



**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

MODALIDAD INVESTIGACIÓN

Autores:

Génesis Angélica Romo Piñeros

Stefania Hernández López

**Tutor de este semestre de su trabajo de
grado (2021-1)**

Miguel Ricardo Landínez León

Título del trabajo de grado:

**Identificación de los aspectos que impiden la consolidación de la red nacional
de turismo comunitario de Colombia**

Bogotá D.C.

Fecha: (08/06/2021)

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos profundamente a Dios por permitirnos encontrarnos y poner desarrollar un buen trabajo juntas, acompañarnos en todo el proceso académico y vivir experiencias únicas que nos ayudó a fortalecer esta gran amistad. A nuestras familias, le debemos todo el apoyo, comprensión y ayuda que nos brindaron en nuestra carrera universitaria, en especial a nuestras madres Sofía López y Pilar Piñeros, hermanos Carlos Hernández y Yojhan Romo, primos, abuelos, a Cristian Chamorro Díaz, tíos y mascotas. Además, a grandes amigos de la carrera Jean Anderson Sierra, Kevin Andrés Polo y Carlos Andrés de la Rosa.

También, valoramos el gran esfuerzo de los profesores, en especial a nuestro tutor Miguel Ricardo Landínez que nos ayudó en todo el proceso de este trabajo de grado. Asimismo, a la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia, a la empresa turística comunitaria de Bogotá Tissus y La Red Argentina de Turismo Rural Comunitario por apoyarnos y escucharnos.

Resumen

En este trabajo de grado se identificaron los aspectos que impiden la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario, cuyo propósito es ayudar a su consolidación y fortalecimiento. El alcance de esta investigación es descriptivo, con un método epistemológico inductivo, se trabajó con los asociados de la Red por medio de entrevistas semiestructuradas y de la técnica del grupo focal donde se describieron los aprendizajes y perspectivas sobre la gestión de la Red y se analizó la gobernanza entre los actores relacionados con ella. Asimismo, se describen las experiencias de la Red de Colombia con la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario. Los resultados obtenidos estuvieron relacionados con los aspectos que se mencionaron anteriormente.

Palabra Clave: Turismo, Red, Turismo Comunitario, Gobernanza, Participación.

Abstract

In this degree work, the aspects that impede the consolidation of the Red Nacional de Turismo Comunitario were identified, whose purpose is to help its consolidation and strengthening. The scope of this research is descriptive, with an inductive epistemological method, we worked with the associates of the Network through semi-structured interviews and the focus group technique where the learning and perspectives on the management of the network were described and the governance among the actors related to it was analyzed. Likewise, the experiences of the Red de Colombia with the Red Argentina de Turismo Rural Comunitario are described. The results obtained were related to the aspects mentioned above.

Keywords: Tourism, Network, Community Tourism, Governance, Participation.

Objetivos

Objetivo General

Identificar los aspectos que han impedido la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario en Colombia.

Objetivo Específico

1. Describir los aprendizajes y las perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red Nacional de Turismo Comunitario.
2. Analizar la gobernanza entre los actores relacionados de la Red.
3. Comparar las experiencias de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia con la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario para identificar aspectos relevantes.

Tabla de contenido

Introducción	3
1. El Problema de Investigación	4
1.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2. Objetivos	6
Objetivo General.....	6
Objetivo Específico.....	6
1.3. Justificación.	6
2.1. Antecedentes documentales o estados del arte	8
2.1.1 Investigaciones sobre redes de turismo en Colombia	8
2.1.2. Investigación sobre redes de turismo en América Latina	10
2.2. Bases teóricas. Referentes teóricos y conceptuales	14
2.2.1. Turismo Comunitario.....	14
2.2.2. Redes.....	15
2.2.3 Gobernanza	16
2.2.4 Participación	17
3. Metodología aplicada.....	19
4. Resultados	22
4.1. Conclusiones	45
4.2. Recomendaciones	51
Referencias bibliográficas.....	54

Anexos	59
<i>Anexo A</i>	59
<i>Anexo B</i>	63
<i>Anexo C</i>	74

Introducción

La Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia aunque genera una serie de intercambios sociales de servicios, ideas y objetivos entre las 52 iniciativas de base comunitaria que hacen parte de ella, no tienen una ruta establecida para su consolidación, es por esto que el tema central de este trabajo de grado es identificar los aspectos que han impedido la consolidación de ella.

Este trabajo es fundamental porque por medio de los aspectos identificados, los asociados de la Red pueden tener herramientas para la consolidación. De igual forma, es importante resaltar que con la consolidación se puede favorecer el turismo comunitario de Colombia y romper barreras de acceso al sistema turístico ampliando la oferta turística comunitaria del país, ayudando a las iniciativas de base comunitaria que hacen parte de ella.

El alcance de esta investigación es descriptivo, con un método epistemológico inductivo. La metodología fue cualitativa, igualmente, implicó el uso de herramientas de recolección de información tales como las entrevistas semiestructuradas y el uso de la técnica de grupos focales. Se trabajó con los líderes representativos de cada una de las iniciativas de base comunitaria del país y un líder representativo de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario.

Además, las limitaciones del trabajo se basan en que no se pudo hacer un trabajo presencial por la contingencia sanitaria Covid-19, no se pudieron realizar todas las entrevistas semiestructuradas planteadas con los asociados por falta de herramientas tecnológicas para comunicarse con ellos y/o porque algunas iniciativas de base comunitaria están en lugares rurales donde no hay señal.

En este estudio hay cuatro capítulos, en el primero está el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, objetivo general y específicos y la justificación de la investigación. En el segundo capítulo, los antecedentes documentales con las bases teóricas. En el tercero está la

metodología aplicada y en el último capítulo encontramos los resultados, conclusiones y recomendaciones.

I

1. El Problema de Investigación

1.1. Planteamiento del problema

El turismo comunitario se ha enfrentado a grandes problemas tales como la falta de apoyo de la institucionalidad, la dificultad en la legalización de iniciativas de base comunitaria y que algunas agencias de viajes consolidadoras no trabajen de la mano con las comunidades locales. Igualmente, los procesos comunitarios necesitan ser orientados para cumplir con sus objetivos e ideales propuestos.

Desde que se dio a conocer que el turismo tradicional o de masas afecta directamente a la población local, los recursos y/o atractivos culturales, patrimoniales y naturales de los territorios, se dio como solución a dichos efectos la generación de estrategias de contención para el desarrollo y recuperación de la actividad turística en el mundo. Dado esto surge una alternativa que es el turismo comunitario.

En Colombia, se establecieron recursos para apoyar iniciativas productivas turísticas comunitarias a través del Plan Sectorial de Turismo 2008-2010 “Colombia, destino turístico de clase mundial” dispuesto por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En el año 2009, se elaboró la Política de Turismo Social “Hacia un Turismo Accesible e Incluyente para todos los colombianos”. Además, en el año 2012 se creó el Lineamiento de Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia que se orientó sobre los principios de la Política de Turismo Social.

En el informe llamado “Programa de Turismo Comunitario de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo” del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo mencionan que noviembre del año 2017 el Gobierno Nacional de Juan Manuel Santos en Colombia, da

inicio al proyecto de “Impulso al Turismo Comunitario” con el cual se convoca a 52 iniciativas comunitarias para la creación de la Red Nacional de Turismo Comunitario. A partir de este encuentro, el grupo de empresarios se junta como organización comunitaria, en la perspectiva de crear una Red que vele por el fortalecimiento de los emprendimientos de sus asociados con el fin de desarrollar los objetivos de los Lineamientos de Turismo Comunitario.

Aunque el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) hizo parte de la creación de la Red con apoyos económicos, talleres, capacitaciones y encuentros en diferentes lugares del país, dejó “la responsabilidad establecida dentro de los Lineamientos” a las iniciativas de base comunitaria que hacen parte de ella. Por otro lado, los asociados crearon una estructura organizativa, que se encuentra en la Figura 1.

Figura 1

Estructura Organizativa de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia



Nota. La figura muestra la organización de la Red. Fuente: Red Nacional de Turismo Comunitario (2020)

La organización de la Red está conformada por una Junta Directiva que está un presidente y cuatro comités, que están en diferentes regiones del país. Sin embargo, se evidencia que a pesar de que la Red genera una serie de conocimientos a los asociados y sus organizaciones, no muestra una ruta definida hacia su consolidación. Además, las iniciativas de

base comunitaria que hacen parte de la Red no tienen conocimiento sobre el manejo de redes de turismo para identificar los aspectos que impiden dicha consolidación.

La importancia de esta Red de Turismo Comunitario es fundamental para el cumplimiento de las políticas de turismo comunitario en Colombia y por esto se deben identificar los aspectos que no han permitido que avancen hacia su consolidación. También, por medio de la red se pueden romper barreras de acceso al sistema turístico y ayuda a fortalecer el emprendimiento de microempresarios del sector. Con base a lo anterior, en este trabajo se plantea la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los aspectos que han impedido la consolidación de la Red de Turismo Comunitario de Colombia?

1.2. Objetivos

Objetivo General

Identificar los aspectos que han impedido la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario en Colombia.

Objetivo Específico

1. Describir los aprendizajes y las perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red Nacional de Turismo Comunitario.
2. Analizar la gobernanza entre los actores relacionados de la Red.
3. Comparar las experiencias de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia con la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario para identificar aspectos relevantes.

1.3. Justificación.

La Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia dada su poca experiencia en la gestión y desarrollo de sus objetivos misionales, requiere reconocer cuáles han sido sus aprendizajes para tener una mayor calidad en el acompañamiento de sus asociados. Con el fin de

llegar a una consolidación que permita ayudar a las 52 iniciativas de base comunitaria. Asimismo, por medio de esta investigación se aportará a la comprensión de aspectos tales como: Red, Turismo Comunitario y Gobernanza.

El aporte social de la investigación es resaltar la importancia que tiene las redes para las iniciativas de base comunitaria, generando conciencia en los procesos de consolidación para que puedan avanzar de manera no jerarquizada a sus asociados, impulsando al turismo comunitario de Colombia por medio de la identificación de los aspectos que han impedido la consolidación de la Red.

Por medio de ella debería ayudar a generar un sistema de relaciones productivas del sector Turismo, lo cual es una manera eficiente de integrar actores de la cadena turística para trabajar todos con un mismo fin. En Colombia, fue fundamental el proyecto de "Impulso al turismo comunitario" creado en el gobierno de Juan Manuel Santos en noviembre del 2017, donde se crea la Red Nacional de Turismo Comunitario, la cual ha ayudado a enlazar a iniciativas de base comunitaria del país.

Igualmente, es primordial este estudio para el cumplimiento de las políticas de Turismo Comunitario y Social. Por una parte, desde la Política de Turismo Social de Colombia en sus objetivos se menciona facilitar el acceso al turismo de todos los colombianos como derecho fundamental, a lo cual la Red respondería rompiendo barreras de acceso al sistema turístico. Asimismo, Para la Política de Turismo Comunitario de Colombia es esencial impulsar el desarrollo del turismo comunitario enfocados a emprendimientos participativos y como uno de sus pilares está en impulsar la creación de una red de turismo comunitario en el país.

Además, ayuda a fortalecer el emprendimiento de microempresarios del sector, romper barreras de acceso al sistema turístico y que se pueda ampliar la oferta turística comunitaria en Colombia por medio de la Red Nacional de Turismo Comunitario. Por esto, la Junta Directiva y asociados buscan la ayuda de la institucionalidad para encontrar los aspectos que ayuden a iniciar su proceso de consolidación.

Este trabajo es esencial porque se realiza desde la necesidad que tienen los asociados para consolidarse como una organización de base sólida, por medio de un enfoque social. Se pretende contribuir a establecer aspectos de gestión, gobernanza y relacionamiento con otras organizaciones, aportando herramientas fundamentales con el fin de ayudar con los procesos de consolidación que pueden abarcar a la construcción de redes del sector del turismo. Por otro lado, esta investigación puede ayudar a la Red en un corto plazo.

Es relevante contar con este estudio para que la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia pueda consolidarse permitiendo la sostenibilidad y el apoyo conjunto entre sus asociados. Se puede destacar el fortalecimiento de las iniciativas de base comunitaria para formar alianzas estratégicas e implementar una mejor calidad de vida desde el turismo comunitario y social.

II

2. Antecedentes

2.1. Antecedentes documentales o estados del arte

Se revisaron diferentes investigaciones para identificar los objetivos generales, sus metodologías, sus resultados, conclusiones y/o recomendaciones a las que llegó cada autor(a) o actores. Se presentan las investigaciones de Colombia y posteriormente, las de otros países de América Latina como: Argentina, Bolivia, México, Costa Rica y Brasil. Enfatizando el papel del turismo en las redes y del turismo alternativo.

2.1.1 Investigaciones sobre redes de turismo en Colombia

En la siguiente parte, se abordan tres investigaciones sobre redes de turismo de Colombia a nivel nacional y local, con el fin de establecer cómo se ha trabajado el tema en el turismo comunitario y en el país. Igualmente, para identificar cómo contribuye el estudio a nuestro trabajo de grado.

En la investigación realizada por Pinzón (2013) describe el trabajo de 1999 a 2012 de la Red de Turismo Sostenible de Colombia para su consolidación. El objetivo de esta investigación es diseñar una recopilación de los procesos y actividades en un tiempo específico. La metodología aplicada en este artículo es histórica, descriptiva y exploratoria. En los resultados obtenidos se evidencia un cronograma para las actividades más relevantes, por ejemplo: el IV encuentro de la Red, el documento de planeación estratégica de la Red, entre otros. En conclusión, a pesar de algunos obstáculos que se han presentado en la Red ha continuado con sus trabajos y los líderes fueron dando forma a lo que hoy en día es.

Este documento nos ayudará a comprender la metodología aplicada en la investigación desarrollada por la Red de Turismo Sostenible en sus procesos de consolidación que fueron de tipo cualitativo. De igual forma, nos aportó conocimientos del trabajo de Redes en Colombia.

El siguiente artículo de Lotero, et al. (2008) estudia los sistemas organizacionales socioeconómicos en el turismo rural, en donde se define la capacidad que poseen los actores organizados para generar actividades económicas conjuntas. El objetivo de la investigación es analizar el turismo en dos regiones rurales de Antioquia (Guatapé y Jardín) en el ámbito del desarrollo económico local. La metodología aplicada de la investigación se relaciona con instrumentos de los enfoques del clusters. El resultado de esta investigación hace referencia al bajo nivel de capital social de los dos sistemas turísticos de Antioquia y un fallo en la coordinación. En conclusión, se hace referencia a lo lejos que está el sector de convertirse en un factor de transformación socioeconómico.

Este artículo se relaciona con nuestra investigación por los procesos de organización en sistemas productivos de turismo. Asimismo, la relación que tienen los actores, para desarrollar actividades conjuntas contando con los aciertos y falencias de los procesos en los territorios.

En la investigación de Polanco (2011) establece los sistemas de organización en redes empresariales rurales en Antioquia, el objetivo se centra en observar el flujo de información de los actores que conforman las redes y de esta forma inferir en la gobernanza como factor de

desarrollo. La investigación se estableció con el método ARS y se determinó en los resultados que el problema planteado es la gobernanza, de los actores en las redes. En conclusión, se hace referencia a la interdependencia de los actores y que la misma incide positivamente en el flujo de información contribuyendo a los acuerdos y/o negociaciones dentro de la red.

Podemos asociar este trabajo con nuestra investigación ya que analiza la gobernanza entre actores de una red de turismo y proporciona experiencias en la misma. Es importante mencionar que el flujo de información dentro de una red es fundamental para el desarrollo de gobernanza en la misma.

2.1.2. Investigación sobre redes de turismo en América Latina

En las investigaciones sobre redes de turismo en América Latina, se abordan diferentes investigaciones de Argentina, Bolivia, México, Costa Rica y Brasil; para identificar cómo se ha trabajado el tema en los territorios y el turismo comunitario.

En el artículo de Sacramento y Teixeira (2012) se pretendió delimitar el perfil de las empresas que actúan en redes en el sector de turismo, identificar los lazos establecidos por los empresarios del sector y verificar el apoyo existente. El objetivo de la investigación es analizar las redes y la colaboración establecida entre las empresas turísticas, el gobierno y las asociaciones del sector en la ciudad de Aracaju, Brasil. El presente estudio se caracteriza por ser exploratorio y descriptivo y es un estudio de caso. Los resultados identifican una fracturación entre los hoteles y por eso no existe una red de cooperación. Los empresarios destacan que la cooperación con otras empresas turísticas es más fuerte. En conclusión, aunque los empresarios muestran interés por establecer redes de cooperación aún es muy débil. También, falta apoyo del gobierno para establecer una fuerte asociación entre el sector público y el privado.

Este trabajo se relaciona con nuestra investigación porque muestra la importancia de las redes en el sector del turismo y cómo pueden aportar para tener alianzas estratégicas desde la cooperación.

El documento que se desarrolla en municipio de Malinalco del Estado de México realizado por González, et al. (2019) plantean cómo la gestión de las pequeñas y medianas empresas permite la creación de redes de cooperación empresarial. El objetivo de la investigación es analizar la gestión de las empresas del corredor turístico “Las Truchas”. La metodología que se usó fue inductiva. En los resultados se evidencia la falta de promoción, participación colectiva de la población de los alrededores del corredor turístico y la idea de crear una red de cooperación mixta en el lugar. En conclusión, se muestra que por medio de una red de cooperación mixta se puede realizar una buena gestión en el corredor “La Trucha”.

Esta investigación nos ayudará a comprender cómo las redes de cooperación apoyan a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) para el desarrollo local de un territorio y creación de nuevas redes para los fortalecimientos de corredores turísticos.

Por otro lado, Fairstein (2011) menciona en su investigación que el objetivo es intentar recuperar el modo en que la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta, Argentina (RTC) desarrolla estrategias y acciones significativas del territorio y los recursos naturales. La metodología es de tipo cualitativa algunos instrumentos de recolección de información fueron: entrevistas en profundidad, observaciones, registros de reuniones, informes de la organización, entre otras. En los resultados se observa que se puede realizar estrategias y acciones por medio de la recuperación de las tradiciones. En conclusión, la Red encontró un nicho que les permite aumentar sus ingresos sin terminar con las actividades de los pequeños productores rurales por medio de estrategias y acciones concretas.

Este artículo nos ayudará a comprender cómo la importancia de la Red en un contexto económico y productivo local. También, nos ayudará a identificar la importancia de los actores que hacen parte de la red.

El artículo de Moreno y Díaz (2018) describe como es el Programa Pueblos Mágicos de México. El objetivo fue analizar cómo el Programa de Pueblos Mágicos ha contribuido en la conformación de nuevas redes de cooperación y el fortalecimiento de las existentes. El método seleccionado para esta investigación fue el de la bola de nieve. Los resultados mostrados en este

análisis evidencian una baja cooperación de las redes de actores de turismo rural y el lento desarrollo de las comunidades estudiadas desde diferentes dimensiones. En conclusión, la Red de los Pueblos Mágicos se ha visto afectada con el turismo por la mala planificación y el abandono por parte del Estado, se debe trabajar con la red de cooperación para poner al turismo en función del patrimonio y no al contrario.

