustained growth of the regional economy, food security, development and reactivation of territories as referenced by Espinoza (2021). On the other hand, the development of the entrepreneurship ecosystem is one of the most important strategies to ensure the continuity and permanence of business, as indicated by several researchers such as Stam & van de Ven (2019) and Malecki (2018). Tourism activity, as Ramírez (2018) points out, is also one of the main engines of regional development, qualifying it as an attractive offer that implies a displacement for reasons other than productive activity. The article aims to raise elements that positively impact the revitalization of the rural entrepreneurship ecosystem of the tourism sector in the Municipality of Chía. The methodology employed was the development of a mixed-approach research. It consisted of two phases of execution as follows: The first in which the theoretical framework of the project was built, in the second the instrument was designed, which consisted of three parts: first of characterization of the entrepreneur, the second of evaluation of the ecosystem and the third of the cost system. Thus, and based on a documentary review, the elements that influence the main variable are described. The findings show that there is recognition of a Public Entity that links entrepreneurs, also that disintegration and distrust are evident. Finally, strategies are presented as a proposal to boost the ecosystem aiming at competitiveness.

Keywords: *competitiveness; dynamization of ecosystems; rural entrepreneurship; strategies; economic revival.*

Introducción

Este artículo forma parte de la investigación Los ecosistemas de emprendimiento rural son espacios regionales en los que entidades públicas y privadas interactúan con emprendedores, cadenas de distribución, entidades de capacitación y empresas privadas para interactuar sinérgicamente, crear valor y promover la innovación en las zonas rurales (Muñoz, 2017). También abarca la historia, la cultura y los valores locales del territorio. Este tema es de enfoque reciente por parte de la literatura científica, sin embargo, es fundamental porque la economía de las regiones es un marco delicado que debe ser fomentado y dinamizado por diversos actores públicos y privados.

Dada la reciente situación derivada del COVID-19 y la inminente recesión económica, advertida por el Fondo Económico Mundial que espera una disminución global del 2,7 % para 2023, este artículo establece elementos que pueden servir de base para la construcción de estrategias que favorezcan el desarrollo y revitalización de ecosistemas de emprendimiento rural. Lo anterior conduce al siguiente problema: ¿cuáles son los elementos que pueden impulsar los ecosistemas de emprendimiento rural? A continuación, se presentan los resultados de una encuesta a 318 empresarios rurales de la actividad turística en Chía (Cundinamarca), estos resultados de preguntas relacionadas con ecosistemas de emprendimiento se comparan con hallazgos científicos y se correlacionan con las otras variables de estudio.

Revisión teórica

Ecosistemas de emprendimiento

El concepto de Ecosistemas de Emprendimiento (EE) se basa en la metáfora biológica de diferentes vínculos y relaciones entre las partes. En este caso, empresas privadas, entidades públicas, sector financiero, entidades educativas, inversionistas, entre otros, que interactúan y cooperan en un territorio determinado, de manera armónica para garantizar la durabilidad de las empresas (Malecki, 2018).

Los EE son un conjunto de elementos y factores que interactúan interdependientes, como instancias públicas y privadas, que, en un mismo espacio geográfico compartido, favorecen el surgimiento y mantenimiento de las empresas (Stam y Van de Ven, 2019). En los EE se desarrollan patrones económicos, así como la relación con la ruralidad, y también se cubren las dinámicas sociales, culturales, políticas y económicas que rodean la acción empresarial. Por otro lado, es esencial señalar la relación con el territorio y el contexto social, cultural, económico y político en el que se desarrolla la actividad (Spigel, 2017; Stam, 2015).

Isenberg (2011) también identifica algunos elementos y componentes, a saber: políticas, mercado, cultura, finanzas, capital humano, servicios y mercado que conforman los EE y que deben interactuar con los dominios para fortalecer la actividad, tales como: clientes, liderazgo, cultura, capital humano, organizaciones y asociaciones de desarrollo, instituciones educativas, infraestructura, clústeres económicos, redes y servicios de apoyo.

Para asegurar que los EE logren condiciones de crecimiento, autores como Stam (2018)

advierten que debe existir un diálogo real entre diferentes instituciones públicas, cadenas productivas, inversionistas y generadores de conocimiento como las universidades, donde debe existir condiciones de interacción e interdependencia entre ellos para lograr su desarrollo.

La investigación relacionada con los EE ha aumentado significativamente en la última década. Después de realizar una búsqueda en la base de datos Scopus, se evidenciaron un total de 2.224 investigaciones. Dado que 1994 es la primera publicación de este tema, sin embargo, no es hasta 2017 que se registra un número de más de 100 publicaciones. Cabe destacar que en los últimos tres años hay un promedio de 250 artículos, también es interesante observar que en 2021 se registraron un total de 477 artículos académicos. Estos datos muestran que este es un campo de investigación en crecimiento que ha generado interés por parte de la comunidad científica debido a su relevancia académica.

