

SISTEMAS REGIONALES DE INNOVACIÓN GASTRONÓMICA:
innovación e integración de actores y sectores desde la Gastronomía para el
crecimiento socioeconómico del Municipio de San Jerónimo, Antioquia.

DAVID RODRIGO CARDONA GALLO

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO
MEDELLÍN
2018

SISTEMAS REGIONALES DE INNOVACIÓN GASTRONÓMICA:
innovación e integración de actores y sectores desde la Gastronomía para el
crecimiento socioeconómico del Municipio de San Jerónimo, Antioquia.

DAVID RODRIGO CARDONA GALLO

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MAGISTER EN
GERENCIA DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO. JUAN CARLOS SOSA. MBA, PHD EN
ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO
MEDELLÍN

2018

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, 17 de septiembre de 2018

Agradecimientos

Infinitos a mi mamá, por su apoyo sin límites, por enseñarme a aprender, por enseñarme a enseñar y por mostrarme el camino de la educación como vocación y vida.

A mi papá por su apoyo incondicional, por su comprensión, tiempo, dedicación, por ser mi amigo y amigo de mis amigos, por siempre enseñarme el valor de ser un ciudadano de bien con valores y vocación por los otros.

A los grandes amigos que me regalo la vida, por su apoyo y comprensión.

A mis fantásticos amigos de esta increíble aventura llamada Maestría, los verdaderos constructores de conocimiento, creadores de enseñanzas, innovadores de experiencias.

A mis amigas que contribuyeron con su ayuda técnica y cariñosa a sacar este trabajo adelante.

A la Universidad Eafit por crear y creer en esta increíble Maestría

A Juan Carlos Sosa, mi director de trabajo de grado, por su confianza e infinita credibilidad en la gastronomía y su potencial creativo para transformar el mundo

A Mónica y su planta de profesores por creer en esta loca cohorte.

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO.....	9
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2. JUSTIFICACIÓN	25
3. OBJETIVOS	27
3.1 OBJETIVO GENERAL	27
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	27
4. MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL.....	28
4.1 GASTRONOMÍA	28
4.2 SISTEMAS REGIONALES DE INNOVACIÓN	31
4.2.1 Sistemas Regionales de Innovación en Latinoamérica y Colombia.....	38
4.2.2 SRI de Medellín	42
4.3 INNOVACIÓN GASTRONÓMICA.....	45
4.3.1 Ecosistemas de innovación gastronómica.....	49
5. METODOLOGÍA.....	54
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	54
5.2 UNIDAD DE ANÁLISIS	55
5.2.1 Análisis documental	55
5.2.2 Indagación a personas u organizaciones.....	57
5.3 INSTRUMENTACIÓN.....	58
5.4 PROCEDIMIENTO.....	58
5.5 ASPECTOS ÉTICOS.....	60
6. DESARROLLO DEL PROYECTO Y RESULTADOS.....	61
6.1 Identificar los actores que posibiliten el trabajo colectivo desde la gastronomía en san jerónimo, Antioquia (Hotelería, restaurantes, productores, ventas)	61
6.2 Rastrear las necesidades individuales de los diferentes sectores económicos del municipio y sus oportunidades dentro de un SRI.....	67
6.3 Analizar el conocimiento específico local de los sectores con relación a la gastronomía dentro de un SRI como motor de crecimiento regional	75
6.4 Relacionar puntos de encuentro entre la Gastronomía y los SRI que posibiliten trabajos colectivos y promuevan el crecimiento de la región.....	80

6.5	Establecer rutas y estrategias de innovación desde la Gastronomía alineadas con los conceptos de SRI para su posible construcción	90
6.5.1	La Academia	91
6.5.2	Banca y financiamiento	93
6.5.3	Industrias complementarias y de soporte	94
6.5.4	Instituciones de CT+I.....	96
6.5.5	Gobierno.....	97
6.5.6	Sociedad.....	97
6.5.7	Gobierno Interno y Administrativo del SRI	98
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	111

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Definiciones y/o planteamientos sobre sistemas regionales de innovación	35
Tabla 2. Tomada del Plan de desarrollo 2016 – 2019. El cambio es ahora	69
Tabla 3. Tomada del plan de desarrollo 2016 -2019. El Cambio es ahora	70
Tabla 4. Tomada de la entrevista realizada el señor Jorge Humberto Arbeláez, gerente Hostería Guaracú	70
Tabla 5. Tomada de la entrevista al señor alcalde Donaldo Vivares.	71
Tabla 6. Tomada de la entrevista al señor Rubén Darío Cardona	72
Tabla 7. Tomada del plan de desarrollo 2016 -2019. El Cambio es ahora	84
Tabla 8. Conclusiones de carácter personal, profesional y resultado de la exploración general según objetivo planteado.	104

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.Ruta del Sol y de las Frutas, Occidente Antioqueño. Tomado de Presentación Rueda de Cooperantes 2014.	18
Figura 2. Vocación Territorial de San Jerónimo. Tomado del documento del Plan de Desarrollo 2016 – 2019. “El Cambio es Ahora”.	21
Figura 3.Valor agregado municipal de los sectores de mayor importancia en la visión de la economía nacional. Tomado de Plan de Desarrollo 2016 – 2019. El Cambio es Ahora. San Jerónimo, Antioquia.	24
Figura 4.Modelo multidisciplinario para la ciencia de la Gastronomía. Figura tomada de (Sormaz, Akmese, Gunes, & Aras, 2016)	30
Figura 5. Dendograma del análisis de Cluster de los departamentos de Colombia. Tomado de Los Sistemas Regionales de Innovación para América Latina. BID (Llisterri & Pietrobelli, 2011).....	40
Figura 6. Tomada de: Part 1: The Culinary Innovation Process, a barrier to imitation. (Harrington, 2004)	47
Figura 7.Tomada de: Chez Panisse. Buliding an Open Innovation Ecosystem.....	53
Figura 8.Elaboración propia. Conexiones entre actores y sectores de San Jerónimo, versión inicial.....	82
Figura 9.Elaboración propia. Conexiones entre actores y sectores de San Jerónimo, versión desde la mirada de navegación tipo jjourney map	83
Figura 10.Framework de innovación abierta para el SRI de San Jerónimo, Antioquia. Elaboración propia	99

GLOSARIO

Gastronomía

“Termino que nace en Francia a principios del siglo XIX, que significa simplemente el arte de preparar una buena comida” (Moreno, 2008)

“La gastronomía es definida como una rama correlacionada del arte y la ciencia, la cual posee relación directa con la química, la literatura, la biología, la geología, la historia, la música, la filosofía, la sociología, la medicina, la nutrición y la agricultura” (Kivela & Crofts, 2006, p. 726)

Según la Real Academia Española: “Arte de preparar una buena comida, afición a al buen comer, conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar” (RAE, 2014).

Sistemas Regionales de Innovación

El Centro de Innovación y Negocios de Medellín Ruta N, plantea que dichos sistemas resultan de la “confluencia de varias instituciones públicas y privadas, que trabajan desde sus distintas capacidades para promover la innovación en ciertos sectores estratégicos de la ciudad”. Como estructura, su objetivo es “fomentar las relaciones entre distintos agentes y distintos actores” (públicos, privados, académicos, entre otros), para propiciar “la conjunción, la conversación inteligente” entre quienes hacen parte del sistema y en procura de conseguir acelerar la innovación en “diferentes sectores estratégicos”. (RutaN, s.f.)

Innovación

“Novedad que genera valor en el mercado” (RutaN, s.f.). Del mismo modo el Manual de Oslo entiende la innovación como “la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados”. Plantea además que los cambios innovadores se derivan fundamentalmente de “la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología” (OECD & Eurostat, 2005, p. 23,24).

Cultura de la innovación

Ruta N define esta hibridación de conceptos como la capacidad de “desarrollar habilidades y destrezas para generar nuevos productos, servicios o procesos en los diferentes ámbitos de la sociedad”. La cultura que resulta de esta práctica se evidencia en “procesos de transformación y de cambio” que aplican en un contexto determinado, y especialmente entendiendo cómo dichos procesos “se aplican a través del reconocimiento de todas las capacidades y las experiencias del ciudadano del común, para vincularlos desde su manera de pensar”. Así la cultura de la innovación pretende vincular a todos los actores de la ciudad e involucrarlos en los cambios que dicha innovación requiere. Es decir, propiciando un camino para “migrar a la innovación”, pero fundamentalmente para entenderla como “ese medio que permite el desarrollo”. (RutaN, s.f.)

Trabajo en red y Relaciones Públicas

Ruta N, al definir términos comunes y fundamentales en el ámbito de la innovación, plantea que dichos procesos comunicacionales permiten establecer “conexiones o relaciones para facilitar alianzas entre personas o entidades que puedan beneficiar las iniciativas de negocio y acelerar su materialización”. Las RRPP favorecen la expansión en red de oportunidades colaborativas para la empresa o el emprendedor, permitiendo colaboraciones que contribuyan “al crecimiento del negocio bien sea a través del conocimiento, de apoyo comercial o de inversiones”.

Además, el networking permite la “expansión de los mercados de trabajo, las relaciones sólidas entre sus miembros, la actitud de cooperación y la confianza en otras empresas”. De esta manera se crean redes útiles en el corto, mediano y largo plazo, que se basan en la “confianza”, para la generación de “alianzas” (RutaN, s.f.), el reconocimiento y la participación.

Innovación gastronómica

Generalmente este concepto se asocia con la “innovación de producto”, sin embargo, la innovación gastronómica también se refiere a la “la innovación en servicio”, un asunto que reúne la complejidad e indiscutible “continuidad” que determina la relación entre el producto y el servicio mismo. “Las innovaciones gastronómicas, productos gastronómicos y desarrollo de productos gastronómicos son usados de forma indiferente ya que estos conceptos se reflejan en técnicas e insumos innovadores consumidos en establecimientos gastronómicos y entornos donde la comida es la protagonista” (Harrington, 2004).

RESUMEN

Este trabajo es una exploración de los actores económicos, sociales y culturales del municipio de San Jerónimo, en torno al planteamiento de un Sistema Regional de Innovación mediado por la gastronomía, dinamizadora de conexiones y relaciones entre los diferentes actores del municipio de San Jerónimo.

Para la investigación se han abordado teorías, estrategias, modelos y desarrollos de los Sistemas Regionales de Innovación, desde sus orígenes a nivel global hasta sus intervenciones en los contextos Latinoamericanos y su relación con el concepto de Gastronomía, permitiendo el apalancamiento de los mismos sectores en un contexto específico.

Para esto se realizó una revisión documental de los temas de: Gastronomía, Sistemas Regionales de Innovación e Innovación Gastronómica y su relación para evidenciar conexiones entre sectores a través de esta; adicionalmente se realizan entrevistas a la Alcaldía de San Jerónimo y a su Notaría para establecer la relación entre los sectores permeados por la gastronomía en el municipio; al sector Hotelero como uno de los principales movilizadores de turismo, al tener la Gastronomía como atractivo turístico; a asociaciones de turismo para observar interacciones entre hoteles, restaurantes, productores locales, entidades financieras; y a asociaciones que representan el sector agroindustrial, para identificar sus necesidades y potencialidades en torno a temáticas gastronómicas y su interacción; además en este proceso de indagación a personas y organizaciones, se tuvo un conversatorio de tipo focal, con las asociaciones de productos agrícolas locales en el marco de una reunión para propiciar redes de trabajo en la zona. En una segunda etapa, se identifican las necesidades y retos específicos que permiten reconocer los puntos de encuentro de los sectores para la construcción de un SRI y se proponen las posibles rutas de ejecución con estrategias desde la concepción de un FrameWork y sus interacciones del posible SRI para el municipio de San Jerónimo, Antioquia.

Palabras claves: Sistemas Regionales de Innovación, Gastronomía e Innovación Gastronómica.

ABSTRACT

This work is an exploration of the economic, social and cultural actors of the municipality of San Jerónimo, around the approach of a Regional Innovation System mediated by gastronomy, energizing connections and relationships between the different actors of the municipality of San Jerónimo.

The research has addressed theories, strategies, models and developments of the Regional Innovation Systems, from their origins at the global level to their interventions in Latin American contexts and their relation to the Gastronomy concept, allowing the leverage of the same sectors in a specific context.

For this, a documentary review of the following topics was carried out: Gastronomy, Regional Systems of Innovation and Gastronomic Innovation and their relationship to show connections between sectors through it; In addition, interviews are held with the Mayor of San Jerónimo and its Notary to establish the relationship between the sectors permeated by the gastronomy in the municipality; to the Hotel sector as one of the main mobilizers of tourism, having Gastronomy as a tourist attraction; to tourism associations to observe interactions between hotels, restaurants, local producers, financial entities; and associations that represent the agroindustrial sector, to identify their needs and potentialities around gastronomic themes and their interaction; In addition, in this process of inquiry to individuals and organizations, a focal-level discussion was held with the associations of local agricultural products in the framework of a meeting to promote networks in the area.

In a second stage, identify the specific needs and challenges that allow recognizing the meeting points of the sectors for the construction of an RIS and propose the possible execution routes with strategies from the conception of a FrameWork and its possible SRI interactions. for the municipality of San Jerónimo, Antioquia.

Keywords: Regional Systems of Innovation, Gastronomy and Gastronomic Innovation.

INTRODUCCIÓN

Los Sistemas Nacionales de Innovación, desarrollados por autores como Bengt Ake Lundvall y Christopher Freeman, fueron el origen de lo que hoy ha evolucionado a Sistemas Regionales de Innovación, desarrollados por el británico Philip Cooke (Llisterri & Pietrobelli, 2011, p.9). Estos sistemas tienen como fin el crecimiento social y económico de ciudades y regiones específicas, promoviendo el conocimiento para el fortalecimiento de la innovación, a través de las relaciones constantes entre organizaciones, asociaciones o clústeres y personas de carácter público o privado que buscan trabajar en red de manera colectiva y asociativa, con beneficios mutuos al mismo tiempo que se promueve la construcción de conocimiento, el emprendimiento y la cultura de la innovación para fortalecer a la región y contribuir a su constante desarrollo y evolución.

Estos sistemas han tenido gran acogida en países desarrollados como Estados Unidos, Reino Unido y algunos miembros de la comunidad europea, los cuales han evolucionado de sistemas nacionales a sistemas regionales, como es el caso de Silicon Valley; cuando se reconoce el conocimiento específico, desarrollando los actores y conectando a los sectores propios de cada región en búsqueda del trabajo colectivo y en red que apalanque innovaciones en comunidades específicas.

En Latinoamérica, se han venido desarrollando SRI en algunos países como Chile, Brasil, México, Colombia y Perú, siendo este último ejemplo de sistemas Regionales apalancados desde la Gastronomía como dinamizador e integrador de sectores y conocimientos como lo menciona Andrés Oppenheimer en la entrevista realizada a Gastón Acurio en su libro, *Crear o Morir*.

En Colombia, encontramos SRI desarrollados en ciudades como Medellín, lo cual ha llevado a conectar al sector público y privado en pro de la construcción del conocimiento, la cultura de la innovación y el emprendimiento, desarrollando proyectos y propuestas como son los clústeres y su relación intersectorial, espacios como los cedezos, programas como capital semilla, Medellín Innovation, hasta la construcción de un HUB

de innovación propiciado desde el gobierno como Ruta N, y sus programas de integración e interacción entre organizaciones privadas y públicas que apalanquen la innovación para el crecimiento y desarrollo social y económico de la ciudad.

Esta investigación tuvo como propósito explorar los actores sociales, económicos y culturales del municipio de San Jerónimo, Antioquia, el cual permitiera plantear estrategias en el marco de un posible SRI, tomando la gastronomía de la región y todos sus actores como dinamizadores de estos sistemas y observar las posibles integraciones e interacciones que se proponen en torno a los SRI.

Para tal fin, este trabajo de grado se desarrollo desde una revisión documental de las temáticas expuestas y la indagación a personas y organizaciones de la región que permitieran conocer sus necesidades y realidades para establecer rutas de transformación mediados por la gastronomía, donde su riqueza culinaria, junto con sus productos e ingredientes locales, tradiciones y costumbres, podrían permitir el abordaje de estrategias de conexión entre sectores que hagan posible la construcción de un SRI para el municipio y luego para la región, en torno a los conocimientos específicos y el desarrollo de nuevo conocimiento, para la innovación, la cultura de innovación y el emprendimiento, propiciando el crecimiento socio-económico del municipio, como principal propósito de un SRI.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de las distancias los municipios del Departamento de Antioquia se encuentran cada vez más cerca de la gran ciudad en la que se ha transformado Medellín, y su Área Metropolitana, en la última década. Esta realidad obedece no solo a las importantes conexiones viales que se han construido progresivamente, también al gran interés del gobierno —nacional y regional—, entidades que se han comprometido a realizar acciones que permitan dotar de tecnologías la totalidad del territorio antioqueño, entendiendo dichas tecnologías como herramientas que contribuyen a la educación, formación, actualización y modernización de las poblaciones. Las tecnologías se han hecho accesibles mediante estrategias innovadoras, como lo han sido la instalación de redes *wifi* gratuitas, que han convertido al departamento en el primero del país en ofrecer este servicio en todos sus municipios (Secretaría de Educación de Antioquia, 2017).¹ Este hecho histórico busca promover el crecimiento de los 125 municipios, al favorecer la educación y la construcción de conocimiento por medio del uso correcto y eficiente de tecnologías de la información, o como lo indicó el Gobernador de Antioquia, Luis Pérez Gutiérrez, el 16 de abril de 2017 en una entrevista con el periódico El Tiempo, esta estrategia tecnológica *“no solo apalancará proyectos como el bachillerato y las universidades digitales, sino que tendrá elementos que resolverán la dificultad de acceder a un equipo de conexión”*(El Tiempo, 2017)². Con iniciativas como esta se ha venido acortando la brecha de la información existente, al mismo tiempo que se han abierto puertas para generar nuevos alcances frente a posibles tendencias, que garanticen el desarrollo social, cultural y económico de las poblaciones de Antioquia. Este tipo de avances tecnosociales ha sido orientado a mejorar la educación y promover el emprendimiento a través de herramientas tecnológicas apalancadas por el internet y sus diferentes actores, o como lo dijo el entonces Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, David Luna Sánchez, a través del periódico El Espectador (2017) en la apertura del Punto Vive Digital de Colombia en el Municipio de

¹ <http://www.seeduca.gov.co/sala-de-prensa/archivo-de-prensa/antioquia-inaugura-oficialmente-las-zonas-wifi-gratuitas-en-todo-el-departamento>

² <http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/antioquia-sera-el-primero-con-conexion-wifi-gratis-en-todos-sus-municipios-60340>

Rionegro: se crearon para “*que los emprendedores tengan las herramientas necesarias para realizar sus proyectos enfocados en contenidos digitales*”³.

La gestión que se ha venido efectuando comprende estrategias regionales y nacionales que permiten pensar que se está trabajando en el fortalecimiento de una cultura de innovación, mediante la creación de ambientes propicios, impulsados por las administraciones gubernamentales. Estas acciones, sin embargo, deben ser enlazadas con las diferentes secretarías municipales, para que estratégicamente se conecten con los diferentes programas de educación, cultura, ciencia y tecnología local, los cuales — de manera progresiva— están intentando propiciar oportunidades para los diferentes pueblos antioqueños, en especial para aquellos con potenciales evidentes en temáticas específicas, que contribuyen a la generación de mayores fuentes y oportunidades de desarrollo para el crecimiento económico, cultural y social de la región.

En esta línea se encuentran los municipios del Occidente Antioqueño y de manera específica tres que corresponden a la denominada *Ruta del Sol y de las Frutas* (Figura 1): Sopetrán, Santa Fe de Antioquia y San Jerónimo. Dichos municipios, por tradición y ubicación geográfica en relación con la capital del departamento, se han caracterizado por su vocación turística y por la variedad de sus productos agrícolas, especialmente de frutas tropicales.

³ Tomado de <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/antioquia/antioquia-sera-el-primer-departamento-con-wifi-gratis-en-todos-sus-municipios-articulo-680539>

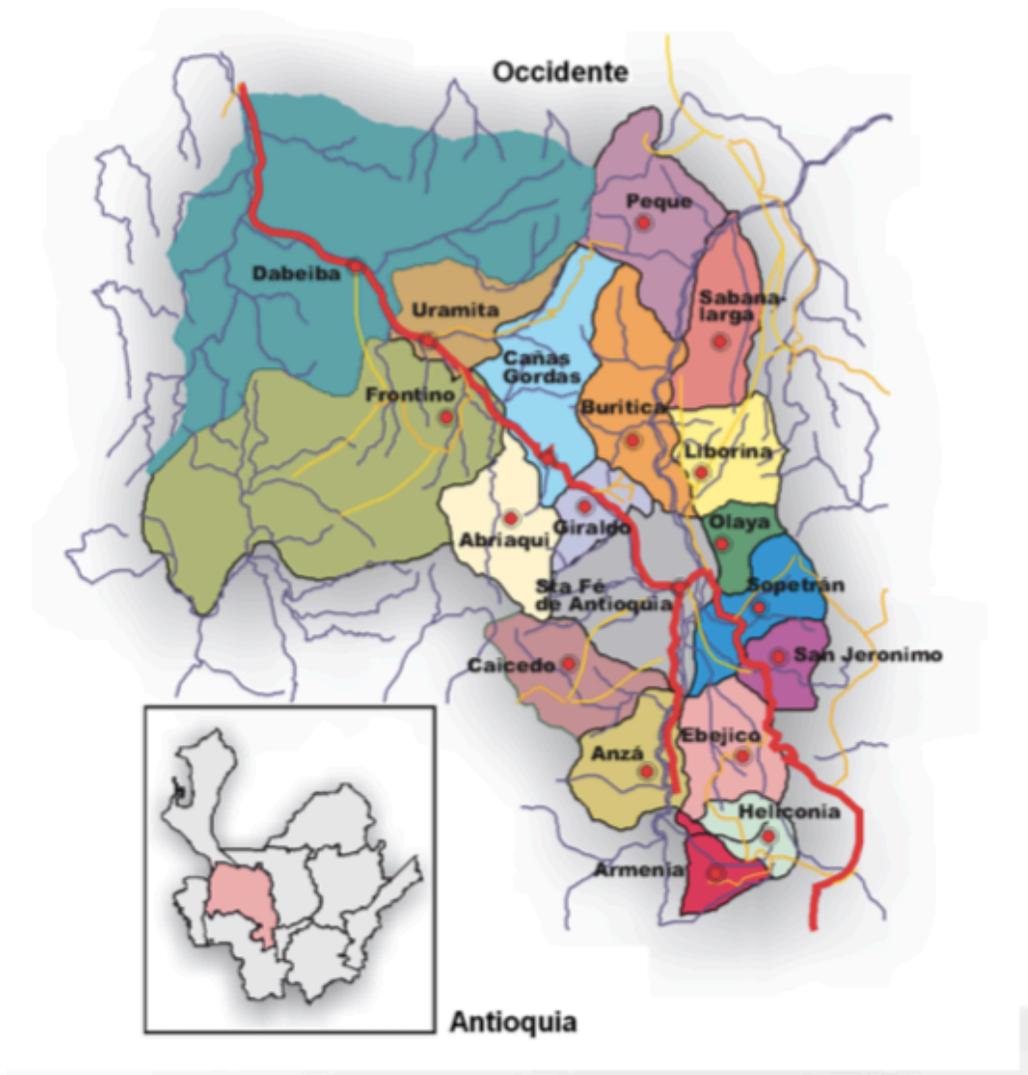


Figura 1. Ruta del Sol y de las Frutas, Occidente Antioqueño. Tomado de Presentación Rueda de Cooperantes 2014.

Para realizar una exploración adecuada sobre los factores y características que componen esta propuesta de grado, se ha seleccionado un municipio en particular, **San Jerónimo**, el cual por su facilidad de acceso, contactos y potencialidades desde muchos sectores como el turismo, el agro, el entretenimiento y la gastronomía, sirvió como punto de partida para abordar las temáticas expuestas en esta propuesta, encaminada a comprender y explorar la *innovación gastronómica* dentro de *los sistemas regionales de innovación*, así como a entender la relación entre ambos conceptos en lo que concierne

a la generación de oportunidades de emprendimiento e innovación dentro de sectores potenciales como el que se ocupa de lo turístico, analizando las diferentes estrategias que propician la cultura de innovación y que entran en sintonía con las acciones del Gobierno, como la implementación de las redes *wifi* gratis, el Plan de Desarrollo de San Jerónimo 2016 – 2019, Antioquia Digital y Antioquia Piensa en Grande.

