



Modelo de Innovación Social en la Cooperativa Agroturística Las Nubes N° 3, Matagalpa, Nicaragua

© Copyright 2024. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua)
Todos los derechos reservados

Social Innovation Model in the Las Nubes N 3 Agrotourism Cooperative, Matagalpa, Nicaragua

Luisa Marelia López Bermúdez

Maestrante en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua,
UNAN-Managua
marelia.lopezb@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-9675-4135>

Edgar Palazio Galo

Tutor
Profesor Titular, Investigador y Extensionista
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua,
UNAN-Managua
epalazio@unan.edu.ni
<https://orcid.org/0000-0002-2324-1216>

Fecha de recibido: 23 noviembre 2023

Fecha de dictaminado: 28 junio 2024

Resumen

El artículo denominado Modelo de Innovación Social en la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, Matagalpa, Nicaragua, tiene por objetivo describir la práctica de turismo rural comunitaria como modelo de innovación social en la cooperativa Agroturística Las Nubes #3, ubicada en la misma comunidad, en el departamento de Matagalpa, Nicaragua.

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, descriptivo de corte transversal, poniendo en práctica parte del Modelo 360. Para el desarrollo de esta, se efectuó una visita de campo a la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, utilizando herramientas de recolección de información de fuentes primarias, tales como: encuestas, entrevistas y grupos focales. Así como la consulta de fuentes secundarias, entre ellas, artículos científicos, estudios especializados e investigaciones relacionadas con el tema. Fuentes que fueron de gran utilidad para identificar elementos

básicos sobre la conceptualización de la innovación social, economía creativa, turismo rural y comunitario y el Modelo 360°.

De igual forma, en este artículo se describe el proceso de innovación social a partir del aprovechamiento de los recursos locales, en este caso la zarzamora silvestre, un fruto autóctono de la comunidad cuyas propiedades permiten su cultivo, transformación, agregación de valor y comercialización. Así como el potencial de la comunidad en el ámbito turístico, mediante la realización de tours sobre el cultivo de la zarzamora, la promoción cultural de la comunidad y su patrimonio local.

Palabras clave

Innovación Social, Turismo Rural Comunitario, Economía Creativa, Modelo 360°.

Abstract

The article called Social Innovation Model in the Las Nubes #3 Agrotourism Cooperative, Matagalpa, Nicaragua, aims to describe the practice of rural community tourism as a model of social innovation in the Las Nubes #3 Agrotourism Cooperative, located in the same community, in the department of Matagalpa, Nicaragua.

This research has a qualitative, descriptive cross-sectional approach, putting into practice part of the 360 Model. For the development of this, a field visit was made to the Las Nubes #3 Agrotourism Cooperative, using tools for collecting information from primary sources, such as: surveys, interviews and focus groups. As well as the consultation of secondary sources, including scientific articles, specialized studies and research related to the subject. Sources that were very useful to identify basic elements on the conceptualization of social innovation, creative economy, rural and community tourism and the 360° Model.

Similarly, this article describes the process of social innovation based on the use of local resources, in this case the wild blackberry, a native fruit of the community whose properties allow its cultivation, transformation, value addition and commercialization. As well as the potential of the community in the field of tourism, through tours on blackberry cultivation, the cultural promotion of the community and its local heritage.

Keywords

Social Innovation, Rural Community Tourism, Creative Economy, 360° Model.

Introducción

Históricamente, la estructura de la innovación y sus diversos instrumentos han centrado su tensión principal en hacer frente a las necesidades de las empresas y sus mercados. Sin embargo, vagamente se ha dimensionado su potencial e impacto social en el desarrollo humano y sostenible del país. A partir de allí, surge la necesidad de crear nuevos modelos en las políticas de innovación capaz de trascender el enfoque meramente tecnológico, involucrando nuevas prácticas sociales que impacten no solo al individuo sino a la comunidad, como lo es el emprendimiento social y su praxis.

