

Revista

Gestión & Finanzas

ISSN: 2539-0686



Universidad
del Tolima



ACREDITADA
DE ALTA CALIDAD

¡Construimos la universidad que soñamos!

Instituto de Educación
a Distancia



Administración Financiera

VOL. 6 ■ N° 11 ■ JUNIO 2024 ■ IBAGUÉ - TOLIMA

REVISTA GESTIÓN & FINANZAS
ISSN: 2539-0686

Omar A. Mejía Patiño
Rector

Martha Lucía Núñez
Vicerrectora Docencia

Diego Alberto Polo
Vicerrector de Desarrollo Humano

Mario Ricardo López
Vicerrector Administrativo

John Jairo Méndez
**Vicerrector de Investigación-Creación,
 Innovación, Extensión y Proyección Social**

Carlos Arturo Gamboa B.
Director IDEAD

**Revista avalada por el Grupo de Investigación
 GIETO del IDEAD**

EDITOR

CARLOS FERNANDO PARRA MORENO

PhD (C) en Administración Universidad de La Salle.
 Magister en Economía Universidad Externado de Colombia.
 Magister en Administración Universidad Nacional de Colombia.
 Economista Universidad de Ibagué.
 Filósofo (e) Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).
 Docente Tiempo Completo IDEAD, Universidad del Tolima, Colombia.

COMITÉ EDITORIAL

RICARDO BENJAMÍN PERILLA MALUCHE

Doctor en Administración. Universidad Externado de Colombia.
 Magíster en pensamiento estratégico y prospectiva. Universidad Externado de Colombia.
 Especialista en gerencia de proyectos, Universidad del Tolima.
 Administrador de empresas Universidad del Tolima.
 Docente Tiempo Completo IDEAD, Universidad del Tolima, Colombia.

MÓNICA BIBIANA GONZÁLEZ CALIXTO

Doctoranda en Administración – EAN.
 Magister en Administración, con énfasis en Finanzas.
 Administradora Industrial.
 Docente Tiempo Completo IDEAD, Universidad del Tolima, Colombia.

JUAN PABLO MARIÑO JIMENEZ

Doctor en Gestión del turismo.
 Magister en Administración de Empresas.
 Especialista en Gerencia de Mercadeo.
 Administrador de empresas.
 Profesor Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios.
 Investigador Asociado ante MINCIENCIAS.

JORGE LUIS JULIAO ROSSI

Doctorado en Administración, Universidad de los Andes.
 Magister en Ingeniería Industrial de la Universidad de los Andes.
 Ingeniero Industrial de la Universidad del Norte.
 Profesor tiempo Completo Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle.

COMITÉ CIENTÍFICO

RUBEN DARIO DÍAZ MATEUS

Docente investigador del Programa de Contaduría Pública y líder del grupo de investigación Desarrollo y Sociedad de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle.
 Economista de la UPTC, Magíster en Fundamentos de Economía de la Universidad Santiago de Compostela (España).
 Magister en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente de la Universidad de Manizales. Doctorando en Agro ciencias de la Universidad de La Salle (Colombia).

MARIA ALEJANDRA REYES PARGA

Magister en Prospectiva de la Universidad Externado de Colombia.

Administradora de Empresas de la Universidad del Tolima.

Comunicadora Social de la Universidad del Tolima.

Docente de la Universidad del Tolima.

JOSÉ AUGUSTO RAMÍREZ DÍAZ

Administrador Financiero, Universidad de Ibagué.

Especialista en Finanzas de la Universidad del Rosario.

Magíster en Ciencias Económicas de la Universidad Santo Tomás.

Estudios en valoración y negociación de empresas de la Universidad de los Andes.

ERIKA ALEJANDRA PATIÑO MORENO

Master en Mercadeo de la Universidad Externado de Colombia.

Especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad del Rosario.

Profesional en Publicidad de la Universidad Católica de Manizales.

Diseño y diagramación:

Andrés Mauricio Ospina Ariza

Impresión:

Periodicidad: Semestral

Canjes y suscripciones: Instituto de Educación a Distancia
Universidad del Tolima

Barrio Santa Helena Parte Alta

Teléfono: (+57) (82) 2771212 Ext: 9481

Ibagué. Colombia. Suramérica

Dirección electrónica: gestionyfinanzas@ut.edu.co

www.ut.edu.co

Las opiniones contenidas en los artículos de esta revista no comprometen al Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima, sino que son responsabilidad de los autores.



INDICE

Editorial.....	5
Datificación de las publicaciones científicas como una forma de poder y control social..... <i>Carlos Fernando Parra Moreno</i>	6
Análisis de riesgo y retorno en el mercado de capitales: una mirada a las acciones que cotizan en la BVC del sector financiero desde el modelo CAPM..... <i>Luisa Fernanda Tole González, William Guillermo Naranjo Acosta</i>	13
Investigación de mercadeo internacional para la exportación de aguacate Hass desde Cajamarca (Tolima) hacia la ciudad de New York (EE. UU)..... <i>César Augusto Prada Quiroga, Wilmer Albeiro Acosta Beltrán y Luisa Fernanda Caviedes Caballero</i>	25
Caracterización del microcrédito de las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibagué..... <i>Nancy García Cortés, Norma Gisela Lozano Méndez, Angie Daniela Ordoñez Bernal, Juan Camilo Romero Cubillos y Carlos Fernando Parra Moreno</i>	36
Contexto de la ruralidad y el emprendimiento rural desde la sostenibilidad territorial..... <i>Rubén Darío Díaz Mateus, Paola Ruiz Gómez y Carlos Fernando Morales Sánchez</i>	53
La Nueva Gestión Pública (NGP), la crisis de la democracia y la modernización institucional. Retos y desafíos para la Administración Pública..... <i>Sully Katerine Lozano Quiñones y Ricardo Benjamín Perilla Maluche</i>	74
La cultura cafetera como articulador estratégico entre el desarrollo turístico y las super estructuras en la zona norte del departamento del Tolima..... <i>Juan Pablo Mariño Jiménez, Ricardo Benjamín Perilla Maluche y Sully Katerine Lozano Quiñones</i>	81
La innovación en el modelo de negocio en la actividad turística: una estrategia en entornos dinámicos..... <i>Ricardo Benjamín Perilla Maluche, Juan Pablo Mariño Jiménez y Sully Katerine Lozano Quiñones</i>	91
La perspectiva turística y su impacto en el desarrollo rural como una estrategia de crecimiento económico en Colombia..... <i>Sully Katerine Lozano Quiñones, Ricardo Benjamín Perilla Maluche y Juan Pablo Mariño Jiménez</i>	98
La genealogía como método de análisis filosófico..... <i>Carlos Fernando Parra Moreno</i>	109

EDITORIAL

La medición de las publicaciones científicas es crucial por varias razones, tanto para los investigadores individuales como para las instituciones académicas y científicas. Algunas de las principales razones: sirven para evaluar la calidad y el impacto del conocimiento escrito (citas, factor de impacto y altmetrics); favorece el desarrollo profesional (mejor de currículum y reputación académica); permite el acceso a recursos (financiamiento, subvenciones); da a conocer los desarrollos actuales científicos (difusión, validación y reproducibilidad); finalmente, permite identificar la responsabilidad social del conocimiento (revisión de parte de pares y conocimiento abierto).

Dado lo anterior, también esto ha generado problemas de agencia o de principal-agente, a través de la manifestación de inconvenientes como información asimétrica (por ejemplo: no se publica el total de resultados, en caso de ser negativos, o se oculta como se obtuvo la información), riesgo moral (falsificación de resultados operativos en una investigación) y de selección adversa (cuando el principal tiene dificultades para seleccionar al agente adecuado debido a la falta de información completa sobre sus habilidades y competencias).

De esta manera, la datificación, o el proceso de convertir aspectos de la vida y actividades en datos digitales, ofrece muchas oportunidades, pero también presenta varios problemas y desafíos. Debo mencionar solo dos de varios que considero pertinentes para el mundo académico. En primera instancia, esa masiva datificación, y cultura del dato se convierte en una moda, en un ir y venir de quien tiene más “seguidores científicos”, lo cual abre la puerta a pseudocientíficos y veneradores de falsos “profetas” de las ciencias e incluso las pseudociencias (mitificadores disfrazados). En segunda instancia, esto puede darse a partir de malos algoritmos que analizan datos que pueden perpetuar o incluso amplificar sesgos existentes. La invitación es a revisar con lupa los resultados de las revisiones sistemáticas de literatura, a mirar muy bien los índices H, entre otros metadatos, recuerden que la inteligencia artificial no debe sustituir a la inteligencia natural, debe complementarla.

Datificación de las publicaciones científicas como una forma de poder y control social

Datafication of scientific publications as a form of power and social control

Carlos Fernando Parra Moreno¹

Resumen

La datificación es un término que se refiere al proceso de convertir información en datos digitales e implica la captura, almacenamiento y análisis de datos de diversas fuentes para generar conocimiento y tomar decisiones informadas. La datificación es un concepto fundamental en la era de la información y la tecnología, ya que permite aprovechar el enorme volumen de datos disponibles para obtener información y señales valiosas para mejorar procesos en cualquier campo del conocimiento. La cuestión polémica está en la forma en que se está convirtiendo en “ciencia” centrándose en analítica de datos, llegando a ser un campo de competencia por resultados numéricos puntuales olvidándose de otras actividades no medibles o simplemente no inherentes a la actividad que se cuantifica. Las publicaciones científicas son actualmente objeto de una competición por su cantidad, y a veces no de calidad, para lograr identificar los mejores centros de educación.

Palabras clave: Datificación; sociedad de control; publicaciones científicas.

Abstract

Datafication is a term that refers to the process of converting information into digital data and involves the capture, storage and analysis of data from various sources to generate knowledge and make informed decisions. Datafication is a fundamental concept in the

age of information and technology, since it allows us to take advantage of the enormous volume of data available to obtain valuable information and signals to improve processes in any field of knowledge. The controversial issue is in the way in which it is becoming “science” by focusing on data analytics, becoming a field of competition for specific numerical results, forgetting about other activities that are not measurable or simply not inherent to the activity that is quantified. Scientific publications are currently the subject of competition for quantity, and sometimes not quality, to identify the best educational centers.

Keywords: Datafication; control company; Scientific Publications.

Introducción

Día a día el número de publicaciones científicas desde los centros de educación superior, tanto a nivel individual como grupal se están convirtiendo en procesos de señalización de la “calidad académica” de estos. Rankings como Shanghai, el *QS University Ranking*, el *Academic Ranking of World Universities*, el *Center for World University Ranking (CWUR)* entre otros, han posicionado centros educativos a partir de la

1. Docente Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia (IDEAD) de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios (DEI). PhD (C) en Administración de la Universidad de La Salle; Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia; Magíster en Economía, Universidad Externado de Colombia, Economista de la Universidad del Ibagué. Integrante del grupo de investigación GIETO. e-mail cparra@ut.edu.co

ratificación y big data de las publicaciones científicas, lo cual se ha vuelto una carrera por quien publica más, creando en el ambiente un debate ético y moral alrededor de la calidad y pertinencia de la investigación “científica” actual. El presente documento pretende abordar el tema de la datificación de las publicaciones científicas desde las aproximaciones filosóficas como lo son: el análisis de la filosofía analítica hacia la informática y la filosofía de la información; y, el concepto de sociedad de control de Deleuze. Estas posturas enmarcadas dentro de un análisis crítico que permita identificar que el lenguaje científico y técnico, a nivel académico está permeando la forma de hacer universidad y por ende docencia en la educación superior actual.

La filosofía analítica y la filosofía de la información

La filosofía analítica es una corriente filosófica que se originó a principios del siglo XX y que se centra en el análisis lógico y el lenguaje como herramientas fundamentales para abordar problemas filosóficos. Por otro lado, la filosofía de la información es un campo interdisciplinario que se ocupa de la naturaleza y el significado de la información, así como de su papel en la naturaleza, la sociedad y la mente humana.

Para un análisis comprensivo y analítico de la información, la filosofía de la información aparece como un campo interdisciplinario que explora las cuestiones filosóficas relacionadas con la naturaleza, el flujo, el almacenamiento y el procesamiento de la información. Este campo aborda preguntas fundamentales sobre la información, como: ¿qué es la información?, ¿cuál es su naturaleza?, ¿cómo se relaciona con el conocimiento?, ¿cómo se transmite y se almacena?, y ¿cuál es su papel en la comprensión del mundo y la toma de decisiones? Estas temáticas implican análisis de corte ontológico, epistemológico, ético, entre otros.

La filosofía analítica y la filosofía de la información representan dos enfoques distintos en el estudio de la filosofía que pueden generar críticas y debates entre sí. Algunas posibles críticas que la filosofía analítica podría plantear a la filosofía de la información son las siguientes: en primera instancia, la filosofía analítica se centra en el análisis lógico y lingüístico alrededor de los conceptos y problemas de la filosofía, mientras que la filosofía de la información examina la naturaleza, el flujo y el procesamiento de la información, así como sus implicaciones en la cognición, la comunicación y la sociedad.

La sociedad actual, “fuertemente influenciadas por las tecnologías comunicacionales, aparatos digitales y medios de comunicación masiva, el concepto de información se ha vuelto central en diferentes esferas de nuestras vidas, permeando tanto el discurso cotidiano como el discurso científico” (Lombardi y López, 2016, p.3). El análisis del concepto de información y como lo mencionan Cohen y Asín (2009) “es frecuente el uso erróneo de los términos dato e información como sinónimos” (p.2), un dato puede ser un número, una palabra o una imagen, y la agregación de estos es información. La información es un fenómeno polimórfico y polisemántico (Lombardi y López, 2016, p.4).

Algunos autores prominentes en el campo de la filosofía de la información son:

- Luciano Floridi: Es uno de los principales filósofos de la información. Ha desarrollado una teoría de la información como fundamento de la realidad y ha explorado cuestiones éticas y epistemológicas relacionadas con la información. Algunos de sus textos más importantes son: *Skepticism and the Foundation of Epistemology: A Study in the Metalogical Fallacies* (1996), *Information: A Very Short*

Introduction (2010), *The Philosophy of Information* (2011).

- Rafael Capurro: Es conocido por su trabajo en ética de la información y por abogar por una hermenéutica informacional, que considera la interpretación como fundamental para comprender la naturaleza de la información. Algunas de sus obras son: *Digital whoness: identity, privacy and freedom in the cyberworld* (2013), *Digital Whoness: Identity, Privacy And Freedom In The Cyberworld* (2013).

- Barry Smith: Ha contribuido al desarrollo de la ontología de la información, explorando cómo los conceptos de la filosofía pueden aplicarse al análisis de la información y la representación del conocimiento. Algunas de sus obras son: *Building Ontologies with Basic Formal Ontology* (2015).

Los tres autores entre otros han contribuido al campo de la ética de la información, que examina cuestiones éticas relacionadas con la creación, el acceso, la distribución y el uso de la información en la sociedad digital.

La datificación

La "datificación" aparece como el proceso de recopilación, análisis y utilización de grandes cantidades de datos, especialmente datos digitales, para tomar decisiones informadas, identificar patrones, tendencias y generar conocimiento. Según Camino (2022) la ratificación "ocurre junto con el proceso de construcción de una base de datos" (p.115). Se entiende por base de datos como un "género de las colecciones ordenadas de datos, con fines de registro, almacenamiento y consulta" (Camino, 2022, p.114).

Dentro de la datificación se encuentran los atributos (cualidades y acciones) como sus delimitaciones que se llaman las instancias. Estos dos forman lo que se denomina un esquema relacional en el que están fundamentadas en el álgebra relacional. Estos cálculos "no están pensadas para evaluar argumentos sino para generar, óptimamente, las interacciones de un usuario con la base de datos, las cuales son: consulta, agregación, eliminación y modificación de datos" (Camino, 2022, p.117). Entonces el esquema y las operaciones relacionales conforman fundamentalmente la estructura elemental de una base de datos.

Dentro de este proceso de obtención de información "el conjunto de todos los resultados operacionales posibles es un conjunto de datos, el cual, a la vez, es también un dato, así como el conjunto de todos los esquemas relacionales es un conjunto de datos, el cual también es un dato" (Camino, 2022, p.118). Esto indica que las estadística y resultados obtenidos a través del proceso de datificación conlleva una y otra vez a datos, un conjunto de datos termina siendo un dato de nuevo, según Camino (2022) el dato es un término de masa, cada parte de un dato es un dato y es representativo de una parte del mundo. El dato tiene dos propiedades: la relación denotativa y la intensión o connotación.

La sociedad de control

La noción de "sociedad de control"² es un concepto desarrollado por el filósofo francés Gilles Deleuze en contraposición a la noción de "sociedad disciplinaria" propuesta por Michel Foucault. Deleuze sugiere que la sociedad contemporánea está experimentando una transformación en los mecanismos de control

2. Concepto publica en el artículo "Posdata sobre las sociedades de control" publicado en la Argentina en el número 21 de la revista Babel en 1990, con traducción de Martín Caparrós. Luego se publicó en el libro *El lenguaje libertario*. Antología del pensamiento anarquista contemporáneo.

social, pasando de un modelo disciplinario a uno de control más fluido y descentralizado.

Algunas características clave de la sociedad de control:

- **Flexibilidad y fluidez:** En la sociedad de control, los mecanismos de control son más fluidos y flexibles en comparación con la sociedad disciplinaria. En lugar de estructuras rígidas y jerárquicas, se utilizan redes y sistemas de vigilancia más descentralizados y adaptables.
- **Descentralización del poder:** A diferencia de la sociedad disciplinaria, donde el poder se ejerce principalmente a través de instituciones centralizadas como el gobierno y las corporaciones, en la sociedad de control el poder se distribuye de manera más descentralizada a través de redes y tecnologías de información y comunicación.
- **Vigilancia omnipresente:** En la sociedad de control, la vigilancia no se limita a espacios específicos como la escuela, la fábrica o la prisión, sino que se extiende a todos los aspectos de la vida cotidiana a través de tecnologías digitales como la vigilancia en línea, el rastreo de datos y la monitorización constante.
- **Individualización y personalización:** Los sistemas de control en la sociedad de control tienden a ser más individualizados y personalizados, adaptándose a las características y comportamientos específicos de cada individuo. Esto se logra a través del análisis de datos y algoritmos que perfilan y segmentan a la población en función de sus intereses y comportamientos.

- **Economía de la información:** En la sociedad de control, el flujo y la gestión de la información se convierten en aspectos centrales del poder y el control. Las corporaciones y los gobiernos utilizan la recopilación, el análisis y la explotación de datos para influir en el comportamiento de las personas y maximizar la eficiencia económica.

De esta manera, la noción de sociedad de control plantea la idea de que estamos entrando en una era en la que los mecanismos de control social están cambiando hacia formas más descentralizadas, fluidas y basadas en la información. Este concepto ha sido utilizado por diversos teóricos para analizar los cambios en la dinámica social y política en la era digital.

La datificación en la sociedad de control

La corriente posmoderna y su línea temática posthumanista “la datificación, corresponde al transhumanismo tecnocientífico” (Camino, 2022, p.123) en el cual “se combina con el “cuerpo artificial” (maquinal), la subjetividad “natural” se combina con la subjetividad digital” (Ibid., p.123), así la realidad se mezcla con la virtualidad.