En cuanto al origen de las investigaciones, esa misma base de datos indica que Estados Unidos produjo un total de 477 artículos académicos, seguidos por el Reino Unido con 292, Italia con 168, Alemania con 148, España con 133, China con 126, India con 120, Australia con 108, Canadá con 193 y Rusia con 84. Estos datos nos llevan a concluir que toda la comunidad internacional está interesada en este campo de estudio y que este interés manifiesto no se limita a un solo continente.

La producción mayoritariamente son artículos, el 14,2 % son conferencias, los capítulos de libros con el 13,5 %, las reseñas el 3,2 %, los libros solo el 1,9 % y el resto de las publicaciones no llegan al 1 %. Al investigar la base de datos especializada EBSCO, los resultados muestran un total de 1.295 artículos registrados desde 1980

a la fecha, la mayoría son artículos, aunque también registran informes, disertaciones y publicaciones comerciales, en menor medida.

Corrientes recientes proponen incorporar en el concepto de Ecosistemas de Emprendimiento (EE) la gestión del conocimiento, ya que se considera la manera como este circula, se dispersa y el saber comunitario se esparce y beneficia al contexto (Jones 2018). También los sistemas de conocimiento pueden entenderse como una serie de combinaciones corporativas. Este flujo continuo de acciones empresariales permite la generación de conocimiento que lleva al emprendimiento a indicar que no necesariamente se necesitan nuevos conocimientos para iniciar un negocio, sino que el conocimiento es necesario para ser competitivo. Para cuando se cumplan las condiciones del contexto, el conocimiento se transformará en una oportunidad empresarial. Incorporar el concepto de conocimiento excedente que, junto con los EE, juegan un papel decisivo en el desarrollo social, el modo de vida y los factores económicos de las comunidades (Jones y Ratten, 2021)

A partir de esta construcción de múltiples visiones conceptuales, los investigadores han formado un cuerpo teórico y conceptual, denotando la importancia de articular el conocimiento con políticas que encarnan a los emprendedores en el ámbito local y nacional (Acse et al., 2014). La investigación sobre los EE se ha enfocado en generar mejores entornos que favorezcan el surgimiento de iniciativas innovadoras basadas en la articulación y alineación de redes sociales, inversionistas de capital, entidades generadoras de conocimiento, normas culturales y políticas económicas (Spigel, 2015).

Ecosistemas de emprendimiento rural

Los Ecosistemas de Emprendimiento Rural (EER) no incluyen solo el desarrollo tecnológico o las empresas de alto impacto llamadas *Spin Off*, ya que no se pueden ignorar los factores asociados a la productividad, la creación de empleo y la innovación (Foro Económico Mundial, 2013; Mason y Brown, 2014).

Los EER se entienden como espacios geográficos, sociales y económicos en los que diversos actores, como emprendedores, cadenas de valor, agencias gubernamentales, sistemas de apoyo a la capacitación y empresas privadas trabajan de manera articulada para generar valor a través de la creación de nuevos desarrollos productivos. Sin embargo, también implican acuerdos entre elementos políticos, económicos, culturales y sociales que, cuando se conectan con empresarios nacientes, los apoyan y los motivan a tomar decisiones y riesgos de los desafíos estratégicos, financieros y de otro tipo derivados de la acción empresarial (Muñoz, 2017).

Es necesario abarcar un concepto más amplio de ruralidad que no se restrinja a la siembra de cultivos (Ginés y Querol, 2019), que cumpla con el proceso de construcción social, determinado por el momento histórico y las narrativas locales. Esto también corresponde a los EER que deben cumplir con estas dinámicas de cada territorio, ser coherentes con la transmodernidad (Rodríguez-Magda, 2014),

