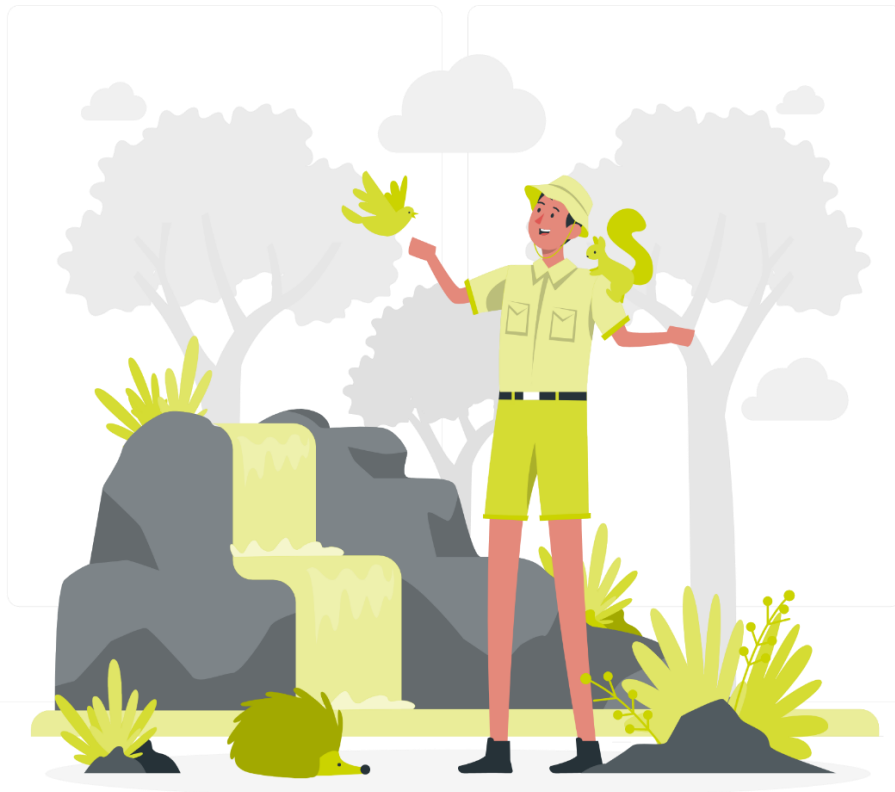




The Nature
Conservancy



¿Cómo abordar los aprendizajes para la innovación en proyectos de SbN?



Aprendizajes para la innovación en SbN

A partir de las lecciones aprendidas a lo largo de las etapas del proyecto y de haberlas identificado en el manejo adaptativo, se abre paso al aprendizaje para la innovación. Con este se busca explorar enfoques nuevos para abordar los principales problemas dentro del ciclo del proyecto, generando conocimiento, ideas y propuestas para la planeación de nuevos proyectos enfocados a SbN para enfrentar los principales desafíos que se están trabajando. En sí mismas, las SbN descritas y difundidas en este aplicativo se constituyen en herramientas que pueden ayudar a satisfacer las necesidades sociales y de infraestructura de la región, promover la inversión financiera e inspirar confianza en los actores participantes (Lam, 2021).

Según el manual de Oslo (Data I. I, 2005), la "innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso nuevo o significativamente mejorado, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo aplicado a las prácticas internas de la empresa, a la organización del lugar de trabajo o a las relaciones externas." Acorde con esta definición, se debe evaluar el desarrollo de la SbN frente a las posibilidades de mejora en los métodos utilizados, la creación de nuevos protocolos de trabajo, la aplicación y la relación con los actores, especialmente con los entes financiadores y el sector público ambiental (Agencia de Innovación CIMAS, 2008).