En este contexto, la Innovación Social, surge como una alternativa a estos desafíos desde la co-creación de iniciativas de integración social, sostenibles y competitivas, al contar con los recursos disponibles y las capacidades para fortalecer una comunidad que cree sus propias oportunidades, aproveche sus recursos y talentos y coloque a la población como protagonistas activos dinamizadores de la economía.

La Innovación Social es el resultado de un desarrollo endógeno de las comunidades, que muestra su proactividad, actitud crítica y empoderamiento de los programas y proyectos que brindan soluciones reales a los problemas de sus territorios. La innovación social, complementa las acciones del sector público y colabora en el éxito de la planificación, desarrollo, ejecución y seguimiento de los proyectos comunitarios, garantizando su sostenibilidad y sustentabilidad en el tiempo.

En este punto, la mirada de la Universidad a la innovación social bajo un enfoque investigativo aspira desde su propia misión y visión a contribuir con su quehacer académico al desarrollo y bienestar regional, nacional y local, en un permanente diálogo e interacción con el entorno social, cultural, ambiental y económico del país. Esta articulación con los diferentes sectores sociales le ha permitido el establecimiento de una extensa red de colaboración en el territorio, permitiendo un traspaso de capacidades de una institución a otra, mediante la difusión de buenas prácticas y la transferencia de conocimiento entre los protagonistas y demás involucrados, combinando los diversos saberes, lo que promueve una retroalimentación entre las partes para la búsqueda de la solución ideal o nueva práctica consensuada; jugando un rol fundamental en este proceso investigativo en el acompañamiento de los Centros de Innovación y Centros de Investigación de la universidad.

El presente artículo tiene por objetivo describir la práctica de turismo rural comunitario como modelo de innovación social en la Cooperativa Agroturística de la comunidad Las Nubes #3, ubicada en el departamento de Matagalpa, Nicaragua. En primera instancia, identificando la conceptualización básica sobre innovación social, economía creativa, turismo rural y comunitario y el modelo 360°. De igual forma, describir el proceso de innovación social a partir del aprovechamiento de los recursos locales, en este caso la zarzamora silvestre, un fruto autóctono de la comunidad cuyas propiedades permiten su cultivo, transformación, agregación de valor y comercialización.

Así como el aprovechamiento de la comunidad en el ámbito turístico, mediante la realización de tours sobre el cultivo, la promoción cultural de la comunidad y su patrimonio local.

Metodología

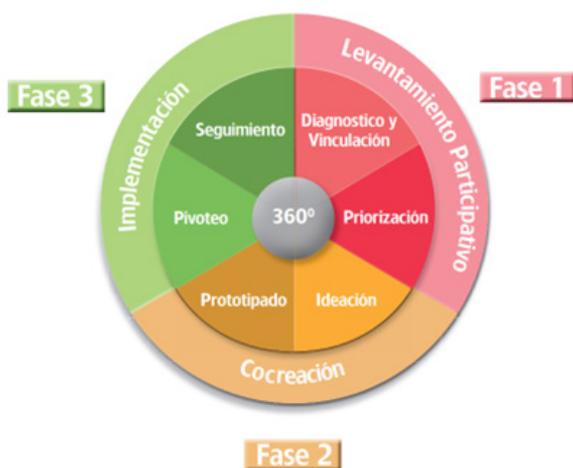
Para la elaboración de este estudio se efectuó una visita de campo a la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, utilizando herramientas de recolección de información de fuentes primarias tales como: encuestas, entrevistas y grupos focales, así como consulta de fuentes secundarias como artículos científicos, estudios e investigaciones relacionadas con el tema. La investigación tiene un enfoque cualitativo, descriptivo de corte transversal, poniendo en práctica parte del Modelo 360.

El Modelo 360 es un proceso de colaboración participativa para innovar soluciones a realidades sociales y ambientales de una comunidad, en este caso puesto en práctica en la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, el cual se divide en 3 fases, a como se muestra en el Gráfico 1.