La datificación en la sociedad actual se ha convertido en un mecanismo de control, en términos de Foucault, creando las bases de una sociedad de control (Deleuze) en una especie de “Big Brother” o panóptica. La economía contemporánea crea condiciones para dar “validez” a cuanto fenómeno o actividad así lo requiera, esto es una característica que permite la circularidad de la datificación, se entra en un círculo vicioso donde “yo te valido y certifico, y tú me validas o certificas”. La sociedad de la información de Castells (1990) se está convirtiendo en una sociedad de control y disciplinada. Los individuos en esta se someten a las condiciones de medición continua y estandarización para ser “aprobados”, a riesgo de

ser “castigados”, es decir, no quedar certificados o ranqueados. ¿Cuál es el riesgo de este tipo de sociedad? Un control absoluto, manipulador y alterador de realidades.

Dada la alta competencia de los centros de educación a nivel mundial, una de las formas de lograr “acreditación y reconocimiento” entre sus usuarios y potenciales clientes se encuentra la forma de generar algoritmos alrededor de la producción académica e investigativas de estos. Es así como “un incremento inmenso de la cantidad de datos producidos, criterio que ha sido utilizado para determinar el enorme impacto que ha tenido la tecnología de la información en las sociedades” (Camino, 2022, p.112), esto ha facilitado la “datificación de las publicaciones científicas”. Lo anterior está promoviendo que “la datificación implicará, finalmente, el desplazamiento de la ciencia tal como la conocemos por una ciencia de los datos, en la cual el mecanismo de generar hipótesis es suplantado por el de mera correlación de datos” (Ibid., p.112).

Las publicaciones de resultados de las investigaciones y avances dentro de la academia, “han encontrado su vehículo más apropiado para su comunicación a través de las revistas científicas y los artículos académicos, de los cuales el ámbito latinoamericano no se encuentra exento” (Cabrera y Saraiva, 2022, p.2). De esta manera y siguiendo a Cabrera y Saravia (2022) “las revistas científicas representan un eslabón de gran relevancia dentro del sistema de comunicación y distribución de la ciencia a nivel mundial como a nivel regional” (p.2).

Diversos sistemas se han creado para dar validez, científicidad e impacto a las publicaciones académicas, en el caso de latinoamericano se encuentran, Latindex, Scielo, Redaylc y a nivel mundial SCOPUS y Web of Science (WoS), entre otras. Algunas de las limitaciones que se han

encontrado a partir de estas bases de datos según Cabrera y Saraiva (2022) son: el acceso, criterios de calidad y evaluación utilizados, visibilidad e impacto, barreras de la lengua y de género.

La cuestión que genera polémica se presenta en la forma de como la medición de impacto de las revistas científicas se están convirtiendo en “ciencia” centrándose en analítica de datos, llegando a ser un campo de competencia por resultados numéricos puntuales olvidándose de otras actividades no medibles o simplemente no inherentes a la actividad que se cuantifica. Las publicaciones científicas son actualmente objeto de una competición por su cantidad, y a veces no de calidad, para lograr identificar los mejores centros de educación.

Según Maldonado y Pérez (2018) Latinoamérica “sigue siendo consumidora y receptora de las tendencias hegemónicas, incluyendo ahora la cultura de las métricas y el índice H” (p.438). La competencia por publicar ha creado un nicho de “mercado científico” que son las revistas depredadoras “es decir, aquellas que solicitan activamente a los autores manuscritos por los que cobran unos honorarios sin proporcionar los servicios editoriales, avales y procedimientos de calidad (como la revisión por pares) que constituyen las principales señas de identidad de las publicaciones legítimas” (Elsevier, 2019).

Conclusiones

Internet ha transformado el mundo de la producción y divulgación de los resultados científicos a través de los artículos científicos, lo que ha traído como efecto cercano una “presión” por publicar que parece haberse impuesto entre la comunidad académica.

El poder de los algoritmos llegó y se quedó en la sociedad del siglo XXI. Las demandas y las exigencias de producción y productividad

académica van en aumento en el mundo, o se participa de ello o se aísla. Y esto es lo que hace que la investigación y sus resultados publicados terminen por ser depredadores, y un proceso de selección natural, que finiquite toda intención de dar pequeños pasos en la manifestación de conocimiento cuando se comience.

Referencias Bibliográficas

1. Cabrera, M. y Saraiva, I. (2022). Principales problemáticas de las publicaciones científicas: un análisis en perspectiva latinoamericana. *e-Ciencias de la Información*, 12(1). doi: 10.15517/eci.v12i1.46145
2. Camino, J. (2022). Datificación. (pp. 111- 131). Aportes para una discusión filosófica sobre la informática y sus repercusiones sociales. En *ArtefaCToS*, 11(2), 111-131.
3. Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
4. Cohen Karen, Daniel & Asín Lares, Enrique (2009). *Tecnologías de información en los negocios*. McGraw Hill, 5° edición. <https://profesorlainez.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/08/tecnologias-de-informacion-5ed-cohen.pdf>
5. Elsevier (2019). *Revistas depredadoras: qué son y cómo afectan a la integridad de la ciencia*. <https://www.elsevier.com/es-es/connect/revistas-depredadoras-que-son-y-como-afectan-a-la-integridad-de-la-ciencia>
6. Lombardi, O., & López, C. (2016). Los Múltiples Rostros de la Filosofía de la Información. *Revista Guillermo de Ockham*, 14(2). <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105346890005.pdf>
7. Maldonado, C. E., & Pérez-Acosta, A. M. (2018). Una reflexión crítica sobre la cultura de rankings e indicadores. *Avances En Psicología Latinoamericana* , 36(3), 431–441. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/view/7253>

Análisis de riesgo y retorno en el mercado de capitales: una mirada a las acciones que cotizan en la BVC del sector financiero desde el modelo CAPM

Risk and return analysis in the capital market: a look at the BVC listed shares of the financial sector from the CAPM model

Luisa Fernanda Tole González³
William Guillermo Naranjo Acosta⁴

Resumen

El siguiente documento presenta un análisis al mercado de capitales colombiano para los primeros 4 meses, en especial, el comportamiento de las acciones del sector financiero que cotiza en la Bolsa de Valores de Colombia BVC, en primer lugar, se define teóricamente los conceptos de riesgo y retorno, en segundo lugar, se desarrolla un análisis estadístico mediante el modelo CAPM. Finalmente se realiza las conclusiones a la luz de la evidencia estadística y bajo el contexto de la difícil situación económica sufrida en el mercado de valores para el primer cuatrimestre del 2024.

Palabras claves: CAPM, Rentabilidad, Portafolio, Varianza, Riesgo e Inversión.

Abstract

The following document presents an analysis of the Colombian capital market for the first 4 months, especially the behavior of the shares of the financial sector listed on the Colombian Stock Exchange BVC, first, the concepts of risk and return are defined theoretically, secondly, a statistical analysis is developed using the CAPM model. Finally, the final conclusions are drawn in the light of the statistical evidence and in the context of the difficult economic situation suffered by the stock market for the first four months of 2024.

Keywords: CAPM, Profitability, Portfolio, Variance, Risk and Investment.

Introducción

Para ejecutar y construir portafolios de inversión existen diferentes autores que proponen métodos, modelos, estrategias entre otros elementos, los cuales son utilizados como referencia por parte de los inversionistas en la búsqueda de generar rendimiento con los recursos invertidos. Dentro de los autores se destaca Harry Markowitz por su trabajo en la teoría moderna de carteras, que revolucionó la forma en que los inversores consideran la construcción de portafolios. Su investigación, especialmente su artículo seminal de 1952 "Portfolio Selection", estableció los fundamentos de la teoría de carteras moderna al demostrar cómo los inversores pueden construir portafolios óptimos que maximicen el rendimiento esperado para un nivel dado de riesgo, o minimicen el riesgo para un nivel dado de rendimiento.

Igualmente, William F. Sharpe es reconocido por su contribución al desarrollo del Modelo

3. Estudiante Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Minuto de Dios. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1357-4961> e-mail: luisa.tole@uniminuto.edu.co

4. Economista, Candidato a magister en Economía, especialista en dirección para el desarrollo de la gestión pública, Coordinador del Punto de Bolsa de Valores de la Universidad del Tolima, docente catedrático del departamento de economía y finanzas de la Universidad del Tolima. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0223-931X> e-mail: wgnaranjoa@ut.edu.co

de Valoración de Activos Financieros (CAPM). Este modelo proporciona una herramienta para evaluar el riesgo y el rendimiento de los activos financieros y es fundamental para la comprensión de la relación entre el riesgo sistemático y el rendimiento esperado. Además, Sharpe introdujo el concepto de ratio de Sharpe, una medida de riesgo ajustado al rendimiento que ayuda a los inversores a evaluar la eficiencia de una inversión en términos de la compensación por el riesgo asumido.

Otro autor reconocido es Burton Malkiel (2020) sus aportes lograron popularizar la teoría del mercado eficiente a través de su libro *A Random Walk Down Wall Street*. Esta teoría sostiene que los precios de los activos financieros reflejan toda la información disponible y que es difícil, si no imposible, superar consistentemente al mercado a través del análisis técnico o fundamental. Malkiel también ha enfatizado la importancia de la diversificación y una estrategia de inversión a largo plazo para los inversores individuales.

En este campo, también se destaca Benjamin Graham, quien es considerado el padre de la inversión en valor. Sus ideas, presentadas en libros como *Security Analysis* y *The Intelligent Investor*, han influido en generaciones de inversores exitosos, incluido Warren Buffett. Graham introdujo el concepto de "margen de seguridad", que implica comprar activos por debajo de su valor intrínseco para minimizar el riesgo y maximizar el potencial de ganancias, una estrategia fundamental en la inversión en valor.

Finalmente, Peter Lynch es conocido por su enfoque en la inversión en acciones individuales y su filosofía de "invierte en lo que conoces". En libros como "One Up on Wall Street" y "Beating the Street", Lynch enfatiza

la importancia de investigar y comprender las empresas en las que se invierte, así como de tener paciencia y adoptar una estrategia a largo plazo en el mercado de valores. Estos autores han dejado un legado duradero en el mundo de las inversiones, proporcionando tanto teorías fundamentales como consejos prácticos que continúan siendo relevantes para los inversores en la actualidad.

Dentro las distintas variedades de estrategias desarrolladas por diversos autores y profesionales financieros se destacan las siguientes, en primer lugar, la estrategia de inversión en valor, propuesta por Benjamin Graham y popularizada por Warren Buffett, implica buscar acciones infravaloradas en relación con su valor intrínseco. Por otro lado, la inversión en crecimiento, promovida por Philip Fisher, se centra en empresas con un fuerte potencial de crecimiento a largo plazo. En cuanto a la inversión en dividendos, John Neff y Jeremy Siegel han abogado por acciones que ofrecen dividendos sólidos y consistentes. La inversión en índices, defendida por John C. Bogle y Burton Malkiel, destaca la eficiencia y rentabilidad de los fondos indexados que replican un índice de mercado. Además, la estrategia de inversión en activos alternativos, promovida por David Swensen, incluye diversificar la cartera con bienes raíces, materias primas y fondos de cobertura. Por último, la estrategia de inversión en momentum, investigada por Clifford Asness, se enfoca en comprar activos con un buen rendimiento reciente y vender aquellos con un mal rendimiento. Estas estrategias, entre otras, ofrecen a los inversores una variedad de enfoques para construir y gestionar sus carteras de inversión.

Es importante destacar la estrategia en el modelo de gestión de cartera eficiente, desarrollado por Markowitz, el cual se sintetizó

matemáticamente de la forma indicada para lograr optimizar un portafolio de inversión con aversión al riesgo.

Esta teoría desarrollada por el economista estadounidense Harry M. Markowitz en su artículo Portfolio Selection (selección de carteras) plantea un modelo matemático y estadístico que busca encontrar la cartera de inversión óptima y rentable que ha servido como base para que muchos inversionistas administraran y tengan manejo de sus portafolios de forma eficiente; y a pesar de llevar más de 60 años de publicación sigue siendo utilizado por administradores de inversiones para la conformación de sus portafolios.

El modelo propuesto ofrece una variedad de ventajas en la utilización de técnicas de optimización, incluida la satisfacción de los objetivos y restricciones de los inversores, el control de la exposición al riesgo de la cartera, el establecimiento de un estilo de inversión, el uso eficiente de la información, entre otros. Como resultado, se seleccionaron varios activos financieros de renta variable local confiables para el desarrollo del trabajo de este artículo.

Este trabajo tiene como objetivo diseñar un portafolio de inversión de renta variable con instrumentos financieros colombianos bajo la metodología de cartera eficiente que planteada por Harry Markowitz. Esta teoría es el primer acercamiento fundamentado desde la matemática y la estadística a la administración eficiente de portafolios y su idea central es que a través de la diversificación el riesgo puede reducirse sin cambiar el rendimiento esperado; en otros términos, se puede maximizar el rendimiento de las inversiones diversificando el riesgo de la forma más eficaz y eficiente posible. Esta metodología que se utilizará para el desarrollo de este trabajo es: como primera

instancia se desarrollará el referente teórico del trabajo el cual contiene las fórmulas matemáticas que se requieren para aplicar la teoría de Markowitz y poder con esta hallar la frontera eficiente del portafolio de inversión. En segundo lugar, se planteará el estado del arte, es decir las investigaciones previas, donde se identificará los elementos básicos que debe tener una inversión, el perfil de riesgo y tipos de riesgos existentes en el mercado, se definirá de manera general: ¿qué es el mercado de renta variable colombiano?, ¿clases de instrumentos financieros? ¿Cuáles son sus componentes?, ¿nombre y nemotécnico de las acciones que se tranzan? Logrando obtener una identificación de los instrumentos que se tranzan en el mercado colombiano. Posterior a esto se procederá a seleccionar varios activos financieros de renta variable del mercado los cuales harán parte del portafolio de inversión.

En la cuarta sección, se recolectará la información diaria para los años 2022 y 2023, con el fin, de hallar la rentabilidad promedio, el desempeño, coeficiente de correlación y varianza de las acciones, obteniendo las variables necesarias para aplicar la metodología descritas en el referente teórico obteniendo la frente eficiente de estos. Por último, se finalizará con tres conclusiones sobre los hallazgos de la aplicación de la metodología propuesta por Harry Markowitz.

1.Estado del Arte

Existen varios análisis y metodologías que permiten determinar cuál es el instrumento financiero más adecuado para un portafolio dependiendo del perfil de riesgo del inversionista, entre algunas de estas están: método de valoración de compañías, análisis de múltiplos comparables, método de Black-Scholes, teoría de media varianza, Método de valoración de activos de capital (CAPM),

modelo diagonal de Sharp ratio, modelo de valoración por arbitraje entre otros. El presente trabajo se realizará bajo modelo seleccionado de gestión de cartera eficiente desarrollado por Harry M. Markowitz. En 1952, publicó un artículo basado en su tesis doctoral en la revista *Journal of Finance*, titulado "Portfolio Selection" – Selección de Portafolio". En el presente artículo se planteó un modelo de conducta racional para la selección de carteras de Títulos-valores con liquidez inmediata, en el que expone y desarrolla con mayor detalle su teoría, cabe recalcar que este modelo es considerado como la primera formalización matemática de la idea de la diversificación de inversiones, es decir, el riesgo puede reducirse sin cambiar el rendimiento esperado de la cartera; este trabajo llevo a que en el año de 1990 el economista Harry M. Markowitz ganará el premio Nobel de economía compartido con Merton M. Miller y William F. Sharpe. Por su precursor y avanzado trabajo en la economía financiera en la parte de teoría de gestión de cartera.

El CAPM (Modelo de Valoración de Activos Financieros) es una herramienta fundamental en el ámbito financiero que proporciona una estimación del rendimiento esperado de un activo financiero, como una acción o un portafolio. Según Sharpe (1964), este modelo se basa en la relación entre el rendimiento esperado de un activo y el riesgo sistemático asociado con ese activo, medido por su beta. La fórmula básica del CAPM establece que el rendimiento esperado de un activo es igual a la tasa libre de riesgo más la prima por riesgo de mercado, multiplicado por el beta del activo (Sharpe, 1964; Lintner, 1965; Mossin, 1966).

Además del CAPM, otra metodología utilizada en la valoración de activos financieros es el Modelo de Precios Arbitrarios (APT). Ross (1976) propuso este modelo como una alternativa al

CAPM, argumentando que los rendimientos de los activos pueden estar influenciados por múltiples factores más allá del riesgo de mercado. El APT considera que los rendimientos esperados de los activos están relacionados con varios factores macroeconómicos, aunque no especifica cuáles son estos factores ni sus ponderaciones exactas.

Los modelos de descuento de flujos de efectivo, como el modelo de Gordon y el modelo de dividendos descontados (DDM), son otra categoría de metodologías utilizadas en la valoración de activos financieros. Estos modelos, desarrollados por Gordon (1959) y Miller y Modigliani (1961) respectivamente, evalúan el valor presente de un activo financiero mediante el descuento de los flujos de efectivo futuros esperados. El modelo de Gordon-Shapiro es una variante del DDM que incorpora el crecimiento esperado de los dividendos en el cálculo del valor de un activo financiero (Gordon & Shapiro, 1956).

La principal aportación de Markowitz se halla, sin restar méritos a su tratamiento analítico que sin duda los tiene, en haber recogido de forma explícita en su modelo rasgos fundamentales de lo que en un principio podemos calificar de conducta racional del inversor, consistente en buscar aquella composición de cartera que haga máximo su rendimiento para un determinado nivel de riesgo, o que minimice el riesgo de aquella para un rendimiento dado (Suárez, 2005).

Esta teoría indica que para la creación de un portafolio financiero óptimo es necesario maximizar la media de rendimientos continuos de una cesta de activos financieros de forma conjunta, que posibilite la reducción de los riesgos combinados a través de la misma, en termino sencillos el modelo Markowitz permitirá establecer cuánto invertir en cada

opción de renta variable considerando el nivel de riesgo y rentabilidad accionaria, conociendo que esta combinación y capacidad que busca repartir el riesgo diversificando al mismo tiempo está exponiéndose, mientras que mantiene el nivel esperado de rentabilidad., y generando la maximización conjunta de la rentabilidad del portafolio, a esta teoría se le conoce como el método de cartera eficiente.

2. Marco Teórico

La metodología para hallar el portafolio es por medio del modelo de cartera eficiente propuesto por Markowitz, es necesario tener el rendimiento esperado de la cartera por medio ponderaciones el cual las inversiones totales que corresponde a cada una de las inversiones individuales que la conforman:

$$x_i = \frac{\text{Valor de la inversión } i}{\text{Valor total de la cartera}} \text{ ecuación (1)}$$

Estas ponderaciones de la cartera suman 1, (es decir, $\sum x_i = 1$), por lo que representan la forma en que se ha dividido el dinero entre las diferentes inversiones individuales en la cartera o portafolio.

Los rendimientos sobre las inversiones de una cartera donde las ponderaciones corresponden a la siguiente ecuación 1:

$$R_p = x^1 \bar{R}^1 + x^2 \bar{R}^2 + \dots + x_n \bar{R}_n = \sum_i x_i \bar{R}_i$$

Ecuación (2)

En donde:

R_p = retorno esperado del portafolio

x_1 = Activo 1

\bar{R}_1 = retorno esperado del activo 1

x_2 = activo 2

\bar{R}_2 = retorno esperado del activo 2

La ecuación (1) explica la construcción del retorno esperado de una cartera de inversión con n activos. El rendimiento histórico de los activos, permite determinar cuál ha sido la variación porcentual (%) en los precios de los activos, para posteriormente determinar la tasa esperada del rendimiento del portafolio, la cual se define por la fórmula:

$$E(R_p) = E[\sum x_i \bar{R}_i]$$

Ecuación (3)

Una restricción de suma importancia que debe considerarse en el modelo de Markowitz es que las ponderaciones deben ser igual a la unidad, esto debido a que es un solo portafolio de inversión, el cual debe recoger la sumatoria de todas las ponderaciones y esta debe dar 1.