Para entrar en el contexto de San Jerónimo y comprender la problemática que ha desencadenado los interrogantes que dan vida a este trabajo de grado, es importante reconocer la ubicación geográfica del municipio y su situación actual, la cual ha favorecido el interés en las temáticas expuestas y, obviamente su análisis y desarrollo.

Como se ha mencionado anteriormente, San Jerónimo es uno de los municipios pertenecientes a la Ruta del Sol y de las Frutas. Está situado en la subregión del Occidente Antioqueño, zona Cauca Medio, en el margen Oriental del Río Cauca, limitando con los municipios de Sopetrán, Ebéjico, con Belmira y San Pedro en la subregión del Norte y con Bello y Medellín del Valle de Aburra. Comprende una extensión de 157 km² de los cuales 2.8 km² corresponden a la cabecera. Su altura sobre el nivel del mar es de 780 mts para una temperatura promedio de 25°C. Según los datos registrados en las fichas de caracterización del DNP, cuenta con una población a 2015 de 12.635 habitantes de los cuales 4083 se localizan en área urbana y 8552 en área rural. Es decir, el 32.3% de la población es urbana mientras que la población rural corresponde al 67.7%, las cuales se ubican en 31 veredas. (Plan de Desarrollo 2016 – 2019, 2016, p.27)

Gracias a su clima, tierras fértiles y condiciones de acceso, el Municipio de San Jerónimo ha sido históricamente reconocido por sus productos y su vocación turística, características que han contribuido en el desarrollo de la localidad, pero que al mismo tiempo han generado algunos limitantes en su proceso de desarrollo.

Dichos limitantes, representados por el cambio de vocación de la tierra y el turismo solo desde la visión de hoteleros o propietarios de casas de recreo, hacen referencia a varias situaciones que actualmente se presentan en el municipio y que, desde la mirada de la innovación, propician que se *pierda la conexión* con algunos programas de nivel regional, que claramente podrían contribuir al desarrollo del pueblo, como lo son las redes *wifi* y las bibliotecas digitales, programas orientados a fortalecer las herramientas disponibles

y a crear condiciones para el conocimiento, así como para la generación de más oportunidades desde la innovación; lo cual, si es direccionado hacia alternativas comerciales, económicas y sociales, podrían posibilitar el apalancamiento de nuevas propuestas a través de la experiencia, el conocimiento construido y los proyectos locales, regionales y nacionales para el desarrollo de la región.

La primera problemática que es identificable en la actualidad es el significado de la tierra y su valor económico, lo cual ha transformado la trayectoria agropecuaria de la región, pues el gran auge de la edificación de parcelaciones y viviendas de ocio o segundas viviendas (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016, p. 29), ha activado el crecimiento del sector construcción y el crecimiento adyacente del turismo, como ha sido concebido para la región, y al mismo tiempo ha impactado la vocación agropecuaria del municipio, con las implicaciones culturales, sociales y económicas que esto acarrea, y desencadenando una nueva problemática: la necesidad de gestionar las transformaciones estructurales que se derivan de orientar la producción local al ocio y el entretenimiento.

Así, el valor de la tierra se ha incrementado en el municipio en los últimos años, lo cual ha abierto las puertas a una nueva realidad en la cual se sustituye la tierra productiva por una tierra para la diversión y el descanso, llevando a gran parte de la población a desplazarse a las partes más altas del municipio para dejar las tierras aledañas a la cabecera municipal a las nuevas construcciones (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016, p. 29). En este sentido, las tierras que usualmente se encontraban en manos de pequeños campesinos —productores principalmente de frutas, vegetales y, en un porcentaje más pequeño, de ganadería—, han cambiado de dueños.

Aparentemente San Jerónimo pasa por un gran momento, pues además de las características atrayentes de su clima cálido, atrae capitales y visitantes por las facilidades de acceso desde Medellín, garantizadas por el Túnel de Occidente, la Doble calzada de Medellín a San Cristóbal y la firma del contrato de la carretera Mar 1, realizada por el entonces Presidente Juan Manuel Santos en 2015, estructura vial que contará con un túnel paralelo y otra doble calzada hasta el municipio de Cañas Gordas (Presidente firma Mar 1, 2015). Esta situación estratégica ha contribuido significativamente al incremento del valor de la tierra y en consecuencia a su alta comercialización, sin embargo, ha generado una importante disminución en la

producción de alimentos, especialmente de frutas, permitiendo una contracción del sector agropecuario a la disminución de su impacto y participación en la oferta del pueblo, alcanzando niveles que actualmente no permiten garantizar el abastecimiento de la propia población. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016, p. 55).

Estos factores de cambio y sus consecuencias sobre la realidad municipal preocupan al actual gobierno de San Jerónimo y a los campesinos que continúan desarrollando sus actividades en la localidad, y para quienes son claras las oportunidades de fortalecimiento de su sector desde otras perspectivas, las cuales se relacionan directamente con procesos de innovación que se exponen en esta propuesta.

Para comprender las condiciones actuales de distribución de usos del suelo, la Figura 2 evidencia la división de la tierra según su vocación territorial.

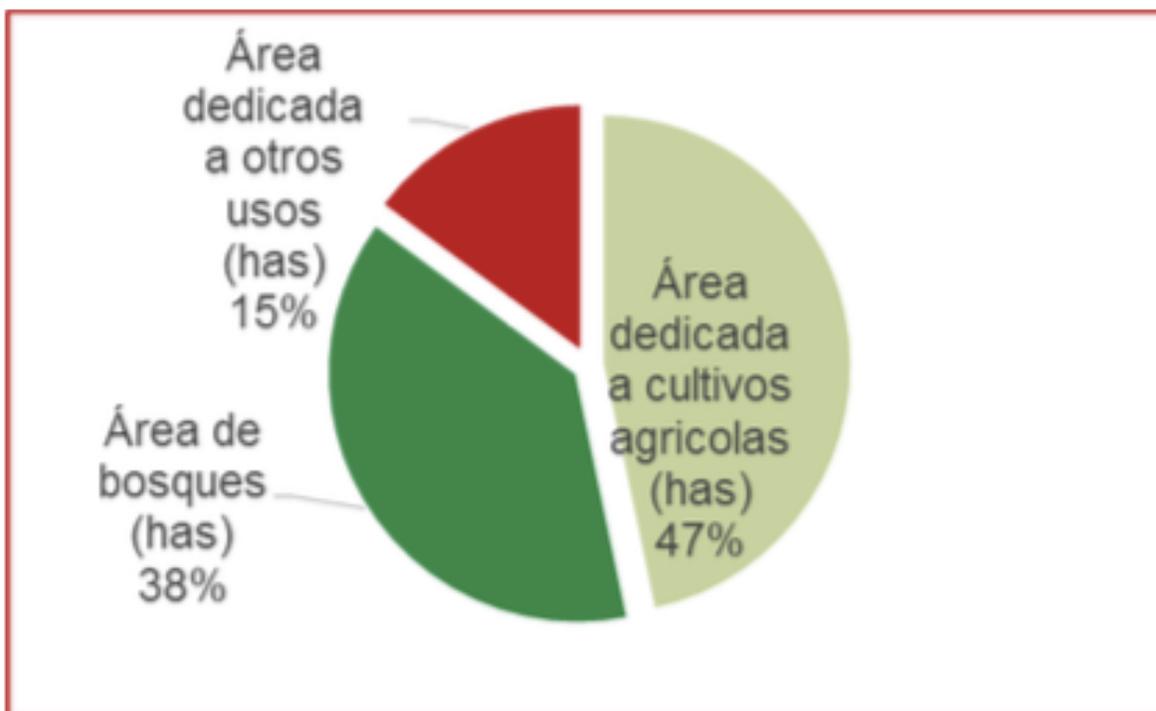


Figura 2. Vocación Territorial de San Jerónimo. Tomado del documento del Plan de Desarrollo 2016 – 2019. “El Cambio es Ahora”.

La segunda problemática identificada se refiere a la visión del concepto turismo, cuya propuesta fue desarrollada por el gobierno municipal y las estructuras del sector. Dicha

proyección, desde la mirada de la propia región se encuentra en proceso de expansión, pero en el concepto general de su alcance posee todavía grandes oportunidades de desarrollo.

Este concepto de turismo se ha orientado a valorar el auge comercial de tierras para la diversión y el descanso, y en consecuencia a reconocer la transformación del municipio en destino turístico caracterizado por su fácil acceso y al turismo mismo como la línea que actualmente sustenta la economía de la municipalidad. Sin embargo, este concepto está basado en la producción económica derivada de las parcelaciones y fincas de recreo, traducido en ingresos por impuesto predial, trabajos temporales y en los empleos e impuestos derivados de la hotelería, dejando por explorar los aspectos productivos más significativos de la actividad turística. Dentro del mismo Plan de Desarrollo se soporta lo anterior desde la perspectiva gubernamental que afirma qué:

el turismo a nivel de la región y del Municipio no se encuentra organizado y no se realiza una explotación adecuada del potencial que tiene la región. No se les ofrece a los turistas unos planes para conocer los sitios históricos, culturales y de producción de la región, solo se ofrecen planes en los cuales el turista permanece en un solo sitio, favoreciendo las economías de los hoteles y hosterías. Tampoco se tiene implementados programas de ecoturismo que beneficien a los campesinos y directamente a los habitantes del Municipio. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

A partir de esta visión de turismo se identifican algunas problemáticas derivadas de su modo de concepción y de la falta de proyección del sector mismo, lo que a su vez podría determinar la permanencia del municipio dentro del mismo sistema sobre el cual se ha trabajado por años y el cual ha conseguido ya avanzar en su crecimiento en la última década, debido al desarrollo de la infraestructura vial del Occidente Antioqueño. Dentro de las mencionadas problemáticas se destaca la falta de una más significativa explotación del sector, la cual obedece a la valoración de los ingresos permanentes que en los últimos años se recaudan por impuestos prediales, compras de tierra, impuestos de construcción, escrituración, entre otros. Frente a la existencia de estos ingresos, que

se conciben como importantes para la municipalidad, pasan desapercibidas otras potencialidades para el aprovechamiento del territorio, que prescinden de la necesidad de desafiar el *status quo* que ha sostenido y permitido el desarrollo paulatino del municipio por décadas.

Otra problemática correlacionada es que se han dejado de explorar, debido al poco dinamismo en pro del turismo, las posibilidades de construcción de escenarios de trabajo colectivo, como asociaciones o agremiaciones, que posean conexiones y mantengan en movimiento los diferentes sectores de la economía regional, así como que favorezcan relaciones activas entre el Estado, la empresa, la academia y la ciudadanía. Lo anterior también se evidencia dentro del Plan de Desarrollo de San Jerónimo 2016 – 2019.

Por lo anterior, aunque en el Municipio de San Jerónimo existe una asociación de comerciantes, hace falta más solidez, en lo que se refiere a su estructura organizacional y participativa, para emprender programas que redunden en beneficios para los mismos comerciantes y para la comunidad.

Otra clara dificultad obedece a la falta de divulgación y al ofrecimiento de estrategias de mercadeo, pues la mayoría de los turistas prefieren llevar los productos que requieren para su abastecimiento desde la misma ciudad desde donde se desplazan, lo que disminuye los ingresos para el comercio de la localidad. Además, para hacer más compleja la situación, el comercio de los productos para el aprovisionamiento local se hace generalmente directamente con la ciudad de Medellín, ya que no existen canales de comercialización entre los comerciantes del municipio y los productores rurales para permitir la venta de lo que resulta de la actividad campesina regional. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Lo anterior ha favorecido a otros sectores como la construcción y al sector inmobiliario, los cuales han tenido un crecimiento importante durante el proceso de transformación del municipio, por lo que se encuentra hoy dentro del valor agregado municipal y per cápita no solo por la edificación de parcelaciones, también por construcción de la nueva etapa de la carretera Mar 1, tal y como se muestra en la figura 3.



Figura 3. Valor agregado municipal de los sectores de mayor importancia en la visión de la economía nacional. Tomado de Plan de Desarrollo 2016 – 2019. El Cambio es Ahora. San Jerónimo, Antioquia.

El enfoque de esta investigación se fundamentó en procesos de exploración, comprensión e interpretación de los fenómenos dentro de un contexto. En este caso se ocupa de un contexto territorial determinado: San Jerónimo – Antioquia, desde donde se asume la tarea de identificar los principales rasgos de la gastronomía, el turismo, el entretenimiento y el sector agroindustrial, para analizar posibles escenarios de innovación que apalanquen el desarrollo socioeconómico territorial a partir de relaciones colectivas, que evidencien una aproximación al enfoque fenomenológico y exploratorio de la región y sus procesos.

La investigación está fundamentada en una intencionalidad exploratoria, que permitió conocer y reconocer las potencialidades y oportunidades del Municipio de San Jerónimo, así como reconocer las necesidades y problemáticas —previamente mencionadas— de los diferentes sectores vinculados al renglón turismo, agroindustria, financieros, de educación y sociales, resultantes de la falta explotación, los cambios en la visión de los propios sectores económicos y la falta de integración entre los mismos. El entendimiento de estas condiciones, después de una objetiva documentación y una indagación a partir del desarrollo de ejercicios individuales y colectivos, permitió la comprensión de la dimensión social amplia, que permite proyectar una propuesta para incidir sobre las prácticas sociales, el emprendimiento y la innovación, tomando a la gastronomía como un eje conductor y constructor de relaciones y redes construidas desde los Sistemas Regionales de Innovación.

2. JUSTIFICACIÓN

En una sociedad es clara la relación que existe entre el espacio geográfico, la población que lo ocupa y lo llena de sentido y sus prácticas de identidad. En los contextos turísticos, sin embargo, es más evidente cómo a esta relación lógica se suman procesos de revaloración y resignificación del territorio, entendiendo este como centro de experiencias que ofrece vivencias que se traducen en relaciones sensoriales, donde la memoria y el recuerdo se transforman en vínculos entre locales y visitantes generando movimiento, interés y valor incremental por la cultura regional. Desde una mirada de sociedad, potenciada por las conexiones y vínculos que es posible crear a partir de la generación de Sistemas Regionales de Innovación, es posible fortalecer rutas para el desarrollo, donde la gastronomía puede usarse como punto de fuerza para establecer vínculos que construyan redes de conocimiento entre diferentes sectores, posibilitando su agremiación. Así mismo, permitiendo que el conocimiento sea la base que apalanque la innovación constantemente. En Colombia, y más aún en regiones tan poco desarrolladas como el Occidente Antioqueño, específicamente pueblos como San Jerónimo o Sopetrán, estos hechos socioeconómicos que se plantean como motores de desarrollo no son posibles sino existe coherencia desde un orden político, social, empresarial y económico, para permitir una construcción colectiva dentro de la sociedad, en busca de su propia evolución. La generación de este ideal de desarrollo requiere de procesos que tengan como resultado acciones y realidades basadas en la innovación y el emprendimiento, que respondan a miradas sociales y económicas orientadas a transformar la realidad del turismo local y a optimizar su productividad, a partir de las potencialidades de la región.

Los Sistemas Regionales de Innovación, en su búsqueda de estrategias y oportunidades para el crecimiento de las regiones, tienen la capacidad de movilizar y transformar dinámicamente las regiones debido a que propician un cambio de direccionamiento estratégico en estas. De manera eficiente y articulada promueven la inclusión de la localidad dentro de la economía, transformando su participación en este ámbito en

duradero, sostenible y compartido con la sociedad, y evidenciando horizontes donde la gastronomía se instaure en oportunidad para mejorar en varios aspectos socioeconómicos los contextos latinos, específicamente el colombiano. (Sosa, J, 2016, p. 5)

Teniendo en cuenta que la gastronomía estudia la relación de los alimentos y el ser humano, y entendiendo que el cocinar y el comer se transforman en los actos culturales más importantes de reconocimiento de las sociedades y de su identidad (Brillat-Savarín, 2001), observamos potencialidades en esta disciplina, valorándola como generadora de innovaciones. Esta capacidad innovadora inmersa en la gastronomía se evidencia en casos exitosos como el peruano, donde el reconocimiento, la revaloración y resignificación de lo propio, de la identidad culinaria y cultural, dio paso a la construcción de una economía fortalecida desde el negocio de alimentos, generando más ingresos al país por turismo gastronómico que por una maravilla del mundo como Machu Píchu (Oppenheimer, 2016, p.91). Otra experiencia significativa es el caso de San Sebastián (España), donde la creación de sociedades gastronómicas, impulsaron innovaciones de producto, técnica, servicio y educación, transformándola en una de las ciudades con mayor desarrollo económico a través de innovaciones gastroculinarias, como el caso del Basque Culinary Center, como la apuesta del país Vasco por la investigación, la innovación y el desarrollo en Gastronomía.

Todas estas relaciones entre individuos y la innovación, se orientaron a ingresar, fortalecer y perdurar en las economías de mercado, lo que nos permite comprender que, al realizar un trabajo sobre la Gastronomía como factor de innovación y desde las oportunidades encontradas a través de los Sistemas Regionales de Innovación, es factible generar una nueva dinámica, que robustezca el ciclo económico y el portafolio de servicios y productos para el desarrollo de las regiones, y especialmente del Occidente Antioqueño.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias de innovación desde la gastronomía y los Sistemas Regionales de Innovación, que permitan la integración de los sectores económicos en San Jerónimo, Antioquia y propicien la cultura de innovación y el crecimiento socio-económico del municipio.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los actores que posibiliten el trabajo colectivo desde la gastronomía en San Jerónimo, Antioquia (Hotelería, restaurantes, cultivos, ventas).

Rastrear las necesidades individuales de los diferentes sectores económicos del municipio y sus oportunidades dentro de un Sistema Regional de Innovación

Analizar el conocimiento específico local de los sectores con relación a la gastronomía dentro de un Sistema Regional de Innovación como motor de crecimiento regional.

Relacionar puntos de encuentro entre la Gastronomía y los sistemas regionales de innovación que posibiliten trabajos colectivos y promuevan el crecimiento de la región.

Establecer rutas y estrategias de innovación desde la Gastronomía alineadas con los conceptos de SRI para su posible construcción

4. MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

Para reconocer la pertinencia de las temáticas expuestas en este trabajo, es necesario plantear una búsqueda teórica que establezca los puntos de encuentro entre los diferentes temas tratados, y fundamentos claros que soporten los procesos de indagación para la generación de estrategias que posibiliten el cumplimiento de los objetivos trazados en esta propuesta.

4.1 GASTRONOMÍA

Para abordar los Sistemas Regionales de Innovación Gastronómica es necesario referirse al concepto de Gastronomía, el cual posee múltiples definiciones y abarca un sinnúmero de actores y temáticas cuyos factores determinantes son la cultura, la economía, las relaciones sociales, la salud, entre muchos otros.

Entiéndese por gastronomía el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación. Tiene por objeto velar por la conservación del hombre empleando los mejores alimentos. Esto lo consigue dirigiendo con principios fijos a los que buscan, suministran o preparan cosas capaces de convertirse en alimentos. La gastronomía está en relación con las materias siguientes: Con la historia natural, por la clasificación que practica de las substancias alimenticias. Con la física, por el examen de sus partes componentes y cualidades. Con la química, por los diversos análisis y descomposiciones que les hace experimentar. Con la cocina, por el arte de guisarlas y de hacerlas agradables al gusto. Con el comercio, porque se ocupa en buscar lo que consume al precio más barato posible y en expender con las mayores ventajas lo que presenta a la venta. Por último, con la economía política, por los recursos que presenta a fin de recaudar contribuciones y por las facilidades de cambios que entre las naciones establece. (Brillat-Savarín, 2001)

La gastronomía según la Real Academia Española (2018) es definida como “el arte de preparar una buena comida, la afición al buen comer o como un conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”, sin embargo, estas definiciones se centran en el plano de lo culinario, lo cual se refiere solo a uno de los objetos de estudio abordados: lo cultural. Del mismo modo, Las ciencias sociales y las ciencias de los alimentos (química, tecnología, física y biología) han definido a la Gastronomía como otra rama del conocimiento, que estudia las relaciones entre los seres humanos, sus alimentos y el entorno, teniendo como objeto de estudio variables que abordan temáticas científicas, culturales, sociales, económicas, políticas y religiosas. (McGee, 2008)

Ferrán Adriá, considerado uno de los mejores cocineros del planeta, constantemente decía que “la cocina y la comida poseen características potenciales para la transformación social, al ser la manifestación cultural más importante de la historia de la humanidad, ya que nos reunimos para comer, comer es complejo y todos los días tenemos que comer” (Andrews, 2011, págs. 32,33), lo que nos lleva a pensar que las conexiones sensoriales que de ella se derivan, que tocan emociones, memorias y recuerdos, son oportunidades que posibilitan el trabajo colectivo a través de la revaloración de lo propio, como lo menciona Leonor Espinosa en la web de su fundación (Funleo, 2018).

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, como referentes claves en lo que a Gastronomía respecta, podemos analizarla como una disciplina que se encuentra inmersa en la dimensión de lo social, no solo desde el imaginario colectivo, el cual liga a la Gastronomía con los restaurantes y la hostelería en general, sino como saber que permite identificar rasgos culturales, determinar problemáticas de salud pública, explotar los sectores agropecuarios de las regiones, generar propuestas productivas y mejorar la calidad de vida de poblaciones, entre otras funciones que pueden vincularse al universo de la innovación, desde el conocimiento desarrollado por individuos y colectivos, que propenden y promueven el emprendimiento y la innovación en algunos sectores de la población.

En la siguiente figura se muestra como la Gastronomía se encuentra inmersa en una dimensión social con la relevancia para este trabajo de grado, y se evidencia cómo se

ha transformado en modelo multidisciplinario que hace posible percibirla como ciencia no exacta.

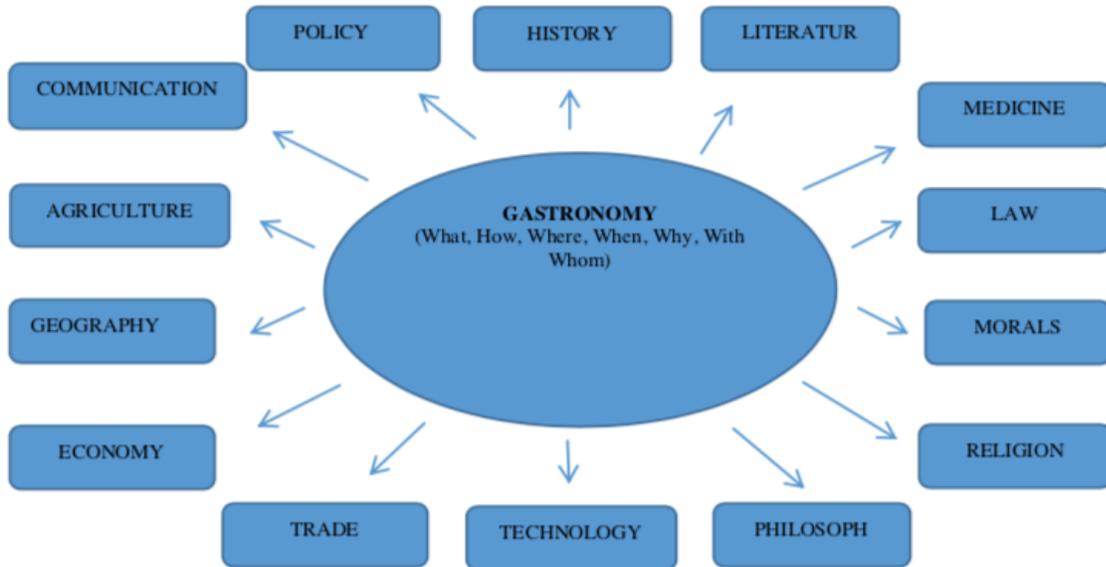


Figura 4. Modelo multidisciplinario para la ciencia de la Gastronomía. Figura tomada de (Sormaz, Akmesse, Gunes, & Aras, 2016)

De estas definiciones se pueden establecer conexiones que hacen posible pensar en la utilidad de los conocimientos específicos regionales como oportunidades para el desarrollo de estrategias mediadas por los conceptos trabajados por los Sistemas Regionales de Innovación.