La Innovación Social: Marco Teórico

A diferencia de otras innovaciones que tienen por objetivo el lucro, la innovación social persigue satisfacer las demandas para mejorar el bienestar, condiciones de vida, armonía con el entorno cultural,

Gráfico 1. Fases del Modelo 360°



Fuente: Domanski, et. al, 2016.

social y natural del territorio a intervenir. Según Murray, Caulier y Mulgan (2010) citado por Martínez (2017) la Innovación Social se define como nuevas ideas, modelos y servicios que tienen la virtud de satisfacer nuevas necesidades sociales y de bienestar desde nuevas relaciones entre los agentes implicados desde una cultura colaborativa (p. 61).

De igual forma, Martínez refiere que:

La innovación social se basa en la participación directa de emprendedores, colectivos ciudadanos e innovation makers en la resolución de problemas sociales y ambientales, teniendo en cuenta las nuevas posibilidades de implicación que ofrecen las tecnologías digitales, la mayor concienciación ciudadana y la creatividad experta aplicada al bien común. Es, además, el reflejo de una ciudadanía más activa, crítica y empoderada que aporta nuevas formas de intervención y de asociación que complementan la acción del Estado y las Administraciones.

Supone una manera más eficiente y participada de co-crear soluciones que fortalecen el bienestar comunitario complementando las políticas públicas donde no llegan o donde se dejan sin resolver múltiples desafíos. Una innovación es social cuando tanto sus medios como sus fines se definen por criterios sociales, éticos y de bienestar pensando en el impacto positivo que tiene en beneficio de la comunidad (Óp. Cit. p. 62).

En la actualidad, la innovación social se consolida como un eje prioritario en las agendas políticas y de gobierno, como ha sido el caso de otros conceptos, tales como: sostenibilidad y creatividad. Esto debido a su implicancia y colaboración en temáticas como medioambiente, desempleo, pobreza, exclusión social, equidad de género, desarrollo comunitario, mediante soluciones creativas implementadas por actores sociales a través de nuevos y mejorados mecanismos.

A nivel de América Latina (Domanski, D. et al, 2016), aducen que, en la práctica, en la región, las problemáticas sociales se abordaban desde un enfoque asistencialista, en el que las comunidades involucradas desempeñaban un rol pasivo prolongando las dificultades y su persistencia en el territorio. En

Nicaragua, el modelo de Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) ha promovido estrategias y políticas públicas encaminadas a incentivar el desarrollo de la población nicaragüense desde la innovación social; una de estas es la Estrategia Nacional de Economía Creativa. Si bien, el concepto de Economía Creativa que plantea Nicaragua Creativa (2023) precisa que es:

Es el conjunto de sectores que desarrollan la creatividad, las habilidades, el ingenio y el talento, tanto individual como colectivo, que generan productos y servicios que fusionan valores económicos y culturales (reconociendo su valor de cambio, valor funcional y valor expresivo), e interactúan con la innovación y la tecnología; con potencial para la generación de puestos de trabajo, ingresos, desarrollo económico local y ganancias por exportación y propiedad intelectual. (p. 1)

La puesta en marcha de esta estrategia desde una dinámica territorial, involucrando a la Academia, las instituciones del Estado, gobiernos municipales y a los propios emprendedores en el proceso de construcción, ha permitido el surgimiento de nuevas alternativas y emprendimientos que involucran a todos estos actores y buscan el bien común de las comunidades, siendo un modelo centrado en el desarrollo sostenible de los individuos, promoviendo identidad, integración social y diversidad cultural.

Tomando en cuenta el planteamiento anterior, es conveniente mencionar que, según el informe económico y comercial realizado por la Oficina Económica y Comercial de España en Guatemala del año 2021, Nicaragua es un territorio eminentemente rural, cuya tradición económica es perteneciente al sector primario, es decir, inclinado a la agricultura y ganadería.

Ante ello, Rojas y Ramírez (2011) refieren que, desde la perspectiva teórica del campesinado nicaragüense, que según estadísticas oficiales para el año 2001, el país poseía una gran cantidad de pequeños, medianos y grandes productores que en sus manos tenían más del 60% de la tierra cultivada en un país meramente agrícola y cuyo futuro de desarrollo pasa por los caminos de la agroindustria. Estos mencionan que, en el departamento de Matagalpa, según el censo de la población del 2005, los resultados productivos eran bajos por unidad de superficie, así como los niveles de transformación de productos agropecuarios (p.98).