Se debe recordar que el riesgo del portafolio debe ser menor que la rentabilidad del activo y esta a su vez debe ser menor a 1, el modelo de Markowitz tiene como objetivo principal encontrar las mejores combinaciones posibles de rendimiento del portafolio con la mínima varianza, con el fin, de lograr el menor riesgo esperado.

El estudio del mercado de capitales, como también, de el comportamiento de los activos en particular, presentan varias visiones e interrogantes, entre una de ella la minimización del riesgo, en dicho sentido el "El coeficiente beta, es una medida del riesgo sistemático o no diversificable que afecta al conjunto de empresas de un mercado, es por ello, que su estimación es importante a la hora de realizar inversiones, puesto que dicho riesgo, debe ser asumido por los inversionistas." (Brenes González, 2019) es decir, para lograr comprender el riesgo de un activo es indispensable calcular el beta del mismo.

Al igual que el riesgo, el retorno esperado de un activo es fundamental para el análisis de inversiones, por tal motivo el coeficiente beta es una aproximación al estudio del riesgo propio con el mercado, “En respuesta a los rendimientos esperados de los inversionistas, el modelo del CAPM, asume la perspectiva del inversor diversificado, y está construido sobre la base que el coeficiente Beta es la medida del riesgo apropiada y que el inversor sólo demanda recompensas por el riesgo de mercado.” (Vidaurre Ortega, 2016).

El beta hace parte del modelo CAPM y dicho coeficiente tendrá un valor positivo con valores mayores o menores a 1, Sharpe (1964) afirmó el Beta de un activo no es más que el coeficiente de volatilidad del activo, para ello es importante reconocer su interoretación.

Una Beta mayor a 1 nos indica que el activo es agresivo, es decir, una variación del mercado provoca una variación mayor a este en el activo. Lo anterior es favorable cuando el mercado está en etapa de crecimiento más no cuando está en etapa de recesión, por eso estos activos poseen un mayor riesgo sistemático. Una Beta igual a 1 nos indica que el activo es neutral, es decir, una variación del mercado provoca la misma variación en el activo. Una Beta menor a 1 nos indica que el activo no es agresivo, es decir, una variación del mercado provoca una variación menor a este activo. Lo anterior indica que dichos activos varían menos que el mercado en su conjunto, por eso estos activos poseen un menor riesgo sistemático (Tamara, Chica, & Montiel, 2017)

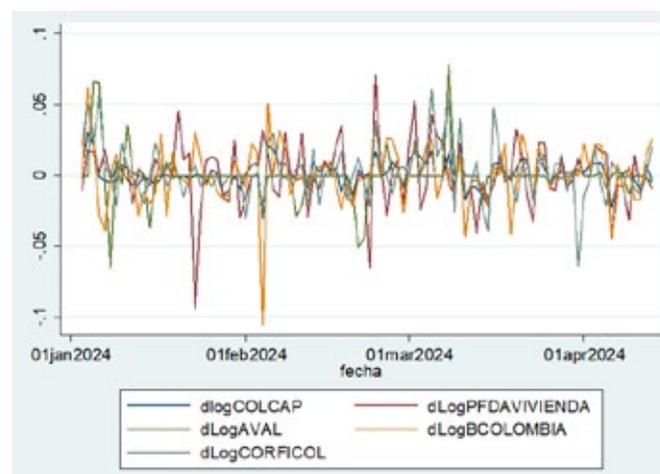
Por lo anterior expuesto, adicionar el análisis del coeficiente beta genera un mayor nivel de rigurosidad como también de comprensión de los fenómenos financieros.

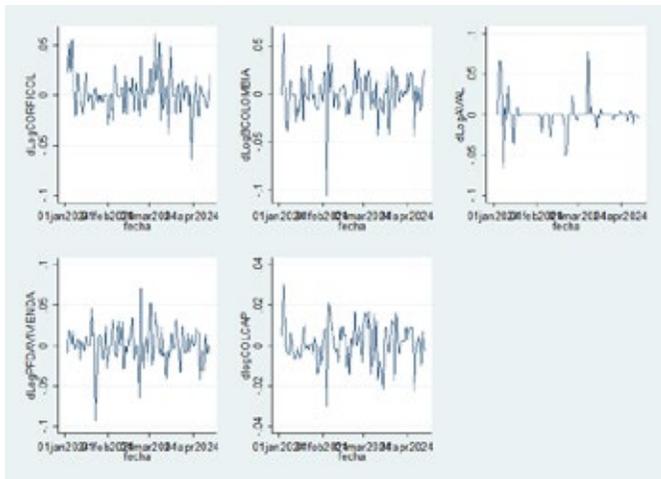
3. Resultados

Inicialmente, se presentará el comportamiento gráfico de cada una de las acciones seleccionadas, utilizando como base el registro histórico para 2024 (2 de enero de 2024 a 31 de mayo de 2024) de la Bolsa de Valores de Colombia. Estos gráficos se realizan en logaritmo con el fin de eliminar el ruido blanco en la serie y con ello lograr conservar las propiedades estadísticas en el tiempo de cada activo financiero. Utilizar el logaritmo es una técnica común en análisis financiero para estabilizar la varianza y hacer que la serie de tiempo sea más adecuada para su análisis. Al aplicar el logaritmo, los cambios porcentuales en el precio de las acciones se convierten en cambios absolutos, lo que puede ayudar a identificar tendencias y patrones de manera más clara. Además, al eliminar el ruido blanco, se busca resaltar las tendencias subyacentes en el comportamiento de los precios de las acciones, lo que facilita la identificación de señales significativas para la toma de decisiones financieras.

A continuación, se presenta la evolución en logaritmo de cada activo seleccionado en el presente estudio:

Figura 1
Diferencia de los Logaritmos de las acciones





Fuente: Elaboración propia.

Se realizaron pruebas de raíz unitaria utilizando el test de Dickey-Fuller en las variables en estudio. Este test es comúnmente utilizado para evaluar la presencia de raíces unitarias en una serie de tiempo, lo que puede indicar la presencia de no estacionariedad o tendencias que afectan la serie. Una probabilidad menor al 5%, o un nivel de significancia del 5%, indica que se rechaza la hipótesis nula de que la serie tiene una raíz unitaria, lo que sugiere que la serie es estacionaria.

En este caso, todas las variables en estudio lograron una probabilidad menor del 5% al aplicar el test de Dickey-Fuller. Esto implica que se rechaza la presencia de raíces unitarias en estas series de tiempo, lo que sugiere que son estacionarias. La estacionariedad es importante en el análisis de series de tiempo, ya que implica que las propiedades estadísticas de la serie son constantes en el tiempo, lo que facilita la modelización y predicción.

Por lo tanto, con base en los resultados del test de Dickey-Fuller, podemos afirmar que las variables en estudio no tienen raíz unitaria y son estacionarias, lo que proporciona una base sólida para su análisis y modelización en el contexto del estudio. Con base en el marco

teórico anterior se construyó los retornos esperados de 6 activos que presentan cotización en la bolsa de valores de Colombia, la variable temporal de los datos es el año 2022.

Tabla 1
Resultados financieros de los activos seleccionados.

	COLCAP	BCOLOMBIA	PFDVVNDA	GRUPOAVAL	CORFICOLCF
retorno	0,1329%	0,0568%	0,0727%	-0,0363%	0,2646%
Riesgo	0,0097%	0,0467%	0,0513%	0,0293%	0,0377%
Beta	1	1,649626	0,7357276	0,43636	0,87746
P> t	-----	0,000	0,001	0,011	0,000

Fuente: Elaboración propia.

El riesgo se evalúa en función de la desviación estándar o la volatilidad de los retornos. Según los activos, CORFICOLCF presenta el riesgo más bajo, seguido de BCOLOMBIA y PFDVVNDA, mientras que GRUPOAVAL presenta el riesgo más alto. Según estos resultados, CORFICOLCF es el activo menos volátil, lo que puede ser atractivo para inversores con aversión al riesgo, mientras que GRUPOAVAL es el más volátil.

El retorno se refiere al rendimiento de los activos financieros en un período de tiempo establecido. Los datos indican que CORFICOLCF tiene el retorno más alto, seguido de BCOLOMBIA, PFDVVNDA y GRUPOAVAL. Los inversores podrían considerar CORFICOLCF como una opción atractiva debido a su retorno relativamente elevado.

El coeficiente beta indica la sensibilidad de los bienes financieros en relación al mercado. Banco BCOLOMBIA tiene un coeficiente beta de aproximadamente 1.65, seguido de PFDVVNDA, CORFICOLCF, y GRUPOAVAL. Un coeficiente beta superior a 1 indica la mayor volatilidad del activo en comparación con el mercado, mientras que un valor inferior a 1 indica una disminución

en la probabilidad de su volatilidad. Los resultados indican que BCOLOMBIA es el activo más sensible a los movimientos del mercado, mientras que GRUPOAVAL es el menos sensible.

En lo que respecta al riesgo y retorno, CORFICOLCF parece ser una alternativa atractiva para aquellos inversores que buscan un equilibrio entre riesgo y retorno. Banco BCOLOMBIA, con un coeficiente beta significativamente mayor que 1, puede ser una opción para inversores dispuestos a asumir un mayor riesgo en busca de mayores retornos.

Al estimar los valores del modelo CAPM para las acciones del sector financiero pertenecientes a la BVC en los primeros 4 meses del año 2024, se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 2
Estimación Modelo CAPM

	COLCAP	BCOLOMBIA	PFDVVVDA	GRUPOAVAL	CORFICOLCF
Retorno	0,1329%	0,0568%	0,0727%	-0,0363%	0,2646%
Riesgo	0,0097%	0,0467%	0,0513%	0,0293%	0,0377%
Beta	1,0000	1,6537	0,7374	0,4314	0,7079
CAPM	0,1329%	0,1996%	0,1061%	0,0749%	0,1031%

Fuente: Elaboración propia.

La tasa de libre riesgo, que se utilizó en este caso, es la tasa de intervención del Banco de la República, esta tasa es un componente fundamental en el Modelo de Valoración de Activos Financieros (CAPM) la cual representa el rendimiento que un inversor puede obtener sin tener ningún riesgo, tales como la inversión en bonos gubernamentales. En el análisis del CAPM, se emplea la tasa de libre riesgo como referencia para comparar el rendimiento esperado de un activo financiero con su riesgo sistemático.

Los resultados del CAPM ofrecen estimaciones del rendimiento esperado de diversos activos

financieros en función de su sensibilidad al mercado y el rendimiento esperado del mercado, ajustados por la tasa de libre riesgo. En la tabla 2, se puede constatar que los requerimientos esperados de los activos financieros oscilan desde el 0.07487% hasta el 0.19956%. Este valor representa las expectativas de mercado para el rendimiento futuro de cada activo, a partir de su sensibilidad al mercado.

Por ejemplo, el activo BCOLOMBIA espera un rendimiento del 0.19956%, lo cual es significativamente más alto que el rendimiento del COLCAP y otros activos en la tabla. Esto sugiere que BCOLOMBIA exhibe una mayor sensibilidad al mercado y/o un mayor riesgo sistemático en comparación con otros activos financieros en la lista. Por otro lado, activos como GRUPOAVAL y PFDVVVDA revelan rendimientos esperados más bajos, lo que puede indicar una menor sensibilidad al mercado o un menor riesgo sistemático.

Los resultados del CAPM también pueden proporcionar datos sobre la relación riesgo-rendimiento de los activos a través de los resultados del CAPM. Un activo con un rendimiento esperado superior, tales como BCOLOMBIA, podría estar asociado con un riesgo sistemático más elevado en comparación con otros activos con rendimientos esperados más bajos.

4. Conclusiones

Al examinar los datos estimados, se pueden obtener diversas conclusiones significativas acerca de los activos financieros examinados y sus repercusiones en términos de rendimiento, riesgo y sensibilidad al mercado. En primer lugar, se observa una significativa disparidad en los rendimientos de los recursos financieros analizados. Esto indica la existencia de oportunidades de inversión que pueden generar beneficios significativamente distintos para los

inversores. Por ejemplo, el retorno más alto se registra en CORFICOLCF con una rentabilidad diaria de 0.2646%, mientras que GRUPOAVAL muestra un retorno negativo del -0.0363%, lo que indica que al iniciar el 2024 la acción del Grupo Aval no se ha consolidado.

Se destaca que el Grupo Aval ha experimentado una disminución en sus beneficios debido a diversos factores, tales como el débil crecimiento económico, las tasas de interés elevadas y la escasa actividad de los consumidores. En un contexto macroeconómico desafiante, su CEO, Luis Carlos Sarmiento Gutiérrez, contextualizó estos resultados y abordó los desafíos regulatorios que enfrenta la empresa, mientras anunciaba nuevas iniciativas. Sarmiento Gutiérrez expresó su inquietud por la desaceleración económica, recalando la moderación en la demanda y la inversión, lo que genera expectativas de un entorno difícil para el año 2024. Asimismo, la compañía se enfrenta a obstáculos financieros adicionales, tales como tasas de interés bajas, moderadas por la inflación, y desafíos fiscales asociados a una ejecución presupuestaria insuficiente por parte del Gobierno.

El análisis del riesgo evidencia que ciertos activos exhiben niveles de riesgo superiores a otros. Esto resalta la importancia de tener en cuenta el riesgo al tomar decisiones de inversión, ya que los inversores pueden tener tolerancias diferentes al riesgo que puede influir en sus decisiones. Por ejemplo, la desviación estándar del retorno de COLCAP es de 0.0097%, mientras que para BCOLOMBIA es de 0.0467%, lo cual representa una diferencia significativa en la volatilidad entre los activos.

La sensibilidad al mercado, medida mediante el coeficiente beta, brinda información valiosa acerca de la respuesta de los activos financieros a los movimientos del mercado en su totalidad.

Un coeficiente beta elevado indica una mayor sensibilidad, mientras que un coeficiente beta bajo indica una menor sensibilidad. Este análisis revela que BCOLOMBIA presenta el coeficiente beta más alto de 1.6537, lo que sugiere una mayor sensibilidad al mercado en comparación con los otros activos.

Los resultados del CAPM ofrecen estimaciones del rendimiento esperado de los activos financieros en función de su riesgo sistemático y el rendimiento esperado del mercado. Estas estimaciones resultan beneficiosas para los inversores al examinar el potencial de rendimiento de diversos activos y tomar decisiones detalladas sobre la asignación de los mismos. Por ejemplo, BCOLOMBIA presenta el rendimiento esperado más alto según el CAPM, lo que puede influir en las decisiones de inversión de los inversores que buscan rendimientos potenciales más elevados.

Al considerar la conexión entre el riesgo y el rendimiento, se destaca la relevancia de equilibrar ambas dimensiones en la toma de decisiones de inversión. Los inversores pueden establecer un equilibrio entre riesgo y rendimiento que se ajuste a sus objetivos financieros y su tolerancia al riesgo. Por ejemplo, CORFICOLCF presenta un riesgo relativamente bajo y un rendimiento atractivo, lo cual puede resultar beneficioso para inversores que buscan un equilibrio entre riesgo y rendimiento.

La diversificación se presenta como una estrategia fundamental para gestionar el riesgo y mejorar la estabilidad de la cartera. Al dividir el capital entre activos con diferentes perfiles de riesgo y rendimiento, los inversores pueden reducir su exposición a riesgos específicos y optimizar el rendimiento de su cartera en general al distribuir el capital entre activos con diferentes perfiles de riesgo y rendimiento.

Es fundamental tener en cuenta que las preferencias de los inversores pueden variar en función de sus objetivos financieros individuales y su aversión al riesgo. Algunos inversores pueden enfocarse en el rendimiento potencial, mientras que otros pueden estimular la estabilidad y la consistencia en los retornos. La pluralidad de preferencias destaca la relevancia de brindar alternativas de inversión que se adapten a las necesidades individuales de los inversores.

Finalmente, es fundamental llevar a cabo un análisis continuo del mercado financiero y ajustar la estrategia de inversión según las condiciones cambiantes del mercado y las necesidades individuales de los inversores. El éxito en la inversión requiere una profunda comprensión de los activos financieros y un enfoque adaptativo para gestionar el riesgo y maximizar el rendimiento a lo largo del tiempo.

Referencias Bibliográficas

1. Black, F., & Jensen, M. C. (1964). The Capital Asset Pricing Model: Some Empirical Tests. In M. C. Jensen (Ed.), *Studies in the Theory of Capital Markets* (pp. 79-121). Praeger Publishers.
2. Brenes González, H. A. (2019). El coeficiente beta (β) como medida del riesgo sistemático: Una demostración de que el valor del riesgo sistemático del mercado es igual a uno. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 1-20. doi:<https://doi.org/10.5377/reice.v6i12.7473>
3. BVC. (2023). Bolsa de Valores de Colombia. Obtenido de Gráficador: <https://www.bvc.com.co/graficador-tecnico-mercado-local>
4. Carbajal Martínez, V. M., & Ramírez Jiménez, A. E. (2005). Una Aplicación del Modelo Media-Varianza (Markowitz) para algunas acciones que cotizan en la bolsa de valores de México. Tesis de grado licenciatura en economía. Universidad Autónoma Metropolitana. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/174495779/Teoria-Media-Varianza>
5. Chen, N.-F., Roll, R., & Ross, S. A. (1986). Economic Forces and the Stock Market. *Journal of Business*, 59(3), 383-403. DOI: 10.1086/296344
6. CNMV. (2021). Comisión Nacional del Mercado de Valores de España. Obtenido de <https://www.cnmv.es/Portal/inversor/Acciones.aspx#:~:text=Las%20diferentes%20clases%20de%20acciones,Acciones%20sin%20voto>
7. Fama, E. F., & French, K. R. (1992). The Cross-Section of Expected Stock Returns. *Journal of Finance*, 47(2), 427-465. DOI: 10.1111/j.1540-6261.1992.tb04398.x
8. Fama, E. F., & MacBeth, J. D. (1973). Risk, Return, and Equilibrium: Empirical Tests. *Journal of Political Economy*, 81(3), 607-636. DOI: 10.1086/260061
9. Investing. (agosto de 2021). Portal Investing. Obtenido de <https://es.investing.com/currencies/usd-cop-chart>
10. Lintner, J. (1965). The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets. *The Review of Economics and Statistics*, 47(1), 13-37. DOI: 10.2307/1924119
11. Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91. DOI: 10.2307/2975974
12. Merton, R. C. (1973). An Intertemporal Capital Asset Pricing Model. *Econometrica*, 41(5), 867-887. DOI: 10.2307/1913811

13. Monsalve Valencia, J. M. (2019). Diseño de un Portafolio de Inversión en Renta Variable. Medellín: Ediciones de la U.
14. Ross, S. A. (1976). The Arbitrage Theory of Capital Asset Pricing. *Journal of Economic Theory*, 13(3), 341-360. DOI: 10.1016/0022-0531(76)90046-6
15. Sharpe, W. F. (1964). Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. *The Journal of Finance*, 19(3), 425-442. DOI: 10.2307/2977928
16. Tamara Ayus , A. L., Chica Arrieta, I. E., & Montiel Ensuncho, A. (2017). Metodología de Cálculo del Beta: Beta de los Activos, Beta Apalancado y Beta Corregido por Cash. *Revista Espacios*, 1-21. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n34/a17v38n34p15.pdf>

Investigación de mercadeo internacional para la exportación de aguacate Hass desde Cajamarca (Tolima) hacia la ciudad de New York (EE. UU)

International marketing research for the export of Hass avocado from Cajamarca (Tolima) to New York City (USA)

*César Augusto Prada Quiroga⁵
Wilmer Albeiro Acosta Beltrán⁶
Luisa Fernanda Caviedes Caballero⁷*

Resumen

El marketing social busca adaptar herramientas del marketing tradicional a diversas problemáticas que afectan la sociedad. En Cajamarca Tolima, los productores de aguacate Hass enfrentan una situación particular a raíz de lo poco que ganan a debido a los intermediarios existentes. Por ello, el objetivo de esta investigación es determinar el impacto del macro y microentorno de las asociaciones de productores de aguacate Hass del Tolima, con el fin de que sean ellos mismos quienes exporten sus productos. Para ello, la investigación contiene una metodología de análisis cualitativo y cuantitativo, junto con herramientas de evaluación del entorno. Con lo anterior, se logró identificar una oportunidad de mercado para la exportación de aguacate Hass hacia la ciudad de New York, Estados Unidos, para la cual se proponen estrategias mercadológicas que permitan a las asociaciones no solo entrar al mercado, sino mantenerse competitivos en él.