Con el objetivo de lograr la innovación en la SbN se recomienda identificar en dónde se puede realizar la innovación. Por ejemplo:

1. Construir de manera participativa esquemas de innovación en campos como los listados a continuación (para más información consultar CIMAS, 2008), para obtener un mayor bienestar humano y equidad social (Rovira *et al.*, 2017):
 - a. Innovación en proceso
 - b. Innovación en producto
 - c. Análisis de ciclo de vida
 - d. Sistemas de reconocimiento y/o Ecoetiquetado (por ejemplo, un certificado de la ciudad o comunidad que reconoce el papel de la SbN). A partir de resultados en:
 - i. Beneficios ambientales
 - ii. Beneficios sociales
 - iii. Beneficios económicos
 - iv. Responsabilidad empresarial
 - v. Efecto multiplicador
 - e. Gestión y estrategia: aumentar la generación de conocimientos, ideas que permitan nuevos productos y servicios y/o mejoras de los existentes.
 - f. Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva
 - g. Transferencia de la SbN.

2. Elaborar un documento sobre los principios para mejorar las estrategias de SbN; estos principios estarán dirigidos a los múltiples actores con descriptores puntuales sobre la implementación realizada, las evaluaciones y las propuestas de mejora adaptadas de manera participativa.

Algunos aspectos para considerar:

- Riesgos del proyecto: sociales, naturales, financieros, entre otros.
- Relación costo–beneficio de la SbN.
- Evaluación del cumplimiento real de la prestación de los beneficios y co-beneficios de la SbN.
- Articulación con políticas, normas y acuerdos voluntarios, entre otros.

A continuación, se propone una herramienta de apoyo para enrutar nuevas ideas en la planeación de una propuesta de trabajo enmarcada en SbN de Planificación y gestión participativa del turismo sostenible; se explica cómo los diferentes elementos de un proyecto funcionan de manera conjunta para generar nuevos enfoques y beneficios adicionales que satisfagan necesidades sociales en una región y generar valores agregados. Es de utilidad en el sentido de que construye de manera sintética un instrumento para contar y planificar qué se quiere hacer, por qué y con quién, además de identificar nuevos socios o alianzas y explorar nuevas fuentes de financiación.

La herramienta está adaptada a partir del modelo Canvas realizado en un taller de Marketing y comercialización territorial, Suárez. M, 2021.