También, refieren que los niveles de desempleo y subempleo aún eran muy altos en las zonas rurales. Siendo necesaria la implementación de alternativas necesarias para el bienestar común y que colaboraran al alivio de las dolencias en las comunidades productoras, afectadas por la variabilidad climática. De esta manera, a partir de la fecha, surge la necesidad de la implementación de alternativas tecnológicas como las que propone la Economía Creativa, mediante la agregación de valor a los recursos locales de las comunidades y el aprovechamiento al máximo de su riqueza socio productiva, cultural y natural, promoviendo alianzas entre las universidades, las empresas y el Estado en torno a la innovación social.

En este sentido, la agroecología asume una posición crítica respecto a qué tecnologías son las más adecuadas para los pequeños productores agropecuarios, cuestionando la utilización o aprovechamiento de los recursos naturales basado en la preservación de los procesos esenciales como son la fertilidad de suelo, el ciclo de nutrientes y el ciclo hidrológico. En esta misma línea, se propone la revalorización de la cultura y tecnología autóctona que han desarrollado los campesinos para fundamentar nuevos sistemas de producción, vinculados a la producción orgánica y el comercio justo (Rojas y Ramírez, Óp. cit, p. 38).

Producto de ello y del trabajo articulado que se fomenta, en la actualidad, las comunidades rurales se inclinan por la organización en cooperativas como alternativa de desarrollo y fortalecimiento de los sectores empobrecidos en el campo productivo. El cooperativismo, representa un mecanismo clave para la economía del país.

Según un artículo de la Asamblea Nacional sobre “Las cooperativas, el rostro humano de la economía de Nicaragua”; en el año 2018, estas generaban el 18% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 20% de la Población Económicamente Activa (PEA). La importancia de la organización en cooperativas es una forma humana del manejo de la economía, donde intervienen la familia, la comunidad y la sociedad como protagonistas de su propio desarrollo y bienestar común (Prensa-Asamblea Nacional, 2018).

Al respecto, la directora general del Ministerio de Economía Familiar, Comunitario, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) en el Foro Nacional sobre Cooperativas en las Industrias Creativas indicó: “que hasta el año 2023, en Nicaragua están conformadas

más de 6 mil cooperativas dedicadas a temáticas como ganadería, agricultura, servicios, pesca, turismo, entre otras” (Estrada, 2023). No obstante, el mismo artículo plantea los desafíos de las cooperativas, como la necesidad de mejorar la calidad de los productos y que estos lleguen de manera efectiva a mercados potenciales; la adopción de nuevas tecnologías para mejorar la producción, formación y capacitación del talento humano.

Cabe señalar, que este modelo de Economía Creativa se ubica dentro de las líneas estratégicas del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y Para el Desarrollo Sostenible 2022-2026, que comprende “Desarrollar la economía creativa, familiar y emprendedora, con énfasis en modelos asociativos”. Dentro de este eje estratégico también se ubica “Impulsar modalidades creativas e innovadoras de turismo en todos los campos y en todos los espacios, aprovechando el acervo, las tradiciones y los patrimonios culturales tangibles e intangibles del pueblo nicaragüense” (República de Nicaragua, 2021, pp. 113-115).

Turismo Rural Comunitario como herramienta de desarrollo sostenible

Para Flores et. al. (2016) citado por Arboleda, et.al (2020), quien realiza algunas consideraciones teóricas sobre Turismo Rural Comunitario refieren que:

El turismo rural comunitario surge como una alternativa al turismo masivo, buscando en el desarrollo local, un modelo de gestión familiar asociado a otros acuerdos productivos como los circuitos cortos de comercialización de alimentos y artesanías, caminatas ecológicas y eventos gastronómicos valorizando la cultura local y el capital social (párr. 1).