Palabras clave: Marketing social, exportación, aguacate Hass.

Abstract

Social marketing seeks to adapt traditional marketing tools to various problems that affect society. In Cajamarca Tolima, Hass avocado producers face a particular situation, due to the little they earn because of the existing intermediaries. Therefore, the objective of

this research is to determine the impact of the macro and microenvironment of Hass del Tolima avocado producer associations, so that they are the ones who export their products. To do this, the research contains a qualitative and quantitative analysis methodology, together with environmental assessment tools. With the above, it was possible to identify a market opportunity for the export of Hass avocado to the city of New York, United States, for which marketing strategies are proposed that allow associations not only to enter the market, but also to remain competitive in it.

Key words: Social marketing, export, Hass avocado

Introducción

La presente investigación corresponde a un estudio diagnóstico del entorno que busca determinar la viabilidad para la exportación de aguacate Hass desde el municipio de Cajamarca (Tolima) hacia la ciudad de New York (USA). Lo anterior debido a que existen grandes oportunidades en los mercados foráneos para los productos colombianos como el aguacate Hass, pero el desconocimiento del entorno

5. Docente de catedra de la universidad del Tolima. Magíster en Negocios Internacionales cesarprada@ut.edu.co

6. Estudiante del programa de Negocios Internacionales de la Universidad del Tolima waacostab@ut.edu.co

7. Estudiante del programa de Negocios Internacionales de la Universidad del Tolima lfcaivedesc@ut.edu.co

para exportarlos es una gran limitante. De esta manera la pregunta de investigación es ¿Cuál es el impacto del entorno para la exportación de aguacate Hass al mercado de New York, Estados Unidos?

Adicionalmente, la importancia del estudio radica en que los productores de aguacate Hass de Cajamarca cuentan con pocos conocimientos sobre la exportación de aguacate y no reconocen plenamente el entorno en el que operan. Sin embargo, los bajos precios recibidos de las comercializadoras parecieran cubrir escasamente los costos de producción.

El estudio hacia este mercado inicia en el análisis de exportaciones e importaciones a nivel mundial, donde se estableció la viabilidad para exportar aguacate Hass a New York (USA) debido al rápido crecimiento de la demanda y los beneficios que brinda el TLC Colombia – Estados Unidos. Además, se hizo un reconocimiento de las oportunidades y riesgos del entorno y se evaluaron las fortalezas y debilidades de la organización elegida para el estudio (Asociación de aguacateros de Cajamarca y el Tolima). De allí se estudia la situación de mercado (contrastando la oferta y demanda de la ciudad de New York) para continuar con el análisis FVOR, de donde se formulan diferentes estrategias para la organización.

1. Marco de referencia

1.1. Marco teórico

Las principales teorías sobre las que se basa esta investigación son el Marketing social, el Marketing Internacional y la teoría de internacionalización de la ventaja comparativa.

Marketing social

Según Kotler y Zaltman (1971) citado por Morales (2016), el Marketing social se define como “el diseño, la implementación y el control de programas calculados para influenciar la

aceptabilidad de ideas sociales e involucrando consideraciones de producto, planeación, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados”. Entonces, se debe entender al Marketing Social como el uso eficiente de las mercadotécnica en pro de generar un beneficio social.

Marketing internacional

El mercadeo internacional involucra más desafíos que la mercadotecnia a nivel nacional, puesto que se enfrenta a ambientes diferentes, lo que genera mayores riesgos. Pese a ello, con la globalización se ha visto una tendencia a la convergencia en muchos factores, suponiendo mayores oportunidades comerciales para productos locales que pueden ser explotados. Así, el Marketing Internacional es definido como “una consecuencia lógica de las necesidades de las empresas por gestionar sus operaciones más allá de sus fronteras nacionales; evolucionando la forma en que desempeñan sus funciones de marketing y comprometiéndose a la realización de operaciones cada vez más complejas” (García, 2002, p.31).

Ventaja comparativa

Es una teoría desarrollada por David Ricardo y se basa en que cada país puede producir un bien o servicio a un menor costo de oportunidad que otro, por lo que los países deberían especializarse en esos bienes e intercambiarlos por otros en los que no sea muy eficiente en la producción.

El Tolima es el departamento de Colombia que más produce aguacate en sus diferentes variedades, junto con el eje cafetero, Antioquia y Valle del Cauca (ICA, 2022). Pero en términos cuantitativos, la región apenas exporta una pequeña parte de lo que produce, ya que la mayoría es vendida a comercializadoras de otros departamentos. Esto es paradójico a

la teoría de David Ricardo ya que no se está aprovechando el potencial de la región.

1.2. Estado del arte

En los últimos cinco años el Aguacate Hass se ha convertido en una de las frutas de mayor exportación con registros de crecimiento anuales que van desde el 15% al 50% según datos de la Asociación Nacional de Comercio Exterior. En Colombia la producción de aguacate Hass está presente en varios de sus departamentos con un total de 25.000 hectáreas sembradas.

Ahora bien, se han elaborado diversas investigaciones en el área de mercadeo para la exportación de este producto. Tal es el caso del estudio realizado por Abello, M. & Esmeral, A. (2018) titulado “Estudio de mercado para mejorar las exportaciones de aguacate Hass colombiano hacía Estados Unidos” donde se estableció un plan de mercadeo basado en el análisis de las 4Ps del marketing con el objetivo de obtener un mayor nivel de ventas y rendimiento por medio de la exportación de aguacate.

Así mismo, Bello, R. & Santana, L. (2018), en su trabajo “Oportunidad de exportación de aguacate Hass a Estados Unidos” se analizan las oportunidades para la exportación teniendo en cuenta el Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado por las dos naciones donde se encontró que Estados Unidos se encuentra posicionado como uno de los principales consumidores a nivel mundial, y que Colombia cuenta con capacidad de producción durante casi todo el año lo cual le permite satisfacer la demanda internacional sin tener que depender de temporadas para las cosechas.

Como se puede evidenciar, el aguacate Hass presenta un importante auge en el país debido al aumento de cultivos y producción, además

de contar con la calidad y requerimientos exigidos. Sin embargo, como lo expresan Vargas, A. & Campo, O. (2020), hay múltiples factores que se deben tener en cuenta, como el trabajo mancomunado, por medio de la creación de gremios bien estructurados que cuenten con el apoyo gubernamental para lograr avances en investigación y desarrollo en temas de mercadeo, logística internacional y sostenibilidad de pequeñas y medianas empresas.

Es aquí donde entra en juego el concepto de Marketing social, pues estos aspectos sociales deben ser atendidos para lograr propuestas que permitan alcanzar un impacto positivo y que estos productores nacionales puedan tener una mayor participación comercial sin necesidad de intermediarios.

2. Metodología

Tipo de investigación y método

Se hará una investigación mixta, es decir una mezcla entre investigación exploratoria (acercamiento a los productores de aguacate Hass en el municipio de Cajamarca Tolima) e investigación concluyente (análisis de datos recolectados de fuentes primarias).

En cuanto al método de investigación, se hará una mezcla entre método cualitativo para acercarse al problema a investigar y el método cuantitativo para medir datos y llegar a conclusiones fundamentadas en números.

Sistema de muestreo

El sistema de muestreo a usar será no probabilístico y probabilístico; ya que en el caso de los productores de aguacate de Cajamarca hay un número de personas no muy amplio que puede ser escogido a conveniencia del estudio. En el caso de la ciudad de New York (EE. UU.) se usó un sistema de muestreo probabilístico ya que hay una población amplia.

Fuentes de información y métodos de recolección

Se usan fuentes primarias de información como entrevistas y observación participante aplicadas a productores de aguacate Hass de Cajamarca y encuestas a consumidores en New

York, por medio de Google Forms; y fuentes de investigación secundarias de páginas como la DIAN, Bancolombia, FAO, Minagricultura, entre otras.

Diseño muestral

Tabla 1

Diseño muestral

Diseño muestral	Conceptos	New York	Cajamarca
	Población	8.804.109 personas	Asociaciones de aguacate Hass
	Marco muestral	Bases de datos de consumidores de aguacate	Listas de personas inscritas en los libros de las asociaciones
	Unidad de muestreo	Personas que consumen aguacate	Personas miembros de las asociaciones de aguacate Hass
	Elemento muestral	Personas que consumen aguacate	Personas miembros de las asociaciones de aguacate Hass

Fuente: Autores

Alcance

El alcance temporal es de 16 semanas y el alcance espacial es el municipio de Cajamarca Tolima (Colombia) y la ciudad de New York en EE. UU.

Tamaño de la muestra

En New York son 8.804.109 se toma una desviación estándar de la población de 0,5, un valor de distribución normal de 1,96, un error de 0,05 (5%) y una muestra de 385 personas aproximadamente. Por otro lado, en Cajamarca son las 38 personas miembros de una asociación de aguacate Hass.

Procesamiento de datos, análisis de la información y presentación de resultados

Se usó herramientas de Excel y Google Forms para tabular la información recolectada y se emplearon elementos de estadística descriptiva

para extraer resultados globales. También se utilizaron tablas para resumir la información tanto obtenida de fuentes primarias como de fuentes secundarias.

3. Resultados

Selección de país y ciudad destino

Según información suministrada por el Grupo Bancolombia (2021) se evidencia que Estados Unidos, España y Países bajos son los países que más importan aguacate en el mundo. A partir de allí se establecieron algunos criterios para determinar el país objeto de investigación, donde se evidencia que Estados Unidos es el mercado con mayor potencial con un porcentaje de 3.86, destacando criterios como tamaño del mercado, poder adquisitivo y consumo. Mientras que la ciudad seleccionada fue New York, la cual obtuvo un puntaje de 3,7, frente a Dallas y Los Ángeles.

Tabla 2

Matriz de selección de país destino

MATRIZ SELECCIÓN PAÍS DE DESTINO							
Criterios	Ponderación	Estados Unidos	PEU	España	PE	Países Bajos	PB
Factores políticos	40%						
Facilidad para hacer negocios	10%	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Riesgo político	20%	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Política comercial	10%	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Factores económicos	35%						
Tasa de inflación	3,5%	3	0,1	2	0,07	2	0,07
Tasa de desempleo	3,5%	4	0,1	2	0,07	4	0,14
Tamaño del mercado	10,5%	4	0,4	2	0,21	3	0,315
Poder adquisitivo	7%	4	0,3	2	0,14	3	0,21
Desempeño logístico	10,5%	3	0,3	3	0,315	4	0,42
Factores socioculturales	25%						
Población total	10%	4	0,4	2	0,2	1	0,1
Consumo	15%	4	0,6	2	0,3	2	0,3
Total	100%	38	3,86	24	2,505	29	2,955

Fuente: autores

Tabla 3

Matriz de selección de ciudad destino

Matriz de selección de ciudad destino

MATRIZ SELECCIÓN CIUDAD DE DESTINO							
Criterios	Ponderación	New York	PNY	Los Ángeles	PLA	Dallas	PD
Tamaño de la población	17%	4	0,68	3	0,51	2	0,34
Tasa de desempleo	14%	4	0,56	3	0,42	3	0,42
PIB per cápita	23%	4	0,92	3	0,69	3	0,69
PIB	23%	4	0,92	4	0,92	2	0,46
cercanía a los puertos	23%	3	0,69	4	0,92	1	0,23
Total	100%	19	3,77	17	3,46	11	2,14

Fuente: autores

Hallazgos del macroentorno, oportunidades y riesgos

Mediante el uso de matrices de impacto que permiten dar una calificación según el grado de influencia en las asociaciones de aguacate

Hass de Cajamarca, Tolima, se encontró que las oportunidades que tienen una calificación alta son: las facilidades de exportación de aguacate Hass hacia el país destino (Ministerio de Industria y Comercio, s.f), bajas tasas de interés

para los agricultores colombianos (Quinchía, 2022) y aumento creciente del consumo de aguacate Hass en Estados Unidos (Statista, 2022).

Por otra parte, los mayores riesgos a considerar son los niveles de inflación en Colombia (Datosmacro, 2022), lo cual genera encarecimiento de insumos importados para la producción de aguacate Hass; altos impuestos a las ventas en New York (Telemundo, 2022), aumento de impuestos en Colombia (Más Colombia, 2022) y la alta posibilidad de quiebras de empresas en Estados Unidos (Emprendedores, 2018).

Hallazgos del microentorno externo

Por medio de análisis de las cinco fuerzas de Porter se pudo identificar que el atractivo de la industria del aguacate es medio, donde el poder de negociación de los consumidores es medio por la facilidad de información disponible, pero aun así el aguacate suele ser un producto relativamente inelástico; el poder de negociación de los proveedores suele estar limitado por la fortaleza de las comercializadoras locales que exportan el aguacate, aunque la organización de los proveedores les da más poder de negociación. También, la entrada de nuevos competidores es un aspecto de impacto medio ya que, aunque hay facilidades de exportación, hay barreras como las ventajas de costos logrados por el conocimiento en exportación, distribución física y normas fitosanitarias; la fuerza de la intensidad de la rivalidad entre competidores representa un impacto medio, ya que, pese a la baja competencia actual, se puede ver modificada en el mediano plazo debido al rápido crecimiento de la industria. Finalmente, para la forma del producto del aguacate Hass como fruta fresca, la amenaza de entrada de productos sustitutos es media debido a que se encuentran productos que satisfacen necesidades similares, pero el consumidor tendría que renunciar a

beneficios que brinda el aguacate.

Por otra parte, las oportunidades de mayor impacto encontradas en el microentorno externo son las relacionadas con canales de distribución e infraestructura eficiente en USA (Legiscomex, s.f) y el aumento en los últimos años del consumo de aguacate Hass a nivel nacional e internacional (Statista, 2022). Así mismo otras oportunidades de impacto medio son el incremento en el número de predios certificados para exportar aguacate y el crecimiento de proveedores de insumos en Colombia (Agronegocios, 2020). En cuanto a los riesgos se resalta el aumento en la entrada de nuevos competidores altamente competitivos en Estados Unidos y la alta participación política de empresas nacionales en ese país.

Hallazgos del análisis interno

Por medio del análisis del microentorno interno y la cadena de valor de Porter se identificó que la mayoría de las comercializadoras de aguacate Hass están presentes en las actividades primarias y solo unas escasas en actividades de apoyo como el abastecimiento, desarrollo tecnológico, gestión de recursos humanos e infraestructura. En ese sentido, entre las principales fortalezas que se hallaron y que son esenciales para el éxito de las comercializadoras de la industria a nivel internacional están la calidad del producto, una buena imagen corporativa, redes logísticas integradas con proveedores y distribuidores, cumplimiento de normas fitosanitarias e investigación de mercados. Por otro lado, dentro de las debilidades están los elevados costos de transporte en Colombia (por el estado de las vías – logística de salida) (Linkarga, 2022), portafolio reducido de productos ofertados, ubicación alejada de los puertos marítimos, poca experiencia en mercados internacionales, poca comunicación con el consumidor final (servicio post venta) y elevados costos de almacenamiento.

Mediante la herramienta FVOR se determinó que se pueden adoptar diferentes estrategias como diseñar un plan de mercadeo (ofensiva), reducir los costos logísticos (ofensiva), trabajar en conjunto con proveedores (defensiva), gestionar las redes de distribución (defensiva), equilibrar costos logísticos (adaptativa), llevar a cabo investigación de mercados (de supervivencia), entre otras. Todo ello busca que la Asociación De Aguacateros De Cajamarca esté preparada para enfrentar los cambios del entorno mediante estrategias efectivas; además, debe considerar crear una comercializadora que vincule a las asociaciones de aguacate Hass del municipio (en primera instancia) para disminuir los intermediarios y obtener un ingreso que representa utilidades en vez de pérdidas.

Segmentación

La segmentación del mercado de la ciudad de New York tuvo en cuenta las bases sociodemográficas, conductuales y psicográficas. Dichos datos se extrajeron de la encuesta realizada a 385 personas en la ciudad de New York. Teniendo en cuenta las preguntas de la encuesta y demás datos, se hizo una segmentación con base en la edad, educación, cantidad comprada, lugar de compra, frecuencia

de compra, actividades que realiza y opiniones que tienen los individuos. De esta forma, se obtuvieron 4 segmentos, los cuales se evaluaron de manera matemática considerando aspectos como la oferta, demanda y situación de mercado proyectada en el mercado de New York. De allí se decide atender los segmentos 1 y 2, ya que son los que mayor atractivo representan (brecha de mercado) y la oferta de aguacate Hass de Cajamarca de alrededor de 1.200 toneladas alcanzaría a cubrir la demanda.

Para ello se consideró por el lado de la oferta, una tasa de crecimiento del número de competidores del 5%, tasa promedio de las ventas en la industria de 6% y una tasa de crecimiento de precios de 3% (en USA). Por el lado de la demanda, se consideró un crecimiento poblacional del 1%, tasa de crecimiento promedio del consumo per cápita del 4% y una tasa de crecimiento promedio de los precios del 3% (inflación media a 2022).

Para analizar la situación de mercado de los segmentos elegidos se proyectó con base en el crecimiento poblacional del 1% (demanda) y el crecimiento del número de competidores de 5% (oferta)

Tabla 4

Situación de mercado del segmento 1 y 2

Año	segmento 1			segmento 2		
	D (Kg)	O (Kg)	SM (Kg)	D (Kg)	O (Kg)	SM (Kg)
1	1.616.520,78	646.608,31	969.912,47	1.333.597,03	866.838,07	466.758,96
2	1.632.685,98	678.938,73	953.747,26	1.346.933,00	910.179,97	436.753,03
3	1.649.012,84	712.885,66	936.127,18	1.360.402,33	955.688,97	404.713,36
4	1.665.502,97	748.529,94	916.973,03	1.374.006,35	1.003.473,42	370.532,93
5	1.682.158,00	785.956,44	896.201,56	1.387.746,41	1.053.647,09	334.099,32

Fuente: autores

Se llevó a cabo el posicionamiento de los segmentos elegidos con base en los beneficios que brinda el aguacate a la salud. Además, se desarrollaron las decisiones sobre la mezcla de mercadeo provisionales, donde se concluye que

es necesario disponer de estrategias como el packaging eco amigable, establecer un precio competitivo, apoyar la certificación fitosanitaria a proveedores, apostarle a la publicidad online, etc.

Figura 1

Decisiones de la mezcla de mercadeo



Fuente: autores

Conclusiones

La Asociación de Aguacate Hass de Cajamarca y el Tolima es una organización que destaca por la calidad de sus productos y el cumplimiento de las normas fitosanitarias exigidas para exportar. Aun así, la organización debe trabajar en la reducción de los costos logísticos en Colombia, especialmente de los costos de transporte y

almacenamiento de los productos. Del mismo modo, debe estar informado de los cambios en las expectativas del consumidor que exijan a la organización diversificar y diferenciar sus productos.