The Business Model Canvas

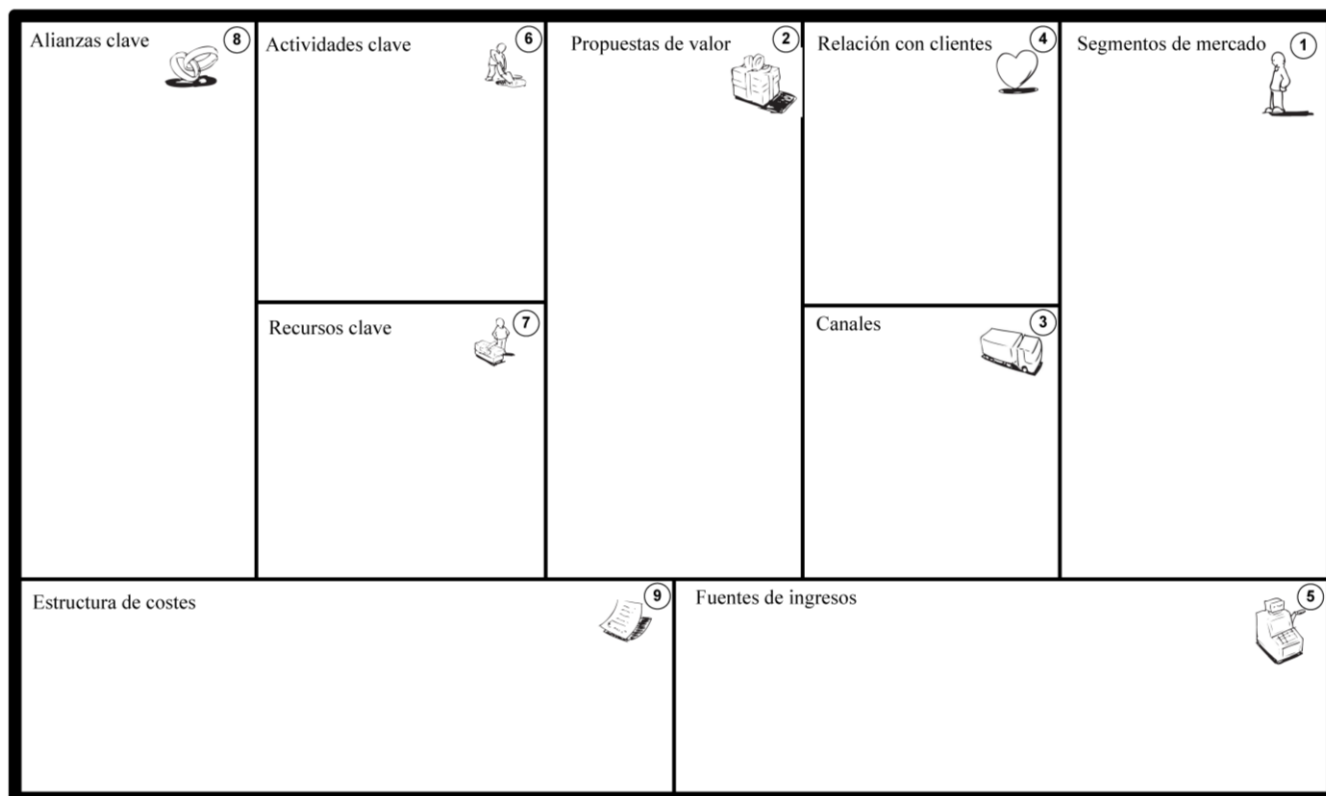


Figura 1. Modelo de negocio Canvas utilizado en un taller de Marketing y comercialización territorial realizado por Gloria Mariel Suárez, 2021, para RedTur la Esmeralda Biodiversa, en el Marco del proyecto Turismo de Naturaleza en Acción Financiado por AES Colombia.

1. **Segmentos de mercado:** A qué tipos de mercado queremos llegar, segmentos de clientes:
 - Tour operadores receptivos (Regionales).
 - Agencias de turismo Responsable (Nacionales).
 - Universidades (públicas y privadas)
2. **Propuesta de valor:**Cuál es la oferta turística que tenemos.
 - Servicios de alojamiento rural y rústico.
 - Servicio de gastronomía local.
 - Servicios de transporte acuático y terrestre (traslados y recorridos).
3. **Canales:** cuáles son los canales de distribución y comunicación:
 - Marketing regional: Expos y ferias, citas y ruedas de negocios, Fam trip, teléfono, email.
 - Marketing contenidos: blog, redes sociales (Facebook, Instagram, Tok Tok, whatsapp, boletín).
4. **Relación con clientes:** Construir relaciones basadas en la confianza, la autenticidad y la sostenibilidad. Se fomentará una comunicación constante mediante redes sociales, plataformas digitales y canales directos con los visitantes. Se establecerán convenios y contratos comerciales que aseguren transparencia y beneficio mutuo. Además, se promoverá el acompañamiento personalizado antes, durante y después de la experiencia turística, fortaleciendo la fidelización y el voz a voz positivo.
5. **Fuentes de ingresos:** Los ingresos provienen principalmente de las comisiones por la venta de servicios y paquetes turísticos integrales ofrecidos por la comunidad. Adicionalmente, se pueden generar recursos mediante la comercialización de productos locales, experiencias personalizadas, alianzas con agencias y operadores, así como la organización de eventos culturales y ambientales. Estos ingresos contribuyen al sostenimiento del proyecto y al fortalecimiento económico de las familias y organizaciones comunitarias vinculadas.
6. **Recursos clave:** Los recursos que se aprovecharán para la planificación y puesta en marcha de la propuesta de innovación turística:
 - Patrimonio natural y cultural conservado: base para el desarrollo de experiencias turísticas sostenibles y diferenciadas.
 - Infraestructura y equipamiento en buenas condiciones: que facilitan la operación de las actividades turísticas y la atención a los visitantes.
 - Conectividad (teléfono e internet): esencial para la promoción, comunicación y gestión eficiente del proyecto.
 - Coordinador/a de la red o comité de turismo: encargado/a de articular actores, gestionar alianzas y coordinar la implementación de las acciones.
 - Oficina o punto de información turística: como espacio físico de coordinación, atención al visitante y soporte administrativo.