Todo ello, relacionado a aspectos productivos que promuevan el patrimonio de los territorios, colaborando en la creación de alternativas de ingresos para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Al respecto, en el directorio de cooperativas de turismo del MEFCCA, se indica que el país cuenta con 16 cooperativas que se dedican al sector turismo, específicamente a las actividades de turismo rural comunitario. Es preciso mencionar, que no se trata de mercantilizar la cultura ni los paisajes, sino consolidar, promover y preservar los recursos naturales y culturales, costumbres y tradiciones de las poblaciones

rurales, darlos a conocer a una escala nacional e internacional, donde prima el desarrollo endógeno, sobre el modelo exógeno con un alto impacto social y sostenible.

En este caso, el turismo desde lo local se convierte en una estrategia que permite resaltar el patrimonio en todo su esplendor, desde el calor humano e idiosincrasia de la gente, sus tradiciones, su cultura, sus procesos locales y a su vez, permite que la misma comunidad le dé valor a su territorio en la búsqueda de su desarrollo humano, sin alterar la identidad de las comunidades o grupos que lo habitan.

Dicho de otra forma, se trata de aprovechar los recursos en su totalidad, incluyendo el recurso y talento humano, tomando en cuenta la innovación social pro-inclusiva o “top down” que surge desde sus propios actores con el objetivo de satisfacer una necesidad social, aprovechando los recursos disponibles, es decir, poniendo en práctica una oportunidad de mejora. Así como, la innovación social de base o “bottom up”, surgida desde los propios beneficiarios. En este caso, se refiere a los líderes del proceso de innovación (consumidores y/o usuarios), donde entra en juego el territorio y la realidad local; todo ello, consolidado en el Modelo 360°.

Aplicación del Modelo 360° en la comunidad Las Nubes #3

La comunidad Las Nubes #3, ubicada en la Reserva Natural Cerro Frío – La Cumplida, a 27 kilómetros de la cabecera departamental de Matagalpa, se conforma por 75 familias, con una población estimada de 425 habitantes, y cuyo origen proviene desde la reforma agraria en el año 1981. Una comunidad que cuenta con la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, constituida por cinco familias que se dedican a sus actividades agrícolas cotidianas y han incursionado en las actividades de turismo rural comunitario.

Desde el mes de junio del 2022, se efectuó acercamiento a la comunidad a través de la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, realizando reuniones con líderes y miembros a quienes se les presentó una propuesta de alternativa para el aprovechamiento, la transformación y la agregación de valor de frutos silvestre locales (zarzarmora silvestre), promoviendo un modelo de producto con valor de origen, aprovechamiento turístico y promoción de la comunidad.

Considerando que, de manera transversal a la producción agrícola, la cooperativa se dedica a las actividades de turismo rural comunitario, ya que el territorio tiene una locación privilegiada por ubicarse dentro de una reserva natural, y consta de recursos naturales y culturales con potencial para el aprovechamiento turístico, que en la actualidad se está desarrollando.

Con la aplicación del Modelo 360° se consolidará el monitoreo y fortalecimiento de capacidades de los comunitarios, colaborando en dar respuesta a los desafíos sociales que aún se presentan en la comunidad. De igual forma, es vital fomentar la importancia de la Innovación Social como motor de gestión en la búsqueda de un desarrollo para el bien común. A continuación, se detalla la aplicación de las 3 fases del Modelo 360° en la comunidad:

Fase 1: “Levantamiento Participativo”

En esta fase se incluye un diagnóstico comunitario, identificando y georreferenciando en un mapa real los problemas que más adolecen en el territorio, mediante la metodología de árbol de problema para la determinación de las causas y efectos del problema priorizado.

Figura 1. Gira de campo para diagnóstico participativo en la comunidad Las Nubes #3.



Fuente: Elaboración propia

En el primer encuentro se realizó una reunión con los líderes de la comunidad organizados en la Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, quienes expresaron que anteriormente no habían tomado importancia a las frutillas silvestres y que no observaban un potencial socioeconómico en ella y mucho menos para promover la comunidad o su patrimonio natural y cultural.