Es así como a partir de los conceptos de SRI, enmarcados en la mirada de Philip Cooke, y los conceptos de innovación gastronómica para el desarrollo de las regiones se llevó a cabo una exploración que posibilitó la integración de teorías y permitió el planteamiento de estrategias, que pudieran contribuir al crecimiento socioeconómico de la región del Occidente Antioqueño, desde la mirada al municipio de San Jerónimo, Antioquia.

4.2 SISTEMAS REGIONALES DE INNOVACIÓN

Para continuar con la comprensión de los Sistemas Regionales de Innovación Gastronómica, se pretende dar soporte y establecer la relación conceptual, frente a estos y las diferentes estrategias que se pueden llevar a cabo desde sus teorías y hallazgos, comprendiendo el contexto colombiano y sus necesidades, así como posibilitando el uso de herramientas que contribuyan a impulsar la innovación regional, al desarrollar estrategias para la construcción y crecimiento en temáticas social económicas en el occidente Antioqueño, principalmente en el municipio de San Jerónimo, Antioquia.

Para este fin, se debe conocer, analizar y comprender el concepto de Sistemas Regionales de Innovación y cómo se ha desarrollado a nivel global, sus autores y sus comprensiones o usos en el contexto latinoamericano y colombiano. De esta manera es posible direccionar el soporte teórico hacia una relación coherente frente a los conceptos de Gastronomía e Innovación y reflexionar sobre cómo estos pueden crear procesos innovadores en el ámbito regional, al comprenderse y transformarse en estrategias de individuos y colectivos de carácter público y privado, que favorecen el crecimiento y desarrollo de las regiones, principio básico y primordial de los Sistemas Regionales de Innovación (que para el desarrollo de este trabajo han sido y serán nombrados por sus siglas SRI).

Según la publicación del BID “Sistemas Regionales de Innovación en Latinoamérica”, el concepto de SRI aparece y toma importancia a finales de los años 80 y principios de los 90 (Jiménez, Fernández y Menéndez 2011, p.9). Sin embargo, antes de abordar esta temática específica es necesario comprender de dónde proviene el concepto de SRI, el cual surge de la evolución de los “sistemas de innovación” y los “Sistemas nacionales de innovación” desarrollados por Christopher Freeman a finales de los años 70 y principios de los 80 (Godin, 2010).

Godin (2010) afirma también que fue Christopher Freeman, en su libro “*Las economías de la innovación Industrial*” (1974), quien comenzó a trabajar el concepto de “*Sistemas de innovación*”. Además, plantea algunas visiones de otros autores como la de Machlup, desde el trabajo en “Industrias del conocimiento”, lo que le permite a Freeman aproximarse a su idea sobre sistemas de innovación, los cuales define como

profesionalizados y que dan cuenta de la intención de los *sistemas de innovación* al definir como su objetivo principal al *crecimiento*, el cual afirma que es la mirada correcta hacia el cambio socioeconómico más importante en la historia de las industrias.

El mismo autor (Godin, 2010) expone como Freeman, convencido de trabajar en el *crecimiento* como el principal objetivo de su proyecto sobre sistemas, encuentra fundamentos en otro autor llamado J.K Galbraith, quien trabajaba los sistemas y la complejidad en la Industria Militar. Freeman, luego transformó varias ideas de este autor y dio paso a lo que él mismo llamó el “Sistema de innovación militar”.

Todo el trabajo de Freeman se traduce en el estudio de los sistemas de innovación a nivel nacional, es decir, propuestos desde grandes entidades que propicien el trabajo colaborativo por medio de su capacidad para compartir el conocimiento con otros, lo cual permitiría un monitoreo constante de la innovación, a través de mecanismos sociales acoplados con políticas estatales que dieron como resultado su paso de sistemas de innovación militar, a sistemas de innovación social para terminar en sistemas de innovación nacional. (Godin, 2010)

El trabajo de Freeman tuvo un direccionamiento hacia el carácter social de la innovación, sin embargo, este no recurrió a una construcción teórica por medio de investigaciones, sino que dio paso a sugerencias de cómo manejar la innovación nacional por medio de políticas públicas.(Godin, 2010, pp. 4, 5)

A pesar de que autores como Freeman, dieron origen a la posibilidad de pensar en sistemas de innovación para el crecimiento de las naciones o las regiones, es al inglés Philip Cooke a quien se le atribuyen los estudios teóricos y de investigación en los sistemas regionales de innovación.

Gracias al trabajo de Cooke muchos autores han sometido el trabajo en Sistemas Regionales de Innovación a sus contextos, mediados por sus propias oportunidades y experiencias, permite abordar varias ideas desde los contextos europeos, norteamericanos, latinoamericanos, y colombianos, para luego desarrollar la temática en la región propuesta en este trabajo. Es decir, entendiendo la región en relación con las

innovaciones gastronómicas y como resultados del trabajo colectivo y cooperativo propiciado por los SRI.

Para hablar específicamente de los SRI, se debe abordar el Handbook de Philip Cooke sobre innovación regional y crecimiento. Cooke explica los sistemas de innovación desde su propia mirada, construida a través del trabajo de Schumpeter, Freeman, Lundvall y Friedrich. Sin embargo, es su mirada frente a la de otros autores la que nos permite en este caso develar, cómo los SRI surgen desde una visión que comprende que la generación de nuevo conocimiento, los desarrollos y progresos tecnológicos, sumados a la innovación, son factores que impulsan el crecimiento de la economía y están directamente relacionados con el territorio y su contexto. Factores que permiten identificar y potenciar los desarrollos locales desde donde se originan innovaciones, y entender su capacidad de replicarse en otros contextos

Philip Cooke afirma en (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011), que el pensamiento de sistemas regionales de innovación ha sido influenciado por la investigación empírica, como en el caso de Freeman, ya que muchos de los sistemas que se conocían fueron desarrollados en regiones a las afueras de las ciudades, donde yacían las industrias. Cooke menciona que dentro de estos distritos industriales surgen innovaciones inspiradas en el trabajo colectivo, y que dichas innovaciones iban desde productos, procesos y servicios hasta la innovación organizacional, lo que deja ver el valor del conocimiento frente a la innovación y su importancia para que la innovación sea constante.

Asheim y Schwartz mencionan en (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011, p. 15, 16) que el pensamiento de sistemas regionales de innovación nace también a través de algunas propuestas de Schumpeter, debido a sus trabajos teóricos sobre emprendimiento, creatividad y evolución. A pesar de que este autor nunca escribió sobre SRI su trabajo fue de gran interés para el análisis de la innovación regional y el crecimiento, dos de los principios generales de los SRI, desarrollados desde Schumpeter, Freeman y Cooke.

Todas estas miradas, más allá de su concepción teórica, han permitido por más de tres décadas, creer que la agrupación de sectores en diferentes regiones y han posibilitado el fortalecimiento del conocimiento regional, llevando a que los actores dinamicen —en constante interacción— permanentemente el conocimiento, dando como resultado procesos de innovación que propician el crecimiento socioeconómico de las regiones. (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011)

Cooke también trabajó sobre algunas teorías de Michael Polanyi, donde afirma que no existe innovación sin conocimiento, pero que al mismo tiempo el conocimiento tácito de locales y regiones no se transfiere a largas distancias, “sino que por el contrario este propicia el desarrollo local al promover el flujo de conocimiento entre los diferentes actores y sus interacciones”. (Llisterri & Pietrobelli, 2011, p. 6)

Es así como los sistemas regionales de innovación “proponen un trabajo en red, colectivo y colaborativo, donde no solo los sectores trabajen agrupados, sino que trabajen entre ellos, permitiendo que la creación de conocimiento y su difusión mediante comunidades de conocimiento, aumenten las capacidades de una región”. (Echeverry, 2016)

En el contexto global los SRI han contribuido a mejorar el crecimiento socioeconómico de las regiones debido a su naturaleza “social”, ya que los procesos de innovación y aprendizaje que estos propenden poseen este carácter y propician la interacción entre los diferentes agentes de la sociedad, y donde se entiende que “el conocimiento tácito acumulado: las experiencias, vivencias, capacidades y habilidades específicas adquiridas, identifican a un territorio y posibilitan e influyen a través del trabajo colaborativo un desempeño innovador en ámbitos locales” (Llisterri & Pietrobelli, 2011, p.105)

Estos sistemas, los cuales comienzan a aparecer hace más de tres décadas, se han enfocado en trabajar sobre el crecimiento de los territorios a nivel local, comenzando desde una mirada macro a nivel nacional (llamados Sistemas Nacionales de innovación) es decir, desarrollados en economías pequeñas con características nacionales. Esto se evidencia en algunos de los países nórdicos, los cuales según Samantha Rullan (2011) fueron evolucionando en Sistemas Regionales de Innovación al comprender la importancia del conocimiento originado por locales en países de mayor tamaño como

Alemania, Francia o Inglaterra, donde el conocimiento es específico dependiendo de las regiones y sus contextos. (Rullan, 2011)

En países de menor extensión, se ha posibilitado la creación de políticas públicas nacionales, que se alimentan de la creación de conocimiento generado por los diferentes sectores de todo el territorio, los cuales han permitido el fortalecimiento de los procesos de innovación a nivel nacional. Sin embargo, en países donde su identidad territorial está enmarcada a nivel regional e inclusive local, se necesitan procesos que desarrollen el conocimiento específico, que comúnmente se origina dicho nivel. La doctora Rullan (2011) afirma que es el caso de grandes países como Alemania, Francia, Italia e Inglaterra, a pesar de poseer una mirada de identidad nacional —tanto en temas sociales, como políticos y económicos—, sus diferentes regiones tienden a trabajar de maneras específicas, donde se construyen conocimientos específicos que facilitan el progreso y desarrollo regional. (Rullan, 2011)

Después de este contexto sobre sistemas regionales de innovación y la visión de los autores que dieron origen al término y a las diferentes estrategias que se presentan en términos del crecimiento regional, se presenta en la Tabla 1 algunos planteamientos teóricos y definiciones de diferentes autores, que permitirán obtener una mejor apropiación de los SRI, producto de la evolución evidente de los Sistemas Nacionales de Innovación:

Tabla 1. Definiciones y/o planteamientos sobre sistemas regionales de innovación

AUTOR	FUENTES	DEFINICIONES O PLANTEAMIENTOS
Christopher Freeman. Primer investigador en hablar sobre sistemas de innovación	(Edquist, 1998)	“Los sistemas de innovación son redes de instituciones en los sectores público y privado, cuyas actividades e interacciones inician, importan, modifican y difunden nuevas tecnologías”

<p>Philip Cooke (Mayor investigador y promotor de SRI)</p>	<p>(Cooke, Roper, & Wyle, The Golden Thread of Innovation and northern Ireland's Evolving Regional Innovation System, 2003)</p>	<p>Los SRI, son un entramado constituido por subsistemas de generación y explotación de conocimiento que interactúan y se encuentran vinculados a otros sistemas regionales, nacionales y globales, para la comercialización de nuevo conocimiento</p>
<p>Bengt Ake Lundvall (Junto con Philip Cooke, uno de los pioneros en Sistemas Nacionales de Innovación)</p>	<p>(Lundvall, 1999) (Edquist, 1998)</p>	<p>El principal componente de un SRI, es el aprendizaje, el cual es el eje de la dinámica y funcionamiento de los SRI, ya que ese es el proceso responsable de la creación del conocimiento a partir de la transferencia de tecnología que facilita la difusión de las innovaciones.</p>
<p>Universidad del Rosario en Alianza con la escuela de Graduados en Administración del Instituto Tecnológico de Monterrey.</p>	<p>(Universidad del Rosario & otros, 2011)</p>	<p>Un SRI, es una Red de <i>facilitadores</i>, en las que están incluidos todos los elementos necesarios y suficientes para crear, movilizar y transformar valor, desde la generación de ideas e iniciativas, a la articulación de procesos de transformación, la administración de la inteligencia productiva, la especialización de las empresas y de las regiones, hasta la administración estratégica de la ubicación y la movilización de los recursos, así como la debida <i>gobernancia holística</i> de todos los intereses de los miembros de los ecosistemas industriales</p>

		que intervienen en el proceso de innovación, como factor de transformación de una región hacia posiciones de clase mundial.
Bo Carlsson (Phd en Filosofía de la economía, Stanford University)	(Universidad del Rosario & otros, 2011)	“Conjunto de redes de agentes públicos, privados y académicos que interactúan en un territorio específico, aprovechando una infraestructura particular para los propósitos de adaptar, generar y/o difundir los procesos de innovación tecnológica, social y sistémica”
BID	(Llisterri & Pietrobelli, 2011)	Este concepto se basa en la idea de que el proceso de innovación y aprendizaje son esencialmente de carácter “social”, dado que implica la interacción de las empresas, las agencias de promoción de la innovación, y las instituciones académicas y los centros de investigación; es decir, este proceso no transcurre únicamente al interior de estas instituciones. Además, la importancia del conocimiento tácito acumulado por los diferentes actores que participan en el proceso de innovación hace que las características de un territorio, sus redes y sus capacidades específicas influyan en su desempeño innovador.

Fuente: elaboración propia basada en definiciones de los autores

4.2.1 Sistemas Regionales de Innovación en Latinoamérica y Colombia.

Según las características propias de un país o de una región particular podríamos analizar y gestionar la innovación desde un sistema para permitir su desarrollo e impacto en la sociedad, lo cual se determinaría, en un principio, por el contexto particular de cada espacio geográfico.

En el ecosistema latinoamericano la situación es muy similar a los países extensos de Europa, donde existen contextos regionales más fuertes que sobresalen a los nacionales. Estos contextos latinos, poseen fortalezas regionales y son reconocidos no solo en sus propios ambientes nacionales sino también en ámbitos y entornos internacionales (Llisterri & Pietrobelli, 2011). Esos reconocimientos se traducen en conocimientos regionales específicos y permiten identificar economías donde ese conocimiento se fortalece desde el trabajo colectivo, y que pueden evidenciarse en algunas ocasiones como resultados del trabajo en SRI.

Como ejemplos de este fenómeno cultural, social y económico encontramos varias locaciones en los territorios latinos. En el caso de México se podrían mencionar estados como Jalisco (reconocido por su producción de tequila), así como Quintana Roo y Yucatán (regiones turísticas famosas a nivel mundial con destinos como Cancún, Chichen Itzá o Playa del Carmen); en el caso de Argentina resaltaríamos a la región de Mendoza por su producción vitivinícola de gran calidad; en Chile podríamos destacar al Valle del Maipo, lugar para apreciar grandes vinos elaborados a partir de cepas francesas muy bien adaptadas; mientras que en el caso colombiano podrían enumerarse regiones como el Eje Cafetero, cuya economía regional es principalmente movilizada por la producción de café suave de Colombia y el turismo.

Si bien estas regiones no solo dependen de estos productos o servicios, si movilizan su crecimiento y fomentan la creación de otros productos, generando así una economía de oportunidades para locales y foráneos, lo que al mismo tiempo propicia la innovación al integrar disciplinas y sectores que aportan al crecimiento regional, lo que Philip Cooke denomina como la principal característica de un SRI (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011, p.6)

En el contexto colombiano puede decirse que el país posee un gran potencial para el desarrollo regional, y enormes aspiraciones en función de varios sectores que han contribuido a sus economías como el turismo; el agro, las industrias de alimentos, la minería, los textiles, entre otros. Sin embargo, existe una falta de trabajo cooperativo en algunos sectores, (Llisterri & Pietrobelli, 2011), los cuales podrían beneficiarse a través del desarrollo de estrategias por medio de Sistemas Regionales de innovación. Los SRI, según Rullan (2011) contribuyen al fortalecimiento de los diferentes sectores a nivel regional y potencian la generación de innovaciones frente a las experiencias vividas y compartidas por otros. En términos de Phillip Cooke en (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011) pueden crear “una perspectiva integrada de cómo los sistemas deben funcionar”, lo que permite analizar la importancia de estos en ambientes productivos regionales y locales, donde no solo es necesario el desarrollo de agremiaciones y trabajos en red o clusters, sino también el trabajo colectivo e integrado entre todos los sectores, lo que según el mismo Cooke permite el apalancamiento de la innovación regional a través del conocimiento compartido. (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011, p.11)

En Colombia, a pesar de que la inversión en ciencia, tecnología e innovación es inferior a otros países de América latina, se han construido SRI mediante la relación entre Colciencias, el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SnCTI) y el Fondo Nacional de Financiamiento a la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (FonACyTI), con el objetivo de crear nuevo conocimiento ligado a la generación de innovaciones por medio del trabajo integral y colectivo de los diferentes actores regionales como lo son las universidades, las empresas, los gobiernos y la ciudadanía.

En una investigación sobre SRI en América Latina, el BID realizó una *clusterización* de las regiones en Colombia según sus fortalezas y oportunidades específicas, viviéndolas en 4 *clusters*, como se diagrama más adelante en la Figura 5. Los clústeres se establecen así según. (Llisterri & Pietrobelli, 2011):

Cluster 1: mayor porcentaje de empresas manufactureras de media y alta tecnología, una fuerte infraestructura de ciencia y tecnología, y un alto porcentaje de población que cuenta con educación superior, en comparación con el resto de los *clusters* regionales de Colombia.

Cluster 2: se caracteriza por su especialización manufacturera en baja tecnología y una débil infraestructura en ciencia y tecnología.

Cluster 3: se destaca por su fuerte especialización agropecuaria, un alto porcentaje de población indígena y un comparativamente bajo porcentaje de población con educación secundaria y superior.

Cluster 4: se asemeja al *cluster* 1 en lo que respecta al peso del sector industrial, pero presenta un menor porcentaje de empresas de alta y media tecnología, así como una infraestructura ligeramente más débil en ciencia y tecnología. (Listerri & Pietrobelli, 2011)

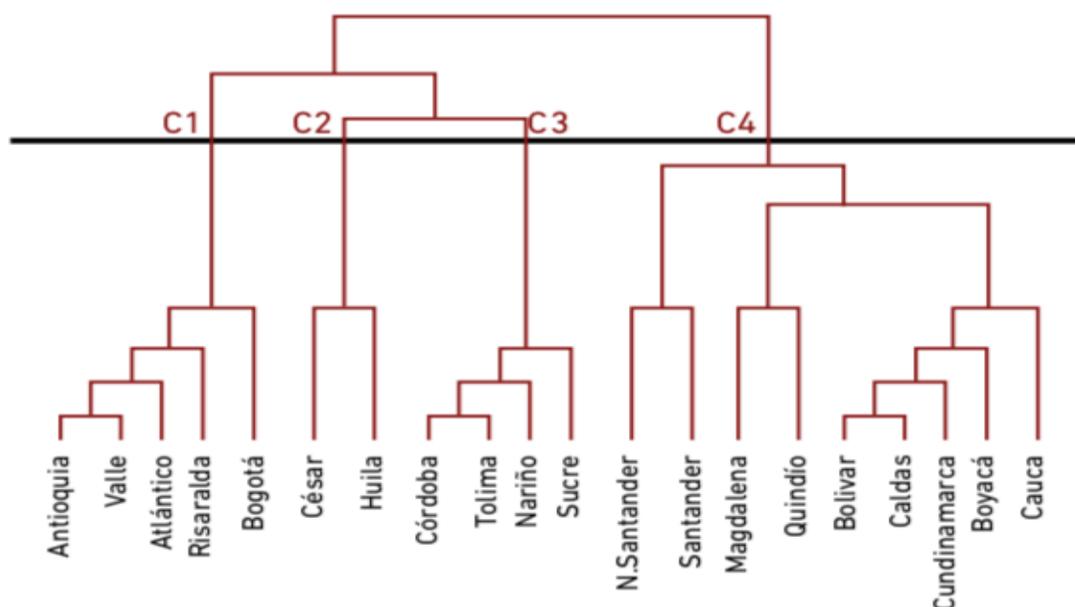


Figura 5. Dendrograma del análisis de Clúster de los departamentos de Colombia.

Tomado de Los Sistemas Regionales de Innovación para América Latina. BID

(Listerri & Pietrobelli, 2011)

La denominada clusterización hace parte de las primeras fases de creación de ecosistemas de innovación o SRI en el contexto colombiano, donde dichos clústeres eran genéricos, pero al mismo tiempo creaban redes de cooperación que, si bien no son suficientes para el crecimiento del ecosistema, son el inicio y el soporte para la creación de procesos concretos y precisos de innovación. Esta primera fase ha sido necesaria dentro del contexto colombiano, específicamente en Medellín y Antioquia, para entrar de lleno en una segunda etapa que permita integrar a los clústeres en un sistema regional de innovación, mediante esfuerzos conjuntos que conlleven a negocios efectivos que generen impacto social y valor en una ciudad en innovación.(Echeverry, 2016)

Lo anterior evidencia el interés de crear ecosistemas que contribuyan a la construcción y difusión de conocimiento, que generen crecimiento económico y social en los diferentes sectores como principal motivación de los SRI, fomentando el trabajo conjunto y en red que posibilite la transformación social, cultural y económica en pro de la integración de los diferentes actores sociales.(Echeverry, 2016)

En el contexto antioqueño, en especial de Medellín, los SRI han permitido la integración de economías y saberes que estimulan la producción de conocimiento e innovación, la cual continua en crecimiento pero que como indica (Echeverry, 2016):

Hay que motivar por igual a todos los sectores económicos de la ciudad para mejorar sus capacidades para Innovar, pero hay que darle mayor prioridad a la generación de innovaciones que todos esos sectores produzcan y que estén orientadas a los mercados que se hayan priorizado (tienen un mercado potencial mayor y son más rentables).

Esta tarea permanente posibilita, de igual manera, que estas redes de trabajo colectivo se extiendan a otras comunidades, para fortalecer los clústeres alternativos y crear ecosistemas de innovación como lo son los SRI.

Los SRI, como se ha planteado anteriormente, se observan como alternativa de crecimiento social, económico y cultural para todas regiones, impulsando la creación de nuevos conocimientos, que apalanquen la innovación regional, es decir, permitiendo el

cambio de modelos en poblaciones de menor impacto como es el caso del Municipio de San Jerónimo, ya que el desarrollo de un SRI para su contexto está ligado a posicionar la región mediante estrategias generadoras de indicadores de innovación y conocimiento (de carácter nacional y global). Todo esto en un término específico de tiempo y enlazado a un plan o proyecto de región, que focalice o dirija a la misma hacia la creación de una cultura de innovación, la cual se podría abordar desde el establecimiento o la adherencia a un Plan de ciencia, tecnología e innovación, enlazado a estrategias de Estado, ligados a proyectos de competitividad y desarrollo. Condiciones que permiten la toma tomen decisiones claves para la municipalidad y su posicionamiento, buscando como resultado convertir la innovación en la ventaja competitiva para la región.(Universidad del Rosario & otros, 2011)

Todos los conceptos que se han desarrollado en este trabajo sobre SRI se asocian directamente con el universo gastronómico, sus estrategias de sociedad y sus miradas, integradas a los conceptos que la definen, donde el carácter social, cultural e identitario facilitan su relación con los SRI y su contribución al posicionamiento, crecimiento social, cultural y económico de la región. Es así como se comprende a la gastronomía como un sistema transversal a la sociedad misma, que tiene la capacidad de dinamizar los diferentes actores y disciplinas que la componen, por lo cual según la definición de (Brillat-Savarín, 2001) se podría entender como un sistema de innovación, escalado a niveles locales, regionales y nacionales.