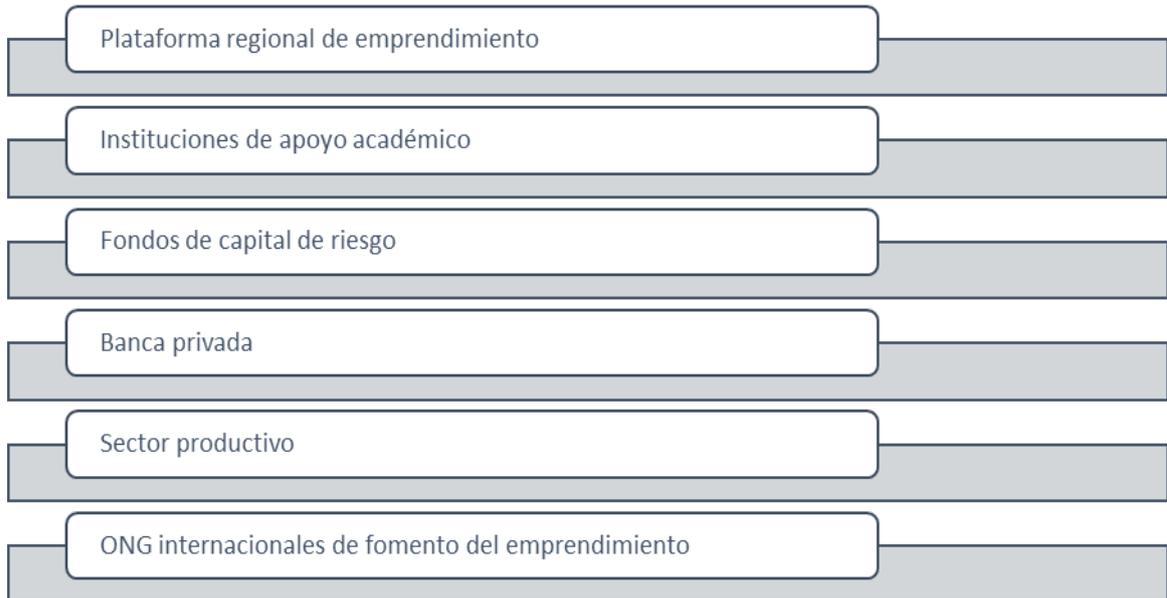
Bernardo (2019) explica la necesidad de superar la dicotomía entre urbano-rural como dos categorías únicas, ya que esta visión es anacrónica para un mundo industrializado,

complejo y en constante movimiento. Otros investigadores señalan la estrecha correlación entre el desarrollo regional y el emprendimiento rural (De los Ríos *et al.*, 2016). También señalan la importancia de trabajar en el eje público-privado para lograr el éxito en el fortalecimiento del ecosistema.

Desde otro punto de vista que incluye la historia, la construcción de la narrativa local y la conexión profunda con la calidad de vida en pequeñas comunidades, es importante destacar que estos EER deben responder a las necesidades de bienestar, económicas y atender a la conexión y vínculos sociales de la comunidad. Por lo tanto, no solo responden a las necesidades económicas, sino que también tienden a preservar y mantener su identidad cultural por parte de la comunidad rural (Hause *et al.*, 2021).

Específicamente para Colombia, los llamados Ecosistemas Regionales de Emprendimiento (ERE), reconocidos por INNpulsa y la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín en el documento denominado *Ecosistemas Regionales de Emprendimiento*, resumen cinco elementos que constituyen el ERE (INNpulsa y UNAL, 2016).

Figura 1. *Elementos ERE*



Nota. Elaborado a partir del documento ERE –INNpulsa-UNAL– (2016). Fuente: elaboración propia.

Sobre el tema de los EER, se puede decir que lo que se entiende como desarrollo empresarial está evolucionando gradualmente hacia un área más completa, que también incluye el espíritu emprendedor, económico, social y ambiental (Soleymani *et al.*, 2020). Soleymani propone 69 indicadores socioculturales, ambientales, económicos y éticos para evaluar EER.

Otros estudios se refieren a los dominios enumerados como indicadores del desarrollo de los EER (Allabadi *et al.*, 2022).

Figura 2. *Modelo de dominio Allabadi*



Nota. Basado en la propuesta modelo de Allabadi (2022). Fuente: elaboración propia.

Los dominios constituyen una visión holística e integral del ecosistema que va mucho más allá de la lectura tradicional-funcional que enfatiza la parte económica, pues en esta propuesta no dejan de lado aspectos tan importantes como el ecológico y cultural. Otro enfoque presenta una serie de indicadores sobre los EER, como lo indica Xie y colaboradores (2021), que incluye los siguientes ocho aspectos: capacidad de innovación, potencial de mercado, capital humano, financiero, infraestructura física, conectividad, gobernanza, calidad y cantidad del emprendimiento.