Este proceso investigativo fortalece nuestro trabajo, aportando los resultados de diferentes redes en el fortalecimiento al turismo y como desde un mal proceso se puede generar resultados negativos en las comunidades locales. Por consiguiente, el papel de la institucionalidad junto con las organizaciones y prestadores del sector, es esencial para la actividad turística en los territorios.

Por otro lado, el artículo de Murillo (2016) refiere sobre la búsqueda de establecer la vinculación entre emprendedores comunitarios de turismo rural y organizaciones de la Alianza de Turismo Alternativo, de Costa Rica, y la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario. La metodología que se desarrolló fue un análisis exploratorio y descriptivo. El objetivo fue determinar la vinculación entre las dos redes. Los resultados de esta investigación indican que el turismo se ve enriquecido gracias a las mujeres y el turismo rural comunitario puede mejorar la calidad de vida y los procesos económicos de la comunidad. En conclusión, cada una de las redes fortalece a las comunidades independientemente de los grupos poblacionales de los que están enfocados.

Gracias a este trabajo podemos incluir en nuestra investigación procesos que llevan las organizaciones de turismo rural y comunitario en diferentes países. Definiendo como son los liderazgos y quienes los llevan. Igualmente, pudimos ver el papel de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario con el fortalecimiento de las comunidades por medio de las redes.

La siguiente investigación es de Ramos (2014) donde menciona sobre los estudios realizados en la Parroquia Simiátug en Bolívar (Ecuador). Investiga la evolución y conformación de la Red de turismo comunitario, que fueron gestionados por los habitantes. El objetivo de la investigación es proponer bases para el turismo comunitario y fortalecer la Red de la zona. La

metodología aplicada es cualitativa, desde los instrumentos de recolección de información: entrevistas y revisión documental. Los resultados se observan que falta presencia del estado ecuatoriano para la Red y deben hacer estrategias para competir con otras redes de turismo. Asimismo, las recomendaciones dicen que establecer compromisos con actores de turismo y crear una gobernanza dentro de la red.

Con base a lo anterior, nos aportó a nuestra investigación un análisis del trabajo de otras redes de América Latina, resaltando la importancia de la gobernanza en los procesos de consolidación e igual forma, se establezca un trabajo conjunto con los actores de turismo.

Desde el artículo de Serrano, et al. (2008) mencionan el caso de la Red de Turismo Alternativo Totaltikpak de la Sierra Nororiente del estado de Puebla - México. El objetivo del estudio es aprovechar el recurso turístico por la Red que está conformada por siete empresas. La investigación se hizo por medio de un cuestionario a algunos socios de las empresas que hacen parte de la Red. En los resultados se puede decir que si se puede obtener mayores beneficios por el turismo desde el aprovechamiento de los recursos. Se recomienda la diversificación del producto turístico de las empresas para obtener mayores beneficios.

Por otro lado, por medio de este estudio comprendemos que la economía proveniente del turismo puede mejorar la calidad de vida de los integrantes de la comunidad y que desde la gestión comunitaria se puede aprovechar los recursos turísticos de manera sostenible por medio de una Red.

Para finalizar, encontramos el artículo Santiana y Belén (2017) que plantean identificar los atractivos y servicios turísticos que esta ofrece la parroquia La Esperanza (Ecuador) para que tengan un plan de consolidación de la red de turismo comunitario. El objetivo de la investigación es consolidar la Red de turismo comunitario en la parroquia La Esperanza. La investigación es predominante cualitativa, desde una visión holística, integral. En los resultados, se obtuvo una propuesta de consolidación de la red, estableciendo que para el 2020 la parroquia La Esperanza está posicionada como un atractivo turístico comunitario. En conclusión, se pueden establecer

acciones estratégicas con el fin de lograr el fortalecimiento de la Red en un corto, mediano y largo plazo.

Con el artículo de Santiana y Belen (2017) se profundiza en los conocimientos para el proceso de consolidación para la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia y se comprende que por medio de acciones estrategias se puede fortalecer las redes a corto, mediano y largo plazo.

22 Bases teóricas. Referentes teóricos y conceptuales

En este estudio se recoge los principales referentes teóricos y conceptuales que sustentan por una parte turismo comunitario, las redes, gobernanza y para finalizar, el tema de participación. Para poder identificar los aspectos que han impedido la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia. Por consiguiente, se define aspectos que se relacionan con el tema del trabajo de grado.

2.2.1. Turismo Comunitario

Con base a referentes teóricos y conceptuales se relacionarán investigaciones que generarán comprensiones sobre el turismo comunitario. Por una parte, en los años setenta en México se utilizó el turismo como herramienta para mejorar la calidad de vida de las poblaciones y se iniciaron políticas de conservación ambiental y sostenible, como lo menciona (Mendoza, et al., 2015). De la misma forma, se menciona que el turismo comunitario es:

Un tipo de turismo en el que la población rural, principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. (Cañada, 2012 como se cita en Mendoza, et al., 2015, p. 98)

Igualmente, en la búsqueda de una nueva forma de turismo sostenible aparece el turismo comunitario como herramienta de mejora para la conservación de recursos naturales, culturales y patrimoniales. El turismo comunitario puede ser sostenible y la comunidad local del territorio son los encargados de la actividad turística, por medio de esta tipología de turismo se puede mejorar la calidad de vida de la población, conservar y fomentar el respeto de los recursos naturales y culturales (Orgaz, 2013).

En consecuencia, para ejercer el turismo comunitario el diálogo directo mejora las condiciones organizativas, igualmente, generan mejores productos en las comunidades y ayudan a la participación de las mismas. Se establece por medio de intercomunicación directa desde el mutuo conocimiento y se caracteriza porque está compuesto por una serie de servicios turísticos por parte de los individuos, familias o una comunidad local (Fernández, 2011).

Con lo anterior, se puede decir que en el turismo comunitario, las comunidades locales ejercen un papel central en el desarrollo, gestión y control del turismo en su propio territorio. El objetivo principal es establecer una intercomunicación directa y mutua entre el turista y la comunidad. Es importante destacar que solo se toma esta tipología de turismo cuando los miembros de la población local son los que tienen mayor control y beneficios de estas actividades turísticas.

2.2.2. Redes

En esta parte, se determinará desde los referentes teóricos y conceptuales el tema de redes para articularla al turismo. Por un lado, “El origen del corpus teórico de la teoría de redes se remonta a los años setenta. Sin embargo, las investigaciones acerca de las redes sociales y de los vínculos sociales surgen con fuerza en los años 90” (Barozet, 2002 como se cita en Montecinos, 2007, p. 17).

El estudio de las redes es una de las áreas de mayor análisis dentro de las Ciencias Sociales y nos permite inferir en los sistemas de interacción humano. Se puede decir que las redes son fundamentales para que se puedan generar logros o metas comunes, no realizar

relaciones jerárquicas, establecer participación, reforzar la identidad, integración para la solución de problemas (Gil, 2015).

De igual forma, las redes son fundamentales y esenciales para gestionar diferentes procesos en este caso realizar un intercambio social en la cual existe un apoyo afectivo, moral, económico o social, otorgando bienestar social y económico que permite dar soluciones como la ausencia del Estado y para afrontar de la pobreza y desigualdad (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012).

Frente a los anteriores referentes teóricos, se afirma que en las redes existen un intercambio social de servicios, ideas y objetivos. Por medio de las redes, se puede realizar logros y metas comunes para fomentar la participación entre sus miembros. De la misma forma, permiten dar soluciones cuando hay una ausencia del Estado, para afrontar la pobreza y desigualdad.

2.2.3 Gobernanza

A continuación, se contemplarán los referentes teóricos y conceptuales de la gobernanza. Para empezar, se habla del término gobernanza desde finales del siglo XX. Desde una connotación normativa por medio del Banco Mundial (BM) y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Por otra parte, desde una acepción descriptiva se menciona que la gobernanza es entendida como la forma en que se conduce una sociedad y de organizar la acción colectiva para cumplir metas en común, en la que participan tantos actores públicos y privados (Serna, 2010). También, se puede decir que el concepto de “gobernanza” es un paradigma emergente, donde se habla de los procesos de los actores que buscan sus propósitos de convivencia, para solucionar problemas y dificultades. También, se menciona que:

Se refiere al proceso por el cual una sociedad dirige, gobierna y gestiona a sí misma, es decir, en esencia, al proceso por el cual el gobierno, las empresas privadas, las organizaciones de la sociedad civil y los ciudadanos interactúan para definir, acordar y decidir sus objetivos comunes y las formas de organización, el tipo de recursos y el

conjunto de actividades que resulten necesarios y adecuados para lograr satisfactoriamente los objetivos trazados. (Aguilar, 2011 citado por Quintero, 2017, p.42)

Con lo anterior, podemos determinar la importancia de la gobernanza, también, se puede complementar esta definición diciendo que es la capacidad de regular e intervenir en la coordinación de cada uno de los actores. Además, un punto relevante es que se debe hablar entre todos de los problemas y dificultades para establecer soluciones y debe tener una responsabilidad colectiva para implementar dichas soluciones (Gudiño, 2015).

Por consiguiente, la gobernanza no se da desde un solo actor sino es una participación colectiva. Pero, la responsabilidad se la dejan al gobierno en la solución de dilemas “por el reconocimiento de la incapacidad del gobierno para solucionar los problemas por sí mismo y por la necesidad de considerar y otorgar mayor importancia a su participación en la toma de decisiones de actores no gubernamentales y a las relaciones que pueden gestarse entre ello”. (Cruz, et al. 2016)

En este sentido, la gobernanza es el proceso por el cual una sociedad se dirige, gobierna y gestiona a sí misma. Es entendida como la capacidad de regular, negociar e intervenir teniendo en cuenta la coordinación de la multiplicidad de actores para lograr un “buen gobierno”, dar solución a los problemas, dificultades y necesidades por medio del diálogo. Para lograr satisfactoriamente los objetivos y metas trazadas, tomándolo desde una aceptación descriptiva.

2.2.4 Participación

Para finalizar, se contempla los referentes teóricos y conceptuales de la participación. En primer lugar, González y Velásquez (2003) plantea que la participación es un proceso social de la acción de las personas y grupos en busca de metas específicas, en función de sus intereses (de clase, de género, de generación) e implica un esfuerzo en busca de los logros específicos, como, por ejemplo: la toma de decisiones.

Como se menciona anteriormente, se hace un énfasis a la intervención de una persona en algo que le pertenece porque ahí tiene un interés latente o manifiesto, el participar ratifica la existencia de una organización o grupo social (Sánchez, 2009). Por otra parte, Barrientos (2005) menciona que sin en la toma de decisiones no todos dan su opinión (ya sea por falta de interés o de consulta) generar un incremento de problemas. Igualmente, las personas participantes de la toma de decisiones muestran más interés y compromiso en su ejecución, haciendo proposiciones frente a las alternativas. Estas medidas enriquecen la información, el conocimiento y las experiencias, lo cual tiene mayor probabilidad de correspondencia con las necesidades reales de los actores (Robirosa, et al., 1990 citado por Barrientos, 2005, p. 3).

Se puede enfatizar, Barrera (2009) plantea que la participación tiene cuatro niveles, los cuales son: la social, la comunitaria, la ciudadana, y la política. Dicho lo anterior, tomaremos la participación comunitaria como un referente para este trabajo investigativo. La participación comunitaria es un proceso que va más allá de incidir en la toma de decisiones gestionado desde la comunidad, en este es implícito el compromiso y la responsabilidad. En esta se involucran procesos de aprendizajes en cuanto a la planificación, gestión, supervisión y control de los proyectos comunitarios, referentes del consenso e incorporación colectiva (Sánchez y Del Pino, 2008). Complementado esta definición, la participación comunitaria es un proceso en el cual la comunidad está involucrada de manera directa y organizada, teniendo un poder en la toma de decisiones (Narváez, et al., 2017).

Con lo anterior, se afirma que la participación es un proceso social en busca de metas y logros, las personas que participan en la elaboración de las tomas de decisiones son las que tienen un interés latente o manifiesto con su ejecución. Las decisiones y los programas se enriquecen por la información, el conocimiento y la experiencia de muchas personas; tienen, por lo tanto, mayor probabilidad de correspondencia con las necesidades reales. Igualmente, en la participación comunitaria es esencial porque se refleja que es desarrollada por la comunidad donde implica un compromiso y responsabilidad de la misma, allí se crean unos aprendizajes donde se contempla la planificación, gestión, entre otros.

Según las teorías descritas anteriormente, se puede ver la Red de Nacional de Turismo Comunitario como una red de sistemas organizados definidos, por un grupo de personas que participan en el turismo comunitario y que desean lograr por medio de ella el fortalecimiento de sus iniciativas de base comunitaria, por medio del reconocimiento de los múltiples actores que son capaces de negociar, interactuar y regular procesos para el logro de metas comunes.

III

3. Metodología aplicada

El alcance de esta investigación es descriptivo, con un método epistemológico inductivo. Por medio de él, se identifican los aspectos que impiden la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario. El enfoque del trabajo es cualitativo se realiza desde los instrumentos de recolección de información son las entrevistas semiestructuradas y de la técnica del grupo focal. El análisis abarca el periodo del año 2020 a febrero del 2021 y se determinó los aspectos que han impedido la consolidación desde el inicio de la creación de la Red que fue desde el año 2017.

La población total de este trabajo de grado son las cincuenta y dos iniciativas de base comunitaria que hacen parte de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia y un líder representativo de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario. Cabe destacar que los asociados que hacen parte de la Red de Colombia están en diferentes lugares del país en áreas rurales y urbanas. Por lo tanto, en la siguiente figura se ubica geográficamente el lugar donde están los asociados.

En el objetivo específico número uno que es “Describir los aprendizajes y las perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red Nacional de Turismo Comunitario”. Se comprendió aspectos relevantes, lo cual nos ayudó a identificar los siguientes puntos: las expectativas de los asociados frente a los procesos de la Red, la visión de los asociados sobre la Red, el por qué las iniciativas se han fortalecido o no después de ser parte de la Red y cuál ha sido las experiencias sobre el desarrollo empresarial que se ha abordado en ella.

Para el cumplimiento de este objetivo específico, se realizó por medio de la técnica del grupo focal a seis personas que hacen parte del Comité de Educación, se hace el trabajo con ellos porque tienen contacto directo con cada uno de las 52 iniciativas de base comunitaria que hacen parte de Red. Adicionalmente, el Comité ha trabajado directamente en los procesos internos de ella. La reunión se realizó por la aplicación de videoconferencia Google Meet ya que las personas están en diferentes lugares del país, en áreas rurales y urbanas. Para la recolección de la información recolectada se estableció por medio de un cuadro de resultados que está en el Anexo A.

Para el objetivo específico número dos, que es “Analizar la gobernanza entre los actores relacionados de la Red”. Se pretende ver cuál es la capacidad y los estilos de negociar, regular e interactuar de los miembros para consolidar la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia. Por medio de una entrevista semiestructurada se hace el cumplimiento del objetivo desde una muestra aleatoria simple. Es importante resaltar que en total son 30 personas a las que se debe realizar las entrevistas semiestructuradas. Sin embargo, por dificultades con la conectividad al internet y señalización se pudo ejecutar 19 de las 30 entrevistas plateadas.

Adicionalmente, para el cumplimiento del objetivo se realizan las entrevistas por medio de llamadas y plataformas digitales como: Google Meet, Zoom, WhatsApp y Facebook. Para la recolección de información se hace por medio de un cuadro de resultados que está en el Anexo B, en este cuadro se evidencia las respuestas de cada una de las diecinueve personas entrevistadas para el cumplimiento del objetivo.

De igual forma, en el tercer objetivo específico que es “Comparar las experiencias de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia con la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario” se pretende comparar los diferentes aspectos que tienen cada red, de esta forma poder ver que le falta o que se podría implementar a la Red de Turismo Comunitario de Colombia.

Se compara las expectativas y experiencias de la Red de Colombia con la de Argentina, porque la de Argentina ha estado desde los inicios de la creación de la Red de Colombia; han trabajado en los procesos de consolidación, son una Red a nivel nacional y porque ellos han estudiados en torno a los temas de red y turismo comunitario. Se realizó una entrevista semiestructurada, La muestra de la investigación fue una persona que ha estado desde la creación de cada una de las Redes porque tienen más experiencia en la gestión de cada una de ellas. También, se hizo por medio de la plataforma Google Meet. Los resultados se muestran en un cuadro de resultados donde se evidencia la trayectoria de cada Red que se encuentra en Anexo C.

Por otra parte, se hizo una matriz de objetivo para mostrar cómo se realizó cada uno y dar una secuencia lógica. Para finalizar, las limitaciones más relevantes del trabajo de grado fueron, la emergencia sanitaria Covid-19 y la distancia entre cada una de las iniciativas de base comunitaria no se pudo hacer un trabajo presencial y amplio. Además, por dificultades como señal y falta de medios tecnológicos no se pudo hacer las entrevistas a las 30 personas que se pretendía al comienzo para el cumplimiento del objetivo dos.

IV

4. Resultados

En este capítulo se evidencia los resultados obtenidos del trabajo de grado con respecto a los tres objetivos específicos y poder identificar los aspectos que han impedido la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario Colombia. Igualmente, se elaboró una Matriz de Objetivos donde se describe cuál es, en qué consiste, cómo se desarrolló y el resultado que se abordó para el cumplimiento de esta investigación.

Para el cumplimiento del **primer objetivo específico** que es describir los aspectos que impiden la consolidación desde los aprendizajes y las perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red Nacional de Turismo Comunitario se desarrolló por medio de la técnica del grupo focal a seis personas que hacen parte del Comité de Educación. Igualmente, se realizó la siguiente matriz de objetivo para dar cumplimiento.

Tabla 1

Matriz de objetivo para el cumplimiento del primer objetivo específico.

OBJETIVO	¿EN QUÉ CONSISTE?	¿CÓMO?	PRODUCTO - RESULTADO
Describir los aprendizajes y las perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red Nacional de Turismo Comunitario.	Se conocerá la perspectiva de los asociados acerca de la Red. La cual nos ayudará a identificar los siguientes puntos: Lo que querían de la red y lo que se ha logrado. Identificar si tienen toda una visión conjunta sobre la Red Indagar si se han fortalecido sus empresas desde la Red.	Se pretende establecer un contacto con el comité de educación para conocer sus perspectivas y aprendizajes frente a la gestión a través de la técnica del grupo focal.	Identificar aprendizajes y perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red de Turismo Comunitario de Colombia.

Nota. Elaboración propia tomada de Landínez (2020).