4.2.2 SRI de Medellín

En el marco de este trabajo es importante reconocer a la ciudad de Medellín, Antioquia, como una de las ciudades que posee una cultura de innovación y de emprendimiento, resultado de la construcción de su propio SRI. El cuál sirve como guía para la adecuación y adaptación de estos sistemas en otras comunidades, las cuales podrían conectar entre si, ampliando el rango de acción y de conexiones entre ellas. En el marco de su desarrollo, los autores denominan un SRI como,

Un Sistema Regional de Innovación es una red de *facilitadores*, en las que están incluidos todos los elementos necesarios y suficientes para crear, movilizar y transformar **valor**, desde la generación de ideas e iniciativas, a la articulación de procesos de transformación, la administración de la inteligencia productiva, la especialización de las empresas y de las regiones, hasta la administración estratégica de la ubicación y la movilización de los recursos, así como la debida *gobernancia holística* de todos los intereses de los miembros de los ecosistemas industriales que intervienen en el proceso de innovación, como factor de transformación de una región hacia posiciones de clase mundial. (Universidad del Rosario & otros, 2011, p. 6)

Para lograr esto, la ciudad ha definido el propósito de un SRI, desde quienes lo constituyen y sus debidos roles. En el Handbook del Sistema Regional de Innovación para Medellín y su plan de ciencia, tecnología e innovación (Universidad del Rosario & otros, 2011, pp. 8, 9) se definen quienes lo deben constituir:

La Academia, la cual interviene desde:

- Centros de vinculación universidad empresa
- Centro de Estudios estratégicos generador de estudios de desarrollo regional
- Programas de posgrado y especialización universitaria

Banca y financiamiento (que participa principalmente a través de):

- Instrumentos financieros de capital de riesgo, capital semilla, ángeles inversionistas y fondos de apoyo al emprendimiento

Industrias complementarias y de soporte (de los sectores industriales prioritarios de la región a través de):

- Empresas económicamente activas y de alta competitividad pertenecientes a las cadenas estratégicas de los sectores prioritarios de la región.

- Industrias complementarias a las actividades de los sectores estratégicos, que sirven de soporte para desarrollar la actividad económica en forma efectiva: consultoría y asesorías especializadas, centros de productividad, servicios basados en el conocimiento. (Estas dependen del sector industrial)
- Instituciones gremiales de apoyo a la actividad económica.

Instituciones de CT+i (que intervienen a través de):

- Centros de investigación
- Centros de Desarrollo de Innovación Tecnológica (de la cadena interna de innovación)
- Centros de Transferencia de Tecnología
- Incubadoras de empresas de base tecnológica
- Oficinas de Patentes y de Propiedad Intelectual
- Aceleradoras de negocios (principalmente basados en tecnología y conocimiento)
- Parques tecnológicos
- Centros de gestión y gobernabilidad del plan maestro de Investigación, Tecnología e Innovación

Gobierno (a través de organismos o instituciones como):

- Consejo Nacional de CyT: COLCIENCIAS,
- Consejos departamentales de CyT
- Gobiernos municipales: Promoción y Administración de la política pública de Productividad,
- Competitividad e Innovación.

Sociedad (principalmente a través de):

- ONGs vinculadas al desarrollo y promoción de las CT+i en la región. Actualmente muy centradas en el cuidado de los recursos naturales y la defensa de Recursos Humanos

El propósito para desarrollar un SRI para Medellín, “fue posicionar a la región en indicadores de clase mundial en un término específico de tiempo”(Universidad del Rosario & otros, 2011, p. 17), para lo cual se conto Ruta N, convirtiéndose en el organismo que lideraría los procesos en innovación desde la visión de estado como mediador de esta para convertir a la innovación en ventaja competitiva para la región.

4.3 INNOVACIÓN GASTRONÓMICA

Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (OECD & Eurostat, 2005)

Tomando esta definición como punto de partida podemos entender la innovación como un concepto que se expande a todas las ciencias y disciplinas, buscando generar valor a través de transformaciones e impactos sociales, donde la creatividad es el alimento de dichas innovaciones, pues propone ideas que se potencian desde diferentes miradas, construyendo vínculos y conectando puntos que buscan entrelazar saberes con la imaginación, lo que da lugar a nuevas experiencias y nuevos saberes transformadores. La creatividad, permite que la innovación se mantenga, mientras que simultáneamente crea cultura sobre la misma. Como práctica creativa podemos abordar la gastronomía desde los conceptos de innovación, comprendiendo que una innovación gastronómica puede darse en diferentes direcciones (técnicas, científicas, sociales, económicas, culturas, políticas y religiosas), debido a que como se mencionaba previamente, como disciplina se relaciona de manera constante y consciente con todos los aspectos de los individuos. (Brillat-Savarín, 2001)

La relación entre Gastronomía e Innovación entonces debe comprenderse desde diferentes miradas, ya que en la mayoría de los casos es analizada desde el producto o los servicios que de ambas se derivan, como lo menciona Harrington en su publicación de 2004, donde proporciona un marco de referencia frente a las innovaciones

gastronómicas para los establecimientos gastronómicos. Sin embargo, en este marco el mismo Robert Harrington afirma, que “si se usa un modelo integrado multidisciplinar, se puede ilustrar el proceso de innovación como un conjunto único de conocimiento tácitos y habilidades que crean una potencial ventaja competitiva” (Harrington, 2004). Lo que conlleva a una discusión sobre sí el modelo de innovación Gastronómica planteado por Harrington, usado en empresas de alimentos, grandes hoteles y restaurantes, se podría aplicar o usar como fuente de inspiración dentro de ecosistemas de innovación, dado a que dicho modelo se entiende como una integración de conocimientos propios de un sistema de innovación.

Harrington entonces propone un modelo de innovación culinaria similar al utilizado por los sistemas de innovación a nivel regional. En este modelo el autor plantea cuatro fases para que la innovación gastronómica se pueda llevar a cabo: “innovación culinaria/gastronómica, implementación de la innovación, evaluación y control, introducción de la innovación (2004)”. En este caso la relación entre las fases es recíproca e iterativa, ya que el modelo permite validar, aprender, analizar y concluir desde todas sus fases en relación con los procesos internos de la organización y el ambiente interno usando metodologías de “learning by doing” de una manera convergente con las reacciones del mercado y el ambiente externo a la organización (Harrington, 2004), como se explica en la figura 6.

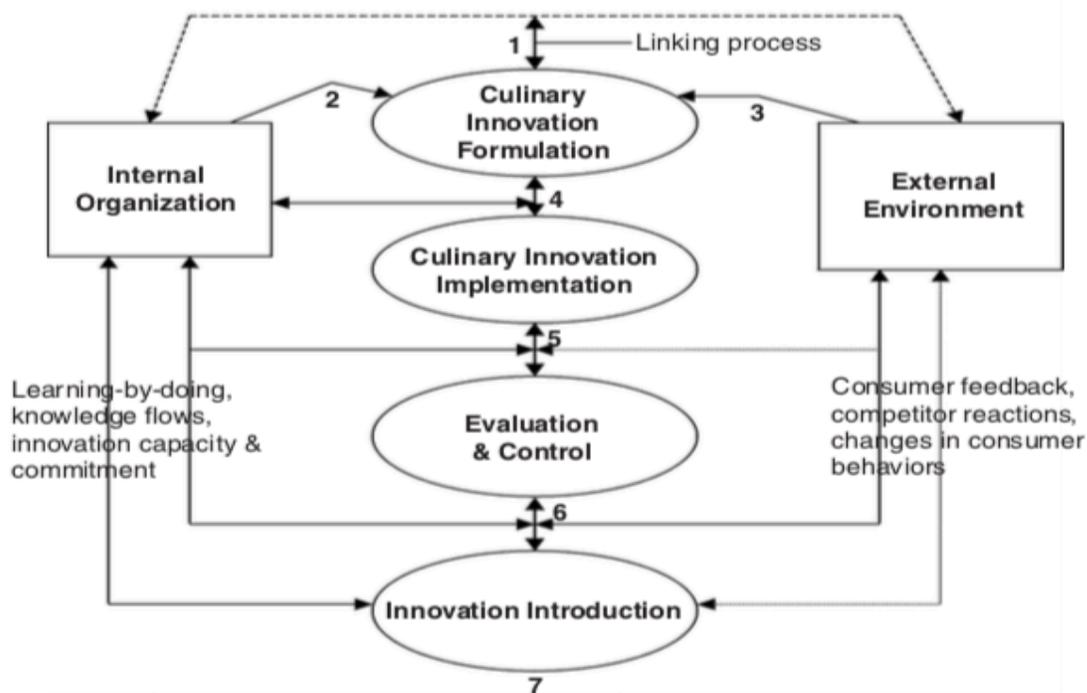


Figura 6. Tomada de: Part 1: The Culinary Innovation Process, a barrier to imitation. (Harrington, 2004)

El modelo anterior permite la comprensión de los procesos de innovación al interior de empresas de alimentos del sector de la hostelería tales como hoteles, clubes, restaurantes, casinos, entre otros, donde los esfuerzos para la innovación son centrados hacia el producto y hacia algunos procesos internos. Sin embargo, cuando hablamos de Gastronomía como esa ciencia no exacta que toca o permea a la sociedad misma, este modelo permite contemplar una guía para la creación, pensada para intervenir o extrapolar sus procesos a otros campos, ya que —como se ve en la figura anterior— estos son iterativos, en red, envolventes y vinculados los unos a los otros. Logran el dinamismo de quienes idean el producto, de quienes lo testean, de quienes lo aprueban, de quienes lo validan, de quienes lo aceptan y de quienes piden algo nuevo. Lo anterior es evidencia de un constante movimiento en red, donde los actores se encuentran en continuo aprendizaje, transfiriendo y divulgando información y conocimiento y provocando una generación de ideas consciente, necesaria para los procesos de

innovación. Es decir, llevando este modelo de producto a los procesos de un sistema de innovación.

Una vez se identifican modelos de innovación de producto gastronómico como el anterior, se puede recurrir a guías o procesos de ideación y creación que traducen mejor el modelo a los diferentes contextos donde la gastronomía tiene valor.

Como se ha mencionado anteriormente, los procesos de innovación gastronómica han sido asociados al desarrollo de nuevos productos, los mismos que han partido de modelos ingenieriles que indican que debe haber una generación de ideas, una proyección, un análisis del negocio, un desarrollo del concepto, testeo, validación y comercialización (Ottenbacher & Harrington, 2009). Estas maneras de desarrollo de nuevos productos son de alto valor para la gastronomía, ya que pueden ser potenciados en otros ámbitos de intervención. Sin embargo, la guía ingenieril propicia un modelo de acción, pero no revela lo que busca la interacción y tampoco garantiza el éxito de la innovación, lo que conlleva a comprender que hay otras variables que analizar y que interactúan con el modelo como lo indican Ottenbacher & Harrington (2009)

(Ottenbacher & Harrington, 2009) en lo que denominan como la teoría institucional, refiriéndose al comportamiento humano, la moral, la ética, los valores, el simbolismo; y al contexto social cultural que enmarca la innovación, abordando tradiciones, gustos, costumbres y demás, necesarias para la comprensión del entorno y fundamentales en los procesos de innovación y su paso a sistemas de innovación.

Ottenbacher y Harrington también hacen mención a los procesos de innovación gastronómica que no están ligados a una serie de pasos como tal y que más bien excluyen algunas de las etapas, como se indica en los procesos ingenieriles, donde las ideas generadas se ensayan y prueban en múltiples ocasiones, unas a puerta cerrada y otras de manera abierta, lo que permite reorganizar ideas y procesos hasta encontrar aquel producto o proceso innovador que contribuya a un cambio significativo en el entorno que se ha estado trabajando.

Para esto los autores hacen referencia a la importancia del contexto en cualquier proceso de innovación, pues es el mismo entorno el que se encarga de entregar información valiosa para la generación de ideas que solucionen necesidades, problemáticas o que simplemente mejoren lo ya existente.

En (Ottenbacher & Harrington, 2009) los autores también afirman que son los contextos culturales, organizacionales e institucionales los que fundamentan las ideas y fortalecen las conexiones con los procesos creativos y de innovación, lo que muestra la necesidad de crear conexiones entre diferentes actores para que la innovación se propicie a través de un ecosistema. Así, al mismo tiempo que este construya una cultura duradera de innovación, donde las partes estén conscientes de la necesidad de colaboración y construcción colectiva, la gastronomía aportaría por su capacidad de vincular al individuo con diferentes ambientes y procesos, a partir de los cuales genera apropiaciones como con la siembra, la cosecha, la compra y venta, la cocina y el entretenimiento, y desde donde crea conexiones e interacciones.

Según los autores y las diferentes temáticas abordadas se puede llegar a la conclusión de que la innovación ha sido transversal a la gastronomía, partiendo de los procesos creativos para la innovación de producto, los cuales han evolucionado al abordar otras técnicas, conocimientos, haceres y saberes, para dinamizar la ideación y materialización de las propuestas innovadoras, llevando a la gastronomía a actuar en diferentes sectores no tradicionales como la educación, la salud, la cultura, el ámbito gubernamental y hasta financiero.

4.3.1 Ecosistemas de innovación gastronómica

La exploración anterior permite considerar la posibilidad de que la gastronomía y sus diferentes actores evolucionen y se transformen en más que un proceso de innovación de producto, migrando a un ecosistema de innovación donde la disciplina ofrezca su valor como un factor dinamizador de región, utilizando sus cualidades de conexión entre actores y sectores, como se menciona en (Brillat-Savarín, 2001), consiguiendo una acción colectiva y colaborativa para la generación de nuevas experiencias transformadoras, que no solo contribuyan al crecimiento de la región sino que también

sirvan como ejemplo y modelo para la construcción y/o fortalecimiento de la cultura de innovación misma.

Así, para la creación de ecosistemas de innovación gastronómica se debe tener en cuenta a quienes actúan en una misma región, los cuales pueden interactuar de manera inconsciente pero que necesitan unos de otros.

Chez Panisse⁴ es un ejemplo claro de posibilidades de creación de ecosistemas de innovación alrededor de la gastronomía. Este restaurante ubicado en Berkeley (California, Estados Unidos), hizo posible la creación de un sistema de innovación abierta en la región, creando una red colaborativa de locales que propiciaran la innovación en procesos y productos, creando modelos de interacción potenciadores de temáticas como consumo local, generación de valor y crecimiento de la región. Posicionando a la región como un modelo a seguir en ecosistemas innovadores en el Estado de California y en el mundo.

Alice Waters es la fundadora de este hub de innovación, más conocido como uno de los mejores restaurantes de los Estados Unidos y reconocido como “Mejor restaurante de América” según la revista Gourmet en 2001, uno de los “Top 50” según la revista Restaurant Magazine del 2002 al 2008, ganador de una estrella Michelin otorgada por la guía del mismo nombre en USA y ganador del “Hallmark” of Fine Dinning (Chesbrough, Kim, & Agogino, 2014); logró crear un sistema abierto de innovación, ubicando a sus stakeholders como generadores de procesos innovadores y no solo como proveedores de insumos o servicios.

Este caso es muy relevante ya que como se menciona en (Chesbrough et al., 2014) Chez Panisse, quería enfocarse en la calidad y frescura de sus ingredientes, así como en la creatividad para lograr la innovación de sus productos, por lo que la constituyó en valor transversal en la interacción con sus comensales y sus trabajadores —lo que era fuera de norma para la época—, ya que Alice quiso integrar a todos sus actores para crear una revolución culinaria, donde no había cabida para alimentos congelados o productos procesados, pues su idea era crear experiencias únicas para sus comensales. Con esta mirada comenzó a realizar una serie de “cambios transformadores a través de metas

⁴ Restaurante fundado en 1971 por Alice Waters, reconocido por ser un HUB de innovación abierta en California.
<http://www.chezpanisse.com>

trazadas, lo cual cambiaría la esencia de un restaurante común hasta convertirse en un Hub de innovación para la región con hechos transformadores” como se mencionan en (Chesbrough et al., 2014, p. 152-153)

En 1982 se habían listado las siguientes metas dentro de su filosofía: 1) Servir solo platos con ingredientes de temporada; 2) Servir comida de calidad en un ambiente calido y único, 3) Desarrollar productos y servicios innovadores para sus comensales; 4) servir comida de calidad a precios razonables; 5) esforzarse por atender un restaurante y un café con personal y proveedores dispuestos a trabajar felices y bajo supervisión. Estos pensamientos la llevaron a comprar sus ingredientes a productores locales, promoviendo la sostenibilidad dentro de Chez Panisse.

Para el año de 1984, Waters realiza un estudio integrando a la Universidad de California con más de 100 agriculturas dentro de un rango de 100 millas, integrando así la investigación y el desarrollo conjunto con la universidad y las empresas privadas, llevándola a encontrar a sus aliados perfectos para proveer su materia prima, cambiando la mentalidad de tamaño y cantidad, por calidad y sabor. La cultura alimentaria comienza a cambiar. Uno de los casos más relevantes de la época, fue el de Sibella Klaus, quien se encargaba de crear relaciones entre agricultores locales y cocineros, creando un mercado de productores locales en San Francisco, actualmente existente en el edificio del Ferry de la Bahía de San Francisco. Este trabajo fue de tanto impacto para Sibella, la cual con ayuda de Chez Panisse, se graduo de la universidad y creo una organización sin ánimo de lucro llamada Centro para la educación urbano sobre agricultura sostenible – CUESA- por sus siglas en inglés, para luego fundar SAGE – educación en agricultura sostenible, ambas creadas para ampliar el ecosistema y formar a la población en mercados locales y cultivos orgánicos locales.

Para los años 90`s, la filosofía de Chez Panisse, estaba enfocada en mejorar la experiencia del comensal donde este pudiera conocer el origen de su comida, sabiendo no solo su procedencia, sino dando a conocer quienes lo cultivaban, promoviendo el consumo y la compra local, fortaleciendo las relaciones entre los

comensales, el restaurante y sus proveedores. Para mediados de la época, Chez Panisse, abre su propia fundación para educar no solo al sector, sino también para intervenir por medio de la gastronomía en escuelas y comedores en la búsqueda de mejorar la educación alimentaria y ambiental.

Hechos como los anteriores llevaron a que Chez Panisse construyera un ecosistema que fortalecería no solo su operación sino a la región misma. Para 2014 el restaurante ya contaba con más de 85 proveedores en un rango de 100 millas, los cuales no solo proveían a Chez Panisse sino también a supermercados locales, restaurantes, hoteles y consumidores finales. Al mismo tiempo Chez Panisse, se había convertido no solo en un gran restaurante sino en un centro de conexiones entre empresas, instituciones educativas, fundaciones, proveedores, centros de investigación entre otras.

En la actualidad el restaurante forma a sus propios empleados a través de metodologías como “learning by doing” y los integra en los diferentes sectores a los que se ha integrado con su modelo de innovación abierta como se muestra en la Figura 7.

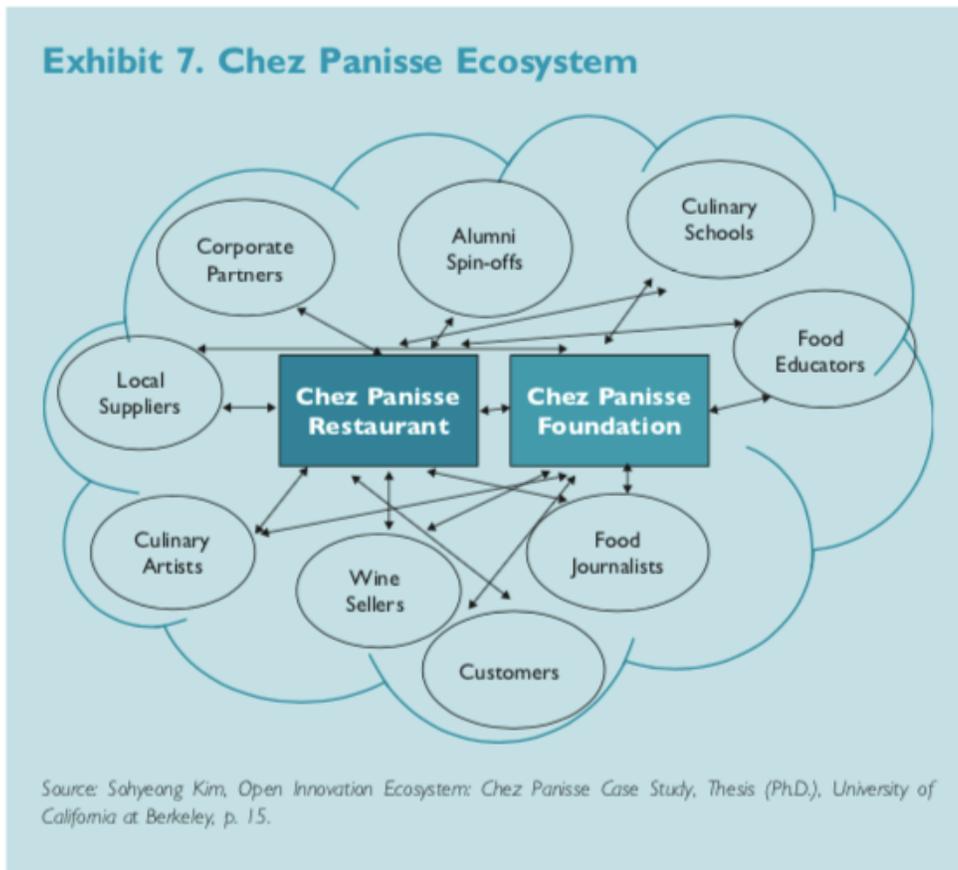


Figura 7. Tomada de: Chez Panisse. Building an Open Innovation Ecosystem.
(Chesbrough et al., 2014)

Todo el desarrollo del Ecosistema de Chez Panisse, con Alice Waters a la cabeza, ha demostrado el potencial de la gastronomía para el desarrollo en el ámbito nacional, entendiendo cómo esta puede construir un Sistema Regional de Innovación expansivo, con la capacidad de integrar diferentes actores y sectores de la sociedad, para buscar siempre el crecimiento y la sostenibilidad, así como los objetivos de los SRI.

Se puede concluir que la relación de Gastronomía y SRI propicia ecosistemas locales y regionales a través de la integración de saberes y conocimientos específicos que propicien el crecimiento de locales, brindando oportunidades de progreso y desarrollo por medio de estrategias colaborativas que generan vínculos y crecimiento en red de los ámbitos empresa, estado, universidad y ciudadanía. Tejido que puede potenciarse con la creación de clusters asociados a SRI.

5. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este trabajo de grado, se debe definir un enfoque coherente desde las diferentes metodologías de investigación, acordes a los propósitos e interés propios de la propuesta y del investigador, para esto, se han encontrado autores que definen algunos enfoques, como los Doctores Roberto Hernández, Carlos Fernández y María del Pilar Baptista, quienes definen dos de los enfoques más utilizados en investigación argumentando que, “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” y el “enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). De acuerdo con lo anterior se ha profundizado en el enfoque cualitativo debido a la naturaleza exploratoria y reflexiva de este trabajo, lo cual permite una indagación iterante capaz de comprender el contexto al cual está dirigido este trabajo de grado.

Para argumentar el tipo de investigación seleccionado, los autores antes mencionados explican al enfoque cualitativo como,

Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (Hernández et al., 2014)

De acuerdo a estas definiciones y al tipo de trabajo que se ha desarrollado, el enfoque de investigación cualitativo es el que más se aproxima al interés propositivo del trabajo, ya que se han recolectado y analizado datos e información pertinente sobre Sistemas

regionales de Innovación y su relación directa con la Gastronomía, encontrando los enlaces transversales necesarios para realizar una propuesta sobre Sistemas Regionales de innovación Gastronómica, ajustada a la realidad, especificidades y el contexto de San Jerónimo, Antioquia.

5.2 UNIDAD DE ANÁLISIS

Las unidades que han sido definidas como fuentes de análisis para esta investigación fueron dos, el análisis documental y el análisis por indagación a personas u organizaciones, las cuales se describen a continuación con los respectivos procedimientos pertinentes para este trabajo.

5.2.1 Análisis documental

Durante el desarrollo de este trabajo de grado, se realizaron búsquedas frecuentes en diferentes bases de datos especializadas entre las que se destacan.