Al investigar la base de datos especializada de Scopus sobre los EER, se encuentran un total de 91 resultados, los trabajos están registrados desde 2009, sin embargo, solo en 2020 se registran un máximo de 17 publicaciones, señalando un aspecto importante en 2021 que registra un total de 18 artículos. En esta misma base de datos, la mayor parte de la publicación de artículos, capítulos de libros y reseñas de conferencias se registra con menos frecuencia. Los enfoques han sido principalmente de las ciencias administrativas, seguidos por las ciencias sociales con un 20 %, economía y finanzas con un 17 %, medioambiente con un 11 %, los otros enfoques correspondientes a ciencias agrícolas, biología, ciencias de la computación, ingenierías, ciencias de la decisión, energía, psicología y otros menos del 6 %. Estos datos muestran que es un campo transdisciplinario de estudio de creciente auge y expectativa. En relación con el país que toma la delantera en la encuesta, Estados Unidos es el país dominante con la mayoría de los documentos publicados en Scopus, seguido de India con 15, Alemania con 9, Canadá con 7, China con 6, y Francia, Austria, Francia, Portugal, Reino Unido y Hungría con menos de 5.

También al rastrear en EBSCO los resultados fueron considerablemente menores, solo se

encontraron cinco registros del tema fechados en 2019, los países en los que se concentra esta distribución son principalmente de Estados Unidos, Malasia, Israel y Colombia.

Los datos anteriores muestran que la investigación en los EER es un campo de alto crecimiento y potencial efecto representativo en investigación, de exploración relativamente reciente que no ha generado mucha literatura, por lo que es de interés científico.

Metodología

La metodología utilizada fue el desarrollo de un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo de investigación, que implica la recolección y análisis de datos, así como su integración y discusión conjunta, a través de la cual se pretende profundizar “las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que sea sometido a un análisis” (Sampieri, 2014, p. ¿?). El alcance es descriptivo por cuanto aborda temas que son poco estudiados, como los EER y el turismo. Los resultados presentados son cuantitativos y cualitativos.

Se elaboró un instrumento para la recolección de información que fue construido y validado en 6 meses, con especialistas temáticos en emprendimiento. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta estructurada, utilizando una escala Likert. El instrumento se desarrolló con tres variables centrales: las primeras veinte preguntas relacionadas con la caracterización de los empresarios rurales del sector turístico en el municipio de Chía; la segunda pregunta, entre 21 y 42, relativa al ecosistema emprendedor del turismo rural; y las últimas preguntas, 43 a 61, sobre el sistema de costos.

El tamaño de la muestra para la población total registrada en la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio de Chía fue de 500 empresarios, es decir, había una población finita, y el cálculo probabilístico del muestreo resultó en el resultado de 319 encuestas con un nivel de confianza de 99,7 %. Se realizó un muestreo aleatorio simple (Morillas, 2014), ya que en este “se seleccionan unidades poblacionales sin reemplazar los elementos observados, de modo que todas las unidades tienen la misma probabilidad de selección y todas las muestras son igualmente probables” (p. 75). El trabajo de campo se realizó en el municipio, entre enero y mayo de 2022, se obtuvieron datos de 318 emprendimientos de actividad diversificada en el municipio de Chía.

Dejando claro que, para el desarrollo de este artículo, se toman y contrastan las preguntas relacionadas con la segunda variable del estudio que corresponden al ecosistema y se contrastan con la literatura científica para aportar elementos que contribuyan a revitalizar los EER en Chía.

Resultados

Los resultados del estudio se presentan a continuación en términos cualitativos y cuantitativos, estos últimos a través de gráficos.

Los datos muestran predominantemente mujeres cabeza de familia con un hijo, predominantemente con escuela secundaria, menores de 30 años. Esto de acuerdo con los hallazgos del censo de población en el que predomina la población femenina en Chía (DANE, 2018).

Las actividades de la mayoría son oferta gastronómica, no están legalizadas. El 64

% dice que es principalmente un negocio familiar y de subsistencia. La gran mayoría también son pequeñas empresas, con ventas mensuales de menos de cinco millones de pesos y con menos de 5 empleados. Debido a estas características, pueden clasificarse como Microempresas (Minscience, 2019).

Los resultados muestran que el 35 % de los entrevistados indica que el emprendimiento resuelve problemas de carácter personal y comunitario en un 27 %. Este hallazgo muestra que existe una marcada conciencia sobre la importancia de establecer redes con pares, esto constituye una semilla para la construcción de ecosistemas, a través de la estrategia de capacitación se puede iniciar un proceso de identificación como comunidad y fortalecimiento de su identidad cultural. Banack (2021) afirma que el proceso de urbanización ha difuminado el concepto de urbano-rural, por lo que es importante darle un nuevo significado en un mundo cada vez más digital, automatizado y urbano.

Con respecto al tema en el que se investiga la conciencia de si la empresa es responsable en términos de gestión ambiental. El 87 % reporta tener buenas prácticas en este aspecto en su actividad productiva. Aunque las pymes han comenzado a crear conciencia sobre las implicaciones ambientales de su operación, su alcance aún es insuficiente ante la huella de carbono en la mayoría de las industrias (Trujillo-Quintero *et al.*, 2021).