7. **Actividades clave:** Las principales acciones necesarias para planificar y poner en marcha la propuesta de innovación turística:
- Identificación y vinculación de clientes potenciales: priorizando mercados interesados en el turismo sostenible y comunitario.
 - Gestión y firma de convenios comerciales: que fortalezcan la comercialización de los servicios y la cooperación interinstitucional.
 - Generación y difusión de contenido digital: para promocionar las experiencias turísticas en redes sociales, páginas web y medios aliados.
 - Fortalecimiento de las empresas y emprendimientos locales de turismo sostenible: mediante capacitación, acompañamiento técnico y estrategias de mejora continua.
8. **Alianzas clave:** Buscar apoyo en una red de aliados estratégicos que facilitan la planificación, promoción y sostenibilidad de la propuesta turística. Estas alianzas permiten compartir recursos, conocimientos y experiencias para alcanzar metas comunes.
- Aliados internos: empresas locales de ecoturismo y turismo sostenible que integran la red y aportan su experiencia en la operación de servicios responsables.
 - Aliados externos: tour operadores, agencias de viajes y universidades interesadas en fortalecer la oferta turística, generar investigación aplicada y promover el turismo sostenible.
 - Aliados institucionales: entidades públicas y de apoyo como FONTUR, PROCOLOMBIA, Secretarías de Turismo y las Corporaciones Autónomas Regionales (CAR), que contribuyen al fortalecimiento técnico, la promoción y la financiación de las iniciativas.
9. **Estructura de costos:** La estructura de costos del plan de innovación que contempla los recursos necesarios para garantizar la operación, promoción y sostenibilidad de la propuesta de innovación turística.
- Costos fijos: incluyen salarios del personal, gastos de operación de la oficina, mantenimiento de infraestructura, conectividad, y actividades de gestión y coordinación del proyecto.
 - Costos variables: corresponden a los costos asociados a la prestación de los servicios turísticos, tales como logística de transporte, alimentación, guías locales, materiales de promoción y mantenimiento de equipos.

Otra opción para llevar a cabo el plan de innovación es el modelo SMART, ya que este método ayuda a definir objetivos claros, medibles y alcanzables, lo que permite un seguimiento efectivo, una mejor comunicación y una mayor motivación del equipo para alcanzar las metas de innovación de forma más segura y eficiente. A continuación, se presenta una matriz, por medio de la cual se puede realizar el método SMART:



¿QUÉ? Los objetivos deben ser específicos concretos y directos	¿Cuánto? Deben ser medibles	¿Cómo? Las acciones para lograr el objetivo y responsables	¿Con qué? Los recursos que necesitamos para lograrlo	¿Cuándo? Establecer un periodo de tiempo

A continuación, se listan algunos recursos *on line* para la innovación en proyectos de SbN y ambientales:

Síto	Título	Enlace
Patrimonio Natural	Componentes del programa de conservación y gobernanza.	https://www.patrimonionatural.org.co/programa-conservacion-y-gobernanza/nuestros-componentes-y-modelos-de-intervencion/
UICN	Lecciones aprendidas y buenas prácticas para la gestión de áreas protegidas amazónicas.	https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2016-030.pdf
IIRSA	Lecciones aprendidas con la aplicación de la metodología de Evaluación Ambiental y Social con Enfoque Estratégico – EASE- IIRSA.	http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/uploads/documents/ease_lecciones_aprendidas_aplicacion.pdf
Openmind BBVA	Organizaciones innovadoras: estructura, aprendizaje y adaptación	https://www.bbvaopenmind.com/articulos/organizacion-es-innovadoras-estructura-aprendizaje-y-adaptacion/
CEPAL	Ecoinnovación y producción verde, una revisión sobre las políticas de América Latina y el Caribe	https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40968/1/S1700072_es.pdf
BID	Cómo impulsar la innovación financiera y la inversión para las SbN en América Latina y el Caribe	https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/innovacion-financiera-e-inversion-para-soluciones-basadas-en-la-naturaleza-en-lac/
Climate-KIC	Integrar la naturaleza con la tecnología para reforzar la adaptación al clima	https://spain.climate-kic.org/news/integrar-la-naturaleza-con-la-tecnologia-para-reforzar-la-adaptacion-al-clima/