Emerald es una base de datos que ofrece artículos en áreas como contaduría, finanzas, economía, negocios internacionales, marketing, empresa e innovación, ciencias, administración, administración industrial y sector público, administración de la información y del conocimiento, calidad de información, administración de operaciones y logística, estudios organizacionales, gerencia de recursos humanos, bibliotecología, entre otras áreas afines. (Eafit, 2018)

Sage Journals permite el acceso al texto completo de publicaciones multidisciplinarias revisadas por pares desde el año 1999 a la fecha. Cubre principalmente las siguientes áreas: política, relaciones internacionales, urbanismo, ciencias sociales, criminología y criminalística, comunicación, economía, administración, ingeniería, sociología, psicología, ciencias de la vida, ciencias médicas y de la salud. (Eafit, 2018)

ScienceDirect es una base de datos que abarca áreas de ingeniería, tecnología, ciencias de la vida, medicina y ciencias de la salud, ciencias sociales y administrativas, con contenido en texto completo. (Eafit, 2018)

Scopus base de datos que contiene tanto resúmenes y citas de literatura científica revisada por pares, así como, fuentes web de calidad y herramientas para acompañar, analizar y visualizar los resultados de las investigaciones. Scopus es fundamental para realizar estados del arte en procesos de investigación y para determinar la producción científica de un investigador, un grupo o una institución. (Eafit, 2018)

Taylor & Francis (Journals) base de datos de revistas con contenidos arbitrados, en áreas, como: administración, negocios, contabilidad, economía, estudios asiáticos, medio oriente, derecho, ciencias sociales y humanidades, ingeniería, computación y tecnología, ciencias de la tierra, geografía, planeación y urbanismo, química, física, matemáticas y estadística. (Eafit, 2018)

Estas bases de datos facilitaron el propósito y la tarea rigurosa de encontrar papers, artículos científicos, estudios de caso, libros, documentos institucionales, entre otros; los cuales mediante un uso pertinente de las categorías de búsqueda como, Sistemas Regionales de Innovación, Sistemas de Innovación, Sistemas Nacionales de Innovación, cluster, ecosistemas, regional innovation system, national innovation system, networks, sistemas regionales de innovación en América Latina, Gastronomía, gastronomy, culinary, culinary and tourism, innovación gastronómica, culinary innovation, culinary innovation ecosystem, culinary innovation system, innovation culture, innovation, local innovation; permitieron seleccionar una serie de documentos que dieron soporte y estructura académica e investigativa a este trabajo en relación a sus principales componentes y su relación.

Adicional a esta búsqueda de bases de datos también se recurrió a personas que han trabajado estas temáticas, a conocimientos personales y profesionales que permitieron indagar este tema desde bases de datos propias construidas desde el interés académico

de mi hacer como docente y estudioso de la gastronomía, la cocina, la cultura y la creatividad.

También se indagó en el contexto de Medellín dentro de instituciones como Ruta N, la cual posee trabajos avanzados en sistemas regionales de innovación, con fuentes como el BID, la universidad del Rosario y el Instituto tecnológico de Monterrey.

Finalmente, para indagar más sobre el espacio geográfico y el contexto de San Jerónimo, se hizo una búsqueda documental en las páginas web de la Gobernación de Antioquia y la Alcaldía de San Jerónimo, permitiendo encontrar como guía, el plan de desarrollo del municipio de 2016 – 2019.

5.2.2 Indagación a personas u organizaciones

Para abordar los objetivos de este trabajo y realizar un reconocimiento concreto y coherente del contexto de San Jerónimo, sus diferentes actores y estructuras o modelos de trabajo y de negocio, se consideraron algunos referentes que conocieran y pertenecieran a los diferentes sectores económicos, sociales y políticos; que por medio de sus conocimientos específicos, vivencias y experiencias pudieran entrevistarse para encontrar información y opiniones sobre la exploración y la posibilidad de un Sistema Regional de Innovación para el municipio, su construcción, pasos, actores, problemáticas y beneficios.

Para esto se entrevistaron al Señor Alcalde de San Jerónimo, Donaldo Vivares; al señor Jorge Humberto Arbeláez, Gerente y propietario de la Hostería Guaracú y miembro de la asociación de turismo del Occidente Antioqueño; al señor Rubén Cardona, también conocido como Pacora, presidente de la asociación de productores de la vereda los cedros y presidente de la acción comunal de la misma vereda, productor y dueño de su propia legumbrería; al señor Notario Luis Javier Quiroz Bastidas, quien al mismo tiempo es el fundador de la asociación de caballistas y de historia del municipio.

También se tuvo tres conversatorios, el más importante fue un grupo focal en el marco de la primera reunión de creación de redes de asociaciones de productores, propiciada por la Cooperativa Financiera de Antioquia – CFA -, otra vía telefónica con el señor Adrián Vahos, quien dirige turismo de occidente, uniendo a San Jerónimo, Sopetrán y Santa Fé

de Antioquia, y organizador del festival gastronómico BienMesabe y el tercero con los administradores de la Posada San Sebastián y el Hotel Lagotours.

Todos los entrevistados se seleccionaron con la intención de comprender los diferentes sectores y actores, sus puntos de vista y relación.

5.3 INSTRUMENTACIÓN

Para el análisis documental, los documentos se ingresaron a dos tipos de carpetas divididas en Gastronomía e innovación Gastronómica y Sistemas Regionales de Innovación. Posteriormente se subieron a la herramienta Mendeley para estos ser organizados por Nombre, resúmenes y años de publicación, al igual que a la base de referencias de Word.

Para la indagación con personas y organizaciones se utilizó un modelo de entrevista semi estructurada, la cuál estaba conformada por algunas preguntas específicas y otras que podrían ser abiertas, esto con la intención de comprender el contexto, guiar a los entrevistados para encontrar la información necesaria y hacer que amplíen la información con datos de relevancia para este trabajo de grado.

El último instrumento fueron conversatorios abiertos, guiados por algunas de las preguntas realizadas en la entrevista. El conversatorio más relevante se realizó en el marco de la reunión entre asociaciones para la conformación de redes de trabajo, liderada por la Cooperativa Financiera de Antioquia, en este se expuso que es un Sistema Regional de Innovación, su relación con la Gastronomía, sus necesidades, retos y beneficios, la cual conto con la participación de 13 asociaciones de productores, no solo de San Jerónimo sino también de los municipios de Sopetrán y Liborina.

5.4 PROCEDIMIENTO

Para el análisis documental, primero se inicio con una selección de los criterios mencionados anteriormente, los cuales se comenzaron a recopilar desde la búsqueda

de los autores principales de cada temática y la lectura de los abstract para observar la pertinencia de lo expuesto en cada documento en relación a lo requerido en el trabajo. Esto permitió una correcta categorización de los documentos y la selección de autores primarios o fuentes y luego un seguimiento a otros desarrollos por parte de otros autores e instituciones. A estos se les otorgo puntajes de relevancia y se continuo con su posterior lectura y análisis.

En el área de gastronomía se hizo una selección de autores relevantes que no solo han contribuido a la definición de esta, sino también de aquellos que han continuado con desarrollos culturales y científicos pertinentes en este trabajo. Esta selección fue gracias al conocimiento previo y la indagación permanente de estos temas como base de la formación del investigador principal.

Otro tipo de documentación fue suministrada por la base de datos del director de trabajo de grado, quien ha desempeñado papeles importantes en diferentes espacios de integración de ecosistemas de innovación que permitieron llegar a documentos esenciales a nivel de América Latina, Colombia y Medellín.

Posteriormente se realizó un análisis documental de algunos documentos públicos que permitieran reconocer el contexto de San Jerónimo, en especial el plan de desarrollo 2016 – 2019, que permitió identificar no solo a los actores y sectores pertenecientes a la región sino también contribuyó al soporte de la problemática, identificación de necesidades y otros procesos, lo cuales permitieron algunas de las caracterizaciones de este trabajo.

Para el proceso de entrevistas, estas fueron diseñadas y subidas a google docs como formulario, lo que permitió recogerlos datos rápidamente de manera digital arrojando respuestas y algunas graficas para el posterior análisis de estas. Al ser entrevistas de tipo semi-estructuradas con opciones abiertas y de discusión, las entrevistas también fueron grabadas para su análisis, sustrayendo la información más relevante y pertinente para este trabajo de grado.

Con motivo de la visita y entrevista al Alcalde del municipio, fuimos invitados a la reunión de asociaciones de productores para el trabajo en red, realizada por la fundación de la cooperativa financiera de Antioquia, en el marco de esta, de manera espontanea nos fue permitido exponer la temática de este trabajo y realizar un conversatorio desde las preguntas que se construyeron en la entrevista, lo cual permitió recoger información de alta relevancia para la comprensión de una posible red intersectorial, dentro de este conversatorio, se conocieron necesidades, retos y metas de las asociaciones asistentes, con mucho valor para este trabajo. Se anexan fotos de la reunión y las preguntas realizadas.

Por último, se realizó un Journey Map tipo recorrido cartográfico, para identificar las interacciones entre actores y sectores del pueblo.

5.5 ASPECTOS ÉTICOS

Durante la realización del análisis documental y la construcción del marco de referencia teórica se hicieron las debidas citas según las normas APA – (American Psychological Association) y se reconoció la importancia y el nombre de los autores consultados y referenciados para este proceso académico.

En el caso de las entrevistas, se solicitó su previa autorización para el uso de sus datos personales y sus grabaciones de audio como se indica en la ley de Habeas Data.

6. DESARROLLO DEL PROYECTO Y RESULTADOS

En este punto se evidencia el desarrollo del proyecto, los resultados y hallazgos obtenidos que dieron cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos al inicio de este trabajo de grado.

Este desarrollo se realizó con base en las herramientas planteadas en la metodología, análisis documental, entrevistas, conversatorio tipo grupo focal y experiencia personal.

Todos los hallazgos aquí descritos se plantean en torno a los diferentes objetivos planteados inicialmente para este trabajo de grado

6.1 Identificar los actores que posibiliten el trabajo colectivo desde la gastronomía en san jerónimo, Antioquia (Hotelería, restaurantes, productores, ventas)

Para dar cumplimiento al primero objetivo propuesto en este trabajo de grado se recurrió al Plan de desarrollo del municipio de San Jerónimo y a la entrevista con el alcalde y el Notario que permitieron la identificación de los diferentes actores, adicionalmente se cuenta con la experiencia y conocimiento previo de la región al ser habitante flotante del municipio desde hace 26 años.

A continuación, se relacionan los diferentes actores que podrían posibilitar un trabajo colectivo teniendo a la Gastronomía como su dinamizador.

Alcaldía Municipal de San Jerónimo

Alcalde: Donaldo Vivares

Secretaria de Planeación: Mandria del Pilar Gil Higueta

Secretario de Hacienda: Carlos Enrique León Garzón

La Alcaldía de San Jerónimo para el período 2016 – 2019, cuenta con la administración del señor alcalde Donaldo Vivares, quien se ha caracterizado dentro de su administración por la promoción de programas y proyectos de carácter social buscando el beneficio y

bienestar de los habitantes del municipio, dentro de sus proyectos más destacados se encuentra la construcción de el Mega Colegio para San Jerónimo; la construcción de más de 14 mil metros lineales de placa huellas en las veredas de más difícil acceso para apoyar al crecimiento económico por medio del desarrollo del sector agro; la recuperación del terreno de la cacaotera para la construcción de más de 300 viviendas subsidiadas por el gobierno nacional, departamental y local y la posible construcción del hospital regional en San Jerónimo.

Estos logros asociados a educación, seguridad y productividad, se les suma el apoyo a la creación de diferentes asociaciones que han permitido el trabajo colaborativo entre productores y que se comienzan a alinear para construir redes de cooperación intersectorial, que, aunque apenas están en construcción se convertirían en uno de los eslabones principales de un eventual sistema regional de Innovación.

Este actor representado por el estado y sus acciones debe promover la asociatividad y estar en cabeza de las relaciones intersectoriales, no solo de manera protocolaria sino a través de acciones y políticas que fortalezcan el trabajo en red para contribuir así mismo a la construcción de un SRI gastronómico que involucre a todos los sectores productivos y sociales que dependen u obedecen a este importante actor. Entrevista Señor alcalde Donaldo Vivares.

Productores locales y asociaciones

El municipio de San Jerónimo cuenta con una mediana producción de frutas y vegetales en la mayoría de sus veredas, las cuales antes de la construcción de las diferentes “placa huellas” eran de muy difícil acceso perdiendo parte de la producción.

San Jerónimo cuenta con 33 veredas las cuales van desde climas calientes a climas fríos permitiendo el cultivo de gran variedad de productos que servirían para el aprovechamiento de locales y podrían abastecer en gran parte al sector hotelero y a la población interna de San Jerónimo. Para ello las juntas de acción comunal junto con la alcaldía entraron en un proceso de creación de asociaciones, las cuales están divididas por veredas y por algunos productos. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Algunas de ellas son:

- Buenos Aires, producción, empaque y comercialización de mora. También se produce papa y maíz.
- Cabuyal, producción, empaque y comercialización de cebolla junca o larga
- Agromanzanilla, producción de hierbas aromáticas
- Los Cedros, producción y comercialización de tomate, plátano, yuca, cebolla, ajo entre otros.
- Guayabos, caña de azúcar y trapiches para la transformación en panela.

Otras asociaciones

- Asociación de moto taxistas, esta asociación les ha permitido trabajar como gremio
- Asociación de caballistas, esta asociación busca promover cabalgatas y eventos asociados que traigan turismo de este tipo a la región.
- Asociación de historia, esta asociación junto con la casa de la cultura busca levantar la historia de San Jerónimo y promover su conocimiento dentro de la población.
- Asociación de artesanos, dentro de la cual no solo esta la producción de objetos sino también de productos comestibles.

Hotelería, restaurantes, casas de recreo y turismo.

Este sector es uno de los más importante de la región ya que mueve la economía del municipio y se encuentra entre las primeras fuentes de empleo de este.

El sector turismo esta dividido en hoteles, restaurantes, bares, comercio, casas o fincas de recreo y parques. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Hotelería

San Jerónimo cuenta con un fuerte sector hotelero representado en los siguientes hoteles.

- **Hotel Quimbaya.** 70 habitaciones con capacidad instalada para albergar a 180 huéspedes aproximadamente. Restaurante tipo buffet y a la carta.

- **Hotel Lago-tours.** 60 cabañas con capacidad instalada para albergar a 180 huéspedes aproximadamente. Restaurante tipo buffet y a la carta. Bar de bebidas
- **Hotel Portón de Occidente.** Capacidad para 80 personas. Restaurante tipo buffet. Bar de bebidas
- **Hotel Posada san Sebastián.** 28 habitaciones con capacidad para alojar a 120 personas. Restaurante Buffet. Bar de bebidas y rancho la Maloka con capacidad para realizar eventos de hasta 500 personas.
- **Hostería Guaracú.** 24 habitaciones con capacidad para alojar a 100 personas. Salón de eventos con capacidad de 350 personas.
- **Hotel y centro de convenciones el Tesoro.** 35 habitaciones con capacidad para alojar a más de 100 personas. Salón de eventos, restaurante tipo buffet.
- **Hostería Mi Chozita.** Capacidad para 80 personas, restaurante tipo buffet y bar.
- **Hostería Los Cedros.** Capacidad para 80 personas, restaurante buffet y bar.
- **Hostería Rio Escondido.** Capacidad para más de 100 personas, restaurante tipo buffet y bar.

Restaurantes

El gremio de los restaurantes puede dividirse por locación, ya que algunos se ubican en la zona urbana y el parque central del municipio, y el resto hace parte del gran número de restaurantes pertenecientes a los bordes de carretera, los cuales son más reconocidos entre habitantes flotantes. Sin embargo, estos últimos se están transformando y migrando a otros sitios gracias a la construcción de la nueva calzada de la vía Mar 1, la cual, por motivos de su construcción, han realizado compra previa de los predios para llevar a cabo una de las más importantes vías 4G de Antioquia.

Restaurantes de carretera.

- **La Aldea.** Cocina típica, asados, amasijos y mercado de productos empacados para llevar.

- **Doña Rosa.** Cocina típica, asados, frituras, amasijos y mercado de productos terminados
- **Monteverde #1 #2 #3.** Cocina típica, asados, frituras y amasijos
- **El llanerito.** Asados de los llanos orientales.
- **Rancho el gustazo.** Cocina típica y tradicional.
- **Parador el Mono.** Amasijos y cocina casera.

Restaurantes urbanos

- **La Fonda de Antaño.** Uno de los principales referentes, cocina casera, platos típicos, bar y licores.
- **Monteverde #4.** Cocina típica, asados, frituras, amasijos. Este restaurante es la nueva estrategia de la familia propietaria debido a la migración por la nueva carretera.
- **La pizzería.** La única pizzería del parque, especializada en sabores internacionales.
- **Antojos del parque.** Heladería y comida rápida.
- **Aquí es Conrado.** Heladería y almuerzos caseros
- **American Burguer.** Comida rápida
- **Club Life.** Bebidas, helados y comida rápida.

Otros

- **Mimos.** Franquicia de helados
- **Pollos Mario.** Franquicia de pollo asado
- **Cosechas.** Franquicia de batidos y bebidas naturales

Casas de Recreo

El municipio de San Jerónimo cuenta con Más de 2000 casas de recreo o casa fincas, las cuales tienen servicios propios y movilizan el empleo de municipio. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Supermercados, tiendas de abarrotes

Dentro de los Supermercados más reconocidos se encuentra el Éxito, luego lo siguen el supermercado Nuevo Milenio y supermercados Leticia propios de San Jerónimo.

También han hecho su ingreso Tiendas D1 y el supermercado Justo y Bueno.

San Jerónimo cuenta con además con tiendas de legumbres y vegetales, carnicería, tienda de abarrotes y Plaza de Mercado. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Otros

Parque Los Tamarindos

Parque de la caja de compensación Comfenalco, la cual tiene una capacidad para atender a más de 500 personas, este parque acuático no solo presta el servicio como parque de diversión para afiliados, sino también para no afiliados, al igual que presta el servicio de restaurante al público en general.

<http://www.comfenalcoantioquia.com/Turismo/ClubesyParques/ParqueLosTamarindos.aspx>

aspx

Entidades de educación superior y/o educación técnica laboral

- **Escuela normal.** Formación de maestros por el magisterio.
- **Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.** Formación técnica y tecnológica para el trabajo y el desarrollo de la región.
- **Comfenalco.** Formación para el trabajo, talleres, capacitaciones y actualización.

- **Politécnico Jaime Isaza Cadavid.** Este posee un espacio para el desarrollo, capacitación y formación en temas agropecuarios, su fuerte es la investigación y la producción de Alevinos
- **Universidad de Antioquia.** No tiene sede el municipio pero San Jerónimo esta en la jurisdicción de la zona del occidente.

Bancos o entidades financieras

- **Banco Agrario.** Principal prestador de servicios bancarios y financieros del municipio. Servicio de cajero
- **Cooperativa Financiera de Antioquia.** Cooperativa de ahorro y vivienda.
- **Cajero y corresponsales bancarios de Bancolombia.** Servicios de retiro de dinero, giros, pagos y transferencias bancarias.

Fundaciones

Dentro de las fundaciones que hacen presencia en la región se destaca la fundación de la Cooperativa Financiera de Antioquia, CFA, la cual presta servicios de formación, alianzas y proyectos sociales comunitarios y productivos.

6.2 Rastrear las necesidades individuales de los diferentes sectores económicos del municipio y sus oportunidades dentro de un SRI

En el cumplimiento del segundo objetivo, se identificaron algunas necesidades dentro del POT, y *el Plan de desarrollo 2016 – 2019. Estamos Cambiando*. También dentro de las entrevistas y el conversatorio realizado se realizaron preguntas sobre retos y necesidades de los diferentes actores y sectores de la región.

Turismo

Según el plan de desarrollo 2016 – 2019. Estamos cambiando el turismo cuenta con algunas problemáticas que en la actualidad se traducen en necesidades.

El turismo a nivel de la región y del Municipio no se encuentra organizado y no se realiza una explotación adecuada del potencial que tiene la región. No se les ofrece a los turistas unos planes para conocer los sitios históricos, culturales y de producción de la región, solo se ofrecen planes en los cuales el turista permanece en un solo sitio, favoreciendo las economías de los hoteles y hosterías. Tampoco se tiene implementados programas de ecoturismo que beneficien a los campesinos y directamente a los habitantes del Municipio. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Estas problemáticas se han convertido en varias necesidades donde la asociatividad, la implementación de programas innovadores y el planteamiento de otras estrategias de turismo son escasas y se evidencia la falta de trabajo colaborativo, cooperativo y en red, las cuales son necesarias para cambiar el concepto de turismo que existe en la actualidad en el Municipio.

Una de las necesidades principales del sector, es que los visitantes y habitantes flotantes⁵ del municipio salgan a visitar el parque, el comercio, los restaurantes, los hoteles, eventos, supermercados entre otros, sin embargo, como lo afirma el alcalde Sr. Donaldo Vivares, hoy en día no existen estrategias para estimular el flujo del turismo dentro del ecosistema económico de San Jerónimo, por lo que en su plan de desarrollo ha lanzado un programa llamado “Turismo Negocia”, el cual busca promover el turismo como uno de los principales actores económicos de la región. Para esto se han propuesto los siguientes indicadores a los cuales no se les ha dado todo el cumplimiento, pero que como asegura el alcalde, “se ha comenzado a trabajar para dejar temas listos en 2019”

⁵ Habitantes que poseen casas de recreo o negocios que visitan el pueblo con frecuencia. (Plan de Desarrollo 2016 - 2019, 2016)

Tabla 2. Tomada del Plan de desarrollo 2016 – 2019. El cambio es ahora

Nombre del Indicador	Unidad	LB	Meta al 2019	Responsable
Número de convenios que permitan potenciar la vocación turística del municipio.	Número	0	3	Educación y Planeación
Número de proyectos en alianza con otras entidades.	Número	0	3	Educación y Planeación
Número de programas de posicionamiento del municipio como corredor turístico.	Número	0	3	Educación y Planeación
Diagnóstico de Turismo del Municipio formulado e implementado	Numero	0	1	Educación y Planeación

En la tabla anterior, se muestran los indicadores de “turismo Negocia”, propuestos por el gobierno actual, en estos se evidencia que la responsabilidad esta al frente de otras secretarías ya que no existe una secretaría propia de Turismo, que se dedique única y exclusivamente a este tema, por lo que se dificulta las metas propuestas por el actual gobierno.

Igualmente, el alcalde, hace mención en su entrevista a que las acciones encaminadas al mejoramiento del turismo de la región no pueden ser solo responsabilidad del gobierno y que debe ser la unión de los diferentes actores la que fortalezca la región. “Por eso desde la alcaldía se están apoyando los encuentros y formación de agremiaciones como la de productores locales, para comenzar con conexiones entre diferentes productores y otros sectores que dinamicen parte del turismo municipal” afirma el alcalde, que al mismo tiempo asegura “que se hacen otros esfuerzos como festivales, las fiestas del sol, entre otras actividades con hoteles, restaurantes, productores y locales”, estas acciones también se encuentran en el plan de desarrollo y se observan como el programa, “San Jerónimo como destino turístico Nacional”

Tabla 3. Tomada del plan de desarrollo 2016 -2019. El Cambio es ahora

Nombre del Indicador	Unidad	LB	Meta al 2019	Responsable
Programas para la promoción y posicionamiento del Municipio estructurados.	Número	ND	8	Educación y Planeación
Eventos de talla nacional realizados.	Número	0	3	Secretaria de Hacienda, Gobierno, Protección Social, Educación y Planeación

Si bien el gobierno ha identificado muchas de las necesidades puntuales, la agremiación de turismo de occidente y los diferentes actores de esta en el municipio, han expuesto en algunas de las entrevistas realizadas unas necesidades puntuales, las cuales convergen con las necesidades expuestas en las mismas identificadas con anterioridad por las temáticas dentro del plan de desarrollo y el reconocimiento de la región. En la siguiente tabla de valor expuesta en la entrevista al señor Jorge Humberto Arbeláez, gerente de la hostería Guaracú, él señala varias de las necesidades del sector.