El 65 % de los encuestados dijo no conocerse o identificarse como empresarios rurales, en parte el concepto de emprendimiento rural se ha asociado tradicionalmente con la actividad agrícola, por lo que las actividades relacionadas no se identifican ni reconocen como tales. Es fundamental construir una noción de comunidad o ecosistema (Arias, 2019) que permita crear alianzas, lazos y relaciones que fomenten la innovación y la interacción con las plataformas digitales

(Hsieh y Wu, 2019).

El 92 % dice no haber recibido ningún apoyo de una institución educativa para apoyar su actividad. Denotando que hay una desarticulación del ecosistema, siendo la generación de conocimiento vital para que se desarrolle y dinamice. La capacitación y la innovación son, entonces, componentes indispensables para la interacción con los ecosistemas, como se registra en la literatura (Galvão, *et al.*, 2020).

También se le preguntó sobre qué temas considera que podría recibir capacitación de una Universidad, los resultados se muestran a continuación:

Figura 3. *Temas de interés para la formación*



Fuente: elaboración propia.

Hay evidencias de interés en áreas comerciales, marketing digital, en materia financiera y contable, modelos de negocio y, finalmente, en asuntos legales. Esta información es crucial para que los formadores canalicen sus esfuerzos en estos temas, generando impactos en la población de emprendedores.

Con respecto a la pregunta que investiga si reconoce otros emprendimientos de actividad similar que puedan ser atractivos para los clientes, siete de cada diez responden positivamente a esta pregunta. Demostrando que identifican más ampliamente a sus competidores.

Este estudio también investigó los factores que impiden un mayor contacto con otros emprendedores, los resultados parecen sintetizados en el siguiente gráfico:

Figura 4. *Factores que dificultan el emprendimiento*



Fuente: elaboración propia.

Así, se puede observar que conduce a la falta de contacto con los demás como un elemento que impide el contacto con otros emprendedores, el segundo corresponde al sentimiento de competencia, luego a la desconfianza, seguido de la timidez. Esta pregunta nos muestra cuáles son los paradigmas que dificultan el contacto de las personas con quienes eventualmente pueden ser sus aliados estratégicos, la desconfianza y el espíritu competitivo prevalecen en la cultura como factores que impiden la formación de vínculos y redes que pueden construir oportunidades para los emprendedores.

La investigación sobre las razones por las que entraría en contacto con más empresarios de actividad similar produjo los siguientes datos, sintetizados gráficamente de la siguiente manera:

Figura 5. *Razones para contactar con otras empresas*



Fuente: elaboración propia.

Se puede evidenciar que prevalece el intercambio de conocimientos y experiencias, las posibilidades de expansión empresarial, la mejora de las compras y tanto la cobertura de necesidades como la captación de nuevos clientes son factores que están presentes en la mentalidad de los emprendedores, por lo que se puede afirmar que existe un interés legítimo en establecer redes de contacto, más aún si son personas menores de 30 años.

En la pregunta que investiga si recibieron apoyo de alguna institución pública o privada, el 64 % dice haber tenido contacto con la Municipalidad de Chía, el 22 % sin institución, el Gobierno de Cundinamarca y las universidades de la región recibió una percepción inferior al 4 %. Así, si bien es cierto, la administración municipal goza de reconocimiento, incluso los empresarios se sienten solos en el desarrollo de su actividad, iniciativas, apoyos y programas que se quedan cortos a la hora de cubrir estas necesidades del sector real.

Finalmente, la pregunta relacionada con si el demandado tiene alguna conexión con alguna asociación, la respuesta predominante es que no tiene una. Este resultado muestra que la asociatividad es muy baja, por lo que precisamente estas iniciativas públicas no pueden llegar a las poblaciones que realmente necesitan su seguimiento. Siendo el factor de asociatividad decisivo para la creación de sostenibilidad (Calvinisti, 2014).

Conclusiones y recomendaciones

Para cumplir con lo propuesto en este artículo, se trata de aportar elementos que permitan dinamizar los EER en Chía. A continuación, se presentan las contribuciones derivadas de la literatura científica que contrastan con los

hallazgos de la investigación presentada en la sección anterior.

Lo que se puede concluir en relación con el estado de los EER en Chía, es que están desarticulados, como lo demuestra la percepción de los empresarios rurales de la actividad turística. Las instituciones de educación superior no están llegando a los empresarios, han perdido representación y están desconectadas de esta población, las entidades públicas no están impactando a la población estudiada. El primer elemento, en este sentido, es fortalecer los canales de comunicación entre emprendedores y entidades públicas como la Alcaldía y las Secretarías de Desarrollo y Turismo municipal, que puedan proporcionar a los empresarios información relevante que fortalezca su actividad y los involucre en las actividades desarrolladas.