My building is green	Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN) para la adaptación de edificios al cambio climático	https://life-mybuildingisgreen.eu/nature-based-solutions/
ICLEI	Connecting nature	https://americadosul.iclei.org/es/projetos/connecting-nature/
Cordis-Europa	Beneficios y oportunidades de las SbN	https://cordis.europa.eu/article/id/421771-nbs-benefits-and-opportunities-wild-et-al-2020/es
NDC	Accelerating Climate and Impact: Toolkit for Mainstreaming Nature-Based Solutions into Nationally Determined Contributions	https://www.ndcs.undp.org/content/ndc-support-programme/en/home/impact-and-learning/library/nature-based-solutions-for-ndcs-toolkit.html
Universidad Complutense Madrid	Propuesta metodológica de Destinos Turísticos Inteligentes en Colombia	https://docta.ucm.es/entities/publication/f04630eb-bba1-4b64-b64b-517a5f67ff20?utm_source=chatgpt.com
ResearchGate	Building Sustainable Smart Destinations: An Approach Based on the Development of Spanish Smart Tourism Plans	https://www.researchgate.net/publication/337735642_Building_Sustainable_Smart_Destinations_An_Approach_Based_on_the_Development_of_Spanish_Smart_Tourism_Plans
Mintur	Innovación y desarrollo de modelos de negocio sostenibles en la senda de los destinos turísticos inteligentes y del “nuevo turismo	chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/418/Camiso%CC%81n%20Sa%CC%81nchez%20y%20Deyanira%20S%C3%A1nchez.pdf?utm_source=chatgpt.com
ResearchGate	Modelo de negocios Canvas, economía circular para una empresa de servicios agroturísticos	https://www.researchgate.net/publication/384738579_Modelo_de_negocios_Canvas_economia_circular_para_una_empresa_de_servicios_agroturisticos
Repositorio ESAN	Plan de negocios en turismo rural (Caso Comunidad de Viacha)	chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c6e98293-8d75-4fad-96e3-a415e0ae78ff/content

Bibliografía

- Agencia de Innovación – CIMAS (Innovación y Medio Ambiente, 2008), Innovación y medio ambiente. En: http://www.thinkgaureuskadi2020.eus/adjuntos/pnvDocumentos/8102_archivo.pdf
- Data, I. I. (2005). Oslo manual. *Paris and Luxembourg: OECD/Euro-stat, na dan, 19, 2021.*
- Lam (2021). Organizaciones innovadoras: estructura, aprendizaje y adaptación. En: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/organizaciones-innovadoras-estructura-aprendizaje-y-adaptacion/>
- Ozmet, S., Watson, G., Masters, L. y Oliver, E. (2021). *Cómo impulsar la innovación financiera y la inversión para las soluciones basadas en la naturaleza en América Latina y el Caribe.* En: <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/innovacion-financiera-e-inversion-para-soluciones-basadas-en-la-naturaleza-en-lac/>
- Rovira, S., Patiño, J. A. y Schaper, M. (Comp). (2017). *Ecoinnovación y producción verde: una revisión sobre las políticas de América Latina y el Caribe.* Santiago de Chile: CEPAL.
- Uk, GBC, (2021). *Resilience and NBS.* En: <https://www.ukgbc.org/ukgbc-work/resilience-and-nbs/>
- Peña, N., Guzmán, V. y Peñuela, E. (2013). Producción y comercialización sostenible de pescado en el Pacífico colombiano.