En la tabla número uno se refleja la matriz de objetivo, en esta se encuentra el cuadro de producto – resultado, de cual se va a derivar la primera parte de los resultados, identificando los aspectos que impiden la consolidación. En este punto, se describe las expectativas que tienen los asociados que hacen parte de la Red frente a los procesos que se han generado en ella. Por una parte, es importante mencionar que las expectativas de los asociados son fundamentales para el propósito, objetivo, misión y visión de la Red, estableciéndose en el turismo comunitario, por medio de una intercomunicación directa, mutua entre el turista y la comunidad (Fernández, 2011).

Se evidencia que el **Comité de Educación** ha trabajado en la gestión de la Red y en los procesos internos. Por otra parte, se refleja que este comité es el encargado de apoyar procesos de capacitación, educación que aporte a las actividades en torno a las actividades turísticas de los asociados a la Red. Por otro lado, dicho Comité tiene una relación directa con la mayoría de asociados, lo cual permite una difusión de información precisa a todas las iniciativas.

En primer lugar, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) da inicio a la creación de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia en el año 2017 desde el programa “Impulso al Turismo Comunitario”. Trabajando conjuntamente con los asociados gestionando encuentros entre las 52 iniciativas. A partir de este encuentro, los asociados se juntan como organización comunitaria y toman el nombre de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia. Luego de una distancia temporal por parte del MinCIT, uno de sus funcionarios retomó el acompañamiento a los asociados desde inicios del 2020. No obstante, esta persona de la entidad no tenía conocimiento e información que le permitieran generar un vínculo real con la Red.

Si bien, el Programa “Impulso al Turismo Comunitario” liderado por el Viceministerio de Turismo tuvo resultados positivos al permitir el encuentro entre los líderes regionales conformando espacios de encuentro para la toma de decisiones. También cabe resaltar que, solventado este primer proceso, se proporcionó desde la autonomía del grupo seguir cumpliendo otro de los puntos de la “gestión de los emprendimientos de turismo”, enumerados dentro de los lineamientos, que habla de “propiciar la formalización empresarial de las distintas

organizaciones, asociaciones y grupos de trabajo que han emprendido o desean comenzar proyectos de turismo comunitario”.

De forma similar, después de esto no hubo un seguimiento institucional, ni apoyo para la consolidación, generando en la Red una espera por parte del MinCIT sobre los pasos a seguir, y hubo una dependencia institucional de los asociados hacia el Gobierno, provocando que no avancen en la consolidación. Por lo cual, no se ha permitido un fortalecimiento de la Red hacia las organizaciones, ya que aún siguen en la búsqueda de la consolidación. Finalmente, el fortalecimiento de los asociados es esencial porque desde sus aprendizajes y perceptivas pueden aportar aspectos que ayuden a su fortalecimiento.

Es importante resaltar que cada una de las iniciativas de base comunitaria que hacen parte de la Red están en áreas urbanas y la mayoría rurales de Colombia. El turismo alternativo como el natural, cultural, social, entre otros, son los que se destacan en la oferta turística. Con lo anterior, podemos inferir que la oferta turística comunitaria en Colombia es amplia y se puede ofrecer una alternativa al turismo en cada rincón del país.

Otro punto relevante es que las expectativas de los asociados eran que Red sea una organización con políticas propias. Eso quiere decir, que sea autónoma en las decisiones que se tomen dentro de ella. No obstante, aunque existe una Junta Directiva y los Comités de Comunicación, Comercialización, Proyectos, Educación y próximamente, el de Calidad; se identifica que no hay un plan de trabajo para seguir mejorando en este aspecto.

Luego mencionan dentro de las expectativas, que se quiere destacar el turismo comunitario del país por medio de una comercialización conjunta entre los asociados, mostrando la importancia del turismo alternativo y poder visibilizar la oferta del turismo rural, cultural y comunitario. Es por lo anterior, que podemos decir que desde las redes se puede gestionar diferentes procesos en el intercambio social, en la cual existe un apoyo afectivo, moral, económico o social (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012).

Del mismo modo, la visión de la Red es ampliar la oferta turística comunitaria de Colombia con la comercialización conjunta y ser una Red que lidera el turismo alternativo del país, por medio, de las iniciativas que trabajan directamente con las comunidades. Existe una gran variedad de oferta turística dentro de ella, en diferentes lugares del territorio donde se resaltan las culturas, ideas, tradiciones y costumbres por medio del turismo alternativo. Cabe señalar, que algunas iniciativas de base comunitaria en sus acciones y percepciones están encaminadas a velar sólo por sus emprendimientos y no para la gestión de la Red. En este caso, es uno de los aspectos que no ha permitido la consolidación.

Con base a lo anterior se indica que los asociados quieren ampliar la oferta turística por medio del turismo comunitario y su cadena de valor. Sin embargo, se refleja que no se ha trabajado para lograrlo y los asociados no cuentan con un aporte desde la Red que ayude a financiar en la mejora de la calidad de sus actividades turísticas. De acuerdo con las expectativas que tienen los asociados, aún no se ha cumplido a cabalidad.

Asimismo, se destaca que la creación de la persona jurídica de la Red es la Asociación Red Nacional de Turismo Comunitario Colombia, REDTUCO Colombia, que se pudo formalizar a finales del año 2020 y que, por medio de esta, tuvo un primer avance para el cumplimiento de sus expectativas. No obstante, se logrará lo anterior si hay una participación de todos los asociados frente a los procesos internos de la misma e interés de las iniciativas. Con lo anterior podemos inferir que la participación es esencial porque hay un interés latente o manifiesto donde se ratifica la existencia de los asociados frente a la Red (Sánchez, 2009). Por otro lado, al participar implica un esfuerzo en busca de logros comunes (González y Velásquez, 2003).

Aunque, se menciona que la Red en el año 2020 se legalizó, aún muestra dificultad en los procesos internos, lo cual no ha permitido la consolidación de la misma. Sin embargo, la Red ha venido trabajando en su identidad, en este proceso se ha reconocido tanto a nivel nacional como internacional. Por ello, su consolidación es necesaria para mejorar la calidad de vida de las comunidades en diferentes territorios e impulsar a la conservación de los recursos naturales y patrimoniales con prácticas sostenibles trabajadas por los asociados de la Red en Turismo Comunitario (Orgaz, 2013).

REDTUCO Colombia, vincula a todos los líderes seleccionados desde el programa inicial, siendo todos llamados a asociarse dentro del proceso. Es importante destacar que las iniciativas de base comunitaria que hacen parte de la Asociación son las que están legalmente constituidas, en total son cuarenta asociados. Sin embargo, se evidencia que las problemáticas que surgen a partir del proceso de legalización son los problemas de comunicación, la falta de participación e interés.

Para las directivas de la Asociación es claro, entender que la Red se mantiene como articuladora de la información y espacio de encuentro de todos los asociados que hacen parte de ella. Desde REDTUCO Colombia, se considera desde los estatutos beneficiar a sus miembros en un primer orden y desde sus beneficios a las comunidades de Turismo Comunitario del país, siempre y cuando sus procesos lo permitan.

Es importante destacar que algunas iniciativas de base comunitaria que pertenecen a la Red no están legalmente constituidas, se puede decir que ellos trabajan más por sus emprendimientos y no están participando constantemente en las actividades de la Red. Igualmente, la Red no tiene un plan de trabajo con actividades concretas donde exista una participación de todas las asociaciones.

Con base a esto, al no tener una participación total dentro de la Red, no habría un diálogo directo que permita la mejora de sus productos y servicios dentro de ella, que favorezcan al turismo comunitario del país (Fernández, 2011). De forma semejante, se incrementarían los problemas en la toma de decisiones por la falta de interés o de consulta, en la participación de actividades generadas por la Red (Robirosa, et al., 1990 citado por Barrientos, 2005).

Con respecto al fortalecimiento de las iniciativas ellos tuvieron un intercambio de experiencias donde reconocieron sus debilidades y fortalezas aportando aprendizajes para el fortalecimiento de su organización. Se percibe que la Asociación REDTUCO Colombia ha puesto todos sus esfuerzos en la consolidación para seguir fortaleciendo dichas iniciativas y

creen necesarios nuevos encuentros presenciales, para una retroalimentación por parte de los asociados.

En las experiencias sobre el desarrollo empresarial que se ha abordado en la Red para búsqueda de la consolidación se ha realizado cursos y/o capacitaciones para la mejora de la gestión de la Red, su oferta turística, entre otros. Una de las capacitaciones y/o cursos que realizaron fueron las siguientes: la capacitación de la Ruta Exportadora y Comercializadora de Turismo de Procolombia en la ciudad de Bogotá, la de los protocolos de bioseguridad por parte de la Cámara Colombiana para 400 personas, con AgroSENA del Valle se pudo trabajar el tema de las huertas caseras, en cursos de prestación de servicios y procesos de innovación, con la Universidad Pontificia Bolivariana se estudió en diseño e innovación de turismo, en temas como generar un proceso de articulación de la ruta de negocio y comercialización de turismo a través de las ventanas digitales por Procolombia.

Además, los asociados mencionan que esas experiencias les han ayudado a mejorar las relaciones entre ellos para que puedan encontrar objetivos comunes. Sin embargo, aunque las capacitaciones han sido importantes, se debe abordar en temas como: Red, Red de Turismo, Turismo Comunitario, gobernanza, participación o temas relevantes que los ayudarían a comprender los procesos de consolidación que buscan en la Red.

En los aprendizajes, los asociados mencionan que desde que hace parte de la Red han podido conocer distintas iniciativas de base comunitaria de diferentes partes del país. Es por esto, que desde las redes existe un intercambio social de servicios, ideas y objetivos. Por medio de estas, se puede realizar logros, metas comunes y reforzar la identidad (Gil, 2015). Por otro lado, las redes son fundamentales para gestionar diferentes procesos y generar un intercambio social de apoyo (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012).

Las expectativas y aprendizajes de la Red frente a la gestión son esenciales. Mencionan que desde la Red se pueden visibilizar sus iniciativas, fortalecer cada organización y hacer un intercambio de conocimiento, poder intercambiar dinámicas y reconocer Colombia desde un

turismo comunitario. También, conocer fortalezas, debilidades de cada asociado para la mejora de sus organizaciones.

Es importante destacar que no hay una coordinación entre los múltiples actores, es por eso que existe una falta en los procesos de participación de todos los asociados frente a los procesos de gestión de la Red. Aunque, hasta el momento se ha podido lograr la legalización y el intercambio de experiencias en el sector del turismo. No se muestra un plan de trabajo frente a este punto. La participación de los asociados es fundamental, para conocer la opinión de cada uno de ellos e interactúen en definir, acordar y decidir sus objetivos comunes y las formas de organización (Aguilar, 2011 citado por Quintero, 2017, p.42).

La Red Nacional de Turismo Comunitario es el resultado de las actividades propuestas desde los lineamientos de Política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia, vinculada a uno de los puntos determinados dentro del documento denominado “gestión de los emprendimientos de turismo comunitario”. Por otro lado, hace parte del objetivo de la política de turismo social, donde expone el facilitar el turismo de todos los colombianos, para lo cual la red trabajaría rompiendo barreras de acceso al sistema turístico.

Para finalizar, se destaca que desde la Red se quiere generar equidad e igualdad frente a la solución de los problemas que han sufrido algunos territorios de Colombia con diferentes agencias de viajes operadoras que quieren implementar un turismo de masas en ellos. Por medio del empoderamiento a las comunidades se puede dar un turismo planificado y segmentado, creando mejor experiencia que permita conocer la importancia de los lugares a partir de un turismo comunitario. Con lo anterior podemos afirmar que las redes permiten dar soluciones cuando existe una ausencia del Estado y para afrontar la desigualdad existente en el país (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012). Igualmente, la participación comunitaria es esencial para lograr lo que la Red desea y que los actores locales estén involucrados en los procesos de aprendizajes en cuanto a la planificación, gestión, supervisión y control de los proyectos comunitarios (Sánchez y Del Pino, 2008).

Es preciso señalar que las variables que se usaron para comprender la Gobernanza fueron: capacidad de intervenir, teniendo en cuenta los múltiples asociados que puedan dar solución a problemas, dificultades y necesidades por medio del diálogo; la capacidad de dirigir, gobernar y gestionar, desde los mismos asociados de la Red y de intervenir teniendo en cuenta las necesidades de cada asociación. Por otra parte, las variables de participación fueron: capacidad de incidencia en la gestión de la Red para dar alternativas de proposición de los asociados frente a la expresión y opinión.

Por otro lado, la participación en la Red no se da por todos los asociados ya que muchos de ellos por diferentes problemas, no se pueden reunir para incidir en la toma de decisiones o proponer nuevas alternativas en la gestión de la misma. También se resalta que existen espacios para que se pueda dar la participación y que algunos de los asociados tienen la capacidad de incidencia, proposición para dar alternativas, exponiendo también su opinión en la toma de decisiones. Para llegar a esa participación total se debe trabajar en los medios para que todos los asociados puedan acceder a proponer, incidir y exponer alternativas en la toma de decisiones o dar solución a problemáticas.

Dicho lo anterior, se puede inferir que la Red ha trabajado algunos de los términos que pueden llegar a generar una gobernanza como lo son: el gestionar comités de trabajo donde los participantes pueden ayudar a la solución de problemas y/o dificultades; Se han establecido intercambio de experiencias donde los asociados dialogan sobre las problemáticas existentes; parte de volverse una Asociación es dar visibilidad a la Red para que ayude a fortalecer las iniciativas, esta formalización es establecida por unas normativas nacionales que la Red acoge, para cumplir con los lineamiento de turismo comunitario y las normas vigente. La legalización pide consigo una estructura interna que la red ha venido trabajando. Sin embargo, la Red es un proceso nuevo que apenas está iniciando su trabajo y aún falta trabajo para generar una gobernanza total que ayude a dar solución a problemáticas como es la consolidación.

Por medio del resultado del objetivo específico número uno (1) se pudo ver los aprendizajes y las perspectivas de los asociados frente a la gestión de la Red Nacional de

Turismo Comunitario de Colombia, permitiendo la recolección de información pertinente para el desarrollo de la investigación donde se exponen los problemas que tiene la Red en cuanto a la consolidación. Del mismo modo, se observa que se conectaron todos los participantes del comité de educación, aportando información necesaria al trabajo de grado.

En el siguiente punto se abordará el objetivo específico número dos que es analizar la gobernanza entre los actores relacionados de la Red. En la siguiente matriz de objetivo se describe el objetivo, en qué consiste el objetivo, el cómo se va a desarrollar y finalizando con el posible producto o resultado el cual nos apoyamos para desarrollar el trabajo con la red Nacional de Turismo Comunitario.

Tabla 2

Matriz de objetivo para el cumplimiento del segundo objetivo específico.

OBJETIVO	¿EN QUÉ CONSISTE?	¿CÓMO?	PRODUCTO - RESULTADO
Analizar la gobernanza entre los actores relacionados.	Capacidad de intervenir teniendo en cuenta los múltiples asociados, de dar soluciones a problemas, dificultades o necesidades por medio del diálogo, de dirigir, gobernar y gestionar a sí misma la Red y de intervenir teniendo	Por medio de entrevistas en profundidad (semiestructuradas) a los asociados, se obtuvo la información especializada por parte de los actores relacionados a la Red, ya que ellos tienen el conocimiento de	Analizar la participación en la toma de decisiones y los procesos de gobernanza en la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia

	en cuenta la necesidades de cada asociación	los procesos que allí se generan.	
--	---	-----------------------------------	--

Nota. Elaboración propia tomada de Landínez (2020).

En la matriz de objetivo se puede observar la descripción de éste, en qué consiste, el cómo se desarrolla y, por último, con mayor énfasis el cuadro de producto – resultado que se elaboró para dar un posible resultado antes del proceso de trabajo con la Red, el cual fue un apoyo para el desarrollo de la técnica de recolección de información, y en el cual nos basamos para los resultados que se pueden ver a continuación.

Por medio del segundo objetivo se evidenciaron los procesos de gobernanza que se están iniciando con los actores relacionados dentro de la Red. Asimismo, por problemas de conexión de internet, bases de datos desactualizados y el poco tiempo que tienen los asociados, se realizaron 19 entrevistas de las 30 que se tenían planeadas. Sin embargo, la información aportada fue pertinente para el desarrollo del objetivo.

Las principales dificultades que ha tenido la Red es la falta de comunicación y de conectividad entre los asociados, el desconocimiento sobre las redes de turismo comunitario, la distancia entre cada iniciativa para poder reunirse presencialmente, la falta de lineamientos y estrategias para poder establecer procesos de consolidación, la poca inversión en Turismo Comunitario en el país y problemas económicos.

La toma de decisiones dentro de la Red Nacional de Turismo Comunitario es por medio de la participación y el voto. No obstante, la mayoría de personas que hacen parte de la Red no tienen una claridad de cómo son los mecanismos internos para la toma de decisiones como, por ejemplo: para la elección de la Junta Directiva, los líderes más representativos se reunieron para decir quienes posiblemente quedarían en ese comité y luego, dejarlo por voto popular al resto de representantes de la Red. Pero, se refleja que no todos los asociados participaron para dicha elección.

Las reuniones son por plataformas digitales como: Google Meet, Zoom, la página oficial en Facebook y mensaje desde el grupo oficial de la Red en WhatsApp. Sin embargo, se identifica que no todos los asociados participan y/o votan, lo que generaría mayores problemas en los procesos internos de la Red, cuando se dan espacios de participación, las personas muestran mayor compromiso en las actividades propuestas (Barrientos, 2005).

Si bien las Redes tienen autonomía en su toma de decisiones, ya que por medio de la votación de los participantes se escogen sus representantes, se menciona que no todos tienen claridad en los procesos internos, lo cual baja el interés de algunos asociados a participar por las actividades que se hacen dentro de la Red y se llegaría a una desarticulación. De forma semejante, cuando nos referimos a la participación en la toma de decisiones, planteamos que es un proceso donde las personas manifiestan o se interesan por dar su opinión frente a las decisiones (Robirosa, et al., 1990 citado por Barrientos, 2005, p. 3).

Si bien, la estructura organizativa dentro de la Red es liderada por las personas que participan activamente para establecer la toma de decisiones, la cual es la Junta Directiva y los Comités de Comunicación, Comercialización, Proyectos, Educación y próximamente, el de Calidad, se determina que no todos los asociados están dentro de esta estructura. Como lo mencionamos anteriormente, los canales de comunicación que se usan son las plataformas digitales. Aunque, son el medio directo que tiene la Red para comunicarse con cada uno de los asociados, no son eficientes para que se pueda generar una participación entre ellos. Por otra parte, la Red se encuentra organizada por comités, los cuales son:

1. **El comité de comunicación** es uno de los comités de mayor valor dentro de la gestión comunitaria de la Red, ya que a través de él se gestiona la comunicación tanto interna como externa de la misma.
2. **El comité de comercialización** que se creó para establecer a partir de la necesidad de proponer un plan de marketing, ya que uno de los objetivos principales de la red es

trabajar para dar a conocer los productos y servicios que prestan los asociados desde sus iniciativas.