El segundo elemento se deriva de los datos aportados por este estudio, en el que se identificaron una serie de temáticas que los emprendedores reconocen que podrían mejorar su actividad y, así, promover acciones que conduzcan a la sostenibilidad. Priorizando la preferencia en la capacitación en ventas y el área comercial, marketing digital, temas financieros y contables como los más importantes.

Otro elemento que se debe trabajar es el grado de innovación, ya que se identifica como incipiente en los EER para Chía. Las operaciones no tienen grado de digitalización, ni hay interacción con plataformas, constituyendo así una oportunidad importante para crear negocios y ofrecer un cuadro de servicios turísticos que, aprovechando las enormes oportunidades derivadas de la ubicación geográfica y el interés gastronómico, puede convertirse en una situación real. Reactivar la economía fortaleciendo la oferta gastronómica en conjunto con una propuesta digital (Hsieh y

Wu, 2019).

Un cuarto elemento es la creación de sinergias entre las instituciones públicas y privadas de los EER en Chía y en la sabana centro, que es el área de influencia que converge el tejido productivo y empresarial que puede sostener las iniciativas productivas que se encontraron en esta investigación. Dado que el éxito de los EER requiere competencia y colaboración, como se indica en la literatura revisada (Zahra y Nambisan, 2012), este par público-privado constituye un eje de desarrollo y determina el éxito o fracaso de las empresas.

Un quinto elemento es la asociatividad, dada la importancia de que los emprendedores se unan y creen una estrategia de competitividad para asegurar la durabilidad de su negocio y, por tanto, de los EER. Esta forma de asociatividad es una forma de mitigar los efectos de la crisis derivada de las medidas restrictivas de COVID-19 y cómo las pymes pueden mantenerse sostenibles en el tiempo (Pérez-Sisa, 2020).

También es fundamental que los emprendedores rurales aprovechen su potencial turístico, ya que no se identifican como tales. En este sentido, pueden rescatar alimentos y tradiciones que pueden ser notables y convertirse en un clúster de turismo gastronómico como lo es en otras geografías del mundo, con esto también resalta la identidad de los pueblos y rescata las diferentes costumbres y preserva los conocimientos ancestrales transmitidos a través de la alimentación, configurando así un sexto elemento (Alonso, 2018; Cuevas, 2018; Magri, 2020).

Un séptimo elemento es en relación con los paradigmas de desconfianza y competencia que subyacen a los comportamientos de los emprendedores rurales detectados en este estudio, ya que deben ser abordados a través de acciones para capacitar a instituciones públicas y privadas con sensibilización y

capacitación intensiva. Estos paradigmas pueden ser intervenidos en tanto impiden la formación de un ambiente comunitario y el trabajo en red. La evidencia científica ha demostrado desde la década de 1980 que, desde el concepto de capital social, las redes de contacto son un activo valioso. Estos postulados se encuentran en académicos como Bourdieu (1986), Coleman (1998), Lin (1999), Putman (1995) y Burt (2000), quienes destacaron la importancia del capital social y su fuerte correlación entre pertenencia a redes, participación en actividades organizadas por instituciones públicas y la generación de confianza con la sostenibilidad de las iniciativas empresariales (Cárdenas *et al.*, 2015)

Un octavo elemento se configura en relación con la inminente necesidad de realizar diversas actividades como: trabajar desde la cultura como se indicó en el inciso anterior, una intervención en el fortalecimiento de la C-Emprende del Gobierno de Cundinamarca, para que se pueda consolidar una verdadera plataforma regional de emprendimiento, que permita el fortalecimiento de iniciativas a través del liderazgo y la presencia en la región de la sabana centro.

Como noveno elemento, la necesidad de la formulación, implementación y difusión de políticas nacionales y regionales que impacten financiera y operativamente en las empresas rurales y que puedan garantizar su sostenibilidad, relacionadas con el acceso al crédito, la capacitación activa, la atracción de inversionistas ángeles, y el acuerdo con la banca tradicional que permita esta necesaria reactivación después del alto impacto del COVID-19.

Un décimo elemento es la obligación de garantizar la conectividad y establecer una estrategia de redes sociales que permita a los emprendedores tener visibilidad en el mundo digital y así también ser competitivos

en un mundo globalizado e hiperconectado. En este sentido, crear una vitrina virtual de apalancamiento del turismo gastronómico puede ser fundamental para atraer clientes que permitan impulsar el sector desde un punto de vista económico y social.

Los elementos anteriores son fundamentales para impulsar, desarrollar y articular los EER de la actividad turística. También destaca la importancia de estimular la innovación a través de dos estrategias: la incorporación de tecnología y la necesidad de generar conocimiento innovador (Bar, 2023).