Tabla 4. Tomada de la entrevista realizada el señor Jorge Humberto Arbeláez, gerente Hostería Guaracú

Valore las siguientes necesidades de su sector identificadas en este trabajo

	NECESIDADES	ALTA	MEDIA	BAJA
ASOCIATIVIDAD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
INTEGRACIÓN INTERSECTORIAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FINANCIACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDUCACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TECNOLOGÍA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MATERIA PRIMA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
SERVICIO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MOVILIDAD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Desde esta mirada, se identifica una fuerte necesidad de educación para el sector, lo que beneficiaría mucho a su comunidad, sin embargo, en su entrevista el señor Jorge afirma “pongo asociatividad e integración intersectorial de manera baja y media por que si estamos asociados y hemos intentado trabajar en conjunto, sin embargo, la gente es muy individualista y egoísta de conocimientos y creo que es por falta de formación en trabajo en red y sus beneficios, como compra de insumos colectiva, apoyo a la región, mantenimiento conjunto, entre otros”

Cuando se entrevisto al señor alcalde y se le presenta la misma tabla el la valora de la siguiente manera.

Tabla 5. Tomada de la entrevista al señor alcalde Donaldo Vivares.

Valore las siguientes necesidades de su sector identificadas en este trabajo

	NECESIDADES	ALTA	MEDIA	BAJA
ASOCIATIVIDAD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INTEGRACIÓN INTERSECTORIAL	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FINANCIACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDUCACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TECNOLOGÍA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MATERIA PRIMA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICIO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MOVILIDAD	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En esta se identifica la alta necesidad de asociatividad y trabajo colaborativo entre sectores, en su entrevista, él alcalde afirma que otro de las necesidades es mayor visibilidad en la región, implementación de herramientas tecnológicas y mejora de vías urbanas.

Como generalidades y hallazgos en las entrevistas y el conversatorio, se encontró que la mayor necesidad del municipio es el trabajo intersectorial, lo cual permitiría un mayor

crecimiento económico de la región, pero también se hizo énfasis en ayudas tecnológicas, educación y formación, publicidad, visibilidad y comunicación del municipio hacía afuera.

Productores locales y asociaciones

Dentro de las necesidades de este sector, se encontró la necesidad de asociatividad de manera muy alta, sin embargo, es el sector con mayor número de asociaciones, representadas por veredas y productos específicos.

En la entrevista con el señor Rubén Cardona, se valoraron las necesidades como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 6. Tomada de la entrevista al señor Rubén Darío Cardona

Valore las siguientes necesidades de su sector identificadas en este trabajo

	NECESIDADES	ALTA	MEDIA	BAJA
ASOCIATIVIDAD	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INTEGRACIÓN INTERSECTORIAL	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FINANCIACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDUCACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TECNOLOGÍA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MATERIA PRIMA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICIO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MOVILIDAD	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

El señor Rubén afirma que, a pesar de existir asociaciones, todavía falta mucho trabajo en equipo, credibilidad en si mismos, superación de miedos, organización e identidad, sin embargo, también aclara que se ha estado trabajando y que ya han comenzado a obtener logros conjuntos como vender mayormente a Medellín con nuevos sistemas de empaque entre otros.

Otra de las necesidades identificadas en entrevistas y el conversatorio con las asociaciones, es el trabajo intersectorial, ya que casi todos los productores afirman que sus productos no son valorados internamente, ni por locales ni por hoteleros y turistas, lo que ha promovido retos y mayor nivel de ventas hacía San Ta Fe de Antioquia, Sopetrán y Medellín.

Casas de recreo

Los turistas o habitantes flotantes poseen varias necesidades puntuales, en la entrevista con el señor alcalde y dentro del Plan de Desarrollo 2016 -2019, se identificaron la necesidad de, productos de calidad, mejora en los servicios como domicilios, transporte, vías de acceso, parqueaderos para visitar el pueblo entre otros.

Adicionalmente el alcalde afirma que falta mucha organización en los servicios y afirma que “la gente de las fincas no compra aquí por que no encuentran productos de alta calidad que, aunque se tienen, muchos salen a venderse a Medellín y lo otro es la incomodidad que manifiestan algunos al querer adquirir servicios locales.

Restaurantes

Parte de las grandes necesidades de estos actores se centran en que como han sido negocios de fines de semana, no se tienen en cuenta para otras actividades, en la entrevista con el alcalde y el notario, ambos afirmaron que los restaurantes la mayoría del tiempo deben comprar sus insumos en Medellín, no por que no alcance para abastecer, sino que los productores locales no son constantes con el servicio y que prefieren venderle todo a un solo mayorista.

Su otra necesidad esta basada en estrategias de comunicación, tecnologías de la información y en asociatividad para poder lograr metas conjuntas.

Adicionalmente, falta relación con las escuelas de gastronomía, servicio y turismo, para que se posibilite la educación en dos vías beneficiando a ambos actores.

Otras asociaciones

Para el alcalde y el notario, falta la integración de estas asociaciones con la comunidad para que se puedan promover eventos que fortalezcan sus actividades económicas y sociales, si bien se han buscado algunas estrategias desde el gobierno, falta interacción con los actores privados para promoverlas y darlas a conocer.

Entidades de educación superior y/o educación técnica laboral

En la entrevista con el alcalde, este afirma que “hay muchas iniciativas por parte del SENA, Comfenalco y el municipio, pero que la gente muchas veces las desaprovecha, debido a que estudian, pero no ejercen y que, en su mayoría, prefieren trabajos en fincas y hoteles por que siempre hay trabajo”, pero al mismo tiempo este afirma que falta receptividad e inclusión por parte de los hoteleros, productores, restauranteros y demás sectores de menor visibilidad.

Estas entidades poseen dentro de su oferta, formación y capacitación en Gastronomía, servicio, turismo y administración; si bien el señor Jorge Arbeláez, asegura en su entrevista que instituciones como el SENA o Comfenalco ofertan muchas capacitaciones, falta el trabajo conjunto para desarrollar los conocimientos específicos en gastronomía, desde el uso de ingredientes y el conocimiento de estos, además de poder realizar formación en dos vías, por que la mayoría de veces, llegan pasantes o practicantes con bases insuficientes para estar en el sector.

La Universidad de Antioquia también hace presencia en la zona con su sede de occidente, la cual tiene jurisdicción sobre San Jerónimo, esta ofrece programas profesionales y tecnológicos alrededor de temas como turismo, agroindustria y medio ambiente, si bien esta cuenta con la carrera de Ciencias Culinarias, la cual tiene como propósito revalorar y mantener el patrimonio culinario de las regiones, esta todavía no se encuentra disponible en esta sede.

6.3 Analizar el conocimiento específico local de los sectores con relación a la gastronomía dentro de un SRI como motor de crecimiento regional

Según las entrevistas y el conversatorio con los pequeños productores se evidenciaron los siguientes conocimientos específicos de la región.

Turismo y entretenimiento.

Se evidencia en su mayoría un conocimiento tácito de su hacer específico, ya que la mayoría del sector se ha desarrollado con medidas empíricas; gran parte del conocimiento de este pertenece a gerentes y propietarios de hoteles, restaurantes, entre otros actores. Como se ha mencionado antes, Philip Cooke, afirma en (Cooke, Asheim, Boschma, & Todtling, 2011) que son las “experiencias e interacciones locales las que generan conocimiento específico” lo que nos lleva a comprender por que a pesar de que un común denominador en Colombia como la visión del turismo a niveles más empíricos se pueda sostener en el tiempo y sea una parte importante de la economía de algunas regiones.

En el caso específico de San Jerónimo se evidencian conocimientos propios sobre el sector turismo, el cual desde la concepción de municipio se entiende como una de las principales fuentes de empleo, derivados por el turismo hotelero y de fincas de recreo. Este concepto de turismo se ha construido no solo de forma empírica sino también por ideas individuales de cada uno de los hoteleros, los cuales han construido un conocimiento propio desde el hacer del turismo en la región.

A continuación, se mencionan los conocimientos identificados en las entrevistas realizadas y en las visitas a los diferentes actores del sector turístico.

Hotelería, restaurantes y agentes turísticos. Gracias a la experiencia acumulada por los diferentes hoteles, restaurantes y agentes turísticos se han desarrollado conocimientos en:

- **Gastronomía.** El conocimiento en gastronomía ha tenido 3 actores principales que han contribuido a su construcción, los propietarios de los hoteles y restaurantes, las instituciones educativas y de formación y los turistas. Ha sido la experiencia e interacción entre estos tres actores lo que ha permitido que este sector conozca cual es el tipo de cocina que puede y debe manejar para su público. El conocimiento se ha ido fortaleciendo hacia un servicio gastronómico específico comúnmente asociado en todos los establecimientos que presten servicios de alimentación, donde el estilo de cocina más frecuente es direccionado hacia la comida antioqueña, representada en platos típicos como frijoles, chicharrón, carne en polvo, tajadas de maduro, arepas, al igual que sancocho, mondongo, ajiaco y asados. El gerente de Guaracú menciona en su entrevista que “esta cocina se repite en todos los hoteles por que es lo que el cliente espera” y asegura que “cuando han cambiado por algunos platos “raros”, el cliente no los acepta y vuelven a los tradicional” , sin embargo, la visión de lo tradicional ha sido enmarcada por lo antioqueño, algunos otros platos como el ajiaco y otros platos de tipo internacional adaptados a nuestra cocina como los son el filet mignon, pescados gratinados en salsa bechamel con champiñones y camarones, entre otros. El señor Jorge también afirma que esa es la cocina del municipio, ya que para los hoteleros no hay una cocina especifica regional y que por eso no se hace nada con los productos del municipio. En los restaurantes también se puede evidenciar lo mismo, prima la cocina típica teniendo como productos principales a la bandeja paisa, el mondongo, el sancocho y algunas veces el ajiaco, además de los asados que no han de faltar en las mesas de los restaurantes de carretera. Pero hay un plato que siempre hace presencia en todas las cocinas del municipio, que dentro de lo simple ha representado al occidente antioqueño, la tilapia roja o la mojarra frita con patacones, un plato presente en toda la región gracias a los múltiples espacios para la piscicultura de esta.

El conocimiento gastronómico entonces, como se ha mencionado en este trabajo ha sido construido desde el gusto de los visitantes que direccionan las cocinas de hoteles y restaurantes, la experiencia de los hoteles y restaurantes al identificar sabores comunes que están mas encaminados a la productividad que a un tema

identitario y a la formación y capacitación por parte de las diferentes instituciones que en la interacción con el sector de hoteles y restaurantes de la región, direccionan sus procesos formativos hacia este tipo de cocinas para fortalecer al sector turístico, aunque se sacrifique de algún modo la revaloración del producto autóctono lo cual posibilitaría el fortalecimiento de las cocinas del municipio, siendo un atractivo turístico para locales, flotantes y foráneos.

Cabe resaltar que a pesar de que el municipio de San Jerónimo no cuenta con un tipo de cocina específica si tiene una identidad culinaria propia un poco descuidada, con técnicas como frituras, elaboración de conservas como el ají de zanahoria y algunos productos con frutas, como los dulces de tamarindo y mango, pero esta no ha sido explotada de manera consciente, dejando parte de este conocimiento abierto a su introducción en este sector.

El alcalde Vivares, el Gerente de Guaracú y señor Adrián Vahos, presidente de la corporación turística de occidente, confluyen en que la Gastronomía es parte fundamental del turismo de la región y que a pesar de que hay conocimientos en el tema, estos son más de carácter empírico, pero hacia la venta y no hacía la identidad culinaria de la región, lo cual si se integra a los diferentes sectores fortalecería el turismo del municipio y la región.

En conclusión, los conocimientos identificados sobre el sector han sido construido desde la experiencia de los propietarios y en la implementación de sus propias ideas y políticas, los cuales han ido evolucionando con los aportes de las instituciones de educación, formación y capacitación. También se evidenció que falta construcción de conocimiento colectivo, ya que la mayoría de los actores trabajan por separado y no existen referentes de apoyo en la construcción de una gastronomía local como podrían ser recetarios o uso particular de ingredientes.

- **Atención y servicio.** La hotelería es uno de los principales actores dentro del sector turismo en el municipio, la cual se concentra en la operación de 10 hoteles que han compartido por años empleados que rotan entre sí como lo aseguró el señor Jorge Arbeláez en su entrevista; esto ha contribuido a la mejora constante del servicio, que si bien recibe capacitaciones del SENA, Comfenalco y otras

instituciones, los hoteleros afirman que son ellos los que fortalecen la labor desde la experiencia acumulada ya que los que se han formado en diferentes instituciones traen consigo conocimientos teóricos sobre servicios europeos y que esto no es lo que busca la gente, sino una atención respetuoso, cordial y jovial por parte de los propios de la región, el gerente de Guaracú, también indica que ya ellos conocen gustos y expectativas de clientes lo que ha hecho que el servicio en el sector se fortalezca a pesar de faltar mayor capacitación en idiomas, técnicas entre otras. El señor Arbeláez también asegura que a pesar de que el nomadismo del personal de servicio sea frecuente, también contribuye a mejora de procesos. En conclusión, el conocimiento en servicio, si bien no hay evidencia científica, se ha construido por una problemática como la rotación de personal lo que ha integrado conocimientos de los mismos hoteles y ha obligado a los hoteleros a estar actualizados en estos temas creando grupos de capacitación con diferentes instituciones como lo afirma el Gerente de Guaracú.

En este ítem cabe resaltar como se ha mencionado antes que la presencia del SENA y Comfenalco en la región ha contribuido desde la formación a la construcción de los conocimientos específicos, estudiando el tipo de turista que frecuenta la misma.

Este sector también se caracteriza por la realización de grandes eventos, lo que lo ha llevado a construir conocimientos propios sobre atención y servicios ofrecidos a empresas en grandes masas.

Al igual que en Gastronomía, podemos concluir que el conocimiento en servicio ha evolucionado desde el trabajo en cada contexto, no hay trabajo colectivo entre los diferentes actores, pero si hay relación con las instituciones de educación, formación y capacitación; se evidencia que al no haber construcción de bases de conocimiento en servicio para el sector, hay alta rotación de personal.

- **Agroindustria.** Este es un sector que ha mezclado el conocimiento de la tierra con la formación por parte de entidades e instituciones especializadas en estos temas.

Si bien el conocimiento de la tierra pertenece a los campesinos productores que poseen conocimientos de temporadas, climas, momentos de cosecha entre otros, adquiridos de generación en generación por la experiencia, a estos se han sumado la integración de conocimientos técnicos por parte del SENA y de proyectos de la alcaldía, los cuales han obtenido recursos para la tecnificación del sector.

En la entrevista con el Alcalde Vivares, este afirma que su gobierno a obtenido recursos de la gobernación de Antioquia para implementar programadas de tecnificación de procesos que fortalezcan el sector agro industrial, el cual indica que ha sido gracias a estos nuevos conocimientos adquiridos que los diferentes productores de la tierra en San Jerónimo han optado por organizarse en asociaciones que les permita compartir no solo conocimientos sino también implementar lo aprendido para su fortalecimiento y posterior crecimiento y ha dado como resultado un aumento en la producción y en la calidad de los productos.

El Señor Rubén Cardona, presidente de la asociación de productores del Cedro menciona que han sido varios los conocimientos que se han construido gracias a varios aspectos como son, “formación por los programas del gobierno, capacitación, formación y apoyo en temáticas sociales por parte de fundaciones como la Cooperativa Financiera de Antioquia, sumados a proyectos que han impactado directamente a los productores como la construcción de las placa huellas que les permite sacar los productos de las veredas de manera eficiente”. Esto ha sido posible gracias a que la formación de asociaciones a facilitado la integración de nuevos procesos, como son el empaque, distribución y comercialización, obteniendo mejores resultados como crecimiento en ventas hacia los pueblos vecinos y hacia la central mayorista de Medellín, al igual que de manera local permitió la apertura de una tienda donde se vende parte del producto para locales dentro de la zona urbana de San Jerónimo.

En el conversatorio con las 13 asociaciones de productores agrícolas del occidente el día 23 de agosto de 2018, se pregunto a los asistentes que cuales consideraban que eran sus conocimientos, a lo que respondieron, el uso de la tierra y su relación con la calidad del producto, también afirmaron que ese

conocimiento ha evolucionado gracias a los técnicos y asesores de la UMATA (Unidades municipales de asistencia técnica agropecuaria), los cuales se han encargado de procesos de capacitación y formación en la mejora de la producción, conservación, empaque, transporte y comercialización.

También en este mismo conversatorio los asistentes reconocieron que el trabajo con otras asociaciones ha sido muy positivo por que se comparten experiencias positivas y aprendizajes sobre errores a lo que se suma su interés de trabajo colectivo, liderado por la Cooperativa Financiera de Antioquia en su proyecto de trabajo en red con las 13 asociaciones.

Este conocimiento del campo es esencial para el fortalecimiento de la cultura culinaria del pueblo, lo que se podría traducir en que a mayor conocimiento de la tierra y lo propio, más consistente e imponente es su cocina, generando valor e impacto social, características básicas de la innovación.

Como conclusión, este es un sector con gran capacidad de adaptación y aprendizaje gracias a su apertura a nuevas temáticas que construyan nuevos conocimientos sumados a los propios de los productores, que como lo ha indicado (Rullan, 2011), cuando las regiones tienden a trabajar de maneras específicas y colectivas, se puede construir conocimientos específicos que facilitan su progreso y desarrollo regional, como lo han demostrado veredas como el Cabuyal que hoy en día producen su cebolla junca empacada al vacío para la venta a grande superficies como súper mercados Éxito y Euro.

Si bien la UMATA proporciona conocimientos específicos para cada productor y asociación, falta construcción documental, vivencias y experiencias para el desarrollo y evolución de los productores.

6.4 Relacionar puntos de encuentro entre la Gastronomía y los SRI que posibiliten trabajos colectivos y promuevan el crecimiento de la región

En el trabajo de campo realizado en el municipio de San Jerónimo se encontraron múltiples puntos de encuentro entre los sectores permeados por la gastronomía, y como estos podrían integrar y construir un eventual sistema regional de innovación que propicie

su crecimiento económico constante y genere cultura de emprendimiento e innovación como resultados de un SRI.

Para esto se ha realizado un recorrido cartográfico que evidencie los puntos de encuentro para la construcción de un Framework que sirva como direccionamiento estratégico entre los diferentes sectores y actores, y como estos pueden integrar procesos como sistema y se pueden conectar con otros sistemas como el de Medellín.

Recorrido Cartográfico. Un recorrido cartográfico, como su nombre lo indica, es una carta o mapa de navegación, o como lo define la RAE, “el arte de trazar mapas geográficos” que permite ubicarnos en los puntos estratégicos a los que se quiere identificar más a fondo. Llevando este concepto a la investigación, un recorrido cartográfico permite reconocer los puntos de encuentro y conexión que se desean identificar en este trabajo para la apropiación del territorio antes del diseño de un Framework exploratorio para el municipio.

Recorrido Cartográfico

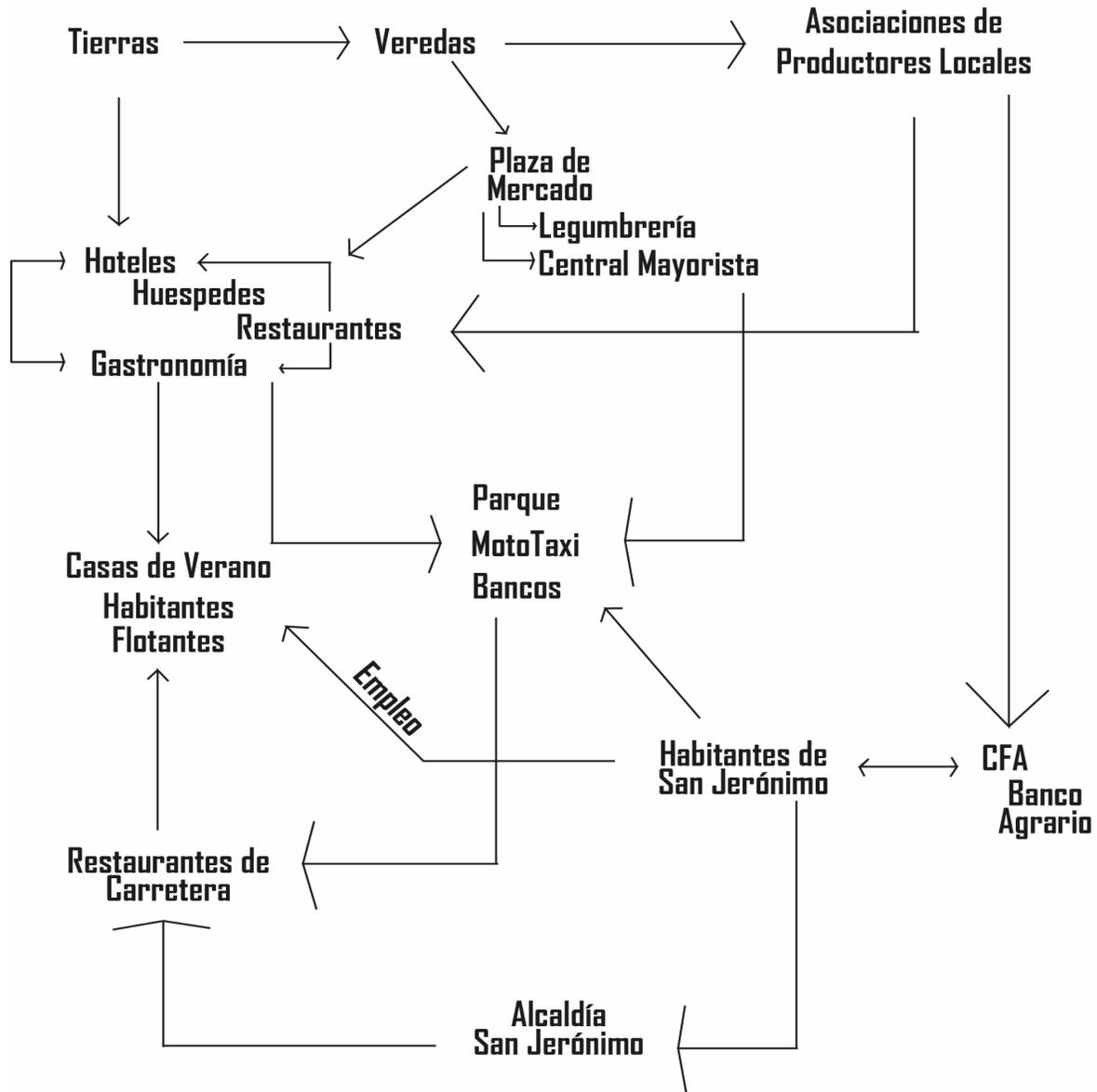


Figura 8. Elaboración propia. Conexiones entre actores y sectores de San Jerónimo, versión inicial

Recorrido Cartográfico San Jerónimo

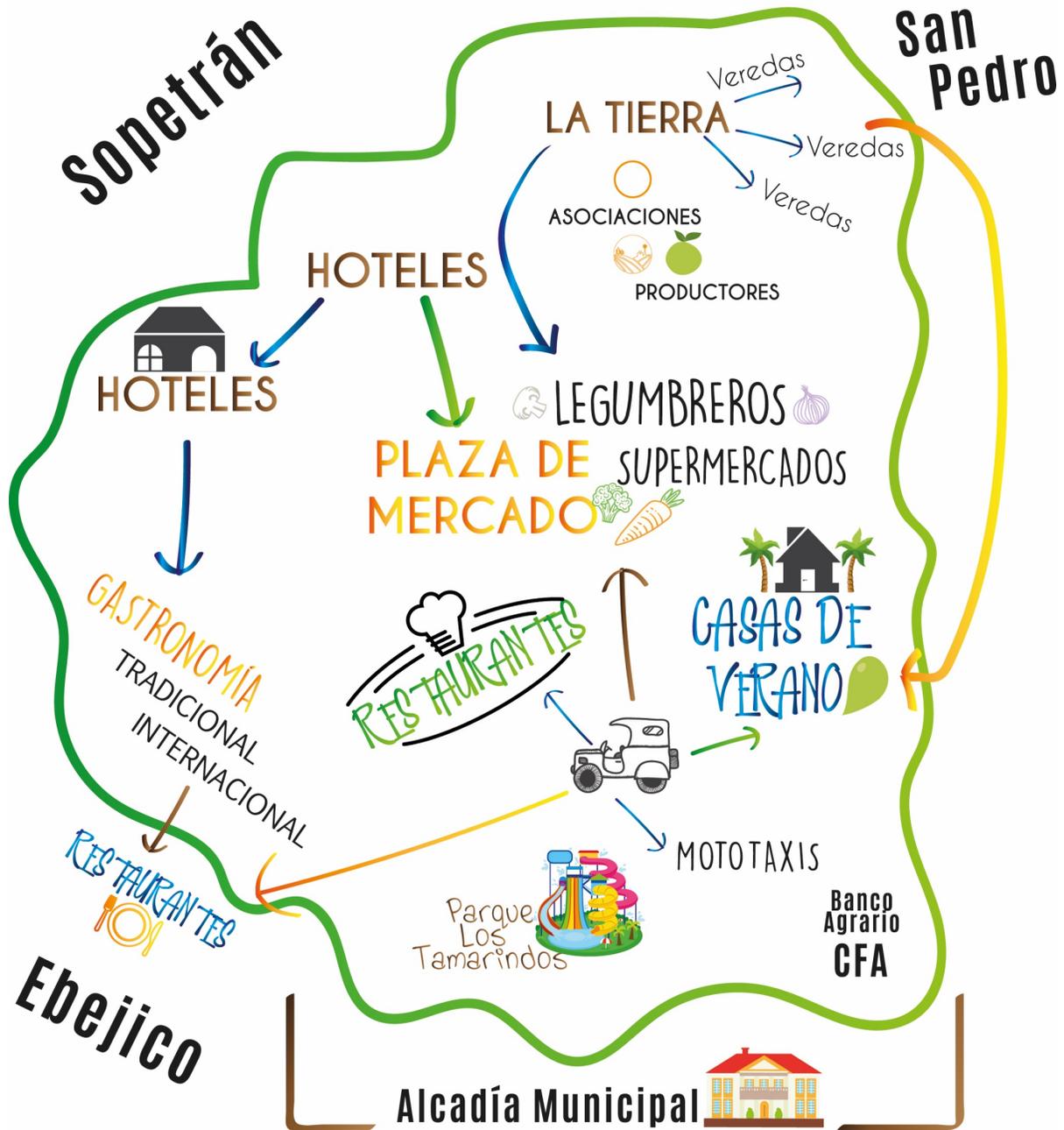


Figura 9. Elaboración propia. Conexiones entre actores y sectores de San Jerónimo, versión desde la mirada de navegación tipo journey map

Cultivos y uso de la tierra

Es la tierra, los productos y su vocación de uso la que define el contexto del territorio llamado San Jerónimo. En ella se destacan las veredas las cuales han definido el uso de la tierra según la evolución del territorio

- **Veredas con vocación de uso agrícola:** Cabuyal, Los Cedros, Buenos Aires, Loma linda, Piedecuesta.