En segunda instancia, se procedió a realizar una investigación sobre los factores socioeconómicos de la comunidad, mediante encuestas a las cinco familias miembros de la cooperativa y grupos focales con líderes de los sectores de la comunidad Las Nubes #3, para conocer los problemas, causas y consecuencias en la comunidad. Algunos de los hallazgos encontrados durante la aplicación de los instrumentos se presentan a continuación:

- Más del 98% de la comunidad tiene acceso a agua potable y energía eléctrica.
- Más del 60% de sus habitantes tiene una edad promedio entre 26-60 años, es decir, en un rango de PEA.
- La población es productora de casi toda su alimentación.
- Los principales rubros de la comunidad son el café, cítricos, musáceas, hortalizas y turismo.
- La comunidad cuenta con al menos 100 manzanas de tierra que representan área de bosque aprovechables para actividades de turismo rural comunitario.
- La comunidad cuenta con frutas silvestres locales como la zarzamora, aprovechable para la transformación y comercialización.
- Actualmente, la cooperativa brinda servicios de turismo rural comunitario.

Desafíos existentes:

- Aproximadamente, un 80% de los miembros de la cooperativa cuentan únicamente con Educación Primaria no finalizada.
- Actualmente, 16 familias no cuentan con vivienda propia.
- Aún hay 8 familias que no tienen acceso a los servicios básicos.
- La cooperativa brinda servicios de turismo desde el año 2016. No obstante, debido a los factores externos, la afluencia de los visitantes disminuyó significativamente, siendo necesario implementar mecanismo de promoción de la comunidad y sus servicios.

Fase 2: “Cocreación”

En esta fase se construye la solución al problema priorizado desde una perspectiva multidisciplinaria colectiva, donde todos aportan desde sus propias experiencias, mediante talleres de lluvia de ideas, storytelling y modelo canvas. A estas ideas de solución se les establecen objetivos, metodología, etapas y elaboración de plan de negocios, en la búsqueda de la autosustentabilidad para lograr que la comunidad lidere la ejecución del proyecto. Un paso importante de esta etapa es la creación del prototipo de solución y ponerlo en contexto para recibir retroalimentación del resto de los actores de la comunidad.

Figura 2. Taller impartido a miembros de la cooperativa sobre la transformación de fruta silvestre.



Fuente: Elaboración propia

Habiendo identificado una oportunidad en el aprovechamiento de la zarzamora silvestre, se procedió a realizar el prototipo de sirope, mermelada y deshidratación de la frutilla silvestre, como es conocido en la comunidad; un arbusto de crecimiento rápido que produce frutos comestibles de sabor dulce y ácido a la vez, parecido a la fresa. Para ello, se capacitó a miembros de la cooperativa mediante el asesoramiento de un ingeniero en alimentos, quien explicó el paso a paso del procesamiento de los productos finales. En el proceso se aseguró que los ingredientes fuesen de origen 100% local, utilizando como materia prima limón, agua, azúcar y por supuesto, la zarzamora.

Según Fonseca (2011), el fruto de la zarzamora contiene propiedades como sales minerales, vitaminas A, B y C, posee un alto contenido en hierro, utilizada

popularmente para combatir la anemia, su alto contenido de flavonoides colabora a prevenir el cáncer y disminuir el colesterol. A parte de sus propiedades, por ser un fruto silvestre autóctono de la comunidad, debido a sus características climáticas, lo convierte en un atractivo aprovechable para el desarrollo de actividades de turismo rural en contacto con las costumbres locales, realizando tours de la zarzamora y compartiendo con los visitantes sobre siembra, cosecha y procesamiento de la fruta silvestre hasta su empaquetado, como, por ejemplo, el caso del proyecto Fresa Nica, ubicado en el departamento de Jinotega.

Por otra parte, con la elaboración de la tesis sobre “Modelo de negocio para comercialización de tisanas aromáticas y frutales, comunidad Las Nubes N°3, Matagalpa”, se logró el apoyo de una comisión de estudiantes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa (FAREM-Matagalpa), actualmente, Centro Universitario Regional de Matagalpa (CUR-Matagalpa), de las carreras de marketing y agronegocios, quienes en ocasión de la Segunda Temporada de Innovación Abierta 2023, espacio que contribuye al fortalecimiento de competencias en innovación y pensamiento creativo de estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, UNAN-Managua, colaboraron con la comunidad en la realización de propuestas de etiqueta para la comercialización de la mermelada.