3. **El comité de proyectos** es el encargado de gestionar proyectos para la Red.
4. **El comité de educación** donde se realizan todas las acciones de capacitación y educación dirigida a los asociados, de acuerdo a las necesidades de la organización.

Es importante que los 52 asociados estén en la estructura organizativa de forma lineal, no jerárquica, para que se tenga una comunicación directa generando una coordinación de la multiplicidad de los actores donde se dé solución a problemáticas existentes y futuras de la mejor manera. Sin embargo, el trabajo participativo debe aumentar en la Red para tener mayor probabilidad de correspondencia con las necesidades reales (Robirosa, et al., 1990 citado por Barrientos, 2005, p. 3).

La participación dentro de los procesos que se llevan a cabo en la Red es importante para buscar metas comunes en función de sus intereses (González y Velásquez, 2003). En la creación de la Red en el año 2017 se menciona que hubo una participación total de las 52 iniciativas de base comunitaria, en los procesos desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para su creación gracias al apoyo económico que se dio en el momento. No obstante, después de esto se evidencia que no hay una participación de todos los actores que hacen parte de la Red, por diferentes problemas.

Los motivos de la falta de participación son los siguientes: algunos viven en áreas rurales donde existen problemas de conexión de internet, no tienen recursos económicos para pagar un plan de datos, existe un desconocimiento de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y porque no están interesados en los procesos internos. Sin embargo, desde la Red no hay un plan de trabajo para dar la solución a esta falta de participación.

De forma semejante, se hacía una reunión anual entre los asociados para fortalecer los lazos. A pesar de ello, por la emergencia sanitaria ocasionada por el Covid-19 no se pudo hacer y

creo una falta de comunicación con los asociados de los resguardos indígenas. Lo que ha generado que estas iniciativas de grupos indígenas se ausenten de las actividades y no tengan información sobre los procesos que se están haciendo dentro de la Red. La participación de las 52 iniciativas es fundamental para que exista un intercambio social en apoyo emocional, económico otorgando el bienestar de todos (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012).

Las iniciativas de base comunitaria que pertenecen a la Red dicen que la visión frente al Turismo desde ella es conectar aprendizajes, conocimiento y experiencia sobre la oferta turística comunitaria del país y ser una organización modelo a nivel nacional; viendo el turismo comunitario como un sector de crecimiento económico y social para los territorios. No obstante, la Red desea que los emprendimientos que hacen parte de ella, se fortalezcan y de ese modo fortalecerse a sí misma, por no se ha construido una ruta que dé cumplimiento a lo dicho anteriormente. Asimismo, desde la participación comunitaria, la comunidad está involucrada de manera directa y organizada, teniendo un poder en la toma de decisiones frente al turismo en sus territorios (Narváez, et al., 2017).

La Red cuenta con una variedad de oferta turística, una identidad por su gestión comunitaria y una gran diversidad cultural porque sus participantes se encuentran en diferentes territorios del país. Sin embargo. Se debe seguir trabajando por el fortalecimiento de la misma, lo que ayudaría a impulsar el turismo comunitario, rompiendo barreras de acceso al sistema turístico y generando mayor calidad de vida en sus comunidades (Orgaz, 2013).

A lo largo de la investigación se pudo observar que, gracias a la formalización de la Red, algunos asociados han mostrado mayor interés frente a los procesos y actividades propuestas por los comités. Además, se menciona que la formalización es para que la Red pueda participar en convocatorias a nivel nacional, que ayude a generar algunos recursos para fomentar mayores actividades dentro de la misma que genere una mayor visión para quienes hacen parte de ella.

La Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia, dentro de las capacitaciones que ha realizado ya tiene reconocimiento un gran reconocimiento por parte de entes gubernamentales y algunas organizaciones público privadas que han contemplado generar alianzas estratégicas

para fomentar actividades sustentables con algunos territorios específicos del país. De la misma forma, algunas comunidades que no forman parte de la red, pero que trabajan con turismo dentro de la gestión comunitaria han visto los procesos que al día de hoy han desarrollado dentro de la asociación, por lo cual muestran un interés por ser parte de esta red. Por ello la necesidad de llegar a una consolidación, que permita una vinculación rápida y oportuna de muchas iniciativas en todo el país que, genere nuevos lazos e incorpore nuevos conocimientos desde un intercambio de experiencias.

Los asociados de esta Red creen necesario conocer de primera mano cada una de las propuestas turísticas comunitarias que hacen parte de la misma, ya que eso generaría una mayor apropiación de los procesos e incremento de conocimiento que pueden incorporar a sus propias iniciativas. Con ello, generar un reconocimiento para poder promocionar los destinos de sus socios. En ese mismo sentido, una vez el turista llegue a visitar una iniciativa de la red, tenga más alternativas de tipo comunitario propuestas por la comunidad que lo recibe, generando mayor expectativa e incentivando a dichos turistas por quedarse en el país conociendo la gestión comunitaria a partir de turismo.

Después de verse enfrentados a él cierre de sus actividades por la situación sanitaria debido a la pandemia, la red gestiona algunas capacitaciones para mejorar el servicio al cliente y la mejora de los productos turísticos. Pero se menciona que ha sido muy difícil reactivar la economía de algunos socios de la red. En efecto, parte del desinterés de las iniciativas es que están preocupados con razón, por sus actividades y poder activar su economía ya sea desde el turismo, pero también se menciona que otra forma es volviendo a las actividades agropecuarias.

Frente a estas afirmaciones por parte de los asociados, la Junta Directiva se ha preocupado por motivar a sus asociados a que sigan siendo parte de la cadena productiva del sector del turismo, que paulatinamente se va a ir incrementando la intención y confianza por parte de turistas y visitantes motivados por salir de la monotonía y poder disfrutar de los productos y servicios de la red. Para ello, la red tiene contemplado participar en charlas ofrecidas por el Instituto Distrital de Turismo (IDT) en la feria ANATO entre otros. Como estrategia de promoción y difusión de los productos y servicios de la Red Nacional de Turismo Comunitario.

Por otro lado, se menciona un interés particular por algunas agencias de viajes operadoras que desean trabajar con la red. Algunos de los asociados tienen opiniones en contra de anclar a estas agencias de viajes, ya que han contado con malas experiencias, puesto que estas agencias se llevan una mayor comisión por las ventas y las comunidades son quienes hacen mayor trabajo. Sin embargo, la Junta directiva tiene claro que sus asociados tienen que trabajar en turismo comunitario para ser parte de la red, pero no se descarta la idea de hacer algunas alianzas estratégicas con estas agencias de viajes mayoristas que deseen representar a la red priorizando las necesidades y opiniones de sus asociados.

Quizás una de las mayores ventajas de la Red frente al turismo es su diversificación de la oferta turística como se ha venido mencionando, esto es importante mencionarlo ya que la red cobre gran parte del territorio colombiano, se cuenta con diferentes tipologías de turismo y diferentes comunidades tanto indígenas como mestizas. Esto generaría mayor aprovechamiento de los recursos, dándole al turista o visitante conocimientos de primera mano y haciendo prácticas sostenibles en una época donde la prioridad, es el cuidado y el buen manejo de los recursos naturales desde las comunidades que viven cerca de ellos.

Las variables de gobernanza se pueden inferir que se dan a través de los comités ya que desde ellos y la Junta Directiva se toman las decisiones, se solucionan problemáticas por medio del diálogo, aunque estos encuentros no son constantes, la Junta Directiva está trabajando porque todos sus actores tengan las mismas capacidades e interés por los mecanismos para la toma de decisiones. Por otro lado, la participación es un problema frecuente que ha tenido la Red por diferentes motivos tales como la conexión a internet en los diferentes lugares del país, el desinterés de los participantes, la distancia entre cada iniciativa, entre otros. Por ello no se da una participación total de todos los actores con referente a proponer alternativas de cambio, incidir en la toma de decisiones o exponer su opinión ratificando la existencia de dichos actores. Es por esto que si no todos los asociados inciden en la toma de decisiones generará un incremento de problemas (Barrientos, 2005).

En el objetivo específico número dos se identificó los procesos de gobernanza entre los actores relacionados dentro de la Red, especificando que la gobernanza se interpreta como el proceso en que una sociedad dirige, gobierna y gestiona a sí misma para acordar sus objetivos comunes y las formas de organización, logrando satisfactoriamente los objetivos trazados (Aguilar, 2011 citado por Quintero, 2017, p.42).

Para la realización de los resultados del **objetivo específico tres** que es comparar las experiencias de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia con la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario para identificar aspectos relevantes, se utilizó la siguiente matriz de objetivos.

Tabla 3.

Matriz de objetivo para el cumplimiento del tercer objetivo específico.

OBJETIVO	¿EN QUÉ CONSISTE?	¿CÓMO?	PRODUCTO - RESULTADO
Comparar las experiencias de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia con la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario.	Comparar los diferentes aspectos que tienen en cada red, de esta forma poder ver que le falta o que se podría implementar a la Red de Turismo Comunitario de Colombia.	Realizar una entrevista en profundidad con un líder de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario y de la Red de Turismo Comunitario de Colombia.	Definir los conceptos de las redes en el turismo comunitario y social, ver como se crearon y gestionaron cada red. Además, identificar los aspectos relevantes.

Nota. Elaboración propia tomada de Landínez (2020).

En la anterior matriz de objetivo se puede observar la descripción de éste, en qué consiste, el cómo se desarrolla y por último, con mayor énfasis el cuadro de producto – resultado que se elaboró para dar un resultado factible, el cual fue un apoyo para el desarrollo de la técnica de recolección de información, y en el cual nos basamos para los resultados que se pueden ver a continuación.

Las redes contribuyen al turismo social y comunitario en los territorios, pueden ser formales e informales. En Colombia, los lineamientos de la Política de Turismo comunitario entregan a los líderes del proceso una ruta con una serie de pasos para el logro de los objetivos, que integra la canalización hacia la legalización partiendo de aspectos como el ¿Por qué y para qué? Y cuál es la finalidad de Turismo Comunitario en su comunidad y de los emprendimientos permitiendo la gestión en el direccionamiento a la formalidad.

Asimismo, en los territorios del proceso de construcción colectiva, existe un intercambio social de servicios, ideas con objetivos orientados a la calidad y comercialización de productos. Por consiguiente, sus experiencias en gestión comunitaria muestran no sólo la diversidad de sus productos, el capital de trabajo colectivo, la gestión autónoma de gobernanza, su cultura y forma de vida.

En este sentido, el turismo comunitario se nutre con la consolidación de las comunidades organizadas buscando un compromiso real de sus líderes, organizaciones y representantes territoriales en la gestión, allí confluye la valorización, empoderamiento territorial, aprovechamiento racional y manejo adecuado de recursos, buscando la sostenibilidad tanto social como en la conservación de la biodiversidad y la cultura.

En América Latina, las redes son esenciales para la planeación y diversificación de productos turísticos, para conectar experiencias de iniciativas comunitarias creando nuevas experiencias, consolidando aquellas que tienen buenos resultados permitiendo hacer

comparaciones orientadas a objetivos llegando a impulsar el turismo alternativo y sostenible. Sin embargo, las redes deben tener una base sólida en la planeación estratégica que permita generar participación de todos sus miembros, de lo contrario, su consolidación se dispersa en el tiempo con bajos resultados.

Dentro del fortalecimiento organizativo que se encuentra dentro de los pilares del turismo comunitario en Colombia, se hace énfasis en la organización comunitaria, es allí en donde la integración, inclusión, participación y liderazgo son la esencia del proceso y de las garantías a la hora de ofrecer una experiencia turística de base comunitaria. Parte de la experiencia que se entrega dentro de una oferta de servicios de turismo comunitario, es ofrecer al turista la información acerca de los procesos organizativos del territorio, que hacen del resultado el valor agregado de la experiencia.

Por otro lado, de acuerdo a la investigación en Colombia, la Red nace a partir de la unión de los asociados buscando la mejora de su economía y mejora de la calidad de vida de toda la comunidad con el apoyo del MinCIT en el año 2017. En Argentina, se crea la Red para ayudar a los pueblos indígenas, mestizos y comunidades locales en un tema vocacional en el año 2009 y su trabajo se sigue llevando a cabo con gran éxito.

Hay que mencionar que en Colombia la Red Nacional de Turismo Comunitario cuenta con iniciativas indígenas, campesinas y de áreas urbanas que desde esta pluralidad se consolida una revitalización cultural buscando preservar las formas de vida de la comunidad, manifestaciones culturales, fiestas, tradiciones y gastronomía. Además, busca mantenerse en el tiempo, compartiendo conocimientos, sabiduría e historia.

Aunque el contexto geográfico de las redes vinculadas es diferente, podemos entender que la creación de las redes de turismo tanto de Colombia como Argentina es similar, ya que parten de una afirmación como comunidad en organizarse y pensar en el tema de las actividades económicas, sociales, culturales y ambientales. A pesar de que son las comunidades quienes se organizan, el apoyo por parte de entidades gubernamentales no fue igual para Argentina como

para Colombia, ya que la Red de Argentina no contó con ese apoyo, creándose autónomamente desde sus comunidades.

De igual manera, en la creación de la Red de Argentina se observa su vinculación y el aporte que se realiza desde sus colectivos, compartiendo sus experiencias, conocimientos desde la construcción social. En relación a este proceso, la Red argumenta que parte del ejercicio de consolidación y uno de los factores que ha causado la demora en cuanto a la construcción asociativa ha sido en explorar, entender y conocer las diferentes formas de pensar de las comunidades que allí se ven representadas.

En Argentina, se da un acercamiento desde comunidades similares buscando la gestión del turismo en forma horizontal. En este sentido se encuentra la diferencia ya que el encuentro de líderes de la Red de Argentina se da desde los acuerdos a partir de reuniones autónomas, de las necesidades compartidas y los retos mancomunados dejando ver que hay un conocimiento previo para la conformación de la Red. Actualmente, Argentina cuenta con 100 asociados y Colombia con 52 asociados.

En el turismo comunitario y en la creación de redes es importante establecer metas y logros comunes que generen una participación total en la solución de problemas. Por medio de esto, generar una buena gobernanza entre los actores relacionados. Esto llevaría a una consolidación real de la Red y mejores resultados en su búsqueda por el fortalecimiento de las iniciativas de base comunitaria en sus territorios.

En Colombia, en el principio de la creación de la Red una de las necesidades que surgió del encuentro fue generar confianza entre los miembros de ella. El proceso de construcción de confianza estuvo orientado a la búsqueda del aprendizaje del trabajo en equipo y generar espacios en la comunidad. Además, la creación de reglas claras que fomentaran valores y metas alcanzables para tener una buena gestión.

Por otro lado, es importante destacar la gestión de la Red de Argentina; A partir de las experiencias de la gestión pública, ellos adecuaron las normativas dentro de ciertos territorios,

siendo este proceso, la posibilidad de ser modelo multiplicador para el resto de las provincias. Asimismo, manifiestan que es un gran trabajo el que se tiene que llevar a cabo y que esto se debe hacer con la participación total de los actores.

En Colombia, cabe anotar que el impulso inicial de la Red se da desde los Lineamientos de la Política de Turismo Comunitario, creado en el año 2012. Consecuente a este proceso, la Red ha venido recopilando una serie de documentos que hablan sobre su forma de organización autónoma, partiendo de la gobernanza de sus territorios y determinando la experiencia que hay desde el liderazgo territorial.

Los líderes de las redes consideran importante la consolidación de las mismas con el trabajo colectivo, permitiendo llegar a consenso colectivo de criterios, fortaleciendo la voz dentro de los acuerdos en la construcción de las políticas públicas. Además, aseguran que la diversificación, la mejora de la oferta turística y la visibilización de los productos turísticos, fortalecen dichas redes, de esta forma romper con barreras de acceso al sistema turístico, generando mayor actividad turística en todos los territorios de los países.

En cuanto al tema de organización interna de las redes, en Argentina el 40% de los emprendimientos están en una etapa de madurez y se organizan a través del Comité Nacional para la toma de decisiones. En Colombia, está la Junta Directiva y varios comités, que aportan desde líneas de trabajos diversos. Los espacios de reunión actualmente para las redes son virtuales, pero se da una mayor participación cuando se pueden generar reuniones presenciales.

En efecto del papel de los entes gubernamentales en Argentina, mencionan que no han sido parte dentro de los procesos de consolidación, la red ha tenido un proceso autónomo, contado con algunos apoyos, pero estos han sido insuficientes proviniendo del gobierno, en donde es importante una alianza interinstitucional para la construcción y seguimiento de las políticas. En Colombia, los entes gubernamentales fomentaron la creación de la red, siendo este un paso fundamental para el encuentro de los asociados. Sin embargo, no ha sido suficiente en cuanto al seguimiento de dicho apoyo.

De acuerdo a los aprendizajes de las redes son diversos. En Argentina, se han encargado de fortalecer sus liderazgos, frente al inadecuado manejo que se ha dado desde las agencias de viajes hacia los territorios. Del mismo modo, en Colombia se ha trabajado para empoderar a las iniciativas de base comunitaria sobre sus recursos naturales y culturales. En consecuencia, se puede afirmar que por medio de las redes se puede dar solución cuando hay una ausencia del Estado y promover el turismo comunitario para generar mejores productos turísticos comunitarios (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012).

Otro punto relevante es que Red de Argentina menciona que se debe tener alianzas para fomentar propuestas comunitarias, la participación de jóvenes para el uso de las herramientas tecnológicas, promover la legalización de las iniciativas de base comunitaria y trabajar de la mano con la institucionalidad para ser parte de la normatividad de turismo. También, en Colombia mencionan que la dependencia con los entes gubernamentales y la poca participación son puntos que se deben mejorar para la consolidación de redes.

Otro aspecto importante que se resalta es que las personas que hacen parte de la Red de Argentina son emprendimientos comunitarios formales e informales que deben tener el aval de la comunidad, un reglamento interno, aporte solidario, un trabajo de todas las personas del territorio, un manejo territorial del uso público y privado del suelo y un Código Ético de Conducta.

Además, no hay un presidente, sino, una asamblea general, un comité nacional y está la Fundación Buena Vida como persona jurídica, Asimismo, los encuentros nacionales, regionales, las reuniones del comité y los espacios virtuales son los espacios de participación. En Colombia, como se mencionó anteriormente está conformada por iniciativas de base comunitaria que trabajan con el turismo, hay una Junta Directiva y cuatro comités, también, se legalizó la Red por medio de la Asociación Red Nacional de Turismo Comunitario, REDTUCO Colombia.

Para finalizar, podemos ver la importancia de las redes como articulador del turismo en América Latina y por medio de cada una de ellas existe una diversidad en el ámbito social, económico, ambiental y cultural. Estableciéndose desde una intercomunicación directa para el

mutuo conocimiento de aprendizajes (Fernández, 20011). Por otro lado, la mejora de la oferta e incremento de la demanda, beneficiaran a todos los territorios.