También es importante mencionar que con el análisis de la cadena de valor de Porter y

el estudio de fortalezas y debilidades de la organización, se determinó que hay falencias en relación con la comunicación con el consumidor final, por ende, la implementación de una página web puede ser una de las alternativas para conocer más al consumidor final de New York.

En el proceso de entrevistas con un experto de aguacate Hass de Cajamarca (Colombia), se determinó que las comercializadoras más tradicionales en el país tienen grandes deficiencias éticas en el manejo del aguacate para exportar. Dicho problema surge de la relación existente entre maquilas (seleccionadoras de aguacate para exportar) y las comercializadoras que compran el

aguacate a los agricultores. De tal forma que se hace necesario establecer comercializadoras socialmente responsables y con un direccionamiento estratégico que responda a las necesidades, oportunidades y riesgos de la organización.

A su vez, se debe establecer un plan de mercadeo donde se determinen las diferentes estrategias aplicables a nivel mercadológico y se pueda estudiar el coste de la logística y distribución física internacional del aguacate (DFI) con el ánimo de determinar la viabilidad desde el punto de vista económico y técnico.

Referencias Bibliográficas

1. Abello (2018). Estudio de mercado para mejorar las exportaciones de aguacate Hass colombiano hacia Estados Unidos. Recuperado de: <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2076/ADM2018-00863.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
2. Agronegocios (2020). La meta con el aguacate Hass colombiano es conquistar el mercado chino este año. Recuperado de: <https://www.agronegocios.co/agricultura/el-aguacate-hass-colombiano-busca-llegar-a-conquistar-el-mercado-chino-este-ano-2957422>
3. Bello R & Santana L (2018). “Oportunidad de exportación de aguacate Hass a Estados Unidos”. Recuperado de: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/649/SantanaMoreno-LadyJohana-2018pdf.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
4. Morales (2016). Una aproximación al marketing social. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n41/n41a01.pdf>
5. Bancolombia (2021). Comercio global de aguacate: análisis del presente y una proyección para los próximos 15 años. Recuperado de: <https://www.bancolombia.com/wps/wcm/connect/243c9592-44f9-42f6-a1bc-a7b58673db9b/comercio-global-de-aguacate.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nAAuqJu>
6. Datosmacro (2022). IPC Colombia. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia#:~:text=El%20IPC%20aumenta%20hasta%20el,es%20del%2013%2C1%25>.
7. Emprendedores (2018). Recuperado de: Por qué en EE. UU. tratan tan bien a los emprendedores que fracasan: La tasa de fracasos es tan alta que, si rechazáramos un emprendedor por haber fracasado, nos quedaríamos sin proyectos. <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/emprendedores-fracasados-estados-unidos/>
8. ICA. (2022). Con 23 mil kilos de aguacate Hass, Colombia inicia la conquista del mercado de Chile. <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-23mil-kilos-aguacate-hass-rumbo-chile#:~:text=El%20%2C3%A1rea%20sembrada%20de%20aguacate,Cauca%20y%20Valle%20del%20Cauca>.
9. Legis Comex. (s.f). Ficha logística de EE UU. Recuperado de: <https://www.legiscomex.com/Documentos/ficha-logistica-eeuu-2011>
10. Linkarga (2022) ¿Qué factores hacen que el transporte de carga en Colombia pueda resultar costoso? Recuperado de: <https://www.linkarga.com/transporte-de-carga-en-colombia-economico/#:~:text=%E2%80%9CEn%20Colombia%2C%20los%20costos%20operativos,seguros%20y%20los%20mantenimientos%20vehiculares>.
11. Más Colombia (2022). Reforma tributaria 2022: con esta, van 13 reformas en 23 años. Recuperado de: <https://mascolombia.com/reforma-tributaria-2022-con-esta-van-13-reformas-en-23-anos/>

12. Ministerio de industria y comercio. (s.f). Beneficios del TLC entre Colombia y EE. UU. Recuperado de: <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-estados-unidos/1-antecedentes/beneficios-del-tlc-entre-colombia-y-ee-uu>.
13. Quinchía. (2022). El colombiano. Atención productores del agro: Banco Agrario bajará tasas de interés para acceso a créditos. Recuperado de: <https://www.elcolombiano.com/negocios/banco-agrario-baja-tasas-de-interes-para-acceso-a-creditos-a-productores-del-agro-colombiano-AI19551111>
14. Statista. (2022). Statista. Consumo anual de aguacate en Estados Unidos 1985-2022. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1263612/consumo-anual-de-aguacate-en-eeuu/#:~:text=El%20consumo%20de%20aguacates%20en,a%201.390%20millones%20de%20kilogramos>.
15. Telemundo. (2022). Estudio: Nueva York es el estado con la tasa de impuestos más alta de la nación en 2022. Recuperado de: <https://www.telemundo47.com/historias-destacadas/estudio-nueva-york-es-el-estado-con-las-tasa-de-impuestos-mas-alta-de-la-nacion-en-2022/2267524/>
16. Vargas, A. y Campo, O. (2020). Plan de mercadeo internacional para la exportación de aguacate Hass. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12473/T09318.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Caracterización del microcrédito de las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibagué

Characterization of microcredit for micro, small and medium-sized businesses in the city of Ibagué

Nancy García Cortés⁸
Norma Gisela Lozano Mendez⁹
Angie Daniela Ordoñez Bernal
Juan Camilo Romero Cubillos
Carlos Fernando Parra Moreno¹⁰

Resumen

El microcrédito es una herramienta financiera que ofrece pequeños préstamos a personas que no tienen acceso a servicios bancarios tradicionales. Estos préstamos son esenciales para fomentar el desarrollo económico y social en comunidades marginadas. El objetivo de este artículo es caracterizar las variables que inciden sobre el uso del microcrédito de las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibagué a través de la estadística descriptiva y la técnica multivariante del Análisis Factorial Exploratorio (AFE). Para ello se encuestaron 378 micro, pequeños y medianos empresarios, instrumento que se componía de variables dicotómicas y politómicas para conocer su percepción respecto a la financiación y uso del microcrédito. A partir de AFE se encuentran cuatro factores o componentes que agrupan a las 16 variables presentes en el estudio.

Palabras Clave: Análisis factorial exploratorio, Microcrédito, microfinanzas, microempresa.

Abstract

Microcredit is a financial tool that offers small loans to people who do not have access to traditional banking services. These loans are essential to foster economic and social development in underserved communities. The objective of this article is to characterize the variables that affect the use of microcredit in

micro, small and medium-sized businesses in the city of Ibagué through descriptive statistics and the multivariate technique of Exploratory Factor Analysis (EFA). For this, 378 micro, small and medium-sized entrepreneurs were surveyed, an instrument that was made up of dichotomous and polytomous variables to know their perception regarding the financing and use of microcredit. From EFA, four factors or components are found that group the 16 variables present in the study.

Keywords: Exploratory factor analysis, Microcredit, microfinance, microenterprise.

8. Contadora Pública de la Universidad de Ibagué, Maestría en Alta Gerencia, Título oficial Universidad Rey de Juan Carlos de España, Docente del programa de Administración Financiera del IDEAD de la Universidad del Tolima, investigadora adscrita al CCI de la universidad del Tolima. ngarcia@ut.edu.co

9. Lozano, Ordoñez y Romero son estudiantes del programa de Administración Financiera de la Universidad del Tolima pertenecientes al semillero ADFIT Administradores Financieros del Tolima dirigido por la profesora Nancy García Cortés. El artículo es resultado de la investigación denominada "El impacto del microcrédito en la situación financiera del pequeño, mediano y microempresario de la ciudad de Ibagué". Este trabajo se llevó a cabo con apoyo del grupo de investigación GIETO del IDEAD de la Universidad del Tolima. nylozanom@ut.edu.co, adordonezb@ut.edu.co, jromeroc@ut.edu.co.

10. Docente Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia (IDEAD) de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios (DEI), PhD (C) en Administración de la Universidad de La Salle; Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia; Magíster en Economía, Universidad Externado de Colombia, Economista de la Universidad del Ibagué. Integrante del grupo de investigación GIETO. e-mail cfparra@ut.edu.co

Introducción

El microcrédito es una herramienta financiera que ofrece pequeños préstamos a personas que no tienen acceso a servicios bancarios tradicionales. Estos préstamos son esenciales para fomentar el desarrollo económico y social en comunidades marginadas. A continuación, se detallan las principales razones por las que el microcrédito es importante: permite la inclusión financiera, la reducción de la pobreza, el empoderamiento de la mujer, el desarrollo local, la sostenibilidad y autosuficiencia empresarial, la diversificación económica, la educación y capacitación y la innovación y emprendimiento.

Desde una mirada detallada con respecto a la situación y el apalancamiento financiero con microcrédito en las micro, pequeñas, y medianas empresas de la ciudad de Ibagué, este estudio parte de la anterior investigación del semillero ADFIT, especialmente en relación con "El impacto de las microfinanzas como estrategia dirigida a la población base de la pirámide (PBP) de la ciudad de Ibagué" (Patiño, Delgadillo, Torres, 2019, p. 14), con el objetivo de profundizar y caracterizar el microcrédito en la PyMES identificando la estabilidad financiera de estos empresarios.

En este sentido, se pretende caracterizar el microcrédito en las MIPyMEs ibaguereñas, en la que se identifica la correspondencia entre las finalidades del crédito y su uso real, las percepciones sobre los beneficios del microcrédito, y la efectividad en el logro de metas empresariales establecidas. Estos temas son fundamentales a partir de conclusiones previas que enfatizan la importancia del apoyo institucional a los microempresarios en la ciudad. A través de este enfoque, se aporta evidencia significativa para informar políticas y prácticas que promuevan el desarrollo sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas en la región de Ibagué.

El estudio también se enmarca en el contexto nacional e internacional de fomento al espíritu emprendedor, respaldado por leyes como la Ley 590 de 2000, 905 de 2004 y 1014 de 2006, que promueven la capacidad emprendedora en Colombia. Asimismo, consideramos estudios globales que destacan el potencial transformador del microcrédito en el desarrollo empresarial.

Este artículo está organizado de manera que la introducción establece el contexto y los objetivos de nuestra investigación. A continuación, desarrollamos un marco teórico, posteriormente, se detalla la metodología empleada y presentan los resultados obtenidos, Finalmente, se dan a conocer las conclusiones.

1. Marco de referencia

1.1. Marco teórico

1.1.1. Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) constituyen una parte fundamental del entramado económico en numerosas regiones del mundo, siendo catalizadores esenciales de desarrollo, innovación y empleo. Según estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), las PYMES representan un alto porcentaje del tejido empresarial en la mayoría de las economías, caracterizándose por su tamaño reducido en términos de empleados, facturación y activos.

Un elemento central en la definición de PYMES es su flexibilidad operativa y su capacidad para adaptarse a cambios en el entorno económico y regulatorio. A menudo, las PYMES enfrentan desafíos específicos en comparación con las grandes corporaciones, como acceso limitado a financiamiento, barreras administrativas y restricciones en cuanto a recursos humanos. Sin embargo, su importancia radica en su contribución significativa al crecimiento

económico sostenible, la creación de empleo local y la diversificación de la estructura productiva.

1.1.2. Microcrédito

La entrada del presente siglo ha permitido que nuevos actores ingresen a la economía formal o estén en su proceso, tal es el caso de las pequeñas empresas como las personas de bajos ingresos, aunque “la gran mayoría de los pequeños establecimientos empresariales de la llamada economía informal no tienen todavía acceso regular a los mecanismos convencionales de crédito que ofrece el sistema financiero formal” (Aristizabal, 2007, p.40).

De esta forma el microcrédito ha emergido como una herramienta poderosa para fomentar la inclusión financiera y promover el desarrollo socioeconómico en comunidades desfavorecidas. Este enfoque se atribuye comúnmente al trabajo pionero de Muhammad Yunus y el Banco Grameen en Bangladesh, quienes demostraron que pequeños préstamos pueden empoderar a individuos de bajos recursos para iniciar o expandir negocios, mejorar sus condiciones de vida y generar empleo local.

El microcrédito se distingue por su estructura orientada a prestatarios sin garantías tradicionales o historial crediticio, a menudo marginados por las instituciones financieras convencionales. La esencia del microcrédito es la confianza en la capacidad de los prestatarios para utilizar eficazmente los fondos otorgados, respaldando iniciativas económicas que, en última instancia, fortalecen las bases de la economía local. El microcrédito es una herramienta financiera eficaz para satisfacer la demanda de los pequeños empresarios, se debe aumentar el acceso de la población al crédito, se debe articular microfinanzas como una cadena productiva y optimizar las ventajas comparativas de cada sector.

Este tipo de financiamiento no solo busca aliviar la pobreza y fomentar la actividad empresarial, sino también fomentar la inclusión social y económica, especialmente entre las poblaciones vulnerables. La proliferación de programas de microcrédito ha estimulado discusiones sobre su impacto a largo plazo, abriendo debates sobre la efectividad en la reducción de la pobreza y la sostenibilidad financiera de los beneficiarios.

1.1.3. Los micronegocios

El marco legal vigente para promover el desarrollo de las medianas, pequeñas y microempresas es la Ley 905 de 2003 (Ministerio de Desarrollo Económico, 2000) define el microcrédito en el artículo 39 como el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco salarios mínimos mensuales legales vigentes, así mismo la Circular Externa 50 de 2001 de la Superintendencia bancaria establece el microcrédito como una modalidad de crédito en el Plan Único de Cuentas, abre las puertas para que el sector financiero brinde opciones de financiación a este segmento empresarial, en Colombia existen instituciones y entidades dedicadas a prestar servicios financieros a los microempresarios, entre ellos Corporación mundial de la mujer, Microempresas De Antioquia, Fundación Carvajal.

Según el DANE (2024) para 2015 la Economía no Observada (ENO) representaba para Colombia un 24,4% de la producción nacional:

“A nivel nacional, los 5.188.402 micronegocios, estimados en el 2023, generaron \$77,2 billones de pesos en valor agregado. Las actividades económicas con la mayor participación en el valor agregado total fueron: Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas (26,6%); Agricultura, ganadería, caza,

silvicultura y pesca (14,0%); Industria manufacturera (12,7%); Transporte y almacenamiento (10,8%); Actividades financieras y de seguros, inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos (10,4%); Alojamiento y servicios de comida

(7,5%); Construcción (7,2%). Por otro lado, Minería (0,7%); Educación (1,0%); e Información y comunicaciones (1,4%) fueron las actividades económicas con la menor participación en el valor agregado”.

Tabla 1

Variación anual de los ingresos nominales de los micronegocios según actividad económica Total Nacional 2023/2022

Actividad económica	Total Nacional			
	2023	2022	Variación porcentual	Contribución p.p.
Total nacional	178.655.380	151.673.775	17,8*	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca y minería	24.064.280	17.657.783	36,3*	4,2
Transporte y almacenamiento	19.550.913	13.702.053	42,7*	3,9
Industria manufacturera (1)	19.243.501	14.406.572	33,6*	3,2
Actividades financieras y de seguros, inmobiliarias, profesionales, servicios administrativos, información y comunicaciones	13.320.327	9.999.530	33,2*	2,2
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	67.975.348	65.843.040	3,2	1,4
Educación, actividades de atención a la salud humana y de asistencia social, actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios	11.346.979	9.496.589	19,5*	1,2
Construcción	7.715.001	6.378.215	21,0	0,9
Alojamiento y servicios de comida	15.431.962	14.183.397	8,8	0,8

Fuente: DANE, EMICRON.

A partir de la Tabla 1 se puede apreciar que el cerca del 16% de la económica de los micronegocios se da en actividades financiera, de seguros entre otros. Adicionalmente se encuentra que cerca del 58% de los micronegocios en Colombia se financian con recursos propios, seguidos de préstamos familiares, mientras que tal solo el 8% requirió de apoyo del sistema financiero legal para financiar su actividad productiva, lo que muestra la alta informalidad y poca adquisición de recursos que garanticen la sostenibilidad y funcionamiento de emprendimientos.

Tabla 2

Fuentes de financiación de los micronegocios en Colombia, 2023

	Total	%
Ahorros personales	2.910.882	57,6%
Préstamos familiares	592.711	11,7%
Préstamos bancarios	430.847	8,5%
Prestamistas	126.698	2,5%
Capital semilla	13.119	0,3%
No requirió financiación	909.811	18,0%
No sabe	11.561	0,2%
Otro	61.878	1,2%
Total	5.057.507	100,0%

Fuente: elaboración a partir del DANE (2024)

Tabla 3
Ubicación de los micronegocios en Colombia, 2023

Ubicación	%
En la vivienda	28,4
Local, tienda, taller, fábrica, oficina, consultorio	12,5
De puerta en puerta o a domicilio	19
Ambulante sitio al descubierto	9,3
Vehículo con o sin motor	11,6
Obra o construcción	2,3
Finca	13,4
Otro (1)	3,5
Total	100

Fuente: elaboración a partir del DANE (2024)

En Colombia el 28,4% de los micronegocios se encuentra ubicados en la vivienda del propietario y un 11,6% en un vehículo, lo que muestra la alta informalidad y búsqueda de reducción de costos de operación de los emprendimientos. De los negocios ubicados en la vivienda el 56% lo hacen compartiendo esta ubicación. El 77% de los negocios se dedican a tiendas de barrios, seguido de un 13,4% dedicados a talleres, y el 7,5% a oficinas. Del total de los micronegocios, a nivel de espacio público hay 481.000 negocios de los cuales el 60,4% son móviles.

Tabla 4
Distribución de micronegocios según propiedad del emplazamiento, 2023

Según propiedad	%
Propio, totalmente pagado	43,4
Propio, lo está pagando	3,2
En arriendo o subarriendo	30,8
En usufructo	18,9
Posesión sin título (ocupante de hecho) o propiedad colectiva	2,6
Otro (1)	1,1
Total	100,0

Fuente: elaboración a partir del DANE (2024)

Según el DANE el 43,4% de los micronegocios son propios, mientras que el 30% son en arriendo. El 87% de estos negocios no aporta a seguridad social y pensión, sólo el 9,4% aporta salud y pensión; mientras que el 6,9% aporta a ARL. El 82% genera solo un puesto laboral mientras que el 15,3% emplea de 2 a 3 personas. El número de personas empleadas en los micronegocios en Colombia asciende a 884.258 personas, de las cuales el 77% tienen contrato temporal, y el 67% son hombres.

1.1.4. Marco espacial y temporal

La ciudad de Ibagué, situada en el departamento de Tolima en Colombia, se distingue por su vibrante ecosistema empresarial, caracterizado por una mayoría abrumadora de microempresas. Con una población estimada de aproximadamente 550,000 habitantes, Ibagué alberga un tejido empresarial diversificado que abarca múltiples sectores económicos clave, incluyendo el comercio, la industria manufacturera, la agricultura y el turismo.

En términos de tamaño empresarial, la Cámara de Comercio de Ibagué estima que aproximadamente el 90% de las empresas en la ciudad son microempresas. Estas empresas, que suelen contar con menos de 10 empleados, constituyen la columna vertebral de la economía local, aportando dinamismo y flexibilidad al panorama empresarial. Las pequeñas empresas representan alrededor del 8% de las entidades empresariales en Ibagué, mientras que las medianas y grandes empresas constituyen solo el 2% restante.

La antigüedad en el mercado empresarial de Ibagué refleja un entorno en constante renovación. Cerca del 60% de las empresas tienen menos de 5 años de establecidas, lo que indica un flujo constante de nuevas iniciativas empresariales. Otro 25% de las empresas tienen entre 5 y 10 años de antigüedad,

mientras que el 15% restante ha superado la década en el mercado, demostrando estabilidad y resiliencia.