Así mismo, se logró dar continuidad por parte de la academia mediante visitas de campo con estudiantes de la carrera de Turismo Sostenible y Trabajo Social, que actualmente se encuentran en proceso de elaboración de plan de acción para las fincas que integran la cooperativa. Además, se culminó el estudio de tesis sobre “Modelo de negocio para comercialización de tisanas aromáticas y frutales, comunidad Las Nubes N°3, Matagalpa” de la Maestría en Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible de la UNAN-Managua, que forma parte de la Estrategia Nacional de Economía Creativa y Emprendimiento Sostenible; aportando al desarrollo sostenible de la comunidad.

De igual forma, se propone la definición de un modelo de negocios para la finca Agroturística Las Nubes #3 que permita tener claridad en cuanto a dar solución a una necesidad del mercado, defina las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos del negocio, distinga el valor del producto que se necesita para insertarlo en el mercado y el sector de clientes al que se venderá. Este modelo de negocios

debe realizarse mediante alianzas estratégicas y acompañamiento directo con la comunidad para la comercialización de una marca de tisanas aromáticas y frutales, como alternativa económica y mecanismo de promoción propio de la comunidad.

Fase 3: “Implementación”

En esta fase, las soluciones creadas de manera colectiva se ejecutan y se debe buscar la forma de financiamiento por las partes involucradas para la primera etapa del proyecto. Se define a un asesor técnico y organizativo durante un periodo de dos a cuatro meses, en promedio. Es preciso mencionar que, la empresa involucrada deberá dar seguimiento constante al proyecto, hasta lograr que este funcione adecuadamente y sea liderado en su totalidad por la comunidad.

Figura 3. Exposición del prototipo de mermelada en intercambio de agroturismo en Matagalpa.



Fuente: Elaboración propia

Actualmente, la comunidad se presenta en feria e intercambios locales y departamentales donde exponen los prototipos trabajados hasta el momento y comercializa a nivel local ofreciendo a los visitantes. En una segunda fase, la cooperativa se ha organizado para destinar en conjunto un espacio de 2,500 m², para el cultivo de la frutilla silvestre zarzamora, ofreciendo a la vez servicios de tour a los visitantes y comercialización de productos como mermeladas, batidos, frutas y tisanas.

Cabe señalar que, como equipo de investigación, se continuará con el reforzamiento del Modelo 360° para la comunidad Las Nubes #3, con la implementación de

las herramientas y el acompañamiento, trabajando en los elementos del marketing para la agregación de valor y comercialización de los productos hasta lograr que la comunidad lidere el proyecto en su totalidad, logrando el empoderamiento comunitario, la puesta en valor del patrimonio local y el aporte al desarrollo social y económico de sus habitantes.

Si bien, en la actualidad la Comunidad Las Nubes #3, ofrece los servicios turísticos, explora otras propuestas como el aprovechamiento de la zarzamora, generando de manera paulatina un modelo de innovación social comunitaria, a fin de contribuir al desarrollo socioeconómico, a mediano y largo plazo, no solo de los involucrados, sino para toda la comunidad.

A la vez, es indispensable comprender que la innovación social en un esfuerzo de ganar-ganar, con una visión de modelo de negocios exitosos en armonía con las realidades sociales y ambientales de su entorno. Tomando en cuenta el valor compartido y la responsabilidad social que se pueden generar, y dejando en el pasado los paradigmas de asistencialismo y filantropía, para convertir a las comunidades en actores de cambio para el bien común.

Conclusiones

Históricamente, la estructura de la innovación y sus diversos instrumentos han centrado su tensión principal en hacer frente a las necesidades de las empresas y sus mercados. Sin embargo, vagamente se ha dimensionado su potencial e impacto social en el desarrollo humano y sostenible del país.

La Innovación Social es el resultado de un desarrollo endógeno de las comunidades, que muestra su proactividad, actitud crítica y empoderamiento de los programas y proyectos que brindan soluciones reales a los problemas de sus territorios.