Se identificó por medio de los asociados los aspectos que han impedido la consolidación de la Red Nacional de Turismo Comunitario a partir de sus expectativas, procesos locales y percepciones. En este sentido, los participantes de la Red mencionan las dificultades de confianza por la distancia que lo separan como territorio, la conectividad digital, la contingencia sanitaria llamada Covid-19, que delegó la gestión del turismo comunitario a segundo plano, ya que las actividades económicas se trasladaron al plano agropecuario y otras actividades, que suplieron la sostenibilidad que daba el sector de turismo.

Si bien, las variables con respecto a la gobernanza son las mismas identificadas anteriormente. Podemos decir que la gobernanza es un proceso en construcción dentro de la Red, por lo cual se infiere que no hay una gobernanza si no que se está trabajando para alcanzarla. De igual forma, hay un ejercicio colectivo marcado por parte de la Red hacia la gobernanza y un anhelo latente por generarla. Por ejemplo, la creación de plan estratégico y estructura organizativa.

De acuerdo a las variables de participación también es importante inferir que refiere a unas dinámicas de tiempo y espacios las cuales a veces no se dan por las problemáticas mencionadas anteriormente. En consecuencia, no se ha dado una participación total de los actores de la red para incidir en la toma de decisiones, proposiciones de alternativas en los procesos internos y que así mismo, puedan exponer su opinión en los espacios de encuentro.

Por medio de los resultados obtenidos del tercer objetivo, se pudo comparar las experiencias de cada una de las redes y ver la importancia de ellas en América Latina para fortalecer a los microempresarios o colectivos que hacen parte de estas redes. De forma semejante, la Red mejora la calidad de los servicios ofreciendo incrementado la demanda de la misma.

4.1. Conclusiones

Las redes son esenciales para el intercambio social de servicios, ideas y objetivos. Para la consolidación de ellas se debe tener la participación de los múltiples actores para cumplir logros y metas comunes. Además, permiten dar soluciones cuando hay una ausencia del Estado, para afrontar la desigualdad social. En el turismo social y comunitario las redes son importantes para conectar experiencia, aprendizajes de iniciativas comunitarias, promoviendo establecer una intercomunicación directa entre el turista y la comunidad.

Es por esto que las redes turísticas comunitarias se constituyen desde los encuentros, ya sea desde lo presencial o de manera virtual, en ella no solo se hablan de temas compartidos, sino también son espacios de intercambio de sentimientos, saberes y anhelos. Por medio de ellas se da una mejora en las relaciones internas, se exponen nuevos conocimientos que mejoran la calidad de productos y servicios turísticos. De la misma forma, se puede inferir que la participación desde la comunidad es esencial para el sector y que tengan los actores locales una planificación, gestión, supervisión y control en los proyectos comunitarios, referentes del consenso e incorporación colectiva (Sánchez y Del Pino, 2008).

Frente a la gobernanza, la Red ha trabajado por medio de los Comités y la Junta Directiva en la gestión de ella, se ha establecido un intercambio de saberes por medio de diálogo y un paso esencial fue la legalización por medio de REDTUCO. No obstante, los asociados deben trabajar para que la Red pueda dirigirse, gobernarse y gestionarse por sí misma teniendo en cuenta la coordinación de la multiplicidad de actores para lograr un “buen gobierno” y dar solución a los problemas, dificultades y necesidades. También, que se pueda lograr satisfactoriamente los objetivos y metas trazadas.

En el tema de participación se define que existen espacios para concertar opiniones e intereses, los cuales son las plataformas digitales. Además, algunos asociados participan en la toma de decisiones de la Red. Sin embargo, no todas las iniciativas que hacen parte de ella intervienen en la toma de decisiones. Los asociados que muestran más interés y compromiso en su ejecución, haciendo proposiciones frente alternativa enriquecen la información, el

conocimiento y las experiencias, lo cual tiene mayor probabilidad la Red de correspondencia con las necesidades reales de los actores (Robirosa, et al., 1990 citado por Barrientos, 2005, p. 3).

De forma semejante, es evidente que los asociados no demuestran la misma apropiación por la Red, ya que al mencionar sus iniciativas comunitarias se expresan con mucha confianza y un gran conocimiento a diferencia de cuando se refieren a la Red. Se concluye, que sus acciones y percepciones están encaminadas a velar por sus emprendimientos, pero no se ve la misma seguridad y confianza frente a la gestión de la Red.

Por un lado, las expectativas de los asociados aún no se han cumplido a cabalidad. Un punto relevante es que quieren tener una organización con políticas propias. Sin embargo, no todos los asociados están participando y no tienen un rol específico dentro de los comités, lo que genera una falta de interés en manifestar su opinión en las decisiones que se toman en la Red (Aguilar, 2011 citado por Quintero, 2017, p.42).

Ahora bien, aunque existe una amplia oferta turística dentro de las iniciativas que hacen parte de la Red. No se identifica un plan de trabajo que permita fortalecer dichas iniciativas aportando a la mejora de la calidad de vida o generando alianzas de cooperación entre sí. Con este plan de trabajo se puede aportar a mejorar sus organizaciones, sus productos en las comunidades y tener una nueva alternativa productiva que ofrecer.

De acuerdo a la visión de los asociados, algunos tienen una percepción encaminadas a sus iniciativas y no a la gestión de la Red. Visto que las Redes se caracterizan por ser grupos de individuos que trabajan por metas y objetivos en común (Gil, 2015). Se puede decir, en la Red se debe trabajar para que todos sus participantes estén de acuerdo unificando criterios y generando compromisos individuales y colectivos, en la investigación se evidencio que, las iniciativas tienen propósitos individuales, no son claros los objetivos de dicha Red, lo cual, no permitiría un proceso real de consolidación.

Acerca de los entes gubernamentales, se refleja que existió una dependencia de la Red con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Dicha dependencia surgió porque se creía

que la institucionalidad los iba acompañar durante todo el proceso de estructuración, pero, no fue así. Una vez el MinCIT establece la creación de la Red, se retira para dejar la autonomía de sus líderes en el proceso de consolidación. Pero, son ellos quienes mencionan que sintieron un abandono total por esta entidad.

Se enfatiza que la Red ha generado conocimientos en sus asociados en diferentes áreas, pero estas capacitaciones que se han generado, no se ha trabajado temas como: Red, Red de Turismo, Turismo Comunitario, gobernanza, participación, participación comunitaria, entre otros; que aportarían conocimientos a la solución de problemas existentes en la misma y orientaría a sus asociados para generar la consolidación real de la Red.

Otro punto importante, las dificultades más relevantes son los problemas de comunicación debido a la distancia entre las iniciativas. Es relevante reconocer que las comunicaciones entre municipios y regiones del país no se encuentran en las mismas condiciones, dificultando de esta manera que todos los integrantes se puedan conectar o comunicar en un tiempo y una herramienta definida. De hecho, se evidencia, con mayor frecuencia los problemas de comunicación, ya que muchos de los asociados mencionan no conocer los mecanismos internos para la toma de decisiones, al no ser partícipes de estas actividades. En pocas palabras, no se ve un proceso de gobernanza, donde todos sus actores participen e intervengan para la mejora de las problemáticas (Gudiño, 2015).

Asimismo, algunos asociados no conocen de los medios digitales para la comunicación, no hay personal capacitado que permita la actualización del manejo de las herramientas virtuales, sumado a que, en algunas zonas rurales no cuentan con el servicio de internet y finalmente, los asociados no disponen con recursos para pagar un plan de datos. Esta es una problemática de participación que mencionan los asociados por lo cual no pueden manifestar su opinión en la toma de decisiones ratificando su existencia en la Red (Sánchez, 2009). Por otro lado, presentan mayores dificultades dentro de los procesos de gestión de la Red (Barrientos, 2005).

Por otro lado, las personas entrevistadas mencionan que los canales de comunicación que utilizan son las plataformas virtuales como: Google Meet, Zoom, el grupo oficial de WhatsApp y

la página en Facebook. Sin embargo, aunque esos medios son adecuados en estos momentos que se ven enfrentados a la crisis sanitaria Covid-19, no son suficientes para generar los espacios de discusión, de creación de expectativas y resolución de conflictos.

Por otra parte, se hacía una reunión anual entre los asociados para fortalecer los lazos. Pero, por la emergencia sanitaria ocasionada por el Covid-19 no se pudo hacer y creo una falta de comunicación con las iniciativas de resguardos indígenas. Lo que ha generado que estas iniciativas se ausenten de las actividades y no tengan información sobre los procesos que se están haciendo dentro de la Red. La participación de las 52 iniciativas es fundamental para que desde la Red exista un intercambio de servicios, ideas y objetivos dando con esto soluciones a los problemas de ella (Gil, 2015).

Con base a los problemas mencionados, no hay un plan de trabajo para dar la solución a esta falta de participación. Dentro de este parámetro, también podemos concluir que los integrantes no cuentan con una sostenibilidad económica que les permita desplazarse para un encuentro presencial y en la actualidad, podemos deducir que las políticas de aislamiento del Covid-19 también limitan las posibilidades.

Se evidencia que no hay una ruta a seguir de acuerdo a la visión frente al Turismo Comunitario desde la Red donde se pueda conectar aprendizajes, conocimiento y experiencia sobre la oferta turística comunitaria del país y enseñar a instituciones educativas desde su experiencia sobre el tema; viendo el turismo comunitario como un sector de crecimiento y mejora de la calidad de vida (Marivel, et al., 2015).

Para continuar, se puede decir que las redes son un proceso autónomo, no tienen dentro de su organización alianzas directas con entes gubernamentales, juntas redes mencionan que las alianzas con la institucionalidad son importantes para el diálogo de acuerdos en las políticas y la construcción de leyes, en beneficio de las comunidades. También, para generar programas o estrategias que impulsen el turismo de cada país.

A lo largo de la investigación se identificó que las redes generan en los asociados conocimientos, intercambio de experiencias que fomenta en ellos liderazgos que no tenían antes de estar en estas redes. De igual forma, el intercambio de experiencias permite fortalecer los conocimientos previos, conocer otras formas de manejo de actividades, implementando lo aprendido en sus comunidades, mejorando los productos y servicios que ofrecen.

Es posible afirmar a partir del proceso investigativo que son las comunidades quienes toman la decisión de organizarse a partir de sus necesidades. Pero, dentro de las posibilidades territoriales y capacidades propias, en donde se permite el diálogo que concluye en acuerdos colectivos. A partir de esto, lo que se puede observar es que la gestión del turismo comunitario es el instrumento para la construcción de territorio en donde el diálogo es el medio para trabajar y exponer temas económicos, sociales, culturales y ambientales. Se confirma de igual forma, que el turismo comunitario es una herramienta de conservación de recursos. (Orgaz, 2013).

De igual modo, de acuerdo con el análisis de resultados se concluye que las redes tanto de Colombia como de Argentina, nacen a partir de un proceso asociativo de un grupo de individuos que buscan un bien en común, en este caso la gestión del turismo de base comunitaria y la mejora de la calidad de vida no solo de quienes ofrecen servicios turísticos, sino también de los territorios de los cuales hacen parte.

Los líderes de cada una de las redes que se mencionaron anteriormente dicen que la consolidación es importante para llegar a consensos colectivos, fortalecer la voz dentro de los acuerdos y de la gobernanza. Además, las alianzas para fomentar propuestas y proyectos comunitarios desde los jóvenes de la mano con la institucionalidad. De igual forma, el trabajo se debe realizar de la mano de entidades públicas/privadas y la Red.

Cabe anotar, que algunas iniciativas hacen relación con estas agencias de manera individual, que obstruyen la posibilidad de un conocimiento individual de red, ya que atomizan el trabajo del turismo comunitario en Colombia. Hoy en Colombia muchas empresas y ONGs trabajan como promotores de turismo comunitario, generando bases y talleres en diferentes

comunidades en contraprestación si exigen de las comunidades productos y servicios que acaban siendo por estas empresas y no como procesos de las comunidades que los crean.

Actualmente la red al cierre de esta investigación se registra como Asociación Red Nacional de Turismo Comunitario Colombia (REDTUCO) buscando con este registro fortalecer su estructura interna y generar apoyos económicos que permitan la gestión propia de la red. Por otro lado, incentivar a las iniciativas a que sigan participando de actividades y la toma de decisiones incentivados por la mejora de la calidad de vida de sus organizaciones.

Uno de los retos mayores que tiene la red es incidir en las políticas públicas tanto locales como regionales que les permitan un mejoramiento de los espacios de gobernanza ya que es desde ahí, donde pueden mejorar la oferta de sus productos el mejoramiento de los destinos turísticos, el fortalecimiento de la participación comunitaria y el desarrollo económico local, rompiendo barreras de acceso al sistema turístico.

También, se necesita desarrollar una relación de aliados de la red, que genere desarrollos en términos de fortalecimiento en conocimiento, infraestructura y herramientas de comercialización. Por otro lado, generar aliados internacionales que posibiliten un fortalecimiento en la gestión y prácticas productivas para el desarrollo de turismo y consolidación de la Red.

Es importante mencionar, que las redes pueden tomar formas diversas de organización. Mientras que la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario es de carácter horizontal, sus colectivos tienen un valor equitativo en la toma de decisiones y cuentan con la gestión comunitaria para sus acuerdos. En la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia se conforma por varios comités y una Junta Directiva que trabajan por el bien común.

4.2. Recomendaciones

El estudio de la Red Nacional de Turismo Comunitario de Colombia es importante para comprender su relación con la gobernanza, las redes, el turismo y la participación, en los procesos de las iniciativas de base comunitaria en Colombia. Por ende, se propone trabajar de la mano con las personas que hacen parte de las redes turística desde un enfoque social, generando investigaciones para seguir construyendo redes sólidas en los territorios, viendo la importancia de estas para el intercambio social de servicios, ideas y objetivos fomentando la participación de personas que trabajan en el sector. Del mismo modo, para romper barreras de acceso al sistema turístico ampliando la oferta turística comunitaria, ayudando a las iniciativas de base comunitaria.

Para la consolidación, la gobernanza es esencial para que los asociados puedan dirigir, gobernar y gestionar la Red teniendo en cuenta la coordinación de la multiplicidad de actores para lograr un “buen gobierno” y dar solución a los problemas, dificultades y necesidades. Igualmente, para lograr satisfactoriamente los objetivos trazados.

La Red debe trabajar por la participación de todos sus asociados para exponer la opinión de todos y buscar metas comunes como lo puede ser la consolidación. (González y Velásquez, 2003). De la misma forma, se debe seguir trabajando en la Red con las comunidades dando soluciones a problemáticas cuando hay una ausencia del Estado, afrontando la pobreza y desigualdad existente en los territorios (Abello y Sierra, 2003 citado por Ávila, 2012).

Por otro lado, con respecto a la consolidación de la Red, los asociados se deben trabajar “de adentro hacia afuera”, esto quiere decir que se debe trabajar por la mejora de los procesos internos y luego las alianzas con otras entidades. Es por esto, que la gobernanza tiene un papel fundamental para el cumplimiento de los objetivos de la red, coordinando desde los actores la solución de problemas y gestiones dentro de la misma (Gudiño, 2015).

Además, tiene un enfoque diferenciador ya que cuentan con una amplia oferta turística a nivel nacional, deben trabajar con las iniciativas de base comunitaria las cuales contemplan varios tipos de turismo como lo son el cultural, el ecoturismo, turismo rural entre otros. Asimismo, se debe realizar estrategias y planes que estén relacionados a impulsar estas iniciativas, generando una mejor calidad de vida a la población local. Del mismo modo, la participación desde la comunidad es esencial para que sean ellos proceso los que estén involucrados de manera directa y organizada, teniendo un poder en la toma de decisiones de los procesos del turismo en los territorios (Narváez, et al., 2017).

Por otra parte, se debe hacer una estrategia de comunicación y un plan de acción, frente a las problemáticas encontradas, en la cual participen todos los miembros. Donde se expongan ideas, opiniones las cuales ayuden al mejoramiento de las mismas. Se puede trabajar con cada comité, haciendo un análisis de las personas que menos participación han tenido en los últimos meses y la situación actual por la cual su participación ha disminuido.

Se recomienda un sistema de información, donde se recoja, almacene, procese y se muestre la información para apoyar la coordinación y la toma de decisiones. Es cierto que una de las dificultades es el manejo de herramientas digitales y el acceso a internet. Para ello, se debe trabajar con las Tecnologías de la información y la comunicación (TICs). Aunque algunos asociados estén en áreas rurales donde no hay señal, se debe establecer estrategias que ayuden en la comunicación con cada una de las 52 asociaciones de la Red, y por consiguiente que ellas puedan opinar sobre los procesos que se está haciendo. Es importante que, por medio de este trabajo, se actualicen las bases de datos, llegue la información a todos los asociados y se puedan empoderar de los procesos.

En esa misma estrategia de comunicación, se podría incluir, la difusión de información con respecto a los objetivos y metas que tiene la red, para que todos los asociados los reconozcan y puedan participar en los consensos de dichos objetivos. Generando diferentes espacios de socialización en donde sus asociados puedan acomodar sus horarios, buscar mejores medios de conexión o una persona que les ayude a entrar a las reuniones.

Además, se debe realizar alianzas estratégicas con diferentes entidades públicas y/o privadas, por ejemplo: desde el consultorio turístico de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se puede trabajar para el cumplimiento de los objetivos, construcción de bases sólidas para la red y fortalecimiento del turismo con enfoque social. También, realizar alianzas con redes turísticas locales, nacionales e internacionales para compartir experiencias y trabajar conjuntamente en la mejora de la oferta turística en el territorio.

En el año 2020, algunos de los asociados buscaron la legalización de la red, registrándose en la cámara de comercio como la Asociación Red Nacional de Turismo Comunitario. Pero algunas iniciativas desconocen estos procesos y la importancia que esto conlleva. En efecto, se recomienda exponer el por qué y el para qué, de esta legalización en todos los comités tratando de llegar a todas las iniciativas asociadas, dejando un claro conocimiento del proceso.

También, se debe hacer capacitaciones sobre redes turísticas, turismo comunitario y gobernanza. Por eso, la importancia de conocer otras redes de turismo es fundamental, trabajando de la mano con ellas y con otras entidades. Las alianzas generan que se conozcan los procesos que se están llevando y se visualicen nuevas oportunidades para la red. Por otro lado, le generaría a la Red mayores conocimientos que puedan aportar a la consolidación.

Para finalizar, la gobernanza es esencial en los procesos de consolidación de la Red y ellos deben dirigirse, gobernar y gestionarse a sí misma. Logrando un “buen gobierno” teniendo en cuenta la coordinación de la multiplicidad para dar solución a los problemas y necesidades (Aguilar, 2011 citado por Quintero, 2017, p.42). De forma que las decisiones estén tomadas de manera horizontal, no jerárquica; que las propuestas vengan de cada uno de los asociados de la Red; que parte de las gestiones y de las áreas de la red sean hecha desde la base y que sea la base que garantice dicho proceso; proponiendo que se hagan comités acordes a sus necesidades desde los diferentes rincones del país.