Este artículo muestra una serie de elementos que potencialmente pueden impulsar la interacción de ecosistemas de emprendimiento categorizado en actividades del sector público: la necesidad de crear canales de comunicación eficientes con emprendedores y con instituciones públicas que puedan beneficiarlos con una multiplicidad de programas que no están llegando a este tipo de población. La integración de los organismos públicos que requiere una mayor articulación entre el público y la academia y los sistemas productivos para generar sinergias.

Una categoría de formación: la necesidad de temas comerciales, de servicios y de marketing digital que puedan fortalecer las habilidades de esta población. El reconocimiento de los propietarios de estas empresas para identificarse como empresarios de turismo rural puede servir como una oportunidad para consolidar un clúster de turismo gastronómico que pueda proporcionar una multitud de atractivos a la oferta turística. Pero para ello es necesario aprovechar la tecnología y cultivar la innovación junto con el desarrollo de plataformas; se debe trabajar con la comunidad de emprendedores en talleres para crear conciencia y movilización de creencias que puedan favorecer la confianza y los lazos de camaradería, reforzando también su identidad cultural y

rescatando el conocimiento indígena.

Una categoría como estrategia de asociatividad: es esencial, a la luz de los hallazgos presentados en este estudio, que se haga una asociación entre empresarios rurales que pueda servir como palanca para mejorar su capacidad de interacción, fomentar las relaciones y beneficiarse de la perspectiva económica en términos de mejorar las compras colectivamente, por ejemplo.

Finalmente, es necesario tomar conciencia de la importancia de establecer EER sostenibles que permitan a los emprendedores integrarse y apoyarse mutuamente en el desarrollo de diversos factores, como los mencionados aquí, ya que les permitirá una mayor competitividad, sostenibilidad y desarrollo.

Referencias

- Acs, Z., E. Autio y L. Szerb. "Sistemas nacionales de emprendimiento: cuestiones de medición e implicaciones políticas". *Política de búsqueda* 43 (3): 476-494. DOI: 10.1016/j.respol.2013.08.016.
- Aliabadi, V., Ataei, P. y Gholamrezai, S. (2022). Identificación de las relaciones entre indicadores de ecosistemas emprendedores sostenibles en startups agrícolas. *Revista Innovación y Conocimiento*, 7(4), 100245. <https://doi-org.ucundinamarca.basededatosezproxy.com/10.1016/j.jik.2022.100245>
- Alonso-Sobrado D. (2018) Identidad cultural y turismo gastronómico: la mercantilización del patrimonio. *Revista Internacional de Gestión Científica y Turismo* 4-2: 51-71. <https://tinyurl.com/2ehowh5y>
- Arias, F. (2019). Evolución del papel del empresario rural: del agricultor subordinado del siglo XVIII al actual empresario rural. *Revista Gestión Venezolana*.
- Bar-El, R. (2023). Reformular la innovación: un caso de personalidad dividida. Elsevier BV. 10.1016/j.eap.2022.11.002. <https://tinyurl.com/2qv3lhx4>
- Bedregal Calvinisti, AE (2014). La asociatividad como factor de sostenibilidad en asociaciones de productores agropecuarios y agroindustriales. *Revista de la Universidad del Valle de Guatemala*, 27, 93-103 <https://tinyurl.com/2kdod332>
- Berardo, M. (2019). Además de la dicotomía rural-urbana. *Quid* 16, (11), 316-324. <https://cutt.ly/aHrJxe4>
- Bourdieu, P. (1986). Las formas del capital. En J. E. Richardson (Ed.), *Manual of theory and research for the sociology of education* (pp. 242-258). Westport: Greenwood Press.
- Burt, R. S. (2000). La estructura de red del capital social. *Encuesta de comportamiento organizacional*, 22, 345-423.
- Cárdenas, J; Guzmán, A; Sánchez, Carlos y Vanegas, J. (2015). ¿Qué se crea fomentando el espíritu empresarial? Los principales impactos de la capacitación en esta área. *Universidad y Negocios*, 17(28), 173-190. <http://dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.28.2015.08>.
- Coleman, J. (1988). El capital social en la creación de capital humano. *Revista Americana de Sociología*, 94, 95-120.
- Cuevas Álvarez M. (2018) Preservación del patrimonio cultural a través del turismo gastronómico. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Número 68. <http://ri.ujat.mx/handle/20.500.12107/3671>
- De los Ríos-Carmenado, I., Ortuno, M., Rivera, M., 2016. La colaboración público-privada como herramienta para promover el emprendimiento para el desarrollo sostenible: WWP torrearte experience. *Sostenibilidad* 8 (3), 199.