El sector agrícola es una parte integral de la economía local, destacando cultivos emblemáticos como café, plátano y frutas tropicales. Este sector, junto con el turismo en crecimiento, aprovecha los recursos naturales y culturales únicos de la región para atraer visitantes y generar oportunidades económicas adicionales.

En términos de financiamiento empresarial, se estima que alrededor del 30% de las microempresas en Ibagué han tenido acceso previo a microcréditos u otros productos financieros similares. Este acceso limitado pero significativo a financiamiento externo resalta la importancia de estudiar el impacto del microcrédito en el desarrollo y sostenibilidad de las empresas locales.

En resumen, Ibagué representa un microcosmos empresarial dinámico en el corazón de Colombia, donde las microempresas predominan y diversifican el paisaje económico. Este contexto empresarial único sirve como el telón de fondo perfecto para investigaciones como la llevada a cabo en 2023, que busca profundizar en el impacto del microcrédito en la situación financiera y el desarrollo empresarial de la ciudad.

2. Estado del arte

El microcrédito en Colombia aparece a principios de la primera década del siglo XXI como una alternativa para los pequeños empresarios y personas de bajos recursos. Según Aristizabal (2007) hasta este momento se dudaba de las bondades, la seriedad, de la cobertura y reglamentación del mismo, ya que el público objetivo no brinda el respaldo de derechos de propiedad para su acceso, a tal punto que se consideraba que:

Se configura entonces un mercado de crédito imperfecto dado que hay racionamiento de recursos para esta línea y adicional a ello es incompleto ya que no hay microcrédito ni financiamiento de largo plazo, esto sin tener en cuenta que el perfil del cliente 'usuario de microcrédito' hace parte de la población más vulnerable del país y por ende los riesgos en los que se incurren son demasiado altos (Aristizabal, 2007, p.40).

Lo anterior planteó la necesidad de canalizar este tipo de créditos a través de "instituciones de microcrédito como bancos especializados, Organizaciones No Gubernamentales, Cooperativas, Cajas de Compensación y otras entidades" (Ibid., 40).

Las instituciones microfinancieras son una de las herramientas favoritas para combatir la pobreza en los países en desarrollo Fairley 1998, Snow y Buss 2001, McGuire y Conroy 200, como se citó en (Martinez 2008), sin embargo, en su investigación documental encuentra que las instituciones microfinancieras enfrentan una controversia, pues al ser calificadas como institución financiera tienen bajos rendimientos, pues no es tenido en cuenta su aporte social, el cual es aliviar la pobreza.

Por otro lado, Bhatta (2001), Shaw (2004), Rooth (1997) como se citó en (Martinez 2008) coinciden en que las instituciones micro financieras no tienen efectividad en casos de pobreza extrema, no cuentan con la infraestructura mínima para el desarrollo de la actividad económica, y más aún si los campesinos no tienen habilidades para administrar los recursos.

los principales problemas de las IMF son los siguientes: a) las IMF trabajan con grupos objetivo seguros, no los más pobres, para poder recuperar los fondos; b) hay

tendencia a ser paternalista y desconfiado con los más pobres; c) identificar y llegar hasta los más pobre requiere mucho tiempo; d) ambientes macroeconómicos inestables afectan el potencial de ahorro y el crecimiento del microcrédito; e) los más pobres usualmente rechazan el microcrédito porque no quieren asumir riesgos y f) criterios inflexibles tales como prestar a grupos, pagos iniciales del préstamo o requerimientos de colateral (Fairley, 1998 como se citó en Martínez, 2008 p.102).

Martínez (2008) concluye que el microcrédito representa una herramienta para el alivio de la pobreza, siempre y cuando los recursos se administren correctamente, además de que cada uno de los problemas y desafíos sean subsanados con préstamos accesibles, ahorro, formación y acompañamiento a los microempresarios, promover habilidades financieras y sociales, para lograr un impacto positivo en las sociedades pobres, incrementando su capacidad de inversión y mejorando su calidad de vida.

Cuasquer, Maldonado (2011) en su investigación documental y de campo, reflejan la importancia para el desarrollo económico y la inclusión financiera en América Latina, resaltando el papel de las cooperativas de ahorro y crédito en los microempresarios, el impacto que tiene el mercado microfinanciero junto con su reglamentación y normatividad en Ecuador, México, El Salvador, Colombia y Paraguay.

En los cinco países, ninguno define las microfinanzas, pero el microcrédito si es regulado y su definición varía según el país, se encuentra ligada a diferentes características como lo son los montos base, sujeto de crédito, destino de crédito, actividades a financiar o la fuente de pago (Cuasquer y Maldonado 2011):

La definición formal de las normas vigentes de aspectos generales como las microfinanzas o el microcrédito, es un factor básico, para la legislación adecuada de este fenómeno y para el establecimiento de políticas que fomenten el desarrollo de estos productos y servicios financieros para el sector microempresarial. Por lo tanto, las autoridades deben realizar esfuerzos adicionales para definir con la mayor precisión posible que se entenderá por microfinanzas y microcrédito (p. 11)

Las particularidades propias de las microfinanzas hacen necesaria una normativa que tome en cuenta tratamientos diferenciales para este segmento que permitan un mejor manejo y desarrollo de productos adecuados a la demanda y exigencias del sector microempresarial que atienden (Cuasquer, Maldonado, 2011, p. 13)

Según Cuasquer y Maldonado 2011 en todas las CAC e IMF, consultadas es ofertado el microcrédito a los diferentes microempresarios, factor importante que puede lograr un impacto positivo en el desarrollo económico de América Latina. A su vez, Fernández Moreno 2014 evalúa específicamente el impacto del microcrédito en las utilidades de las microempresas en Colombia. Su estudio demuestra que el acceso al microcrédito mejora significativamente las utilidades y los ingresos de las microempresas. Además, resalta la importancia de la formación y el acompañamiento para maximizar los beneficios del microcrédito. Fernández concluye que, aunque el microcrédito es una herramienta eficaz para el crecimiento económico de las microempresas, su efectividad depende de un apoyo integral que incluya educación financiera y acompañamiento continuo.

Inglada, Sastre y de Miguel (2015) destacan el papel crucial del microcrédito en el desarrollo

social, especialmente en su capacidad para integrar a las clases más desfavorecidas en el sistema financiero tradicional. Los autores argumentan que el éxito del microcrédito no sólo radica en la provisión de fondos, sino también en la educación y formación de los beneficiarios para garantizar el uso efectivo de los recursos. El estudio resalta la necesidad de políticas públicas que apoyen la expansión y sostenibilidad del microcrédito, abordando desafíos como la profesionalización del sector y la integración de servicios financieros innovadores.

Armendariz y Morduch (2005) discuten indicadores de productividad, y rentabilidad, y el alcance en la reducción de pobreza de los clientes del pequeño crédito. Los autores aclaran que las mediciones tienen complejidades y los estudios pueden tornarse, desde la metodología, poco sólidos, en el sentido en que las condiciones iniciales que engendran la pobreza en determinados individuos es diferente y la forma como se genera la muestra y los datos de los cuales se desprende la medición son fiables en la medida en que se controlen los problemas de autoselección o de endogeneidad y se den similitudes entre los beneficiarios y no beneficiarios del programa.

El crecimiento económico se considera necesario, pero no suficiente para mitigar la pobreza; en ocasiones el efecto positivo que este produce en el bienestar puede minimizarse o inclusive anularse debido a una inequitativa distribución del ingreso. Políticas de tipo macroeconómico top-down¹ requieren acompañarse de políticas microeconómicas bottom-up² bien diseñadas, que favorezcan el incremento de la productividad y la participación de las personas menos favorecidas en el mercado como lo señalan Snow y Terry (2001) y Woller, Dunford y Woodworth (1999).

Esto no significa desconocer el gran potencial que tienen estas organizaciones para facilitar el alcance de niveles de vida más altos a grupos de personas (obreros y trabajadores de ingresos medios y bajos de empresas) que tradicionalmente han sido ignorados por los intermediarios financieros institucionales. Barona, B. (2004).

3. Métodos

La investigación se desarrolló dentro del enfoque epistemológico empírico-realista, que busca medir y realizar procesos sobre el impacto del microcrédito en las PYMES de la ciudad de Ibagué. Este enfoque reconoce la importancia de abordar fenómenos económicos y financieros desde una perspectiva que prioriza la observación y medición empírica.

Por otro lado, el enfoque investigativo utilizado en este trabajo es cuantitativo. Este enfoque implica la recopilación y análisis de datos numéricos para comprender fenómenos económicos, como el efecto del microcrédito en la situación financiera de las empresas. El método cuantitativo permite establecer relaciones y patrones estadísticos claros, facilitando el análisis riguroso de la información recolectada.

La investigación se llevó a cabo mediante el uso de encuestas como instrumento principal para el levantamiento de información. Con una población objetivo de 16,037 pequeños, medianos y microempresarios en Ibagué, se aplicó una muestra representativa de 378 encuestas. La selección de esta muestra se basó en la fórmula de tamaño de muestra finita, que garantiza la representatividad y validez estadística de los resultados obtenidos.

El diseño metodológico adoptado inicialmente fue exploratorio y descriptivo, con el propósito de obtener resultados numéricos que pudieran

ser analizados mediante técnicas cuantitativas. La recolección de datos se llevó a cabo de manera rigurosa, siguiendo los pasos establecidos en el diseño de la encuesta y garantizando la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

Posteriormente, los datos recolectados fueron sometidos a un análisis detallado, utilizando herramientas estadísticas apropiadas para validar las hipótesis planteadas en la investigación. Este enfoque metodológico permitió obtener conclusiones significativas sobre el impacto del microcrédito en la situación financiera de las PYMES en Ibagué,

contribuyendo así al cuerpo de conocimiento en el campo de las finanzas empresariales y el desarrollo económico local.

Finalmente se realiza el análisis factorial exploratorio para los datos. El procesamiento de la información obtenida se realizó mediante la herramienta tecnológica IBM SPSS-25, por medio de esta, se realizó la tabulación, el análisis y cotejamiento de datos.

4. Resultados

4.1. Variables

A continuación, se presentan las variables empleadas en el estudio, su forma de medición, el tipo de variable y la nomenclatura empleada.

Tabla 1

Variables del trabajo de investigación

Variable	Como lo miden	Tipo de variable	Sigla
Sexo	Dicotómica	Cualitativa	sexo
Rango de edad	Intervalos	Cuantitativa	edad
¿Cual es su ocupación?	Ordinal	Cualitativa	ocupación
¿Conoce qué es un microcrédito?	Dicotómica	Cualitativa	conmicro
¿Cuál es el canal más frecuente de sus créditos?	Ordinal	Cualitativa	canal
¿Qué grado de importancia tiene para usted, la tasa de interés en el momento de acceder a un microcrédito?	Ordinal	Cualitativa	tasaint
¿Para qué tipo de necesidad adquiere o ha adquirido un microcrédito?	Ordinal	Cualitativa	necemicrocre
¿Cuando accede a un microcrédito, considera que su empresa obtiene beneficios o desventajas?	Ordinal	Cualitativa	benedesve
¿Contempla usted la opción de un microcrédito a futuro, para la ampliación de su negocio?	Ordinal	Cualitativa	nuevocred
¿Según su experiencia, al momento de solicitar un microcrédito, la entidad que lo otorgó, ¿a que le dio mayor importancia?	Ordinal	Cualitativa	mayorimp
¿Cuáles son los motivos que en algún momento lo han llevado a incumplir con el pago de una cuota del microcrédito?	Ordinal	Cualitativa	motivos

¿El incumplimiento de cuotas de microcréditos le ha generado alguna consecuencia?	Ordinal	Cualitativa	incumplir
¿Cuál es la modalidad de crédito que más utiliza?	Ordinal	Cualitativa	modalidad
¿Cuando ha solicitado microcrédito, el valor otorgado, le ha cambiado su destino, respecto al objeto para lo cual lo solicitó en?	Ordinal	Cualitativa	destino
¿Considera, que los microcréditos otorgados, luego de un tiempo determinado, le han incrementado?	Ordinal	Cualitativa	incrmento
¿Por cuál de las siguientes razones accedería en el futuro a un microcrédito?	Ordinal	Cualitativa	razonesfuturo

Fuente: elaboración propia.

4.2. Análisis descriptivo de las variables

Tabla 2

Estadísticos descriptivos de las variables

		Estadísticos															
		sexo	edad	ocupación	commicro	canal	tasaint	necemicrocre	benedesve	nuevocred	mayorimp	motivos	incumplir	modalidad	destino	incremento	razonesfuturo
N	Válido	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378	378
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		,5556	2,4048	3,0741	1,0582	3,1720	2,0053	4,2169	1,2540	,6217	5,2487	3,3677	3,6349	6,6111	2,0159	5,2381	4,5132
Mediana		1,0000	2,0000	3,0000	1,0000	3,0000	1,0000	5,0000	1,0000	1,0000	6,0000	3,0000	4,0000	4,0000	2,0000	5,0000	4,0000
Moda		1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	6,00	3,00	5,00	4,00	2,00	7,00	4,00
Desv. Desviación		,49756	1,27314	1,73735	,23443	1,45108	1,42355	1,35699	,45956	,48561	1,81551	1,62693	1,55160	4,10080	,81742	1,63562	1,42954
Asimetría		-,224	,300	,273	3,789	,996	,845	-,123	1,625	-,504	-,849	,296	-,228	,282	,439	-,318	,663
Error estándar de asimetría		,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125	,125
Curtois		-1,960	-1,216	-1,215	12,423	-,428	-1,039	-1,152	2,748	-1,755	-,623	-1,040	-1,524	-1,451	-,236	-,920	1,634
Error estándar de curtois		,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250	,250
Mínimo		,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo		1,00	5,00	6,00	2,00	6,00	5,00	6,00	4,00	1,00	9,00	6,00	6,00	14,00	5,00	8,00	9,00

Fuente: elaboración propia.

Se encuentra que la edad promedio de los encuestados es de 41 años, con una edad de mayor participación del 36% entre los 18 y 30 años; donde las mujeres participan con el 56% y los hombres con el 44%.

44-56	86	22,8
57-69	77	20,4
70-82	16	4,2
Total	378	100,0

Fuente: elaboración propia

Tabla 3

Rango de edad de los encuestados

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18-30	135	35,7
31-43	64	16,9

Respecto a la ocupación, el 28% son dueños del negocio, seguido de los empleados con el 21%, es importante mencionar que responden la encuesta el 40% que son propietarios y un 38% que son empleados, solo el 12% son independientes.

Tabla 4

Ocupación de los encuestados

Ocupación	Frecuencia	%
Dueño de negocio formal	107	28,3
Dueño de negocio informal	46	12,2
Empleado de la micro empresa	81	21,4
Empleado temporal de la micro empresa	45	11,9
Empleado y Familiar del dueño de negocio	54	14,3
Independiente	45	11,9
Total	378	100,0

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 5 se aprecia que el 24% (se calcula 89/378) de los encuestados son mujeres y propietarias de negocios formales, esto quiere decir que son ellas las que más emprendimiento generan en este tipo de negocio. Adicionalmente,

se encuentra que existen diferencias de las proporciones del sexo y la ocupación, por tanto, son indiferentes o independientes estas dos variables (P-value del Chi²>0,05).

Tabla 5

Relación ocupación y sexo

Sexo	Ocupación						
	Dueño negocio formal	Dueño negocio informal	Emp. de la micro empresa	Emp. temp. de la micro empresa	Empl. y Fam. del dueño de negocio	Indep.	Total
Hombre	18	27	41	29	41	12	168
Mujer	89	19	40	16	13	33	210
Total	107	46	81	45	54	45	378

Fuente: elaboración propia

El 94% de los encuestados dice conocer que es un microcrédito, donde el 46% accede a créditos comerciales o bancarios, el 24% lo hace a través de gota-gota y el 15% lo hace a partir del uso de tarjetas de crédito. El 65% considera importante y prioritaria la consulta de las tasas de interés vigente y gestiona en la entidad donde esté más bajo; el 39% adquiere los créditos para dar cumplimiento a la idea de negocio, el 28% lo utiliza para mejora de la vivienda y el 23% para el pago de deudas contraídas anteriormente. El 75% considera beneficioso adquirir créditos mientras que el 24% no lo considera así, pero es prioritario saber que el 62% no está dispuesto a

adquirir nuevos créditos para la ampliación del negocio; estas dos variables (beneficios y nuevos créditos) no son dependientes según la prueba de Chi cuadrado, y esto se aprecia en que solo el 25% de los que consideran beneficioso recibir un crédito estarían dispuestos a solicitar uno nuevo.

Cuando se les otorgó el crédito la entidad financiera dio mayor importancia a la posesión de bienes como respaldo (34%), nivel de deudas que posee (19%) y la calidad de los codeudores (17%). Respecto al incumplimiento con las deudas el 69% no ha cumplido alguna vez con los pagos; los principales factores de incumplimiento son: los ingresos no alcanzan (19%), se ha reducidos

los ingresos (16%) y han existidos imprevistos de salud, educación u otros (14%).

Dentro de los efectos por incumplimiento de los pagos crediticios se destacan: reporte a centrales de riesgo (39%), no ha generado consecuencias (34%), embargos (6%), solicitar créditos informales (6%). La modalidad de crédito más utilizada fué: crédito hipotecario (30%), microcrédito (23%) y la compra de cartera (10%). Si los empresarios realizan un nuevo crédito los destinaría: pagar intereses a otras deudas (18%), a pagar más deudas (10%), cumpleaños de un familiar (3,4%).

4.3. Análisis factorial

El análisis factorial permite identificar variables subyacentes, o factores, que expliquen la configuración de las correlaciones dentro de un conjunto de variables observadas. Con el análisis factorial se logra la reducción de los datos para identificar un pequeño número de factores que pueda explicar la mayoría de la varianza observada en un número mayor de variables observadas. Adicionalmente, se puede utilizar

para crear o probar hipótesis relacionadas con los mecanismos causales o para correlacionar variables.

El análisis factorial puede ser exploratorio (AFE) o confirmatorio (AFC). Entre los métodos de análisis factorial se destacan los siguientes: Componentes principales, Mínimos cuadrados no ponderados, Mínimos cuadrados generalizados, Máxima verosimilitud, factorización de Ejes principales, factorización Alfa y factorización Imagen. En el presente trabajo se realiza a partir del AFE y se utiliza el método de componentes principales.

4.3.1. Análisis correlacional

Se encuentra que las correlaciones entre las variables son bajas (inferiores a 0,50), esto se debe principalmente a que son variables cualitativas de tipo dicotómico y politómico, además estas correlaciones son calculadas a partir de matrices de Pearson y no tetracóricas y policóricas.