Referencias bibliográficas

- Ávila-Toscano, J. (Ed.). (2012). *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Corporación Universitaria Reformada.
- Barrientos, M. (2005). La participación: algunas precisiones conceptuales. *Asignatura de extensión rural*, 1(1), 1-5. <http://www.ocw.unc.edu.ar/facultad-de-ciencias-agropecuarias/extension-rural/actividades-y-materiales/actividades-y-materiales-2010/la-participacion>
- Barrera, A. (2009). Innovación política y participación ciudadana. *Tendencias democráticas en los gobiernos locales*. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/formacion-virtual/20130717032750/11barre.pdf>
- Böcker-Zavaro, R. (2007). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara. <https://cdsa.aacademica.org/000-066/1149>
- Bonilla Castro, E. y Rodríguez Sehk. (1997). *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en las Ciencias Sociales* (2nd ed.). Uniandes.
- Cardona-Prieto, M. y Burgos- Doria, R. (2015). *El turismo comunitario en Colombia: iniciativa de desarrollo local y estrategia de empoderamiento del patrimonio cultural*. *Administración y Desarrollo*, 45(1). 129-141. <http://esapvirtual.esap.edu.co/ojs/index.php/a/article/view/15>
- De la Rosa-Flores, B. Cruz-Jiménez, G. y Porras, F. (2016). *Redes de política, élites y gobernanza. Marco teórico para el estudio de un caso turístico*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (3). 595-610. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88145925003>

- Fairstein, C. (2011). *Asociatividad para actividades no tradicionales: la experiencia de la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta, Argentina*. Margen Editorial. 9(62), 1–17. <https://core.ac.uk/download/pdf/52482169.pdf>
- Fernández-Aldecua, M. (2011). *Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turísticas: ¿estamos hablando de lo mismo?*. El Periplo Sustentable. (20). 31-74. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193417856003>
- Gil-Ríos, A. (2015). *Redes sociales en el trabajo social. Apuntes para la praxis profesional social*. Eleuthera. 12, 181-196. http://200.21.104.25/eleuthera/downloads/Eleuthera12_10.pdf
- González-Quiñones, Y. Palmas-Castrejón, Y. y Vargas-Martínez, E. Serrano-Barquín, R. (2013) *Una Red De Cooperación Empresarial Para El Desarrollo Local Corredor Turístico “Las Truchas” - Malinalco, México*. Universidad Autónoma del Estado de México. 8, 207 – 225. <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V28/N01/v28n1a11.pdf>
- Gudiño, M. (2016). *El Ordenamiento Territorial como política de Estado*. Perspectiva Geográfica, 20(1), 11-36. <https://doi.org/10.19053/01233769.4491>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed). McGraw-Hill Interamericana.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). *Programa de Turismo Comunitario*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/programas-de-turismo-comunitario/informe-programa-turismo-comunitario-2018/informe-programa-turismo-comunitario-2018.pdf.aspx>
- Lotero-Contreras, J. Arcila, M. Gómez-Vargas, A. (2008). *Políticas públicas y turismo en las regiones rurales de Antioquia, Colombia: aproximaciones desde el enfoque de sistemas*

- productivos territoriales y redes institucionales*. Cuadernos de Desarrollo Rural, 5(61), 169-193. <https://www.redalyc.org/pdf/117/11713138007.pdf>
- Melo-Sacramento, P. y Meira-Teixeira, R. (2012). *Redes de Cooperación y Relacionamento en el Sector Turístico estudio de Casos Múltiples en Pequeños y Medianos Hoteles*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 21 (6), 1481-1501. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180725030007>
- Mendoza-Ontiveros, M. Figueroa-Hernández, E. y Godínez-Montoya, L. (2015). *Turismo comunitario pro-pobre en el tejido El Rosario, Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca*. El Periplo Sustentable, (29), 92 – 119. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/41319>
- Montecinos, E. (2007). *Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes*. Revista de Ciencias Sociales, 13(1), 9-22. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000100002&lng=es&tlng=es.
- Moreno-Pérez, A, y Díaz-Guevara, C. (2018). *Redes de cooperación y turismo rural en el pueblo mágico de Mazamitla, Jalisco*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C. <http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/3815>
- Murillo-Soto, V. (2016). *Redes de Turismo Rural Comunitario: La experiencia de Argentina y Costa Rica*. Revista Tecnología En Marcha, 29(6), 59–68. <https://doi.org/10.18845/tm.v29i6.2902>
- Narváez, M., Fernández, G., y Carmen, G. (2018). Participación de las Comunidades Organizadas en el Desarrollo Turístico Local (Paraguaná–Venezuela). *Revista*

- Venezolana de Gerencia, 23(81), 106-120.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767007/html/index.html>
- Orgaz-Agüera, F. (2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. *Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38(2), 79-91. https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908
- Pérez-Serrano, A., Juárez-Sánchez, J., Ramírez-Valverde, B. y Cesar-Arnaiz, F. *Turismo Rural y Empleo Rural no Agrícola en la Sierra Nororiente del Estado de Puebla: Caso Red de Turismo Alternativo Totaltikpak*, A.C. *Invest. Geog.* (71), 57-71.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112010000100006&lng=es&nrm=iso
- Pinzón-Angulo, K. (2013). *Red De Turismo Sostenible De Colombia: 11 Años Promoviendo Espacios De Reflexión Y Motivando La Sostenibilidad Turística (Sustainable Tourism Network of Colombia: Eleven Years Promoting Reflexion Spaces and Motivating the Sustainable Tourism)*. *Anuario Turismo y Sociedad*, 14, 271 - 288.
<https://ssrn.com/abstract=2435381>
- Polanco-de Mesa, J. y Meira-Teixeira, R. (2011). *Determinantes de un sistema organizacional en red para el desarrollo rural del turismo en Antioquia (Colombia)*. En *Cuadernos Desarrollo Rural*. 8 (67), 251-274.
<http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v8n67/v8n67a11.pdf>
- Quintero-Castellanos, C. (2017). *Gobernanza y teoría de las organizaciones*. *Perfiles latinoamericanos*, 25(50), 39-57. <https://doi.org/10.18504/pl2550-003-2017>
- Ramos-Sigcha, J. (2014). *Construcción de una red de turismo comunitario en la parroquia de Simiátug, cantón Guaranda, provincia Bolívar*. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Archivo digital.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7201/1/QT06007.pdf>

- Sánchez-Ramos, M. Á. (2009). La participación ciudadana en la esfera de lo público. *Espacios Públicos*, 12(25), 85-102. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67611350006>
- Sanchez-Tovar, L. y Del Pino-Espejo, M. (2008). Una mirada a la participación comunitaria en el proceso de contraloría social. *Paradigma Maracay*, 29 (2), 35-53. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S101122512008000200003&lng=es&nrm=iso
- Serna, J. M. (2010). Globalización y gobernanza: las transformaciones del estado y sus implicaciones para el derecho público:(contribución para una interpretación del caso de la Guardería ABC). Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Vargas-Cumbajín, C. y Vallejo-Santiana, G. (2017). *Propuesta de consolidación de la red de turismo comunitario en la parroquia la Esperanza, cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha*. [Tesis de pregrado, Universidad Central de Ecuador]. Archivo digital. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/8888>
- Velásquez, F. y González, E. (2003). *¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia?*. Fundación Corona. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.6021>

Anexos

Anexo A

Objetivo uno

ASPECTOS	1	2	3	4	5	6
¿Qué actividades turísticas manejan dentro de su empresa?	Las actividades que se manejan es el transporte en lancha por el Santuario Isla de la Corota. Que puedan conocer la Gastronomía de la región como el cuy y trucha y se maneja las plantas aromáticas para productos de belleza	Se realizan talleres demostrativos, recorridos por senderos Interpretativos, articulando productos en Lana, Fique y Paja. También, se venden productos derivados de la miel.	Las actividades que se realizan es por medio del turismo de naturaleza y cultural por medio de la música.	Se manejan las actividades con relación al Turismo Cultural por medio de artesanías, talleres demostrativos de la lana, que es los productos insignia de las mochilas.	Las actividades que se realizan en nuestra empresa es senderismo, baños recreativos, procesos de artesanías, deportes extremos, turismo de naturaleza y agroturismo	Las actividades que se realizan son las que tiene relación con el Turismo de naturaleza, deportes de aventura y agroturismo.
¿Cuáles eran las expectativas frente a la gestión de la Red y siente que lo ha logrado?	Las expectativas era poder consolidar una oferta de turismo comunitario en el país. Hasta el momento se ha podido consolidar un paso con la formalización de la Asociación Red de Turismo Comunitario. Se puede decir que se ha logrado un 70% del proceso	Se tenían dos puntos importantes. El primero era esperar que se realice un verdadero Turismo Comunitario desde la gobernanza poder consolidar la Red El segundo punto tener tranquilidad y esperanza en los procesos que se realice frente a la gestión de la Red Hasta el momento se ha hecho mucho. El logro de esta expectativa es complejo.	La expectativa de la Red es que se convierta en el gremio más importante que lidera la oferta de turismo rural, cultural y comunitario como modelo de trabajo en equipo, que sean un gremio fuerte y representativo sin invadir otros espacios. Otro punto relevante es que sea un gremio de personas empoderadas y visibles, que puedan hacerle	La expectativa era poder consolidar la Red y que la pudieran reconocer, dar valor a los emprendimiento de base comunitaria y diversificar la economía del país desde el turismo comunitario.	La expectativa era lograr una comercialización conjunta y mostrar que hay detrás de cada producto. También, que todo es para la gestión comunitaria. Hasta el momento, la red está en un buen camino	Al principio a ser un grupo tan numeroso y que ahora hay pocas iniciativas de base comunitaria en los procesos de la gestión de la red, es difícil. Hasta el momento, se ha hecho un buen trabajo, resaltando que las personas que están al frente de la Red han hecho un buen trabajo.

			ver al estado, que en término de turismo tienen un gran porcentaje de la oferta de país			
¿Cree usted que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha sido parte de los procesos que han tenido ustedes en la red? ¿Por qué?	Al comienzo si hubo un acompañamiento. En este momento existe un abandono por parte de la entidad, pero, el encargado no conocía de procesos comunitarios y venía de los procesos de comercialización. Ayudaron en una primera etapa. Sin embargo, la Red sola ha venido trabajando por su consolidación y fortalecimiento. En este momento no se siente la presencia actual del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Al comienzo el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reunió a todas las 52 iniciativas de base comunitaria. No obstante, no le ayudaron a estas iniciativas a poner un polo a tierra, dejó un mal manejo. Se debe tener una propia autonomía de las personas que hacen parte de la red. Desde el estado no han dado herramientas, pero, no nos han quedado claras. El turismo tiene que tener sus recursos departamentales, las comunidades tienen que entender a la institucionalidad y por eso se debe realizar capacitaciones.	Fue el autor principal de los procesos, fue quien ayudó para iniciar el proceso gracias al proyecto de impulso a turismo, pero, el avance de la Red es otro proceso, en el proceso prácticamente hubo un abandono. El MinCIT solo hizo parte del proceso en la primera parte.	Ellos fueron quienes crearon la red.		
El hecho de permanecer en la red ¿Qué aprendizajes le ha aportado para el Fortalecimiento de su Organización?	Los aprendizajes son poder visibilizarse a través de las experiencias de cada territorio, conocer cada experiencia, saber por medio de los que hacen parte de la red como	Poder intercambiar dinámicas, reconocer Colombia en profundidad y diversas, eso para un país es una maravilla. También, permite conocer fortalezas, debilidades		El poder visibilizar a través de las experiencias de cada territorio el conocimiento, saber por medio de los que hacen	Intercambiar dinámicas, el reconocimiento de una Colombia profunda y diversa, eso para un país es una maravilla.	

	pueden fortalecer cada Organización y hacer un intercambio de conocimiento.	de cada uno.		parte de la red como pueden fortalecer las empresas y hacer un intercambio de conocimiento.		
Desde que ha sido parte de la red ¿se ha sentido conforme frente a los procesos internos que se han manejado?			En el primer año se realizaron reuniones a la distancia de decisiones y la dependencia de la institucionalidad no nos permitió consolidar la red en ese momento. Pero, los grupos locales no avanzan para que se pueda asociar			
¿Ha adquirido nuevos conocimientos en Turismo desde los procesos internos de la Red?	Se ha tenido capacitaciones a lo largo de la creación de la Red. En el año 2019 desde el mes de Noviembre, estuvo 20 empresarios formando parte de la capacitación de la ruta exportadora y comercializadora de Turismo de Procolombia en la ciudad de Bogotá. Otra fue con la articulación de la Cámara Colombiana capacitando más de 400 personas para protocolos de bioseguridad. Con AgroSENA del Valle se pudo capacitar en las huertas caseras, prestación de servicios y procesos de innovación. Con la Universidad Pontificia	Si por medio de las capacitaciones y formalización de temas como desarrollo empresarial	Mucho		Si, por capacitaciones	Si

	<p>Bolivariana se realizó capacitaciones en diseño e innovación de turismo, con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se ha trabajado para ser parte de la formación de la REDTURCOS y se ha realizado capacitaciones para generar un proceso de articulación de la ruta de negocio y Comercialización de Turismo a través de ventanas digitales con Procolombia.</p>					
<p>¿Las experiencias que han tenido todos en la red han servido para mejorar el ambiente laboral?</p>	<p>A través de la Red se puede mejorar cada organización y mejorar los servicios turísticos comunitarios. Existen iniciativas que tiene un avance turístico significativo y se puede aprender de ellas. Las experiencias han sido significativas para mejorar el turismo.</p>	<p>Ha facilitado la formación y distribución de información, influyendo en el empoderamiento de la comunidad en los territorios y le está poniendo límite al abuso estatal. En muchos territorios, sólo se benefician los grandes operadores turísticos. Pero, si en la comunidad algo no es equilibrado algún día explota, desde la red por medio del modelo de gestión del turismo comunitario se quiere generar una equidad y una igualdad, para que las agencias de viajes respeten a la comunidad y los territorios.</p>		Si		

Anexo B

Objetivo dos

Aspectos	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco
¿Cómo son los mecanismos internos para la toma de decisiones y para la elección de la Junta Directiva?	El mecanismo interno es por la Asamblea General. Para la elección de la Junta Directiva se realiza por votación con mínimo tres candidatos	El mecanismo interno es por medio de la Participación Colectiva. Para la elección de la Junta Directiva fue igual por medio de la Participación Colectiva	Los mecanismos internos y para la elección de la Junta Directiva se realizan reuniones, talleres por grupos de trabajo y votación.	Para la toma de decisiones y para la elección de la Junta Directiva es por votaciones y participación.	Para la toma de decisiones y la elección de la Junta Directiva es por voz a voz, voto y participación.
¿Cuál es la participación para la toma de decisiones dentro de la Red?	La participación se realiza con más de la mitad de las personas o por medio de la Junta Directiva	La participación es por democracia y/o reuniones	La mayoría de los que le interesa la red participan, lo demás no.	La mayoría de personas participan	Hay espacios de participación para todos y por medio de la democracia.
¿Cómo están establecidos los canales de comunicación, cree usted que son los canales correctos?	Los canales de comunicación son WhatsApp – Llamadas – Videos. No son los canales adecuados, la mayoría de los que hacen parte de la Red están en áreas rurales donde no hay señal	Los canales de comunicación son por medio de redes sociales donde se realizan asambleas. Actualmente, son los adecuados.	Los canales de comunicación son por medio de Chat y video llamados. Son los adecuados por el momento.	Por las redes sociales. Estos medios no son los adecuados, porque la mayoría no tienen una buena señal en sus territorios.	Los canales de comunicación son por Zoom y Meet. Son los adecuados, porque es la única herramienta para poder conocernos y hablar pero todo el dinero que se invirtió se fue en estos canales de comunicación.
¿Qué dificultad han tenido para comunicarse y/o reunirse?	La señal	No todos tienen buena señal. Eran mejores las reuniones presenciales.	Desde la pandemia, no nos pudimos reunir presencialmente.	La señal y los recursos para mejorar los sitios turísticos	La señal
¿Cómo es la comunicación entre	Buena, existe una buena comunicación	Antes era mejor por las reuniones anuales que se	No de todos, porque no tienen una buena "señal" y/o por falta	Sí, hay buena comunicación	Buena, pero la comunicación entre las

los miembros de la red?		hacía de forma presencial.	de interés		personas que viven en las Áreas Rurales es poca por la dificultad de la señal.
¿Existe un trato apropiado entre los miembros de la Red?	Si	Hace mucho que no nos vemos, entonces no.	Si	Si	Claro, Si
¿Cómo es la participación en el desarrollo de los estatutos de la Asociación Red de Turismo Comunitario?	Buena, todos trabajaron en el desarrollo de estatutos	Entre todos hemos trabajado con los estatutos.	A todos no lo enviaron y si tenemos sugerencia lo podemos hacer para mejorar los Estatutos.	Solo sé que la Junta Directiva ha estado activamente en el desarrollo de estatutos	Cada uno de los de la red pudieron sugerir cambios respecto al proceso de la creación de los Estatutos
¿Qué tanta participación tuvieron las iniciativas frente a los procesos de creación de la Red?	Mucha, todos queríamos hacer la Red desde hace mucho tiempo.	Mucha, gracias al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se pudo crear la Red.	Mucha, porque todos se hicieron por votación y trabajo junto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Todos hablamos y todos participaron	El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo abrió una convocatoria a nivel nacional. Después, entre todos creamos lo que hoy en día es la red
¿Qué dificultades ha enfrentado desde que hace parte de la Red?	Falta del RNT	El silencio y la falta de comunicación	Económicas, empezar en una Red es difícil. También, no hay apoyo estatal y desde nuestra iniciativa comunitaria los operadores no están interesados en ofrecer nuestro producto.	La señal a veces no es buena para comunicarse con los de la Red	La inversión del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo frente a los incentivos de Turismo, no es la adecuada. Uno piensa que es un gana/gana pero no lo es, uno de formulador de proyecto pasa a sujeto observado.
¿Existe un aporte económico para pertenecer a la Red?(de cuanto, cada cuanto, y para que se utiliza)	NO	NO	Si hay un aporte económico es de \$50.000 pesos colombianos anual para gastos de logística, Cámara de Comercio, Página Web, gastos de representación	Si, 50.000 anualmente para podemos legalizar	No lo sabe

¿Qué estrategias tienen en la Red para mejorar el mercado turístico?	Con capacitaciones	Por medio de intercambios de clientes para que puedan conectar el Turismo Comunitario en toda Colombia.	Manejar redes sociales y asistir a las Ferias como la Vitrina Turística de ANATO.	Conectar experiencias que trabajan con el Turismo Comunitario	Conocer las experiencias y que el turista conozca la cara del Turismo del país por medio del Turismo Comunitario
--	--------------------	---	---	---	--