A diferencia de otras innovaciones que tienen por objetivo el lucro, la innovación social persigue satisfacer las demandas para mejorar el bienestar, condiciones de vida, armonía con el entorno cultural, social y natural del territorio a intervenir.

El Modelo de Economía Creativa se ubica dentro de las líneas estratégicas del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y Para el Desarrollo Sostenible 2022-2026, que comprende “Desarrollar la economía creativa, familiar y emprendedora, con énfasis en modelos asociativos”.

La Cooperativa Agroturística Las Nubes #3, está constituida por cinco familias que se dedican a sus actividades agrícolas cotidianas y han incursionado en las actividades de turismo rural comunitario.

En la actualidad, la Comunidad Las Nubes #3, mediante su Cooperativa Agroturística, ofrece los servicios turísticos y explora otras propuestas como el aprovechamiento de la zarzamora, generando de manera paulatina un modelo de innovación social comunitaria, a fin de contribuir al desarrollo socioeconómico, a mediano y largo plazo, no solo de los involucrados, sino de toda la comunidad.

Finalmente, es indispensable comprender que la innovación social en un esfuerzo de ganar-ganar, con una visión de modelo de negocios exitosos en armonía con las realidades sociales y ambientales de su entorno. Tomando en cuenta el valor compartido y la responsabilidad social que se puede generar, y dejando en el pasado los paradigmas de asistencialismo y filantropía, para convertir a las comunidades en actores de cambio para el bien común.

Referencias bibliográficas

- Arboleda Jaramillo, C. A., Arias Arciniegas, C. M., Pérez Sánchez, E. O., y Correa Janne, P. (2020). *Innovación Social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia*. Revista Venezolana de Gerencia.
- Corrales, M. (2022, febrero 16). *Egade Ideas Thought Leadership in Action*. Retrieved from egade.tec.mx: <https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/cocreacion-como-estrategia-de-innovacion-abierta-y-colaborativa#:~:text=La%20co%2Dcreaci%C3%B3n%20es%20una,su%20interacci%C3%B3n%20con%20la%20marca>.
- Domanski, D., Allamand, A., Aparicio, S., Arias, J., Bernal, M. E., Caicedo, A., y Villalobos, P. (2016). *Innovación Social en Latinoamérica*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.
- Estrada, M. (2023, febrero 21). Diario Barricada. Retrieved from diariobarricada.com: <https://diariobarricada.com/2023/02/21/nicaragua-desarrolla-foro-nacional-cooperativas-industrias-creativas/>
- Fonseca, F. A. (2011). *El Cultivo de la Zarzamora*. Coahuila: Universidad Autónoma Agraria "Antonio Narro".
- Martínez-Celorrio, X. (2017). *La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias*. Barcelona: Universidad de Barcelona .
- MEFCCA. (2022). *Directorio de Cooperativas de Turismo*. Managua: MEFCCA.
- Nicaragua Creativa. (2023, octubre 28). *Nicaragua Creativa*. Retrieved from www.nicaraguacreativa.com: <https://www.nicaraguacreativa.com/que-es-la-economia-creativa/>
- Oficina Económica y Comercial de España en Guatemala. (2021). *Informe Económico y Comercial-Nicaragua*. Guatemala: Oficina Económica y Comercial de España en Guatemala.

- Prensa-Asamblea Nacional. (2018, febrero 19). Asamblea Nacional Nicaragua. Retrieved from noticias.asamblea.gob.ni: <https://noticias.asamblea.gob.ni/las-cooperativas-el-rostro-humano-de-la-economia-de-nicaragua-2/>
- República de Nicaragua. (2021). *Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza para el Desarrollo Humano 2022-2026*. Managua: República de Nicaragua.
- Rojas Meza, J., y Ramírez Juárez, J. (2011). *Desarrollo Rural en Nicaragua*. Managua: UNAN-Managua . https://www.academia.edu/66276933/Desarrollo_Rural_en_Nicaragua_Una_Visi%C3%B3n_de_sus_problemas_y_alternativas