Tabla 6

Matriz de correlaciones

Matriz de correlaciones^a

	sexo	edad	ocupación	comercio	canal	taxant	recomercio	beneficiario	reintegró	mayorimp	motivos	incumplir	modalidad	destino	incremento	razonesfuturo	
Correlación	sexo	1,000	-.006	-.220	-.040	-.158	-.159	-.269	-.131	-.217	-.223	-.019	-.365	-.421	-.301	-.218	-.040
	edad	-.486	1,000	-.354	-.141	-.231	-.234	-.427	-.295	-.378	-.256	-.091	-.511	-.553	-.888	-.294	-.110
	ocupación	-.229	-.254	1,000	-.178	-.180	-.244	-.227	-.142	-.118	-.284	-.095	-.278	-.194	-.352	-.208	-.095
	comercio	-.040	-.141	-.178	1,000	-.072	-.809	-.010	-.014	-.124	-.372	-.017	-.112	-.351	-.078	-.085	-.085
	canal	-.158	-.231	-.180	-.072	1,000	-.236	-.294	-.177	-.218	-.183	-.120	-.221	-.225	-.407	-.153	-.040
	taxant	-.159	-.234	-.244	-.069	-.236	1,000	-.249	-.176	-.241	-.146	-.148	-.089	-.222	-.340	-.083	-.040
	recomercio	-.269	-.427	-.227	-.810	-.294	-.349	1,000	-.086	-.318	-.140	-.151	-.259	-.347	-.348	-.297	-.068
	beneficiario	-.131	-.205	-.142	-.014	-.177	-.176	-.086	1,000	-.127	-.231	-.114	-.149	-.177	-.173	-.141	-.205
	reintegró	-.217	-.278	-.118	-.124	-.208	-.281	-.318	-.127	1,000	-.206	-.136	-.142	-.323	-.346	-.179	-.065
	mayorimp	-.223	-.256	-.284	-.072	-.193	-.146	-.140	-.031	-.206	1,000	-.038	-.186	-.347	-.197	-.090	-.020
	motivos	-.365	-.486	-.352	-.040	-.170	-.148	-.151	-.114	-.136	-.338	1,000	-.128	-.055	-.171	-.089	-.069
	incumplir	-.421	-.553	-.352	-.040	-.221	-.289	-.359	-.148	-.342	-.190	-.128	1,000	-.517	-.414	-.134	-.148
	modalidad	-.301	-.388	-.194	-.112	-.221	-.222	-.347	-.177	-.323	-.347	-.015	-.517	1,000	-.445	-.305	-.037
	destino	-.218	-.294	-.208	-.085	-.153	-.083	-.348	-.173	-.346	-.187	-.111	-.414	-.445	1,000	-.284	-.130
	incremento	-.040	-.085	-.085	-.078	-.153	-.083	-.267	-.141	-.170	-.260	-.068	-.134	-.304	-.294	1,000	-.105
	razonesfuturo	-.040	-.110	-.105	-.085	-.080	-.108	-.188	-.295	-.045	-.320	-.058	-.148	-.037	-.138	-.105	1,000
Sig. (bilateral)	sexo		.999	.000	.217	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.062	.000	.000	.000	.000	.218
	edad	.000		.000	.063	.000	.000	.000	.000	.000	.079	.000	.000	.000	.000	.000	.016
	ocupación	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.009	.011	.051	.023	.008	.000	.000	.000	.020
	comercio	.217	.003	.000		.002	.432	.421	.390	.008	.002	.299	.448	.415	.114	.008	.050
	canal	.001	.000	.000	.042		.000	.000	.000	.000	.010	.008	.000	.000	.000	.001	.124
	taxant	.000	.000	.000	.412	.000		.000	.000	.000	.002	.043	.000	.000	.000	.018	.026
	recomercio	.000	.000	.000	.471	.000	.000		.048	.000	.003	.002	.008	.000	.000	.000	.001
	beneficiario	.005	.000	.003	.390	.000	.000	.048		.007	.271	.005	.002	.000	.000	.003	.000
	reintegró	.000	.000	.011	.048	.000	.000	.000	.007		.000	.004	.008	.000	.000	.000	.459
	mayorimp	.000	.000	.051	.042	.000	.002	.003	.271	.000		.230	.008	.000	.000	.040	.162
	motivos	.042	.039	.033	.299	.000	.002	.007	.005	.004	.230		.004	.388	.000	.430	.127
	incumplir	.000	.000	.000	.446	.000	.043	.000	.002	.000	.000	.006		.000	.000	.000	.002
	modalidad	.000	.000	.000	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.388	.008		.000	.000	.237
	destino	.000	.000	.000	.114	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.388	.008		.000	.004
	incremento	.000	.000	.000	.046	.001	.055	.000	.003	.000	.043	.430	.008	.000	.000	.000	.021
	razonesfuturo	.218	.016	.020	.040	.124	.026	.001	.000	.459	.162	.127	.002	.237	.004	.021	

Fuente: elaboración propia.

4.3.2. Análisis factorial exploratorio

Este análisis parte de suponer que cualquier indicador o variable puede asociarse con cualquier factor (variable latente) y no requiere de una teoría previa para probar hipótesis (Bandalos et al., 2010; Ferrando, 2010). Por otro lado, para Lloret (2014):

El Análisis Factorial exploratorio (AFE) de ítems es una de las técnicas más frecuentemente aplicadas en estudios relacionados con el desarrollo y validación de tests, porque es la técnica por excelencia que se utiliza para explorar el conjunto de variables latentes o factores comunes que explican las respuestas a los ítems de un test (1151).

Tabla 7
Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,856
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1266,140
	gl	120
	Sig.	,000

Fuente: elaboración propia

Los valores de KMO entre 0.8 y 1 indican que el muestreo es adecuado, valores de KMO inferiores a 0.6 indican que el muestreo no es adecuado y que se deben tomar medidas correctivas. Para este caso, el valor de KMO es de 0,856 lo que indica un buen muestreo de la información, además es significativo.

Tabla 8
Comunalidades

	Inicial	Extracción
sexo	1,000	0,412
edad	1,000	0,654
ocupación	1,000	0,494

conmicro	1,000	0,654
canal	1,000	0,449
tasaint	1,000	0,498
necemicrocre	1,000	0,381
benedesve	1,000	0,506
nuevocred	1,000	0,469
mayorimp	1,000	0,331
motivos	1,000	0,413
incumplir	1,000	0,564
modalidad	1,000	0,641
destino	1,000	0,583
incrmto	1,000	0,485
razonesfuturo	1,000	0,541

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia

El valor de la comunalidad de cada variable de la matriz de datos X, se interpreta como el coeficiente de correlación múltiple entre cada variable observada (Xi) y todas las componentes principales extraídas. Los valores de la comunalidad deben ser iguales o superiores a 0.5, debido a que valores superiores a 0.5 reflejan el grado de aporte de la variable. Para el presente estudio ocho de las variables tienen comunalidades iguales o superiores a 0.5.

Tabla 9
Principales componentes del muestreo

Componente	Varianza total explicada		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,368	27,301	27,301
2	1,444	9,023	36,324
3	1,200	7,497	43,822
4	1,065	6,659	50,481
5	0,982	6,139	56,620
6	0,876	5,475	62,095
7	0,826	5,162	67,256
8	0,820	5,125	72,381
9	0,716	4,474	76,855
10	0,673	4,206	81,061
11	0,644	4,028	85,088
12	0,589	3,684	88,773

13	0,575	3,594	92,366
14	0,461	2,883	95,249
15	0,390	2,440	97,689
16	0,370	2,311	100,000

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia

Inicialmente a través del método de extracción de componentes principales el SPSS versión 25 estima cuatro componentes siguiendo el criterio de auto-valores mayores a 1 (ver tabla 9) se puede decir que es un componente candidato. Como se puede apreciar en la Tabla 9 serían 4 componentes. Verificando la varianza acumulada sería del 50,481%.

Tabla 10

Matriz de componentes rotado

	Componente			
	1	2	3	4
sexo	-0,630	-0,121	-0,022	-0,017
edad	0,775	0,178	-0,044	0,141
ocupación	0,282	0,213	0,599	0,098
conmicro	-0,217	0,034	0,777	-0,032
canal	0,220	0,591	0,216	-0,067
tasaint	0,144	0,688	0,041	0,045
necemicrocre	0,488	0,302	0,182	0,136
benedesve	0,150	0,221	-0,083	0,654
nuevocred	-0,456	-0,476	0,177	0,058
mayorimp	-0,449	-0,162	0,097	0,306
motivos	-0,103	0,543	-0,033	0,326
incumplir	0,712	0,039	0,148	0,184
modalidad	-0,795	-0,088	0,028	0,020
destino	0,528	0,480	0,265	0,066
incrmento	-0,502	0,112	-0,440	-0,163
razonesfuturo	0,080	-0,028	0,148	0,716

Método de extracción: análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

Fuente: elaboración propia

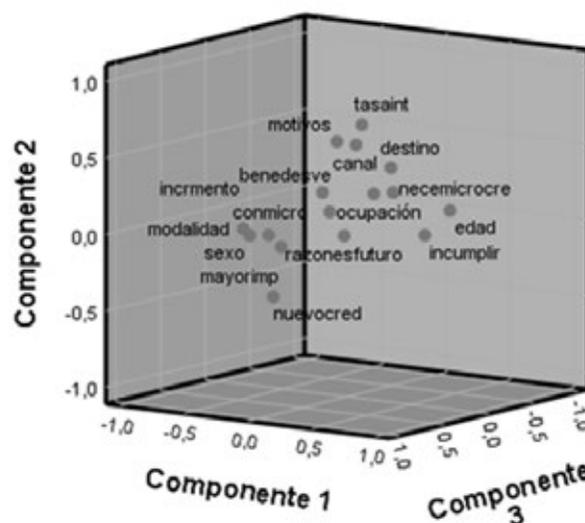
De esta manera se ve que 8 variables pertenecen al primer componente, 4 al componente dos, y 2 para los componentes tres y cuatro. Estos resultados sugieren que el componente dos

es una sola variable y esta debe reasignarse a uno de los componentes. El Método de rotación utilizado es Varimax, método ortogonal que minimiza el número de variables que tiene saturaciones altas en cada factor, este permite simplificar la interpretación de los factores optimizando la solución por columna.

Una vez se aplica el método de extracción de componente en espacio rotado, este clasifica las variables en los tres primeros componentes. Se ve que las correlaciones de cada variable con el componente son medias (cercasas a 0,5) donde incumplimiento (0,715), edad (0,775) y modalidad (relación inversa de -0,795) superan el 0,7 de correlación; para el caso del componente dos, la variable tasa de interés es la de correlación más alta (0,688); y para el componente tres, la variable conmicro es la de mayor correlación (0,777).

Figura 1

Gráfico de componente en espacio rotado



Fuente: elaboración propia

Conclusiones

La edad promedio de los encuestados está por el orden de los 41 años, con una ocupación representativa de propietario. Las personas con

rango de edades entre 18 y 30 años (equivalen al 36%) muestran mayor tendencia a la creación de empresas formales. Se refleja falta de cultura y educación financiera sobre el manejo de efectivo en cuanto al destino del microcrédito y manejo de pago de cuotas. El 24% de los encuestados son mujeres-propietarias, y solo el 38% del total de los empresarios no desearía acceder a un nuevo crédito. El 75% del total considera beneficioso un microcrédito, del cual el 59% son mujeres.

Solo el 23% de los pequeños empresarios reportan el uso de microcréditos, lo que es un poco bajo y una buena oportunidad para el crecimiento de este mercado, pero la limitante está en la falta de respaldo de derechos de propiedad para poder otorgar estos recursos. Adicionalmente se ve un pequeño desarrollo del mercado financiero para los estratos más vulnerables y de poco respaldo patrimonial en el caso colombiano. Se encuentra que los encuestados no consideran muy restrictivo acceder a un microcrédito a partir del comportamiento de la tasa de interés, premia más la necesidad que el costo del dinero; mientras que un determinante representativo para acceder a un crédito (19%) son los gastos inesperados en educación, salud y otros.

Según los resultados del Análisis Factorial Exploratorio se encontró una estructura de 4 factores. Esto indica que las 16 variables observadas son clasificadas en cuatro grupos que logran caracterizar o categorizar a los usuarios de microcréditos. El primer grupo o componente de variables hace referencia a las características de los usuarios directos de los microcréditos; el segundo componente, toma solo una variable observada que se refiere al conocimiento de los microcréditos; el tercer componente, se refiere a los motivos financieros de elección de un crédito; mientras que el cuarto componente, asume

dos variables que determinan si a futuro se accede de nuevo a este servicio.

El pequeño empresario ibaguereño accede muy poco al microcrédito, sus intenciones para acceder a estos son más de carácter familiar o de “urgencia económica” que, de inversión al negocio, pero es importante reconocer que el empresario accede más a los créditos formales que a la informalidad.

Referencias Bibliográficas

1. Aristizábal Velásquez, R. E., (2007). El Microcrédito como Alternativa de Crecimiento en la Economía Colombiana. *Revista Ciencias Estratégicas*, 15(17), 39-57. <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151320347003.pdf>
2. Arana, F. (2015). Actividad económica y tejido empresarial por municipios. Cámara de Comercio de Ibagué.
3. Bandalos, D. L. y Finney, S. J. (2010). Factor Analysis: Exploratory and Confirmatory. En G. R. Hancock y R. O. Mueller (Eds.), *Reviewer's guide to quantitative methods*. Routledge: New York.
4. BARONA Z., BERNARDO. (2004). MICROCRÉDITO EN COLOMBIA. *Estudios Gerenciales*, 20 (90), 79-102. Recuperado el 23 de junio de 2024, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232004000100004&lng=en&tlng=es.
5. DANE (2024). Encuesta de micronegocios. [https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios#:~:text=En%202023%2C%20la%20Encuesta%20de,Bol%C3%ADvar%20\(6%2C9%25\)](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios#:~:text=En%202023%2C%20la%20Encuesta%20de,Bol%C3%ADvar%20(6%2C9%25)).
6. Departamento de Estabilidad Financiera. (2015). Reporte de la situación actual del microcrédito en Colombia. Banco de la República.
7. Estrada, D., y Hernández, A. (2017). Impacto de las microfinanzas en Colombia. <https://repositorio.banrep.gov.co/items/67611fb4-bee1-4082-b437-03022096894e>
8. Ferrando, P. J. y Anguiano-Carrasco, C. (2010). El análisis factorial como técnica de investigación en psicología. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 18-33. <https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441003.pdf>
9. Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://scielo.isciii.es/pdf/ap/v30n3/metodologia1.pdf>
10. Mena, B. (2004). Microcréditos: un medio efectivo para el alivio de la pobreza. *Cambio Cultural. Cuadernos de desarrollo rural*, 5(61), 93-110. <https://www.redalyc.org/pdf/117/11713138004.pdf>
11. Observatorio de Economía y Cultura de la Universidad de Ibagué. (2020). Impacto de la pandemia en los micronegocios de Ibagué.

12. Patiño, O., Delgadillo A., y Torres, F. (2019). El impacto de las microfinanzas como estrategia dirigida a la población base de la pirámide (PBP) de la ciudad de Ibagué. Revista Gestión & Finanzas
13. Quintero, L. F. (2018). Análisis de la gestión financiera de las entidades microfinancieras en Colombia. Tesis de maestría, Universidad EAN. Recuperado de [Tesis de Quintero (2018)].
14. Segovia, S. y Yanque, E. (2019). Reporte de la situación actual del microcrédito en Colombia. Vera, J. (2018). Estudio del impacto que genera la financiación en el desarrollo emprendedor de las microempresas de la ciudad de Ibagué.
15. Fernández, D. (2014). Impacto del microcrédito sobre las utilidades de las microempresas en Colombia.
16. Inglada, M., Sastre, J., y de Bilbao, M. (2015) . Importancia de los microcréditos como instrumento de financiación en desarrollo Social.
17. Manrique, G., Ramirez, M., y Santos, F. (2016). Impacto del microcrédito sobre la pobreza rural en los municipios de Tunja y Samacá, Colombia 2016.
18. Martinez, A. (2008) El microcrédito como instrumento para el alivio de la pobreza.
19. Quasquer, H. y Maldonado, R. (2011). Microfinanzas y microcrédito en Latino America Estudios de Caso: Colombia, Ecuador, El Salvador, México y Paraguay

Contexto de la ruralidad y el emprendimiento rural desde la sostenibilidad territorial¹¹

Context of rurality and rural entrepreneurship from territorial sustainability

Rubén Darío Díaz Mateus¹²

Paola Ruiz Gómez¹³

Carlos Fernando Morales Sánchez¹⁴

Resumen

La sostenibilidad territorial se refiere a la capacidad de un territorio para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. En otras palabras, se trata de un enfoque que busca equilibrar el desarrollo económico, social y ambiental en un territorio determinado. De esta manera, se plantea como objetivo analizar el contexto de la ruralidad y el emprendimiento rural en relación con la sostenibilidad territorial para identificar las dinámicas, desafíos y oportunidades que enfrentan las comunidades rurales en su camino hacia el desarrollo sostenible. Este análisis buscará comprender cómo los modelos de emprendimiento rural pueden contribuir a la sostenibilidad ambiental, económica y social de los territorios rurales, evaluando las prácticas actuales y proponiendo estrategias para fomentar un emprendimiento rural más efectivo y sostenible. Así, mediante el enfoque Descriptivo – analítico, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la literatura existente, incluidos estudios previos, teorías relevantes, informes de políticas y estudios de caso. Por tanto, se concluye que el emprendimiento rural juega un papel crucial en el apoyo a la sostenibilidad territorial, no solo desde una perspectiva económica sino también ambiental y social. Las iniciativas de emprendimiento que incorporan prácticas sostenibles contribuyen significativamente al bienestar de las comunidades rurales y a la conservación de los recursos naturales.

Palabras Clave: Emprendimiento Rural; Sostenibilidad Territorial; Desarrollo Económico; Bienestar Social; Conservación Ambiental

Abstract

Territorial sustainability refers to the ability of a territory to meet the needs of present generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs. In other words, it is an approach that seeks to balance economic, social, and environmental development in a given territory. Thus, the objective is to analyze the context of rurality and rural entrepreneurship in relation to territorial sustainability to identify the dynamics, challenges, and opportunities that rural communities face on their path towards sustainable development. This analysis will aim to understand how rural entrepreneurship models can contribute to the environmental, economic, and social sustainability of rural

11. Este artículo es resultado del proyecto de investigación: Estructuración de las líneas de investigación del Centro de Estudios e Investigaciones Rurales – CEIR, adscrito a la vicerrectoría de Investigación y transferencia VRIT de la Universidad de La Salle.

12. Docente investigador del Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: rudiaz@unisalle.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8784-8818>

13. Docente investigador del Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: pruiuz@unisalle.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2846-9241>

14. Docente investigador del Programa de Economía de la Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: cfmorales@unisalle.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6519-6732>

territories, assessing current practices and proposing strategies to promote more effective and sustainable rural entrepreneurship. Therefore, through a Descriptive – analytical approach, a comprehensive analysis of the existing literature will be conducted, including previous studies, relevant theories, policy reports, and case studies. Consequently, it is concluded that rural entrepreneurship plays a crucial role in supporting territorial sustainability, not only from an economic perspective but also environmental and social. Entrepreneurial initiatives that incorporate sustainable practices contribute significantly to the well-being of rural communities and the conservation of natural resources.

Keywords: Rural Entrepreneurship; Territorial Sustainability; Economic Development; Social Well-being, Environmental Conservation

Introducción

En muchas regiones, las áreas rurales enfrentan desafíos significativos relacionados con la migración, el envejecimiento de la población, la degradación ambiental y la limitada accesibilidad a servicios básicos y oportunidades económicas. Estos desafíos ponen en riesgo la sostenibilidad territorial, entendida como la capacidad de un territorio para desarrollarse de manera que satisfaga las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. En este contexto, el emprendimiento rural emerge como una estrategia potencial para revitalizar las economías locales, aprovechar los recursos territoriales de manera sostenible y mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales. Sin embargo, el desarrollo de emprendimientos rurales sostenibles enfrenta obstáculos relacionados con la falta de acceso a capital, formación, infraestructuras adecuadas y mercados, así como con las políticas públicas y la gestión territorial. La investigación se centrará

en entender cómo el contexto específico de la ruralidad influye en el emprendimiento rural y qué factores son cruciales para promover un emprendimiento que contribuya a la sostenibilidad territorial. La pregunta central que guiará este artículo está dada en ¿Cómo puede el emprendimiento rural ser diseñado y promovido para contribuir efectivamente a la sostenibilidad territorial en áreas rurales?