- EspinozaLastra, O.R., LlugllaLuna, L.A. y Padilla Buñay, A. (2021). Emprendimiento rural post-Covid-19: consideraciones para una recuperación económica sostenible. *University and Society Journal* 443-451: Extraído de: <https://cutt.ly/ibLuhLc>
- Galvão, A. R., Mascarenhas, C., Marques, C. S. E., Braga, V. y Ferreira, M. (2020). Mentoring entrepreneurship in a rural territory - Una exploración cualitativa de un programa de emprendimiento para áreas rurales. *Revista de Estudios Rurales*, 78, 314-324. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.038>
- Ginés Sánchez, Xr & Querol Vicente, A., (2019). Construcción social de lo rural y lo nuevo rural. Una aproximación al marco de interpretación rural de los actores políticos y sociales. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, Asociación Española de Trabajadores Agrarios Economistas, vol. 19(01), junio.
- Hause A., Davis N., Hendrickson F. (2021) Emprendimiento rural: lecciones aprendidas de la construcción de ecosistemas en Oregon. IDI. <https://tinyurl.com/23qntzde>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado C., Baptista Lucio P. (2017) Metodología de la investigación. Mac Graw Hill. Sexta edición.
- Hsieh, Y. y Wu, Y. J. (2019). Emprendimiento a través de la estrategia de plataforma en la era digital: Insights y oportunidades de investigación. *Las computadoras en el comportamiento humano*, 95, 315-323. 10.1016/j.chb.2018.03.033
- Iseberg, D. (2010). Cómo iniciar una revolución empresarial. *Harvard Business Review*. Centro de Investigación en Ciencias Administrativas y de Gestión Volumen 88, número 6.
- Jones P & Ratten V (2021) Repercussions of knowledge and entrepreneurial ecosystems, *Knowledge Management Research & Practice*, 19:1, 1-7, DOI: 10.1080/14778238.2020.1801363
- Jones, P., Klapper, R., Ratten, V. y Fayolle, A. (2018). Temas emergentes en comportamientos, identidades y contextos empresariales. *Revista Internacional de Emprendimiento e Innovación*, 19(4), 233-236. <https://doi.org/10.1177/1465750318772811>
- Lin, N. (1999). Construyendo una teoría de redes de capital social. *Conexiones*, 22(1), 28-51.
- Magri Harsich, G. (2020) La sostenibilidad sociocultural del turismo gastronómico en la ciudad de Uribe Larrea. Un primer acercamiento (2017-2018). Universidad Nacional de Quilmes. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2232>
- Malecki, E. J. (2018). Emprendimiento y ecosistemas emprendedores. *Brújula de geografía*, 12(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/gec3.12359>
- Morillas, A. (2014). Muestreo en poblaciones finitas. *Notas: Muestreo*.

- Pérez Sisa, F. G. (2020). Asociación empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en Ecuador. *Revista Eruditus*, 1(2), 39-52. <https://doi.org/10.35290/rev1n2.2020.308>
- Putnam, R. (1995). Bolos solos: el capital social en declive de Estados Unidos. *Revista Democracia*, 6, 65-78.
- Rodríguez-Magda R. (2014) Transmodernidad: La globalización como totalidad transmoderna. Observaciones filosóficas de la revista. Número cuatro. <https://tinyurl.com/2n3kqhky>
- Spigel, B. (2017). La organización relacional de los ecosistemas emprendedores. *Teoría y práctica del emprendimiento*, 41, 4972.
- Stam, E. (2021). Mide dos veces, corta una vez: métricas del ecosistema emprendedor. *Política de investigación*, , 104336. 10.1016/j.respol.2021.104336
- Trujillo-Quintero, H, Losada-Cubillos, J, Sánchez-Quiñones, E, & Vanegas-Rivera, L. (2021). Desarrollo Sostenible en las Empresas Colombianas. Propuesta de evaluación desde los niveles de alcance. *Producción + Limpio*, 16 (1), 83-99. EPub 26 de abril de 2022. <https://doi.org/10.22507/pml.v16n1a5>
- Xie, Z., Wang, X., Xie, L. y Duan, K. (2021). El ecosistema emprendedor y la calidad y cantidad del emprendimiento regional: un enfoque configuracional. *Journal of Business Research*, 128, 499-509. <https://doi-org.ucundinamarca.basesdedatos.ezproxy.com/10.1016/j.jbusres.2021.02.015>
- Zahra, S.A., & Nambisan, S. (2012). Emprendimiento y pensamiento estratégico en ecosistemas empresariales. *Business Horizons*, 55, 219-229. <https://tinyurl.com/2mbzvpha>