Productos destacados para la exploración y explotación gastronómica:

Tabla 7. Tomada del plan de desarrollo 2016 -2019. El Cambio es ahora

	El Productos	Toneladas producidas
1	Cebolla junca	1.200,00
2	Plátano en asocio	1.101,90
3	Banano criollo	984,00
4	Café	909,00
5	Mango injerto	900,00
6	Caña	570,00
7	Yuca	200,00
8	Mamoncillo	180,00
9	Tomate chonto	80,00
10	Cilantro	36,00

Además de estos productos, estas veredas tienen una producción desorganizada (se pierden en sus temporadas y fuera de ellas) de frutas como mango, guayaba, carambolo, ciruelas, limón mandarino y naranja.

Todos los productos que se han identificado en este trabajo de grado, son de alta demanda en la gastronomía, lo que podría derivar en los ingredientes básicos de la cocina local.

- **Pequeños productores locales:** los pequeños productores como se ha mencionado en este trabajo son parte fundamental de la cadena de valor, y su evolución asociativa ha venido cambiando para actuar como agremiaciones,

asociaciones o colectivos con el ánimo de conformar fuerzas de trabajo que permitan el crecimiento de sus veredas y familias a través de sus productos.

Estos pequeños productores son parte fundamental de la cadena de valor culinaria gastronómica de la región y del municipio, ya que estos podrían contribuir a los desarrollos culinarios del sector hotelero y de restaurantes, además de ser parte de una estrategia de desarrollo sostenible incluyente que genere un sistema sustentable para la gastronomía de la región.

Las asociaciones de productores por su parte son parte fundamental para el abastecimiento local y posterior trabajo con los actores del Valle de Aburra, en búsqueda de alimentos locales.

- **Plaza de mercado:** este es un actor fundamental en el recorrido gastronómico de San Jerónimo, al ser uno de los puntos visibles más importantes del municipio, donde se ofrecen parte de los productos cultivados en la región. Sin embargo, se identificó en la entrevista con el alcalde y el conversatorio con las asociaciones de productores que no está siendo utilizada en un 100%, según el alcalde, esta se encuentra desocupada en un 50% debido a algunos costos difíciles de asumir por los vendedores, ya que el anterior gobierno entregó el espacio físico, pero no se realizaron estrategias de apropiación por parte de los productores, vendedores y la comunidad; sin embargo, este gobierno ha implementado algunas estrategias como el no cobro de algunas plazas o solo la contribución al mantenimiento, pero también acepta la falta de estrategias de comunicación que posicionen a este espacio de la comunidad.

Las plazas de mercado hoy en día están siendo recuperadas como parte de la revaloración cultural del patrimonio culinario y han sido direccionadas no solo a la venta de insumos sino también de productos tradicionales como en la Boquería de Barcelona, España; el tradicional mercado de Coyoacán en ciudad de México, México o el mercado de Surquillo en Lima, visita obligada de turistas amantes al ceviche.

Las plazas de mercado son símbolo de cultura, identidad culinaria y hoy en día son espacios de alto potencial turístico gracias al gran auge de la gastronomía y

el turismo gastronómico, en (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014) los autores hablan sobre las plazas de mercado como espacios de inclusión de todos los actores de una sociedad y que de ella se benefician los habitantes locales y flotantes, los productores, los vendedores, los restaurantes, hoteles y toda la comunidad que la rodea, creando una especie de centro para el desarrollo gastronómico local; además afirman que el consumidor y el turista de hoy “buscan productos producidos localmente, lo que se traduce en una oportunidad de negocio tanto para productores como para el sector hotelero y de restaurantes, debido a temáticas actuales de sostenibilidad”

Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014, también aseguran que las plazas de mercado, son hoy en día la mayor atracción de turistas en diferentes ciudades, pero sobre todo en pueblos pequeños reconocidos por algún producto, como podría ser la ruta de las frutas, adicionalmente los autores también mencionan que las plazas de mercado son parte del recurso para construir identidad y atraer turistas, lo que puede contribuir en el posicionamiento del municipio además de la cocina local y las experiencias culinarias que se puedan vivir dentro de la plaza pueden servir como diferenciador en un contexto de desarrollo de actividades de mercadeo y comunicación que dinamice el turismo del pueblo. (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014)

Adicionalmente la plaza puede concebirse como el actor que apalanque la producción local del municipio y la región, ya que no propiciaría solo la venta a nivel local, sino que también pondría a San Jerónimo en la brújula de productores locales en menos de 100 kilómetros a la redonda para Medellín y quienes se vinculen a los temas de apoyo a la producción local.

La plaza de mercado, dentro de esta cadena sirve como eslabón de conexión con los negocios locales como las legumbrerías y supermercados.

- **Hoteles y restaurantes:** dentro de las actividades realizadas en campo como las entrevistas y el conversatorio con las asociaciones, se encontró que actualmente este es el renglón mas importante en temas de gastronomía, debido a que son allí donde se concentran las experiencias gastronómicas vividas por locales y turistas,

siendo este último el que más se acerca a los establecimientos comerciales ofrecidos en la región.

La cultura culinaria de San Jerónimo como se ha mencionado antes en este trabajo, esta basada en la alimentación tradicional de la región Antioqueña, que como se indica en el libro de recetas Paseo de Olla, las tierras de Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda, “comparten rasgos de tierras cafeteras con diferentes pisos térmicos, donde la tierra fría se ha aprovechado para ganado lechero, cultivo de maíz, papas y hortalizas, y en climas más templados predomina el cultivo de café, plátano y árboles frutales, además del frijol, la caña para panela y el cacao, también en tierras un poco más calientes predomina la ganadería para carne y la producción de frutas tropicales” (Sánchez & Sánchez, 2014, p. 348-349). En este libro, los autores mencionan que las cocinas de Antioquia, no solo se deben a su riqueza en productos como los anteriormente mencionados, sino también a unas costumbres marcadas por “influencias españolas, africanas e indígenas” (Sánchez & Sánchez, 2014, p. 348) las cuales confluyen en la forma de cocinar frijoles, freír plátanos, hacer amasijos, arepas y tamales, y su base infaltable como el hogao. (Sánchez & Sánchez, 2014, p. 348)

De esta manera es fácil comprender la cultura culinaria del municipio, centrada en platos de tradición como frijoles, morcilla, patacones, empanadas, plátano maduro frito, tamales entre otros, en los que se destacan también encurtidos como el de zanahoria y ají pajarito, al igual que los pescados fritos y crujientes; gama de sabores posibles de encontrar en diferentes establecimientos gastronómicos pero que muchas veces son desplazados por pastas, lasañas, sándwiches y comidas rápidas, que son las que más abundan en la zona urbana del pueblo.

Si bien, varios de sus platos, se encuentran en recetarios paisas, este ha sido uno de los puntos menos explorados por los diferentes establecimientos, dejando de lado varios actores de la cadena de valor como los productores locales y los artesanos culinarios, los cuales podrían fortalecer la oferta desde propuestas propias del municipio.

Las **franquicias**, como doña Rosa y Monteverde, son grandes actores dentro de este sector, ya que son ellas las que poseen mayor poder de visibilidad y poder

económico para realizar conexiones y alianzas que les permitan contribuir a la gastronomía del municipio y la región.

- **Parque Comfenalco los Tamarindos:** este actor es clave dentro de estas conexiones identificadas en el marco de la gastronomía y los actores propios y ajenos de esta. Este es uno de los principales focos de turismo en la actualidad, ya que dentro de sus atracciones no se encuentran solamente los toboganes y piscinas, sino también el encuentro con la cultura de San Jerónimo, sus árboles frutales y su Gastronomía, proponiendo un gran restaurante central, con la capacidad para atender a sus casi 500 visitantes cuando esta totalmente ocupado, siendo su cocina el centro de atracción con platos que van desde lo tradicional a algunas propuestas internacionales como festivales de cocinas del mundo entre otras. Además, este actor es una gran fuente de empleo, capacitación y formación, premisas de la caja de compensación Comfenalco, operador del parque. Es decir que este actor podría convertirse en el centro de la gastronomía del municipio al poder integrar a la mayoría de los actores presentes den San Jerónimo, y apoyar al pequeño productor, al artesano culinario, al nuevo cocinero, al nuevo mesero y al nuevo administrativo que ve en los negocios de la hospitalidad una oportunidad de crecimiento.
- **Casas de recreo:** Este actor es fundamental, si bien, aquí no hay desarrollos gastronómicos si hay una demanda muy amplia de necesidades frente a productos, ingredientes y preparaciones de calidad. Este actor particularmente es una de las mayores fuentes de empleo del municipio por los diferentes servicios que demanda, tales como servicios de limpieza, cocina y mantenimiento; así como compra de alimentos para los días de ocupación, compra de bebidas alcohólicas, productos de aseo y de entretenimiento.

Lo anterior se menciona desde necesidades dentro de las casas que podrían ser cubiertas por los productores y retailers de la zona, sin embargo, hacía afuera de las casas de recreo, este actor también es fundamental en este recorrido, ya que

al ser casas de ocupación flotante requieren conseguir productos y servicios para ocuparlas y que comúnmente son traídos desde Medellín, muchas veces por desconocimiento, pereza o falta de oferta. Adicionalmente este actor no solo podría movilizar parte de la economía si adquirieran productos locales, sino también siendo turistas dentro del municipio, visitando el parque, la plaza de mercado, productores y veredas, restaurantes, hoteles, heladerías, bares, entre otros, que como indica el mismo alcalde, ha sido un punto crítico ya que el habitante flotante de San Jerónimo, no solo trae todo de Medellín, sino que también se queda dentro de sus alojamientos sin utilizar los diferentes espacios que el municipio puede ofrecer y falta ofertar.

- **Moto-taxistas:** este es un actor que a pesar de haber sido identificado, en entrevistas, recorridos y conversaciones, no ha sido muy explorado en el marco de este trabajo, pero tiene relevancia dentro del contexto de San Jerónimo porque prestan servicios de transporte y mensajería dentro del mismo, lo que podría beneficiar a muchos más actores de este municipio, además que se encuentran asociados lo que facilita la comunicación y el trabajo colectivo. Un aspecto clave, es que este gremio conoce casi todo el territorio urbano y de casas de recreo en las áreas rurales, los cuales demandan servicios a los que regularmente no tienen acceso; por medio de los moto-taxistas se podrían acortar brechas y generar algunas propuestas que beneficien a ambos actores.

Este es un actor clave al hablar de estrategias de comunicación y difusión de productos culinarios, ingredientes y estilos de comida, ya que tiene el poder del conocimiento local y puede ser el mejor aliado del sector turismo y del sector agro, al tener acceso y servir como canal de difusión de conocimiento y distribución del producto.

Dentro de los hallazgos, este actor puede hacer la diferencia cuando hablamos de conexiones y acceso a diferentes servicios que no tienen acceso entre los mismos actores presentes en el municipio.

- **Corporaciones financieras:** Si bien, dentro de los hallazgos, la financiación no fue una de las necesidades de mayor relevancia, este sector es de vital importancia, por que podría apalancar proyectos gastronómicos dentro del municipio, así como también podría ser un actor muy influyente en temas de emprendimientos e innovación para el municipio.
- **Alcaldía:** este es un actor de vital importancia para el desarrollo de ecosistemas productivos y de innovación en el municipio, ya que, desde este nivel, se pueden proponer un sin número de estrategias y de acciones que contribuyan al crecimiento socio-económico del municipio.

El gobierno además puede generar iniciativas culturales, sociales y productivas a través de la gastronomía ya que puede integrar el conocimiento culinario general y tiene el mayor poder de convocatoria intersectorial, además de poder crear espacios que generen impacto social y puedan aumentar el flujo de visitantes debido a su interés en la comida y la cultura culinaria, actividades primarias del turista.

Aquí se reconoce la importancia de propuestas de políticas públicas, encaminadas a salvaguardar el patrimonio culinario de la región.

6.5 Establecer rutas y estrategias de innovación desde la Gastronomía alineadas con los conceptos de SRI para su posible construcción

Los parámetros de innovación, deben establecer rutas, actores y roles concretos para la generación de nuevo conocimiento, innovación y emprendimiento; estos deben ser direccionados hacia implementación de acciones pertinentes que beneficien a toda la comunidad en pro del crecimiento social y económico, pero que además perduren en el tiempo, sin interrupciones políticas, siempre buscando la integridad e integralidad del sistema como estructura, para que este pueda obtener como resultado el objetivo principal de un SRI que es el crecimiento social y económico de la región a través del fortalecimiento del conocimiento y la cultura de la innovación y para el caso de este

trabajo de grado, los roles de los actores interrelacionados por la gastronomía y sus alcances en términos de SRI.

Para establecer estos parámetros se deben definir bien los actores identificados en San Jerónimo y su relación con la gastronomía, que tengan la capacidad de soportar la estructura de un sistema regional de innovación, como se menciona en el SRI para Medellín (Universidad del Rosario & otros, 2011, p. 18) estos “deben ser agentes impulsores del proceso de innovación, son los que tienen la capacidad de interactuar entre sí, de acuerdo a las condiciones regionales de los factores, así como de las metas a las que se quiera llegar con esta estructura”. Comprendiendo el contexto de la región y del municipio, y después de la indagación y los recorridos realizados en este, se pueden establecer los actores que posibiliten y promuevan procesos de trabajo en red, innovación y conocimiento alrededor de la gastronomía que faciliten las interacciones dentro de un posible SRI.

En el caso específico de San Jerónimo los actores y sus respectivos roles relacionados con la gastronomía y que pueden apalancar procesos de innovación son:

6.5.1 La Academia.

Su rol no solo es su visión de la educación impartiendo programas para el desarrollo personal y profesional de la población del municipio, sino que esta debe velar por la construcción de conocimientos y su aplicación como apropiación tecnológica del mismo en los diferentes sectores, promoviendo el trabajo colectivo para impulsar la innovación y el emprendimiento como factores de transformación y evolución social. Es así como este agente puede actuar como el generador de proyectos de investigación e innovación en gastronomía contribuyendo a tres ejes como son la identidad culinaria en beneficio de la imagen e historia de San Jerónimo como región turística; modelos y proyectos gastronómicos productivos, artesanía culinaria, productos para explotar la agroindustria local, entre otros y emprendimiento y proyectos de innovación social a través de esta.

- **Centros de Vinculación de academia empresa:** Complejo Tecnológico, Turístico y Agroindustrial del Occidente Antioqueño
La seccional del SENA, para el occidente Antioqueño creó este complejo desde el año 2010, con el propósito de fortalecer los procesos de formación y capacitación en la región. Este tiene jurisdicción en 19 municipios del occidente incluyendo a San Jerónimo. Está en contacto directo con los sectores productivos de la región, con gran fortaleza en el sector turismo y la gastronomía.
- **Centro de Estudios estratégicos generadores de estudios de desarrollo regional.** El SENA y Comfenalco son los principales generadores de estudios en gastronomía, servicio y hotelería de la región. El SENA, cuenta con programas de formación titulada, complementaria y de articulación con la educación media; realiza evaluaciones y certificación por competencias para el sector productivo y cuenta con programas de emprendimiento y empresarismo, muchos de ellos con un enfoque gastronómico centrados en el desarrollo del turismo.
Comfenalco por su parte, concentra sus esfuerzos en capacitación y formación a cocineros, hoteles y restaurantes, a la vez que desarrolla programas dentro de los tamarindos para el fortalecimiento de los sectores turismo y agroindustria en el municipio.
También está presente el Politécnico Jaime Isaza Cadavid con dos propuestas para generar desarrollos y conocimiento regional, La granja y el centro Acuicola, dedicada a la producción de alevinos de tilapia roja (producto representativo en la gastronomía del occidente antioqueño), carne de tilapia roja, asesorías y capacitación para productores y campesinos, agroturismo y centro de prácticas para estudiantes del politécnico en los programas agropecuarios y de otras instituciones, capacitaciones a funcionarios de la UMATA, organizaciones no gubernamentales e investigación

- **Programas de posgrado y especialización universitaria.** Si bien el municipio no cuenta con institución de educación superior que brinde carreras profesionales, se encuentra en la jurisdicción de la Universidad de Antioquia con sede en Santa Fe de Antioquia, la cual cuenta con programas en relación con los sectores permeados por la gastronomía como dinamizadora de estos procesos, en el municipio.

Universidad de Antioquia

- Administración de empresas
- Ingeniería agropecuaria
- Gestión de la Ecología y el Turismo
- Ingeniería de Telecomunicaciones
- Ingeniería Ambiental
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería de Sistemas

Programas Técnicos y Tecnológicos

Universidad de Antioquia

- Tecnología en gestión de insumos agropecuarios

SENA

- Gestión documental
- Gestión hotelera
- **Gastronomía y emprendimiento en gastronomía típica rural**

6.5.2 Banca y financiamiento.

Este agente debe implementar estrategias de crecimiento económico a partir del apoyo y soporte a nuevas ideas y proyectos que surjan en la comunidad, generando más recursos para la creación de fondos de inversión y programas semilla que impulse proyectos de ciencia y tecnología en beneficio de esta y su desarrollo, además de apoyar

proyectos de innovación social en el marco de los desarrollos gastronómicos que aquí se buscan para el desarrollo de la identidad culinaria y su conexión con el desarrollo social y económico de la región. En relación con la educación este sector puede apoyar y promover el conocimiento económico a través de programas de formación y proyectos de intervención e innovación para mejorar la educación financiera de la región y poderle apostar a estrategias de inversión a través de financiación regular o fondos de inversión.

- **Alcaldía de San Jerónimo.** Programas de apoyo al emprendimiento y al turismo, como “Turismo Negocia”, para implementar proyectos de región. Programa de desarrollo productivo de empresas productivas y de innovación. Programa emprendimientos comunitarios, urbanos y rurales.
- **Banco Agrario.** Servicios financieros para el sector agroindustrial, servicios de inversión y apoyo a nuevas ideas, banca empresarial con acompañamiento para la creación de proyectos empresariales.
- **CFA. Cooperativa Financiera de Antioquia.** A través de su fundación realiza programas de apoyo a microempresarios, emprendimientos y fortalecimiento de redes y relaciones comerciales. Como entidad financiera apoya con recursos a nuevos emprendimientos.

6.5.3 Industrias complementarias y de soporte.

Dentro de estas se encuentran las industrias que soportan la economía de la región, los cuales se deben integrar con los agentes financieros y de educación para apostar por desarrollos tecnológicos que incidan en los diferentes pilares sociales y económicos de San Jerónimo, los cuales a través de proyectos gastronómicos pueden generar desarrollos en implementación de la identidad culinaria para la identidad del municipio e impactar de manera positiva y productiva al sector turismo y la agroindustria, además de generar ciclos económicos para toda la

comunidad. Dentro de este agente cabe destacar otras industrias complementarias como la construcción, que genera empleo y recursos en beneficio de la comunidad, los cuales deberían apostar por proyectos sociales de lato impacto para beneficiar a la región, con intervenciones de carácter educativo y de emprendimiento.

Hoteles, que hacen presencia y pertenecen a la asociación de hotelería del occidente antioqueño, dinamizan sus actividades alrededor de la gastronomía como catalizador de su experiencia en turismo.

- Hostería Guaracú
- Hotel Lagotours
- Hotel Quimbaya
- Hotel posada San Sebastián
- Hotel el Tesoro
- Hotel Portón de Occidente
- Hostería mi Chozita
- Hostería los Cedros

Restaurantes, además de movilizar parte de la economía del municipio, dinamizan sus experiencias desde la mesa con alternativas culinarias antioqueñas para la región y crean productos a partir de las necesidades de turistas y locales, que a partir de lo vivido permiten la creación de nuevos desarrollos, perteneciendo a la estructura de atracción para el turista.

- La Aldea.
- Doña Rosa.
- Monteverde #1 #2 #3.
- El llanerito.
- Rancho el gustazo.

- Parador el Mono.
- La Fonda de Antaño.
- Monteverde #4.
- La pizzería.
- Antojos del parque.
- Aquí es Conrado.
- American Burguer.
- Club Life.
- Mimos.
- Pollos Mario.
- Cosechas.
- Parque Los Tamarindos. Centro de capacitación, formación, práctica y empleo para el desarrollo del turismo.
- PROANTIOQUIA, apoyo desde el departamento
- Aguas de occidente
- EDATEL
- UNE
- Dentro de las empresas económicamente activas que hacen presencia en la región y complementan la economía de San Jerónimo, se encuentran las constructoras como el grupo Ciudadela y El grupo Guayacán.

6.5.4 Instituciones de CT+I.

Este es uno de los agentes con poca intervención o casi nula desde los resultados que se buscan en generación de conocimiento, innovación y cultura de innovación. Este agente es el encargado de sensibilizar a la población de San Jerónimo en la necesidad del desarrollo tecnológico para el crecimiento y fortalecimiento social y económico de la región, comprendiendo la tecnología como la aplicación del conocimiento específico que posee el municipio y de esta manera estar en un ciclo

continuo de conocimiento para la innovación a través de ideas, proyectos y emprendimientos que contribuyan al desarrollo y evolución de San Jerónimo

- SENA
- Complejo Tecnológico, Turístico y Agroindustrial del Occidente Antioqueño
- Fundación CFA
- Parques los Tamarindos, Comfenalco
- Secretaria de hacienda y secretaria de educación. Plan de desarrollo 2016-2019

6.5.5 Gobierno.

Este es uno de los agentes más importantes dentro de un SRI, ya que de él se desprenden políticas públicas, siendo el guía de los procesos de innovación, conocimiento y emprendimiento en la región, además que este es quien puede brindar los avales frente a las temáticas culinarias como patrimonio de Colombia.