Aspectos	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez	Once	Doce
¿Cómo son los mecanismos internos para la toma de decisiones y para la elección de la Junta Directiva?	Para la toma de decisiones lo primero que hacen es realizar una reunión los comité de Junta Directiva y luego se convocan a todos los miembros de la Red	Los mecanismos que se utilizan para la toma de decisiones y elección de la Junta Directiva son por medio de reunión y por votación.	No tengo conocimiento, no he participado de las reuniones.	Es por medio de los comités, el de comunicaciones se dedica a compartir toda la información, la mayoría participa. Por medio de la administración, se toman las decisiones.	Hace seis meses se hizo una reunión por la directiva para hacer una elección de la nueva Junta Directiva, no pude conectarme por problemas de conexión.	Como organización se definieron los estatutos y la Junta Directiva, los mecanismos internos dos reuniones por mes.	Es nueva en el grupo y no conoce muy bien cuales son, pero hasta donde se ha visto es por medio de votación
¿Cuál es la participación para la toma de decisiones dentro de la Red?	La participación es importante, el comité se encarga de presentar propuestas a las autoridades y luego las autoridades se encargan de transmitir esta información. Después, las autoridades son quienes toman las decisiones de la Red	Existe una alta participación, se realiza por votación, todos participan y nadie se excluye.	Lo que he logrado evidenciar es que hay una Junta Directiva, ellos nos comunican todo y nos permiten participar.	La Junta Directiva escogen las iniciativas que hacen parte de la Red, cualquier persona se puede postular y se pone a votación.	Por el estado tan incipiente que hay no se está desarrollando. No la misma participación que antes porque era mejor para la reunión.	Actualmente, no tienen una participación total de todos los asociados y la participación se han hecho reuniones periódicas donde se conectan 10 o 12 personas..	Se da la palabra a los participantes, se participa
¿Cómo están establecidos los canales de comunicación, cree	Por medio de redes sociales, Si son los canales correctos. Dentro de la Red existe	Los medios de comunicación son virtuales, antes de la pandemia hubo opción de reunirse	Los medios de comunicación son por WhatsApp y Correo. Si, son el corrector	Son por medio de WhatsApp que es muy efectivo, por el correo electrónico, uso de todas las	Participamos por WhatsApp, Si porque no existe una estructura jerárquica.	Son correctos pero es importante resaltar que no son	Es por medio de redes, por whats app, Facebook e Instagram. no se han podido otros

usted que son los canales correctos?	una ruta donde se encuentra un comunicador el cual está encargado de comunicar semanalmente las cosas que están ocurriendo con la Asociación.	ahora es por Meet, WhatsApp y Zoom. Si son los adecuados.		redes sociales y el teléfono.		insuficientes porque no se ha podido llegar a todo el grupo. Toca mejorar los correos y muchas veces las personas no cuentan con recursos para un plan de datos.	por la pandemia
¿Qué dificultad han tenido para comunicarse y/o reunirse?	Las dificultades son los medios de transporte ya que es difícil conseguir combustible, la Pandemia Covid-19, No hay internet en donde yo vivo.	La señal es mala en muchos territorios y Pandemia.	Conectividad en los territorios.	La pandemia y restricciones de contacto físico, la distancia ya que todos estamos en lugares diferentes y las dificultades económicas.	La pandemia, el acceso de luz o tecnología, la falta de conectividad en zonas rurales y disponer de recursos económicos.	Manejo de WhatsApp, la información inadecuada, con el tiempo de la pandemia se ausentaron las personas de WhatsApp y se perdió comunicación, problemas de redes de comunicación. Desde la Pandemia las comunidades indígenas cerraron sus comunidades y se perdió información sobre estos líderes y los problemas económicos.	La conectividad es muy complicado y Colombia tiene un gran problema de conectividad
¿Cómo es la comunicación entre los miembros de la red?	Gracias a la Junta Directiva ha sido muy buena la comunicación.	Existe una buena comunicación, somos muy unidos los participantes de la Red.	Las personas que lideran tienen buena comunicación y ellos nos comentan todo, nos enteramos un	Comunicación directa a través de WhatsApp y por medio de esta red se informa todo.	La mayoría son personas de avanzada edad y se les dificulta la tecnología y prefieren el contacto directo.	Como grupo se tiene una buena relación y comunicación entre los de la Red.	Buena

			poco tarde por que la señal es mala, pero, quienes tienen buena señal si se comunican más rápido con ellos.				
¿Existe un trato apropiado entre los miembros de la Red?	Si	Es excelente	Si	Absolutamente, muy apropiada.	Con algunos líderes se percibe un trato cordial, llaman el trabajo articulado y al trabajo “como comunidad y en comunidad”	Sí, no existe conflicto. Porque se puede hablar con cada integrante de la Red para mayor conocimiento de las actividades que tiene cada región y de los productos turísticos que ofrecen.	Trato apropiado entre los miembros
¿Cómo es la participación en el desarrollo de los estatutos de la Asociación Red de Turismo Comunitario?	Sé que aún se encuentran trabajando en los estatutos	Buena, la mayoría de los Asociados participaron.	No tengo mucho conocimiento, pero sé que hicieron reuniones. Los que no se conectaron fue por la conexión o el tiempo pero hubo una buena participación	Fue por consenso y votación	Si habían una gran participación, desde el comité de comunicación se trata de dar toda la información a las personas que hacen parte de Red.	Se generó un DOFA y hubo participación entre 10 y 20 iniciativas, también hubo un acompañamiento de personas externas que conocían el proceso. Esta actualmente el DOFA para que las personas sepan de los procesos.	No tiene conocimiento
¿Qué tanta participación tuvieron las iniciativas frente a los procesos de creación de la Red?	Bueno, desde mi territorio se está trabajando para que la Red siga creciendo sobre todo desde las comunidades	100% todos participan activamente, todos estuvieron de acuerdo con la creación de la Red.	La mayor participación es de los que lideran la Red.	La participación fue desde el inicio con la convocatoria pública que se hizo desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Los canales estuvieron, lamentablemente ha sido liderada por un par de asociaciones por su conexión pero no se sabe si tiene	Al momento de la creación de la Red, se preguntó que si todas querían participar y que faltaba de la	Todas participaron

	indígenas.			y por votación.	una representatividad.	Red, todas se pusieron de acuerdo. También, el gobierno participó pero el apoyo no fue de mayor.	
¿Qué dificultades ha enfrentado desde que hace parte de la Red?	La persona que hizo la propuesta de creación se fue al exterior y cuando ella vuelve se retoma el proyecto.	La pandemia y no tener una ruta en la red para avanzar.	La conectividad y que todas las iniciativas no tiene el RNT.	La pandemia, la consolidación, la falta de legalización y políticas para que la legalización sea posible.	Tener unos canales apropiados para la comunicación y trabajar bajo unos mismos Lineamientos.	La Pandemia, conectividad, la distancia entre los que hacen parte la Red, la falta de una ruta que nos diga cómo generar los procesos para consolidar la Red, los pocos recursos económicos que tiene la Red y de conocimientos que se tienen sobre las redes de Turismo. También, en el nacimiento de la Red no hubo una dirección para sostenerla y consolidar procesos comunitarios.	
¿Existe un aporte económico para pertenecer a la Red?(de cuanto, cada cuanto, y para que se utiliza)	Para la formalización se pidió un aporte voluntario de \$50.000 pesos colombianos.	No existe, se dio un aporte para la legalización y ya.	Solo se ha pedido un aporte de \$50.000 para la legalización, y es lo único que se ha pedido, hasta el momento.	No existe, voluntariamente se dio \$50.000 para la legalización.	No sabe	Si, se definió un aporte por asociados. Se hizo el primer aporte en enero 2020 con \$10.000 mensual a los asociados de REDTUCO,	Logra conocer como iniciativa cual es el apoyo o beneficio por ser parte de la RED

						somos en total 30 asociados, pero en la Red solo 52. Las 30 personas dieron su aporte y las personas que quieran ser parte aportarán ese valor, esta asociación es privada pero la Red es pública y se quiere aporte a la Red por medio de la Asociación	
¿Qué estrategias tienen en la Red para mejorar el mercado turístico?	Por medio de capacitaciones	Capacitación para afrontar el mercado turístico, asociar todas las iniciativas y hacer una ruta que conecte todas las iniciativas que hacen parte de la Red.	No sé hasta el momento, cuando empezamos a soñar la Red se espera que se pueda promocionar todos los territorios que hacen parte de la Red.	Ofrecer foros virtuales para conocer las iniciativas, fortalecer la Red y ampliar la red con contactos y alianzas de todo el mundo	Identifica el Turismo como un sector nuevo de crecimiento y visibilizar el Turismo Comunitario.	Por medio de Estatutos, promocionar el turismo comunitario desde la educación y buenas relaciones con las entidades y empresarios de Turismo Comunitario, haciendo alianzas estratégicas con universidades, colegios “amigos de turismo”, entre otros.	Para pertenecer no, pero se dio un dinero para legalizar la red

Aspectos	Trece	Catorce	Quince	Dieciséis	Diecisiete	Dieciocho	Diecinueve
¿Cómo son los	Se realiza a través de asamblea	Se realiza una solicitud de	Para la elección de la junta	Por medio de voto según la previa	Acuerdos colectivos, por	Los temas se presentan y por	Son concertados, alguien toma la

<p>mecanismos internos para la toma de decisiones y para la elección de la Junta Directiva?</p>	<p>General se verifica el grupo y por medio votación se eligen los miembros y se estipulan a través de acta.</p>	<p>reunión por parte de la presidenta sin tener en cuenta los estatutos los cuales indican los tiempos y fechas para estas reuniones solo se hacen están por necesidad para alguna decisión y sin previo aviso el cual de acuerdo a lo establecido por la ley debe ser con 10 días de anticipación</p>	<p>directiva se debe tener en cuenta que la persona sea idónea y con conocimiento en turismo preferiblemente en trabajar con comunidades. Los miembros de la red son quienes eligen mediante la votación o postulación a algún miembro. Y para la toma de decisiones cada región tiene unos líderes y este debe socializar y decidir por región en lo que están de acuerdo voy de esta forma es más fácil al momento de hacer con la junta directiva.</p>	<p>postulación de los cargos.</p>	<p>elección, participación, elección popular para elegir la junta directiva.</p>	<p>mayoría se aprueba,</p>	<p>vocería y manda el comunicado y todos toman las decisiones</p>
<p>¿Cuál es la participación para la toma de decisiones dentro de la Red?</p>	<p>Las decisiones son muy participativas y democráticas, siempre se busca que todos los miembros estén involucrados.</p>	<p>Las decisiones se toman de acuerdo a las votaciones y con los participantes activos de la junta.</p>	<p>Cada opinión es importante, se debe tener en cuenta la opinión de cada miembro o iniciativa.</p>	<p>Es una participación democrática</p>	<p>Se puede decir que es parcial ya que no todos se pueden conectar, sin embargo se deja una ayuda de memoria para las personas que no se pueden conectar.</p>	<p>No conoce</p>	<p>Es concertada</p>
<p>¿Cómo están establecidos los canales de comunicación, cree usted que son los canales correctos?</p>	<p>Existen canales de comunicación a través de correo electrónico, se maneja un directorio, a través de</p>	<p>No son las correctas faltas más dinamismo e interrelación entre los medios a elegir para comunicar.</p>	<p>Los canales de comunicación no son correctos. Son los más viables debido a que es difícil reunir a todos los</p>	<p>Hasta ahora han sido virtual por la cuarentena obligatoria, pienso bueno son los canales correctos lo ideal sería poder reunirse para intercambiar puntos de</p>	<p>Tienen diversos canales de comunicación, tienen un grupo general donde se encuentra dividido por comités,</p>	<p>Reuniones virtuales.</p>	<p>Se hace a través de chat, de llamadas o por correo. Si son los correos, algunos tienen problemas</p>

	llamadas y hoy en día a través de reuniones virtuales, creo que están bien pues actualmente muchas empresas y asociaciones utilizan este tipo de canales.		miembros en un solo sitio. Debido a la ubicación de cada uno y actualmente por la situación de Covid.	vista pero dada la complejidad de la situación toca esperar.	actualmente se hicieron unos grupos de WhatsApp por regiones, les gustaría tener mayor fortalecimiento en medios de comunicación, aunque el WhatsApp es lo que mejor ha funcionado.		de conectividad
¿Qué dificultad han tenido para comunicarse y/o reunirse?	Las dificultad son más de conectividad dado que muchas iniciativas están en zonas rurales Intentamos que sea una comunicación activa.	Mala señal de las redes.	En algunos casos para reunirse es el tema de la conexión y algunas veces por la actividad que realiza cada uno. Que está por fuera del área de cobertura.	La complejidad ha sido el internet ya que en muchas comunidades la señal es compleja y no todos cuentan con este beneficio	La dificultad media alta es la conectividad en los territorios, muchas veces se asume que todos tienen conectividad en la ciudad y no es así. Sin embargo se mantienen informados.	Disponibilidad de tiempo y recursos	.Dificultad cuando se cae el internet
¿Cómo es la comunicación entre los miembros de la red?	Así es existe un buen trato entre los miembros, siempre se escuchan puntos de vista y se llegan acuerdos.	Es medio actividad pienso que a algunos no les interesa lo que se les comunica cuando me hablas de la red la junta siempre está en comunicación activa.	La comunidad por parte es continúa a través del grupo de WhatsApp y algunas veces de forma individual.	No hay una comunicación asertiva con algunos miembros de la red por la complejidad en esta área	Es buena, pero no todos la aprovechan y algunas personas son tímidas para expresarse ampliamente.	Masiva en WhatsApp pero no asertiva	Es buena la comunicación
¿Existe un trato apropiado entre los miembros de la Red?	Actualmente están trabajando desde diferentes comités de trabajo con el fin de articular los objetivos de la red.	Hay algunos comités pero no hay articulación fuera de estos comités.	La mayor parte del tiempo poco miembros de la red participan activamente por el grupo, y desconoce si lo hacen de forma interna con la	“personalmente pienso que si”	Se habla con mucho respeto a los miembros de la RED.	Si	Sí, es muy buen trato

			junta directiva				
¿Cómo es la participación en el desarrollo de los estatutos de la Asociación Red de Turismo Comunitario?	El 100% porque la creación de la red se da a partir de un proyecto del Viceministerio donde cada una de las iniciativas debe preparar un proyecto y de ahí son elegidos luego se reúnen en Restrepo Meta y concuerdan la creación de la red.	Principalmente cuando se realizó la reunión ya se tenían unos estatutos y bajo el lineamientos de estos se tomó la decisión de legalizar la red no hubo participación en “mi caso de elegir dentro de los mismos ya estaban y fueron impuestos”.	El trato es apropiado e igual para cada miembro con las mismas oportunidades para cada ya depende de cada uno lo que le interese.	“pienso que para algunos ha sido complejo ya que muchas iniciativas no están jurídicamente organizadas para las que lo estamos debemos amarrar nuestros estatutos a los de la red de acuerdo a los objetivos que nos identifican”.	Fue un reto, se tomó un año entero para lograr los estatutos y tratar que todos los participantes se sintieran incluidos, fue de mucha paciencia por la conexión otras actividades que no permitían que todos se conectaran y al final fue término un grupo muy pequeño quien los elaboró, pero contó con la opinión de todos los participantes.	En estos procesos no todos participan, así que eso es lo ideal. Los que participan aportan	.La mesa toma la iniciativa y se fue ajustando y se envió a todas las iniciativas para saber su opinión
¿Qué tanta participación tuvieron las iniciativas frente a los procesos de creación de la Red?	El 100% porque la creación de la red se da a partir de un proyecto del Viceministerio donde cada una de las iniciativas debe preparar un proyecto y de ahí son elegidos luego se reúnen en Restrepo Meta y concuerdan la creación de la red.	No fue activa solo participó el 70% de los miembros.	Para la construcción de los estatutos sólo algunas iniciativas están atentas, creo q no todos participan desconozco si es por falta de conocimiento o falta de interés.	para muchos ha sido compleja por el distanciamiento que estamos viviendo y desafortunadamente la responsabilidad y el compromiso ha tenido peso más en una persona que otra como es el caso de la presidenta o representante legal que ha tenido sobre sus espaldas el compromiso de legalizar los procesos ante las entidades competentes.	La participación fue total, fue con el 100% de los miembros de la RED gracias a la financiación que hubo.	Baja	Total, todos participan
¿Qué dificultades ha enfrentado desde que hace parte de la Red?	El compromiso de las personas a veces dificulta el crecimiento de la red.	La comunicación activa con los demás miembros de la red.	Las dificultades en la red ha sido el tema de la organización de los estatutos que ha tomado demasiado	No poder participar activamente muchas veces por la complejidad en las comunicaciones por la tecnología que es muy difícil.	El compromiso, el sentido de pertenencia, el poder integrar a todas las personas, la participación activa de los	La red se creó por parte del ministerio para cumplir metas del mismo ministerio y no se gestionó para las organizaciones,	Ninguna

			tiempo creo personalmente debido a la falta de compromiso de algunas de las iniciativas.		miembros.	tampoco se legalizó. La principal dificultad es que los que se ganaron la convocatoria esperaban recursos no una red, otra debilidad es que la representante legal y su equipo no tienen sueldo	
¿Existe un aporte económico para pertenecer a la Red? (de cuanto, cada cuanto, y para que se utiliza)	El aporte es muy significativo porque busca rescatar los modelos de negocios rurales étnicos y urbanos y es mostrar un proceso sólido pero también de confianza entre comunidades permitiendo que desde aquí haya un empoderamiento del territorio.	Existen dos uno inicial. Para la legalización de 100 mil y uno de mantenimiento mensual de 30 mil.	Se habló de un aporte económico para el sostenimiento de la red por parte de los miembros y por parte de otras iniciativas que quieran hacer parte de la red. Pero en este momento no tengo conocimiento del valor.	Hasta ahora han hecho el primer aporte de \$50.000 para gastos de legalización, se habló de una cuota obligatoria, pero hasta ahora no se ha establecido si será mensual o trimestral. Como miembro de una asociación es indispensable que todos los asociados hagan un aporte mensual para gastos de sostenimiento de la misma.	El ingreso a la RED fue gratis, como asociación Si existe un aporte fue para conformar una figura legal para gastos administrativos y en los estatutos se encuentra consignado cada cuánto se va hacer el aporte para gastos de representación (anualmente).	Si existe un aporte y se utiliza para la admisión de la red	Si es una inscripción de \$50.000 para gastos internos
¿Qué estrategias tienen en la Red para mejorar el mercado turístico?	Si se han tenido capacitaciones para la mejora entre ellas una que se realizó con Procolombia.	Si, más por necesidad de llenar cupos que por necesidades propias de la red se debe trabajar en diseñar esa parte interna además de la planeación y proyección de la red incluso estoy encargado de diseñar la misión y visión de la red.	Una de las estrategias que se planteó sería que la red de turismo visite ferias y actividades turísticas que se hagan dentro y fuera de nuestro país para así promocionar las actividades y que iniciativas las desarrollen y diferentes departamentos de	Seguir fortaleciendo los procesos desde la red para crear autonomía entre sus participantes.	Poder consolidar una plantilla que se pueda integrar en un portafolio, para diferentes casos como ferias, para la promoción de la RED entre otros.	Falta definir productos, mercado y estrategias de venta	Se tienen dentro de la red unos comités para fortalecer y entrar a los mercados lo cual ayuda a visibilizar los productos en diferentes procesos