- Consejo Nacional de CyT: COLCIENCIAS,
- Consejos departamentales de CyT
- Gobiernos municipales: Promoción y Administración de la política pública de Productividad, competitividad e Innovación. Plan de desarrollo 2016 – 2019

6.5.6 Sociedad.

Este agente que reúne a actores sociales y a la misma ciudadanía pretende generar espacios conjuntos de apropiación del SRI, y la comprensión desde las temáticas gastronómicas y sus diferentes aportes para la construcción de este.

- Fundación CFA.
- UMATA

- PROANTIOQUIA
- Ciudadanía en general

6.5.7 Gobierno Interno y Administrativo del SRI

Aquí se lidera la gobernanza del SRI, propiciando el espacio, actores y recursos para tal fin, debido a su capacidad para convocar a los diferentes actores y sectores presentes en el. También debe estar en la capacidad de reunir expertos que puedan estructurar el SRI y sus diferentes funciones.

Dentro de los parámetros de innovación para el SRI de San Jerónimo se destacan la gobernanza local, la integración intersectorial, la asociatividad, la educación, formación y capacitación en conocimiento e innovación y el apoyo al emprendimiento y a desarrollos tecnológicos en el municipio.

En esta misma línea de trabajo, proponer un Framework que dirija y evidencie la posibilidad de un SRI para San Jerónimo, se constituye en una apuesta por integrar las conexiones, transformaciones y evolución de procesos para la cultura de innovación y el crecimiento social y económico de la región a través de los puntos de encuentro gastronómicos y la revaloración de lo propio como estrategia principal que apalanque los diversos procesos. Este diseño de un Framework de innovación abierta para San Jerónimo, se expone a continuación:

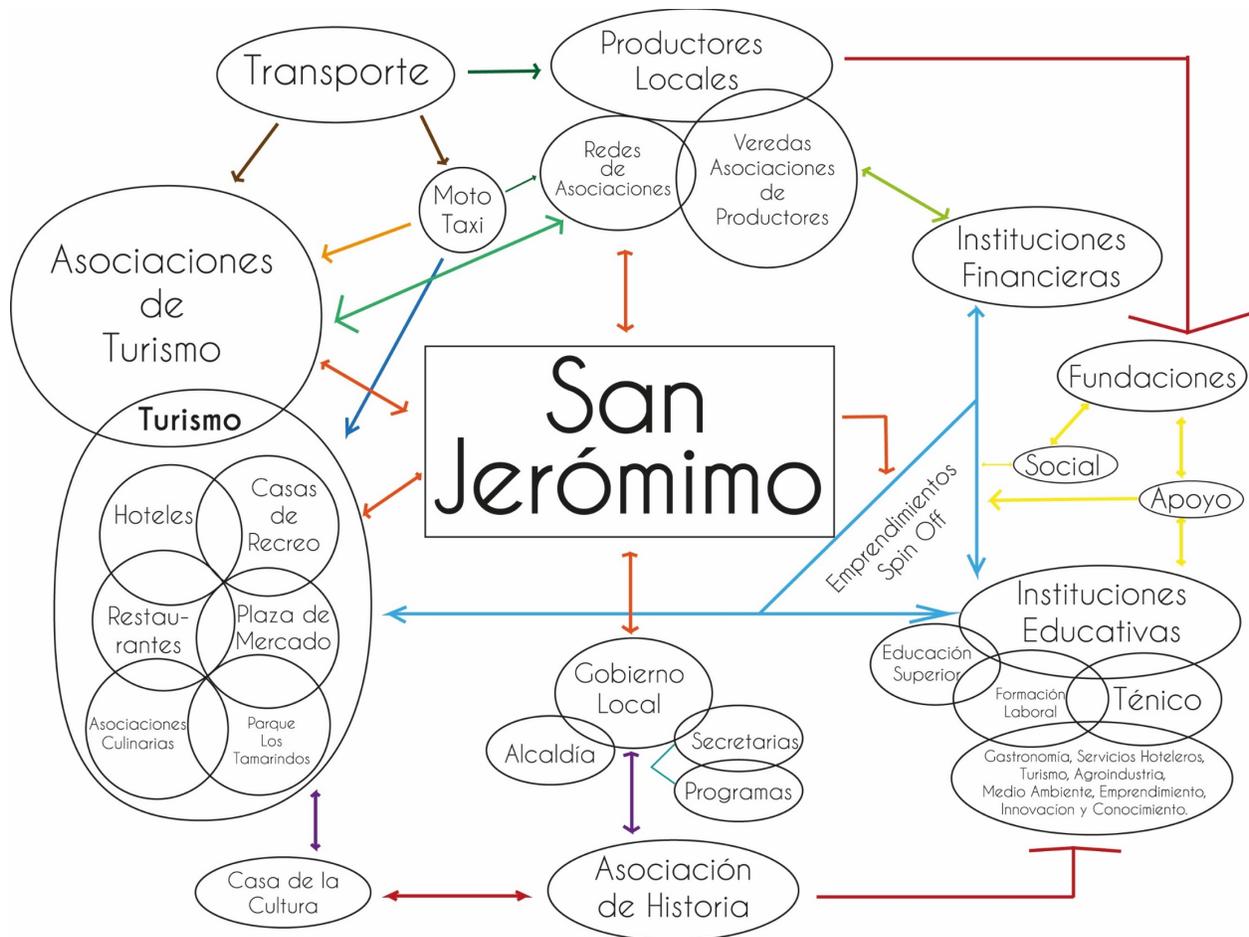


Figura 10. Framework de innovación abierta para el SRI de San Jerónimo, Antioquia.

Elaboración propia

El anterior framework, reconoce las diferentes interacciones e iteraciones de los actores y sectores del municipio, capaces de crear un SRI, alrededor de la gastronomía como el protagonista de la transformación de este contexto; en él podemos evidenciar las relaciones y los retos que se tienen dentro del SRI para su construcción.

Dentro los retos mencionados es relevante mencionar los siguientes como fue evidencia en las entrevistas realizadas y en el reconocimiento contextual.

- Creación de secretarías que se apropien del SRI
- Liderazgo del SRI
- Asociatividad

- Comunicación y divulgación de programas y proyectos que se puedan realizar intersectorialmente o entre actores de un mismo sector.
- Comunicación y relaciones organizacionales entre agentes y sectores
- Cooperación entre actores e intersectorial.
- Inclusión de grandes empresas
- Programas de emprendimiento apalancados por alcaldía y empresa
- Sostenibilidad del SRI en el tiempo
- Construcción de conocimiento y divulgación de este

Es pertinente poner en contexto a los actores y sectores del municipio en el desarrollo del Framework y sus diferentes posibilidades de operación, a través de su posterior validación con los integrantes del SRI, exponiendo sus roles, derechos y obligaciones, lo que podría generarse enmarcado en un encuentro académico que pueda validar la investigación y las interacciones del Framework propuesto.

De esta manera, el diseño de propuestas estratégicas que permitan la construcción del SRI de San Jerónimo, se compone de tres elementos que transversalizan el funcionamiento del sistema.

En primer lugar, se encuentran las estrategias de planeación que guían los programas y proyectos. Este primer elemento debe generar espacios de socialización en los que se pueda hablar de lo que pretende un SRI, sus beneficios y obligaciones, y los resultados que este puede generar en la población a través del fortalecimiento de la región en cultura de innovación. A su vez, es importante contextualizar a los posibles integrantes de la necesidad de construir y fortalecer las asociaciones para que ayuden a impulsar la Gastronomía del municipio como dinamizador y vínculo entre sectores. Es así como dentro de estas acciones de planeación se recomienda:

- Realizar encuentros sobre innovación, gastronomía y conocimiento
- Encuentros de sensibilización con Ruta N y asociaciones del SRI de Medellín

- Construir junto con los actores y sectores del municipio la estructura organizacional de gobernanza para que esta no esté ligada a procesos electorales.
- Definir la estructura organizacional similar al SRI de Medellín, como se plantea en (Universidad del Rosario & otros, 2011, pp. 24, 25)

Consejos de gobernanza: grupos empresariales, hoteles, asociaciones de productores locales, restaurantes, pymes, instituciones financieras y de educación.

Dirección administrativa: creación de esta unidad dentro de una de las principales secretarías con un organigrama pertinente, Director, secretario, tesorero y consejero técnico.

Consejo especializado: Ruta N y empresas similares a los sectores de San Jerónimo que contribuyan al SRI

- Definir las principales funciones del SRI:

Definir su propia estructura, ver modelo de Ruta N

Establecer funciones de promoción de la cultura de innovación.

Gestionar tecnología, innovación y conocimiento, para generar ventaja competitiva.

Gestionar los recursos

Gestionar la administración de los recursos de las cadenas de innovación

Gobernabilidad, políticas públicas donde prevalezca la innovación. El gobierno es quien debe trabajar por crear políticas públicas que permitan que las temáticas de innovación prevalezcan.

¿Quién ejecuta las estrategias de planeación?: el gobierno, dirección y consejos

Al interior de estas estrategias de planeación, se encuentran programas pertinentes para la construcción e implementación de los mismos, encargados de fortalecer el ecosistema alrededor de la economía, la cultura y la sociedad, para fomentar la innovación desde la identidad propia del pueblo, mediada por la gastronomía. Se recomiendan los siguientes programas como ejemplos clave para dar ruta y dirección a un SRI.

- Programa de formación en conocimiento, emprendimiento e innovación para el desarrollo rural y urbano.
- Programa de cultura e identidad culinaria para el desarrollo patrimonial de la región.
- Programa de cocinas itinerantes y viajeras.
- Programa de fogones locales
- Programa de Gastronomía y Nutrición para la calidad del turismo
- Programa de buenas prácticas de manufactura en el sector
- Creación o implementación del fondo emprender del SENA
- Creación o implementación del programa Capital Semilla municipal
- Programa “compra local”
- Programa mercados artesanales.
- Programa de ciencia y tecnología para el turismo
- Programa de ciencia y tecnología para el campo y su agroindustria.
- Programa de ciencia y tecnología de alimentos para el sector agro.

Finalmente, al referirse a los proyectos, se encuentra que las propuestas de programas anteriormente mencionados deben contener estos elementos transformadores de las dinámicas desde la visión de la Gastronomía como dinamizadora de la innovación y el emprendimiento de la región. Surgen en esta vía, recomendaciones que apunten a la formulación de proyectos de alto impacto, tales como:

- “Redes de conocimiento agroindustrial”
- Nuevos modelos de negocio para el agro
- Reducción de pérdidas de alimentos en cosecha

- Logística sostenible
- Agro-Start up, emprendimientos para aumentar la producción y calidad de los productos agrícolas.
- Recopilación de recetas familiares de San Jerónimo
- Biología de ingredientes locales, Historia y creación de propuestas de valor
- Cocinas y Mesas de San Jerónimo. Tradiciones y costumbres de la cultura culinaria de San Jerónimo.
- Cocinas veredales de producto y temporada
- Formación en gastronomía, nutrición e innovación para la hotelería y restaurantes.
- BPM para todos los sectores
- Formación para capital semilla y fondo emprender
- Mercados campesinos en Hoteles, casas de recreo y plaza de mercadeo
- Plaza del artesano culinario en la plaza de mercado
- Recetario de San Jerónimo, productos, técnicas y placeres, como atracción para el turismo de la región
- Turismo emprender
- Agro emprender
- Aliment up, emprendimientos en alimentos de la región
- Corredores Gastronómicos (corredor de las frutas y corredor de las frituras)
- Corredores gastronómicos regionales.
- Moto Taxi Connect – Mensajería multi-sectorial

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este trabajo fueron propuestos varios objetivos específicos que permitieron direccionarlo hacia el cumplimiento del objetivo general. Es así como la tabla que se presenta a continuación expone algunas conclusiones de carácter personal, profesional y resultado de la exploración general de los diferentes actores del pueblo:

Tabla 8. Conclusiones de carácter personal, profesional y resultado de la exploración general según objetivo planteado.

OBJETIVOS	CONCLUSIONES	
Identificar los actores que posibiliten el trabajo colectivo desde la gastronomía en San Jerónimo, Antioquia (Hotelería, restaurantes, cultivos, ventas).	Personales	<ul style="list-style-type: none"> • El sector hotelero ya no se encuentra organizado como asociación en el municipio, pero si pertenecen a la asociación de turismo de occidente y a la asociación hotelera y turística de Colombia “cotelco” • La hotelería y la restauración distan de los productores locales, al igual que los productores de ellos. • No solo el sector turismo y de agroindustria puede trabajar colectivamente desde las temáticas gastronómicas, también el sector retail, el área social y las instituciones de educación, formación y capacitación en gastronomía, servicio y turismo. • Los actores son fáciles de identificar gracias a la vocación económica del pueblo.

	Profesionales	<ul style="list-style-type: none"> • La formación y capacitación en temáticas gastronómicas se hace solo alrededor del turismo y la hotelería y no se realiza a nivel social, o de innovación y emprendimientos productivos. • Se encontró al sector agroindustrial como uno de los más organizados con relación a asociaciones creadas para el crecimiento y fortalecimiento del sector.
	Actores del pueblo	<ul style="list-style-type: none"> • Existen muchos actores con la posibilidad de trabajar colectivamente desde gastronomía, si bien estos apenas se interesan en trabajar como gremio, poseen potencial para el trabajo en red, ya que la cadena de valor gastronómica de la región está completa en el municipio, pero inexplorada como estrategia de trabajo colectivo. • El habitante flotante de San Jerónimo es parte fundamental de este municipio, al generar impacto económico para este.
Rastrear las necesidades individuales de los	Personales	<ul style="list-style-type: none"> • Se necesita la intervención del gobierno para la integración de sectores y el dialogo comercial entre

diferentes sectores económicos del municipio y sus oportunidades dentro de un Sistema Regional de Innovación		ellos, ejemplo, pequeños productores – hoteles.
	Profesionales	<ul style="list-style-type: none"> • La educación y formación en Gastronomía es básica, pero ha contribuido a la región. • Hay necesidades de formación profesional en servicio y desarrollos gastronómicos productivos. • La necesidad de asociatividad es la que más sobresale en la región, debido a las diferentes oportunidades identificadas por los actores y sectores del municipio. • Si bien hay asociaciones, una necesidad primordial es el trabajo intersectorial interno, ya que en la actualidad se trabaja más con actores y sectores de municipios aledaños que con los propios del municipio.
	Actores del pueblo	<ul style="list-style-type: none"> • Falta una secretaria de productividad y otra de turismo que movilice las estrategias de los diferentes sectores alrededor de la gastronomía • Se requiere más apoyo en temas de innovación para los sectores que la misma financiación de estos. • Se necesita generar propuestas que propicien que el habitante flotante de San Jerónimo salga de sus casas de

		recreo a movilizar la economía del municipio.
Analizar el conocimiento específico local de los sectores con relación a la gastronomía dentro de un Sistema Regional de Innovación como motor de crecimiento regional.	Personal	<ul style="list-style-type: none"> • Hay fortalezas desde el conocimiento de la tierra y la calidad de los productos agroindustriales. • El conocimiento del sector de agroindustria se construye de manera colectiva, dentro de las asociaciones que han conformado y con el apoyo de la UMATA, el Politécnico y el SENA • Una de las grandes fortalezas del sector es la siembra y cosecha de productos de calidad, pero poseen debilidades en conocimientos logísticos. • El sector agrícola en San Jerónimo, posee el conocimiento de la tierra, pero no el comercial y de relaciones que permitan su crecimiento constante. • Los conocimientos en innovación y emprendimiento son muy pocos, no se trabajan y mucho menos se desarrollan y difunden a la población. • Explicitar el conocimiento tácito de la población podría contribuir a las estrategias del SRI.
	Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento sobre turismo ha sido desarrollado de manera empírica en el principio y se ha ido fortaleciendo con

		<p>los diferentes actores de capacitación, formación y educación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existen conocimientos artesanales en el ámbito gastronómico. • El conocimiento gastronómico es más visible en las plazas de mercado y veredas.
	Actores del pueblo	<ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento gastronómico de la región esta basado en las dietas antioqueñas, el consumo de productos de la siembra y la cosecha. • Prima el conocimiento del producto gastronómico campesino.

Fuente: elaboración propia

Como conclusión podemos afirmar que todos los sectores pueden estar interrelacionados y se evidencia sus puntos de encuentro de manera visible y propia de un SRI dinamizado por la Gastronomía, lo cual se expone dentro de las recomendaciones, aquí se definen las direcciones y relaciones entre sectores y actores.

- Productores locales – asociaciones de productores
- Productores locales – población local
- Productores locales – hotelería municipal y regional
- Productores locales – restaurantes
- Productores locales – habitantes flotantes
- Productores locales – artesanos
- Productores locales – distribuidores
- Productores locales – historia
- Productores locales – moto-taxistas y transporte
- Productores locales – entidades financieras
- Productores locales – cultura e identidad

Hotelería – productor local
Hotelería – empleo local
Hotelería – foráneos
Hotelería – habitantes flotantes
Hotelería – restaurantes
Hotelería – artesanos
Hotelería – moto-taxistas y transporte
Restaurantes – productor local
Restaurantes – artesano culinario
Restaurantes – habitantes locales y flotantes
Restaurantes – Hotelería
Restaurantes – moto-taxis y transporte
Restaurantes – cultura e identidad
Instituciones de Educación – Hotelería y turismo
Instituciones de Educación – restaurantes
Instituciones de Educación – productores locales
Instituciones de Educación – asociaciones
Instituciones de Educación – entidades financieras
Instituciones de Educación – gobierno
Instituciones de Educación – habitantes locales
Entidades financieras – gobierno
Entidades financieras – productores locales
Entidades financieras – turismo
Entidades financieras – emprendedores
Entidades financieras – ciudadanía
Entidades financieras – instituciones de educación

Finalmente, como recomendaciones generales, se opta por considerar la necesidad de establecer una estructura de innovación a través de la construcción del SRI para San Jerónimo, al tiempo que se crea la gobernanza y su estructura organizacional, la cual debe velar por la integración de los sectores y las acciones del SRI para San Jerónimo.

Esta tarea acarrea algunas dificultades por la falta de asociatividad, secretarías gubernamentales faltantes como la de productividad o turismo que puedan apalancar estrategias y ejercer gobernanza. Es necesario integrar las acciones de innovación a un HUB como Ruta N, para tomarlo como marco de referencia y comenzar acciones concretas. Para su efecto se propone el diseño de un FrameWork y una serie de estrategias, que permita la comprensión un SRI gastronómico para el municipio y como deben ser sus interacciones entre actores y sectores.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Andrews, C. (2011). *Re Inventar la Cocina. Ferrán Adrià: un viaje incesante por la gastronomía*. Barcelona: Phaidon.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism - a search for local food experiences. *Nutrition and Food Science*, 294-309.
- Brillat-Savarín, J. A. (2001). *La Fisiología del Gusto*. Barcelona, España: Optima S.L.
- Chesbrough, H., Kim, S., & Agogino, A. (2014). Chez Panisse: Building an Open Innovation Ecosystem. *California Management Review*, 56(4), 144–171.
<https://doi.org/10.1525/cmr.2014.56.4.144>
- Cooke, P., Asheim, Boschma, & Todtling, S. &. (2011). *Handbook of Regional Innovation and Growth*. United Kingdom: Glos.
- Cooke, P., Roper, S., & Wyle, P. (Febrero de 2003). The Golden Thread of Innovation and northern Ireland's Evolving Regional Innovation System. *Regional Studies*, págs. 365 - 379.
- Eafit. (agosto de 2018). *Univerisdad Eafit*. Obtenido de <http://www.eafit.edu.co/biblioteca/recursos/Paginas/bases-de-datos-bibliograficas.aspx>
- Echeverry, E. (2016). *Clústeres e Innovación v1 Elkin Echeverry*.
- Edquist, C. (1998). *Systems of innovation: Technologies, institutions and organizations*. *Long Range Planning* (Vol. 31). [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(98\)90244-8](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(98)90244-8)
- Godin, B. (2010). National Innovation System : A Note on the Origins of a Concept. *System*, 1–8.
- Harrington, R. J. (2004). Part 1: The Culinary Innovation Process - A Barrier to Imitation. *The Journal of FoodService Business Research*, 35-57.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Llisterri, J., & Pietrobelli, C. (2011). Los sistemas regionales de innovación en América Latina: conclusiones y recomendaciones. En B. I. Desarrollo, *Los Sistemas Regionales de Innovación en América Latina* (págs. 104 - 121). New York: BID.
- Lundvall, B. (1999). La base del conocimiento y su producción. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (45), 14–37. Retrieved from http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=265836&orden=69992
- McGee, H. (2008). *La Cocina y Los Alimentos. Enciclopedia de ciencia y la cultura de la comida*. Barcelona: Debate.
- Moreno, L. (2008). *Diccionario de Vozes Culinarias*. Bogotá: Universidad Externado De Colombia.
- OECD & Eurostat. (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*.
- Oppenheimer, A. (2014). *¡Crear o Morir! La esperanza de América Latina y las cinco claves de la Innovación*. Bogotá: Debate.
- Ottenbacher, M. C., & Harrington, R. J. (2009). Institutional, Cultural and Contextual Factors: Potential Drivers of the Culinary Innovation Process. *Tourism and Hospitality Research*, 9(3), 235–249. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.8>
- Plan de Desarrollo 2016 - 2019, E. C. (Marzo de 2016). *Alcaldía de San Jeronimo, Antioquia*. Obtenido de San Jerónimo - Antioquia: www.sanjeronimo-antioquia.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf
- Presidente firma Mar 1, d. c. (3 de septiembre de 2015). *elcolombiano.com*. Obtenido de [www.elcolombiano.com](http://www.elcolombiano.com/antioquia/mar-1-que-se-firma-hoy-reducira-en-90-minutos-el-viaje-a-uraba-II2648813): <http://www.elcolombiano.com/antioquia/mar-1-que-se-firma-hoy-reducira-en-90-minutos-el-viaje-a-uraba-II2648813>
- RAE. (Octubre de 2014). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <http://dle.rae.es/?id=lzvvHNh>

- Rullan, S. (2011). *Innovation Systems: The European experience and opportunities for Latin America and Caribbean (Tesis Doctoral)*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Instituto Universitario de Estudios Europeos.
- RutaN. (s.f.). *Ruta N, Centro de Innovación y Negocios*. Obtenido de Ruta N: <https://www.rutanmedellin.org//es/recursos/abc-de-la-innovacion>
- Sánchez, E & Sánchez, C. (2014). *Paseo de Olla. Recetas de las Cocinas Regionales de Colombia*. Bogotá. Ministerio de Cultura.
- Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39(November 2015), 725–730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)
- Sánchez, E., & Sánchez, C. (2014). *Paseo de Olla. Recetas de las Cocinas Regionales de Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Sosa, J. (2017). *Nuevos modelos económicos. Los Sistemas regionales*. (Diapositivas de Power Point). Recuperado de asigantura Tendencias de La Innovación. Universidad Eafit.
- Universidad del Rosario & Escuela de Graduados en Administración de Empresas del Tecnológico de Monterrey. (2011). *Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín - 2010. Sistema Regional de Innovación para Medellín*.

ANEXOS

ENTREVISTAS

ESCRITA

https://docs.google.com/forms/d/1Xu51yif7SOu2Ys89_7wNolwgpX0ze7xXcoxbRe3LPBQ/edit#responses

GRABACIONES

Entrevista Jorge Humberto Árbelaez. Gerente Guaracú

<https://drive.google.com/open?id=1V6pQenZDhnPPmPKe6E8h-uM0vmpjPN5X>

Entrevista Ruben Dario Cardona. Presidente Asociación de productores del Cedro

<https://drive.google.com/open?id=1RQWK0x6GDweQlktzmvwtEuqKIJmw--e1>

Entrevista Donaldo Vivares. Alcalde San Jerónimo

<https://drive.google.com/open?id=1AgNCKerDRg4UyZKWbCT9JWPnMpBv9cVa>

Entrevista Luis Javier Quiroz Bastidad. Notario de San Jerónimo

<https://drive.google.com/open?id=1tWTctavHJout4LG3hfi89wobjoY7Z2ME>