			nuestro país.				
--	--	--	---------------	--	--	--	--

Anexo C

Aspecto	1	2
Cómo concibe usted ¿Qué son las redes turísticas?	Las redes turísticas es la Unión de los líderes y de los operadores turismo que se unen en torno a buscar mejoras en sus actividades económicas sociales y culturales de turismo	Las redes pueden ser formales o informales. Tienen distintos objetivos y cuando desean unirse a los emprendimientos por ejemplo la red Argentina se decide que sea un espacio de las comunidades campesinas indígenas en Argentina. Para que se pueda generar conceptos propios de los de las comunidades con alianzas de los entes gubernamentales públicos y privados. Además, posicionarse en el mercado como propuestas turísticas y generar alianzas comerciales entre las comunidades.
En su opinión ¿Cómo aporta la red de turismo a la consolidación del turismo comunitario?	La red de turismo se une a través de la comunicación, la interpretación, conocimiento compartido, experiencias. Desde estos puntos se hace una construcción social que ayuda al turismo comunitario. Para La Red de Turismo Comunitario de Colombia fue importante conocer que significa el Turismo Comunitario y los lineamientos de esta tipología de turismo en el país.	En la red en la medida de que esté conformado por iguales y que no haya diferencias internas de una y otra de manera horizontal Se consolida con el turismo comunitario para que una comunidad a través de la red pueda hacer una inclusión con las demás. Además, con los entes gubernamentales se pueden establecer estrategias y lineamientos con alianzas públicas o comerciales. La red termina siendo una herramienta comercial y promocional consolida el turismo a la demanda directamente sin intermediación.
¿Qué importancia tienen las redes turísticas comunitarias para mejorar la oferta turística a nivel nacional?	Cuando un operador de turismo o una iniciativa de base comunitaria están solo, es poco lo que puede hacer para fortalecer su oferta turística. Es por esto, que el turismo se fortalece en la medida en que se puede comunicar, operar y que puede mostrar sus productos en la comunidad en el territorio con la red lo que se tiende es en conjunto se puede hacer si logra una voz más fuerte de mucho más alcance más profunda en torno a su oferta de lo que sólo como iniciativa pudiera hacer e integrar para reconocer la oferta.	Primero, conformar una red de emprendimiento de turismo comunitario facilita mucho el Estado Nacional porque hará un inter conductor, se puede establecer políticas públicas, criterios y normas. También, pueden tener criterios compartidos facilitando mucho el estado porque al establecer criterios de calidad y servicio facilitando el Estado nacional. Luego, el sector privado puede facilitar a las redes de contacto para llegar con los turistas desde los tour operadores o por herramientas comunicacionales como la red. Finalmente, la red se puede fortalecer hacia el entorno facilita entender qué es turismo comunitario.

<p>¿Usted cree que por medio de las redes turísticas puede contribuir al turismo social y comunitario de su país y Latinoamérica?</p>	<p>Mucho, por medio de las redes turísticas se puede expresar una comunidad y que conozcan la cultura del territorio. Además, por las redes turísticas se puede visualizar cómo viven las comunidades de Latinoamérica y si se hace visible, se puede contribuir a un turismo de paz.</p>	<p>Si porque el turismo social se puede fortalecer como el mecanismo de acceso de viaje recreación a los sectores más vulnerables. A nivel de Latinoamérica se mejora a conformar una red en cada país que facilita el trabajo de redes a nivel Latinoamérica, a niveles políticos de posicionamiento visibilidad defensa los derechos. También, para la identidad turística y de alianzas comerciales con otras redes de turismo de otros países. Esto no sería posible sin la facilidad de las redes tanto nacionales como internacionales de turismo comunitario.</p>
<p>¿Por medio de la red se puede fortalecer el emprendimiento de microempresarios de turismo? ¿Por qué?</p>	<p>Si porque se puede trasladar experiencias a la vida propia y desde ahí el empresario puede hacer un balance preguntar variables canales de atención y de distribución para mirar alternativas de redes de comunicación o simplemente compartir la información que le permita apoyarla en sus emprendimientos.</p>	<p>Si en diferencia con otros países como Colombia la normativa turística de Argentina que regula está a cargo de cada uno de los organismos provinciales y no nivel nacional como pasa en Colombia a doble para nosotros es doblemente importante la conformación de la red de Argentina para normativa adecuadas de cinco provincias de Argentina se puede lograr aplicar con las otras provincias nosotros tenemos 17 emprendimientos comunitarios de campesino indígena suficiente provincias de las 23 y Necesitamos negociar con 17 ministros de cada una de las provincias</p>
<p>¿Cómo son los procesos internos para la toma de decisiones en la red?</p>	<p>Los procesos de la red que se ha venido consolidando y se han venido transformando, Antes solo tres personas eran los líderes del grupo van generando procesos de toma de decisiones, temas de reuniones y protocolos para que la toma de decisiones no sea una dificultad</p>	<p>Desde el 2009 la red de Argentina está conformada por casi 100 emprendimientos de los cuales podemos decir que un 40% de ellos son maduros a nivel organizacional y comercial. Estos emprendimientos son los que normalmente son elegidos para asistir a los encuentros nacionales.</p> <p>Existe el comité nacional que lidera la red Argentina de Turismo Comunitario que tiene una validez de ejercicio por dos años que es lo que dura el periodo dentro de un encuentro nacional y otro en cuanto a internacional.</p> <p>No hay un presidente sino un comité Nacional de 10 personas de los cuales se hace por región, están ahí repartidos 5 titulares hombres y mujeres. Se hace encuentros en los cuales se van tomando unas decisiones desde comunidades hasta un comité nacional para lo cual también se ha creado un grupo de WhatsApp que está creado hace 5 años y por plataformas digitales cómo Meet y Zoom el que se van tomando estas decisiones</p> <p>La principales decisiones siempre se hacen a partir del trabajo hecho en un encuentro nacional presencial que delega la</p>

		responsabilidad del comité nacional su cumplimiento y cualquier duda se socializa en el grupo de WhatsApp en el cual hay respuestas inmediatas de todas las comunidades del país o cuando hay una reunión por zoom. Es importante aclarar que por medio de las reuniones digitales no es en la misma cantidad de personas participando que la presencial ya que hay muchas comunidades que no tienen acceso a plataformas digitales de primer nivel organizacional.
¿Cómo se garantiza la participación de los miembros de la Red para la ejecución de las propuestas?	Hasta el momento la participación es libre y espontánea. Se trata de llegar a la mayor cantidad de personas con una llamada telefónica o con un seguimiento. A veces, se realiza un listado de personas que participan y quién está al orden de lo que se quiere dar	El encuentro nacional durará 3 días. En cada encuentro nacional se hace un intercambio de experiencias y un plan de trabajo por ejemplo: en el encuentro pasado que se hizo en la Patagonia en Bariloche en el año 2018 se formó por primera vez la comisión de género de la Red Nacional. También, con la construcción del Código Ético de Conducta.
¿Cuáles son los espacios de participación con los que cuenta la red?	Los espacios de participación son el WhatsApp. Cualquier pregunta que se quiera hacer se realiza desde WhatsApp o por la página oficial de la Red. También, se tiene un directorio dónde están los teléfonos de cada uno de nosotros y cualquier persona se puede comunicar con otra persona de la red desde la pandemia se realiza reuniones virtuales sólo se ha realizado una reunión presencial cuando se decidió hacer la Asociación Red Nacional de Turismo Comunitario pero sólo ha sido virtual netamente virtual	La asamblea es la de mayor autoridad. En el encuentro nacional presencial se elige comité nacional por el período siguiente de dos años, se establece plan de trabajo, reglamento interno y criterios Luego en la medida de lo posible se hacen encuentros regionales que debido a la gran superficie de instancias. El comité nacional tiene su propio grupo de WhatsApp y se hace una asamblea virtual y participan los 25 o 30 técnicos y técnicas para impulsar un poco la participación acerca de la documentación. En conclusión, el encuentro nacional, regional y de comité y los espacios virtuales son los espacios de participación
¿Cuáles son las áreas de acción específica con las que cuenta la Red?	Las áreas de acción están en torno al comité. El comité de Comunicaciones: está en toda la parte virtualidad de Facebook, WhatsApp y de toda la información de promoción y visualización de las iniciativas El comité de Educación: el cual genera todos los requerimientos al contenido a las estrategias y a las posibilidades que tiene la red al llegar al conocimiento o participar en el conocimiento, como por ejemplo: lo que está haciendo la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. El comité que se encarga del tema de investigación y comercialización: en este es como muestran los productos como generan los productos la visualización de ellos los protocolos hasta el momento se está integrando este comité pero ya se tiene varios trabajos en el tema de comercialización y en el tema de	El Comité Nacional es el que coordina todas las operaciones de la red en las áreas temáticas donde está el representante de la red antes los organismos provinciales y nacionales de turismo y las agencias de viajes. El Comité Nacional asume la posición política y administrativa como las herramienta comunicacional y desde ahí tenemos un punto de la red porque el comité nacional tiene una injerencia política de negociación ante la gestión pública y privada. Desde el comité nacional se debe trabajar con grupos de jóvenes para delegar en la comunicación de las redes sociales las áreas son la política administrativa. También, desde hace dos años se creó el proceso de género de

	<p>calidad buscando el tema de la consolidación de la misión y visión de que los estatutos estén de acuerdo en torno a los procesos que tienen la red</p> <p>El comité de proyecto: que hasta ahora se están generando unos procesos ya que aunque el comité es antiguo antes de la consolidación de la asociación realmente no se tenía una incidencia en el tema de elaborar proyectos colectivos hasta el momento se está desarrollando.</p>	<p>posicionamiento de género.</p>
<p>¿Los entes gubernamentales como le han aportado para la creación y al proceso de consolidación de la Red?</p>	<p>El Ministerio fue quien nos llamó y nos acercó para lograr la Red Nacional de Turismo Comunitario, este fue un gran paso que permitió el Ministerio y siempre debemos agradecer por esta oportunidad que nos dio la apertura para la creación de la red y para conocer las iniciativas de base comunitaria en diferentes lugares, compartiendo espacios con compañeros en torno a las iniciativas de turismo comunitario de la red.</p> <p>En este momento, hay otra mirada de lo que se quería hacer no se sabe que fue el tema de pandemia o por el cambio de gobierno, pero, realmente con la salida de la primera persona que hace parte de la de la creación de la red. Se empezó hacer un trabajo autónomo para la consolidación de la red. Pero, claramente el viceministerio se hace una reunión por nuestra voluntad pero no tenemos un beneficio a nivel nacional con el espacio de turismo en relación a la red.</p>	<p>En Argentina los entes gubernamentales no han incidido en la creación de la red. Esto fue autónomo desde el 2009 desde que se conforma la red de Argentina.</p> <p>Donde se conocieron las iniciativas comunitarias desde la voz a voz con 40 iniciativas campesinas-indígenas. Desde la creación de la red fue fundamental el poco apoyo o mediano apoyo que hubo de las provincias del Gobierno argentino y del Ministerio de Turismo de la nación para que apoyara financiamiento de pequeños proyectos comunitarios productivos del territorio.</p> <p>Adicionalmente, se está recuperando una mesa de apoyo interno interministerial nacional. Desde los entes gubernamentales no se visualiza, prioriza y que no se ha apoyado económicamente para los encuentros nacionales y regionales. Necesitamos que el apoyo del estado sea más importante y priorizar el turismo comunitario.</p>
<p>¿Cuáles son las propuestas al turismo comunitario desde la red?</p>	<p>Son las mismas de los estatutos desde la parte social se fortalece el turismo comunitario con la gestión de los recursos para visualizar al turismo a nivel nacional. Con las instituciones nos pueden apoyar generar canales de comunicación con las alianzas con personas que nos pueden ayudar con el turismo comunitario como las instituciones educativas Universidades y Colegios Amigos de Turismo.</p>	<p>Las ofertas turísticas que se ofrecen en la red la Argentina tiene una diversidad de comunidades diferentes pero se puede reducir en algunas propuestas tenemos: Camping de naturaleza, senderismo, descenso de montaña, turismo naturaleza, el centro de esquí, hay propuestas de alojamiento y cabañas camping y propuestas más vivenciales de familias.</p> <p>En otra región existe una propuesta de turismo vivencial de experiencias de viajeros que tiene la posibilidad de aprender hacer tejidos de telar huertas orgánicas, elaborar dulces manufacturados juntos con mujeres rurales o hacer danzas folklóricas. En la siguiente región, es más de humedales, no ofrecen alojamiento como suele haber en otras regiones son más propuestas pero se tiene una propuesta a la identidad cultural y el uso de la lengua indígena y conocer las culturas.</p>

		En la última se realiza desde el agroturismo y se pueden alojar en hogares comunitarios y le permiten al viajero.
¿Cuáles son los contextos del surgimiento de la red de turismo comunitario?	El gobierno en torno a la ruralidad y sobre las problemáticas que hay sobre el turismo comunitario. Define apoyar unos objetivos del desarrollo sostenible a nivel mundial, los cuales son los objetivos del milenio. A partir de eso, el viceministerio se encargó junto con el gobierno nacional a realizar los lineamientos que se cree para fortalecer el turismo comunitario y a la creación de la red a nivel país.	Los contextos socio políticos. Reconocer la vocación turística de Argentina. Conocer los pueblos indígenas, poblaciones mestizas, ONG que trabajan lo agropecuario. Se realizó el trabajo de la Red desde el 2009
¿Cuáles han sido los aprendizajes que tuvieron en el proceso de creación de la red?	Muchos, se han realizado capacitaciones y talleres. Desde Procolombia se ha trabajado todo el tema de redes de comunicación. También, se permitió estar en unos talleres de intercambio de las diferentes iniciativas para poder consolidar la parte de “amistad y confianza” para aprender de las otras iniciativas de base comunitaria. Pero, después empezar solos sin el apoyo de la institucionalidad costó porque no había una confianza necesaria para empezar el proceso. Una de las mayores dificultades fue reconocer que los que hacen parte de la red son los que tienen el verdadero poder. Cuando se entendió que se debió legalizar la red, ya era tarde porque ya no se tenía el apoyo del MinCIT y quedaron preguntas sobre la asociación, la conectividad y sobre el verdadero significado del Turismo Comunitarios	Existen muchos aprendizajes los cuales son: Que ha permitido a las comunidades que estaban por sí solas trabajando el turismo se han podido visibilizar por medio de normativas para que no sean víctimas de un turismo de masas, o sujetos de fotografías o parte de un programa. Cada comunidad estaba sola y por medio de la red se ayuda a fortalecer los lazos. Que por medio de la Red se puede ser defensor de los derechos de las comunidades del sector público y privado del turismo. Se tiene que dar un gran paso que es empoderar a los jóvenes en las partes de comunicaciones. No hay que forzar las normativas y/o leyes existentes sino lo más importante es tener algo propio de la cosmovisión y las comunidades indígenas campesinas. Formar y formalizar a los jóvenes sin perder la identidad cultural de sus raíces y sabiendo que no tienen que aceptar los contactos de las normativas y el turismo como se enseña. Desde lo jóvenes se puede apoyar en los temas de las TIC Tener una silla de turismo comunitario en la mesa de gestión y decisión tanto territoriales como provinciales y nacionales. Por eso hay que formarse. Apoyarse desde las técnicas y técnicos de la red se debe tener una mirada crítica para qué trabajo técnico de acompañamiento del estado del sector público el gobierno y otros prestadores privados del mundo académico para que se pueda fortalecer el turismo comunitario.
¿Cómo es la estructura organizativa de la Red?	La Asociación Red Nacional de Turismo Comunitario ya tiene una estructura. Ya existe una Junta Directiva por 12 años. Desde finales del 2020 se legalizó la Asociación. La Junta Directiva toma decisiones en torno a los procesos de la red. La	Los que conforman la Red son emprendimientos colectivos no individuales ni unifamiliares formales e informales, todos tienen que tener el aval de la comunidad y tienen que tener la autoridad de los caciques o la asamblea colectiva para que se dé cuenta que

	<p>Asamblea General es el mandato superior, también hay un presidente general.</p> <p>La asamblea general en su reuniones con los asociados define Cuáles son los representantes que van a tener para avanzar en los procesos de la red.</p>	<p>ese grupo pertenece a esa comunidad. Debe tener un reglamento interno, un trabajo colectivo, un aporte solidario a la comunidad, un manejo territorial del uso público y privado del suelo y debe tener un código ético de conducta.</p> <p>En la Asamblea General: se elige un titular y un suplente, son estas personas los que conforman el comité Nacional de la red se pueden participar los 10 o solo cinco titulares del comité nacional. (Son cinco que es por cada región)</p> <p>También, está la Fundación Buena Vida como persona jurídica. Es importante resaltar que no hay un aporte económico desde la Fundación pero se trata de contener una autonomía y con consenso de la red se ha tenido aportes económicos para varias de las comunidades que no tienen forma jurídica o un buen nivel organizativo o administra los recursos para los encuentros nacionales.</p>
<p>¿Cuáles han sido las alianzas para el proceso de consolidación de la red?</p>	<p>Entre ellos, amigos aliados, universidad UCMC, El SENA de Cali, el acercamiento con la red de Argentina. Estas alianzas se realizan para apoyar a la visualización, conocimiento y para procesos de consolidación.</p>	<p>Las alianzas que tienen la red hacia lo interno son formadas por emprendimiento semejantes socioeconómicamente parecidas, en este sentido se sigue respetando. Existe una situación de igualdad y un buen trato con objetivos claros, que es la mayor alianza.</p> <p>Alianza con los técnicos y técnicas de años y existe un equipo de apoyo para apoyar los proyectos de las comunidades y realizar un trabajo horizontal con las comunidades.</p> <p>Con los entes gubernamentales, es una alianza muy importante porque por más que haya muchas diferencias el diálogo con ellos es fundamental.</p> <p>Las alianzas comerciales con las agencias de viajes es importante para el apoyo de las iniciativas de base comunitaria que son informales.</p> <p>Con instituciones como la universidad se realiza alianza.</p> <p>Se necesitan experiencias maduras, que permitan salir a representar/ la formalidad es importante/ falta en la normativas/ la participación de jóvenes y el uso tecnológico/ experiencia que sean profesionales/ la falta de alianzas para fomentar propuestas/ hasta dónde pueden abrir una prestadora tour operadora</p>