De esta manera, se identifican diferentes causas del bajo desarrollo del emprendimiento rural en Colombia, algunas de las cuales incluyen: Falta de acceso a financiamiento, Infraestructura deficiente, Falta de capacitación y habilidades empresariales, Bajo nivel de educación, Falta de acceso a tecnología, Inseguridad, Problemas de tierra y propiedad, Falta de apoyo gubernamental, Competencia desleal y Falta de acceso a mercados. Así, el emprendimiento rural es importante por ayudar a aumentar la afluencia de visitas a un lugar y atraer turismo, proporcionando oportunidades de empleo. Por último, el emprendimiento rural puede ser una forma efectiva de favorecer el relevo generacional y el asentamiento de población y esto está relacionado con los beneficios de la ruralidad.

El concepto de ruralidad no se limita exclusivamente a lo agrícola, ni a la producción primaria, el medio rural expande la idea de trabajo en regiones o zonas en las que se asientan pueblos, aldeas, pequeñas ciudades y centros regionales, espacios naturales y cultivados y en donde se desarrolla una gran diversidad de actividades como el turismo rural, la Promoción de la agricultura sostenible, el Fomento de la industria local, el Impulso de la economía social y solidaria, la Promoción de la educación y formación, el Fomento de la innovación y tecnología se convierten en una buena opción para aprovechar los recursos naturales y culturales del medio rural.

2. Fundamentación teórica

2.1. Estado del conocimiento

El emprendimiento rural se ha convertido en un área de interés en la literatura académica, debido a su potencial para mejorar las condiciones de vida en áreas rurales y promover el desarrollo sostenible e inclusivo (Dinis, 2013; Naudé, 2010). Por tanto, se presenta un estado del arte sobre tendencias de investigación en este objeto de estudio, enfocándose en los principales en la ruralidad y el emprendimiento con enfoques teóricos y metodológicos en el contexto global y colombiano.

Recientes investigaciones en el área de innovación y tecnología en el sector agropecuario han analizado cómo la adopción de nuevas tecnologías puede mejorar la productividad y sostenibilidad en el sector rural (Spielman et al., 2011). En Colombia, estudios como los de Escobar et al. (2017) y Ortiz-Miranda et al. (2016) han explorado el papel de las tecnologías de información y comunicación en el sector agropecuario y cómo estas pueden contribuir al desarrollo rural sostenible.

Por otra parte, la importancia de la educación y formación en el emprendimiento rural ha sido destacada en estudios como los de Nemes (2005) y Blackburn et al. (2014). En el contexto colombiano, investigaciones como las de Blas et al. (2018) han analizado cómo enfoques pedagógicos lasallistas pueden ser aplicados en programas de formación y capacitación para emprendedores rurales.

Adicionalmente, la literatura sobre modelos de negocio inclusivos y sostenibles en el emprendimiento rural se basa en la teoría de la base de la pirámide (Prahalad, 2005). En Colombia, estudios como los de London et al. (2010) y Villarreal et al. (2016) han investigado cómo involucrar a comunidades de bajos

ingresos en actividades empresariales y promover la sostenibilidad.

También se destacan los estudios sobre diversificación económica en áreas rurales como es el caso de los trabajos de Barrett et al. (2001) y Winters et al. (2009). En el caso colombiano, investigaciones como las de Ospina et al. (2017) y Quintero et al. (2016) han analizado la diversificación económica en zonas rurales y su relación con la calidad de vida y resiliencia.

Otra temática que ha sido ampliamente estudiada es el acceso a financiamiento y crédito en el emprendimiento rural ha sido estudiado por autores como Armendáriz y Morduch (2010) y Guirkinger y Boucher (2008). En Colombia, estudios como los de Díaz et al. (2019) y Gómez et al. (2016) han analizado las barreras y oportunidades para facilitar el acceso a financiamiento en áreas rurales.

Como parte de las problemáticas de las zonas rurales se ha documentado los problemas para ofrecer infraestructura en contextos dispersos (Fan et al., 2000 y Haggblade et al., 2007). En el contexto colombiano, investigaciones como las de Pérez et al. (2018) y Ramírez et al. (2015) han analizado el impacto de la infraestructura, como acceso a internet, transporte y energía, en el emprendimiento en zonas rurales y en el desarrollo económico y social.

La interseccionalidad es un tema consolidado en las investigaciones sobre la ruralidad. En particular, la equidad de género en el emprendimiento rural ha sido estudiada utilizando la teoría del empoderamiento económico de las mujeres (Kabeer, 2001). En Colombia, investigaciones como las de Castro et al. (2016) y Velasco et al. (2018) han analizado las oportunidades y desafíos para el emprendimiento femenino en áreas rurales y cómo promover la igualdad de género en el sector.

Asimismo, el emprendimiento rural entre los jóvenes ha sido abordado en estudios como los de White & Harkness (1999) y Davis et al. (2014). En el caso colombiano, investigaciones como las de Molina et al. (2015) y Salamanca et al. (2017) han explorado los factores que influyen en la participación de jóvenes en actividades productivas en áreas rurales y cómo promover el emprendimiento juvenil.

La asociatividad y el cooperativismo en el emprendimiento rural han sido estudiados en trabajos como los de Bravo-Baumann (2000) y Bijman et al. (2016). En Colombia, estudios como los de Acevedo et al. (2014) y Vargas et al (2023) han analizado cómo la asociatividad y el cooperativismo pueden fortalecer diferentes iniciativas asociadas al emprendimiento rural y contribuir al desarrollo sostenible.

Finalmente, el cambio climático y sus efectos en el emprendimiento rural han sido investigados en estudios como los de IPCC (2014) y Reidsma et al. (2010). En el caso colombiano, investigaciones como las de Echeverry et al. (2017) y Gutiérrez et al. (2016) han analizado cómo el cambio climático afecta las actividades productivas en áreas rurales y cómo los emprendedores pueden adaptarse y mitigar los impactos.

Este estado del arte muestra que existe gran variedad de problemáticas y perspectivas asociadas al emprendimiento rural, la sostenibilidad e inclusión en el contexto global y colombiano. Sin embargo, todavía persisten brechas de conocimiento y oportunidades para investigar enfoques lasallistas y desarrollar estrategias efectivas que aborden los desafíos específicos del emprendimiento rural en Colombia.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Aproximación conceptual de ruralidad y la Sostenibilidad

La identificación de los diferentes procesos económicos agrarios y sus relaciones socioambientales en la generación de valor de las unidades productivas dentro del contexto de la ruralidad generan una exigencia imprescindible para que en un país exista verdadero desarrollo humano, es importante trabajar en aspectos tales como: la inequidad; la concentración de la propiedad; los conflictos de tierras; los conflictos armados; la ausencia de condiciones políticas adecuadas para sus pobladores; la acumulación de capital para los grandes empresarios agrícolas; la pobreza intergeneracional rural que cada vez es más amplia; la discriminación de la mujer (por género, por el hecho de vivir en el campo, por la violencia); la presencia de terratenientes, empresarios transnacionales, comisionistas y actores ilegales; la explotación indiscriminada de los recursos naturales; entre otros aspectos.

Así, el enfoque territorial del desarrollo económico debe articular desde la perspectiva monetaria los ritmos del sistema natural con los del sistema económico, orientado en una perspectiva de reconocimiento por los derechos por la supervivencia de las otras especies vivas frente al comportamiento del ser humano. Las condiciones iniciales de todo sistema económico dependen de los factores de producción, entendiendo el uso de recursos naturales, humanos, físicos cuya combinación permite obtener bienes y servicios, los cuales son distribuidos para la satisfacción de necesidades ilimitadas de los individuos en un contexto de mercado. Siendo esto así, la perspectiva de la economía tradicional considera el capital natural de la biosfera como un subconjunto o parte del sistema económico; el supuesto a esta idea tiene el soporte de la tecnología como única forma de sustitución a los recursos

naturales agotados para formular un crecimiento económico con esencia ilimitada (Miller, 2007).

Los sistemas económicos no han permitido, actualmente, establecer el valor de las relaciones de equilibrio en términos de costos ambientales y sociales frente a los valores añadidos por la transformación de la materia y energía, producto de satisfacer las necesidades de los individuos en un mercado. El principio económico de conversión de materia y precio no revela el valor de conversión de recursos naturales renovables inmersos en las cantidades de material físico en el proceso de transformación al momento de su agotamiento (Garay et al., p.13).

El pensamiento económico orienta la conexión causa-efectos sin develar la dicotomía en el funcionamiento de los contextos físicos y sociales, cuyo objetivo explícito está identificado por dos grandes fuerzas: la primera encierra al sistema económico en la esfera cuyo material universal está representado por los valores de cambio, mientras que, la segunda está caracterizada por una desfiguración del concepto de riqueza. Por consiguiente, el objeto de estudio del desarrollo rural debe contener una definición desde la distribución de recursos naturales necesarios para las actividades económicas que permitan el buen vivir de una sociedad para generar un cambio en lo rural de una mirada mecanicista, reduccionista y alejada de los valores morales y del contexto físico y natural (García, 2003, p.70).

A lo largo de la historia humana el arraigo del conocimiento científico, dentro y fuera de la naturaleza, tiene sólo aceptación en los espacios económicos y sociológicos, ya que define su esencia en el empirismo; en tal caso, la experiencia se fundamenta como expresión traductora de una sociedad en construcción, donde lo imaginario o invisible no tiene representación en el paradigma mecanicista

de la economía apoyado en imaginarios materialistas e individualistas justificados por la razón de un orden natural de las cosas (Novo, & Zaragoza, 2006, pp. 12-13).

En este sentido, es pertinente resaltar tres consideraciones que caracterizan la construcción de una economía explicada en una producción de valores de cambio (sociales) y de valores de uso (vitales o físicos) necesarios para comprender el potencial de la naturaleza en el sistema económico: “la consideración de la renta de la tierra como pago correspondiente a la aportación de la naturaleza en la producción; los rendimientos decrecientes en la agricultura, a pesar del progreso técnico, como límite físico del crecimiento económico; la consideración de los valores de uso en su teoría del valor o en la definición de riqueza” (Santos, 1994, p.3). Si bien es cierto las consideraciones de Santos, también hay que considerar lo señalado por Ricardo (1817), consideró que la renta es “aquella parte del producto de la tierra que paga el terrateniente por el uso de las energías originarias e indestructible del suelo” (p. 51). Sobre la Tierra, J.B Say, consideró que la Tierra, no es el único agente de que posee aptitudes productivas, pero es el único, o casi el único, de que un conjunto de hombres puede apropiarse de ellos, excluyendo a los demás, apropiándose, por lo tanto, los beneficios (tomado de Ricardo (1817, p. 53).

El marco de sostenibilidad ha suscitado en los últimos años un debate en el que ha dominado la retórica que la cuantificación rigurosa apoyada en un instrumento adecuado. Una discusión que se empobrece cuando se aborda los lineamientos del “crecimiento y el desarrollo” desde el ángulo exclusivo de la economía estándar (cifrándolo mediante agregados monetarios de producción y renta) sin que exista ninguna teoría que lo ligue al mundo físico (como tampoco, de forma generalmente

reconocida, al mundo social), y como si siempre se hablara del mismo fenómeno en todo tiempo y lugar, desconociendo como lo ha señalado Marshall (1931) cuando argumenta que la Meca del economista se halla en la biología más bien que en la dinámica (p.13). Por esta razón, un marco de referencia para la Maestría lo constituye la llamada Economía Ecológica, como reacción al predominio del enfoque económico estándar, con el ánimo de suplir sus carencias utilizando el aparato conceptual del desarrollo rural para analizar la interacción de las sociedades humanas con el medio físico en el que se desenvuelven y se traslada de lo rural a lo urbano.

De otro lado y teniendo en cuenta la integralidad que se enmarca en el concepto de nueva ruralidad y los desafíos que para un país representa asumirla de manera planificada, Restrepo (2012) afirma que “el desarrollo rural tiene como objetivo elevar la competitividad de los territorios a partir de su localización, los estrechos vínculos urbano-rurales, su conectividad a redes de transporte, su infraestructura productiva, el desarrollo del capital humano, las capacidades productivas de la población, su asociación y cooperación y su exitosa vinculación a cadenas productivas” (Restrepo, 2012, p. 33). Como puede deducirse, para llevar a buen término y a largo plazo las metas del llamado “nuevo desarrollo rural”, se requiere una nueva institucionalidad, entendida como el establecimiento de reglas de juego claras y coherentes entre el Estado, los gobiernos regionales; las comunidades campesinas y los gremios del sector agrícola. En cuanto a lo que tiene que ver con las problemáticas que le son propias al entorno económico, social, cultural y ambiental, que subyacen a las actividades agrícolas, Fernández (2008, p. 14) propone “avances en la construcción de una Nueva Ruralidad, la cual tiene como objetivos: a) el desarrollo humano como objetivo

central del desarrollo; b) el fortalecimiento de la democracia y de la ciudadanía; c) el crecimiento económico con equidad; d) la sostenibilidad del desarrollo; e) el desarrollo rural sostenible más allá del enfoque compensatorio y asistencial y f) el capital social como sustento de las estrategias de desarrollo.” Este sociólogo uruguayo, considera que el capital social y el desarrollo humano, son la base sobre la cual se debe apoyar la nueva ruralidad.

2.2.2. Emprendimiento rural aproximaciones desde lo normativo

En el contexto normativo, el emprendimiento rural se ubica a partir del reconocimiento por parte de la Constitución Política de Colombia a favor de los campesinos y trabajadores del campo para que a través de acciones institucionales se tenga en cuenta sus necesidades, modos de vida, relación con la tierra y el territorio que habitan. Los artículos 1 y 2 del mencionado texto señalan a Colombia como un Estado Social de Derecho fundada en unos fines y garantías y esto tiene toda la relevancia en una pretendida materialización de derechos de aquellos que se dedican al trabajo y emprendimiento en el sector rural. (C.N.,1991, arts. 1 y 2)

Colombia es un Estado Social de Derecho, organizada en república unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y en la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general (C.N.,1991, art. 1).

Son fines esenciales del Estado: Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la constitución. (C.N.,1991, art. 2). De manera particular, el texto constitucional referencia

explícitamente el apoyo del Estado al sector agropecuario en los artículos 64, 65 y 66. La filosofía del artículo 64 se centraba en la preocupación que el Constituyente Primario concibió como deber del Estado en corregir la desigualdad de la distribución de la tierra y el acceso a los servicios básicos de la población campesina (C.N.,1991, art. 64).

Pero el pasado 5 de julio del 2023 se aprobó el acto legislativo No. 1 por medio del cual se reconoce el campesinado como sujeto especial de protección constitucional.

Lo anterior se complementa con la política definida por el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 en donde la dimensión productiva del campesinado se fortalecerá con la promoción de la economía popular a través de la reforma rural (Acto legislativo 1, 2023).

A su vez, el artículo 65 plantea que la producción de alimentos goza de la especial protección del Estado, dando prioridad a las actividades, agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras (C.N.,1991, art. 65).

Este artículo hace propia la teoría de la seguridad alimentaria, en virtud de la cual el país no puede dejar de hacer propio la producción de una canasta básica familiar.

En ese mismo orden de ideas, el artículo 66 se refiere a la posibilidad de reglamentar el crédito agropecuario teniendo en cuenta la peculiaridad de este tipo de producción por los ciclos de precios y riesgos inherentes a esta actividad (C.N.,1991, art. 66).

Bajo una profunda crisis del sector agropecuario en el año 1993 se expide la ley 101 cuyo objeto es el desarrollo de los artículos 64, 65 y 66 de la Constitución Política. Esta ley no fue fruto del consenso, pero representaba en ese momento

histórico un marco regulatorio para la apertura de sector, sin embargo, en su contenido quedó con una visión de corto plazo (Ley 101,1993).

En el año 1994 se expide la ley 160 que transformó el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino. Su orientación estaba determinada sobre el supuesto de que la reforma agraria orientada por el Estado había sido ineficiente en la realización de sus objetivos y que el mercado de tierras resultaría suficiente para alcanzar los propósitos de redistribución de la misma. La premisa básica de este modelo es que los campesinos deben ingresar al mercado de tierras mediante subsidios otorgados por el Estado que les permitan participar como compradores (Ley 160, 1994).

En el año 2006 se expide la ley 1014 conocida como de cultura y fomento del emprendimiento la cual aborda su accionar desde las habilidades y cultura emprendedora, acceso a la financiación, redes e innovación y arquitectura institucional (Ley 1014, 2006).

En el año 2014 se expide la ley 1731 por medio de la cual se adopta medidas en materia de financiamiento para la reactivación del sector agropecuario pesquero, avícola, forestal y agroindustrial, y se dictan otras disposiciones relacionadas con el fortalecimiento de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (CORPOICA) (Ley 1731, 2014).

En el año 2017 se expide la ley 1876 la cual ratifica el control que ejerce el ICA sobre las innovaciones tecnológicas mediante la aplicación de las normas de propiedad intelectual y derechos de obtentores vegetales que permite la apropiación privada de las semillas criollas y los conocimientos tradicionales (Ley 1876, 2017).

Con el propósito de aumentar la competitividad del sector agropecuario a través del desarrollo

de entornos apropiados para el sostenimiento de negocios rurales, en el año 2002 se señala como política del sector el Conpes 4098, toda vez que el diagnóstico de esta problemática está dada por la inseguridad y bajo control del orden público, la ineficiente planificación y armonización de los instrumentos del ordenamiento del territorio, las fallas en el ordenamiento productivo, y los altos niveles de informalidad y precariedad laboral (Conpes 4098, 2002).

Para el mejoramiento y fortalecimiento de la sostenibilidad, productividad y competitividad de los emprendimientos de los jóvenes rurales de la ciudad de Bogotá, el Acuerdo 862 del 2002 crea la Comisión intersectorial de apoyo y crea la consolidación y el incremento de proyectos sostenibles para distintos mercados (Acuerdo, 862, 2002)

3. Metodología

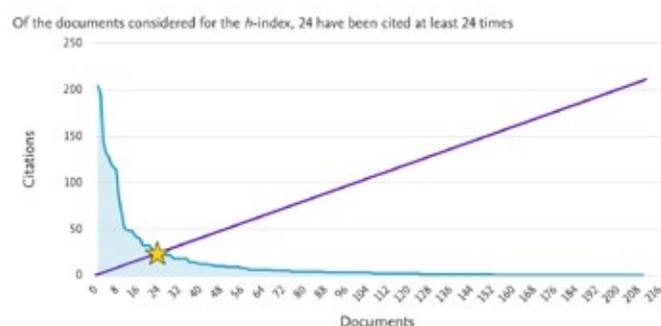
El procedimiento implicó pasar por las etapas de recolección de información secundaria, procesamiento y análisis de la misma para determinar tendencias de investigación científica. Para la recolección se buscaron productos de investigación indexados en Scopus que tuvieran como tema central el emprendimiento rural. Para esto, la ecuación de búsqueda simplemente implicó buscar artículos que tuvieran en el título la expresión "rural entrepreneur*" obteniendo así 210 resultados.

Respecto al procesamiento se usaron tres instrumentos de estudio bibliométrico: primero, el análisis de resultados que provee la plataforma de Scopus, que resume las principales estadísticas de los documentos; segundo, el paquete bibliometrix de R (Aria y Cuccurullo, 2017) que permite análisis más sofisticados como por ejemplo mapas temáticos, evolución temporal de temas o análisis factorial. En tercer lugar, se empleó el

paquete Tree of Science (tosr) para clasificar los documentos referentes de la temática (raíces); los documentos más citados que hacen parte de la ecuación de búsqueda y se les consideran los referentes estructurales del campo (tronco) y los documentos más recientes y citados, que dan una idea de los temas de frontera del campo estudiado (leaves).

Figura 1

Citas y Documentos para el índice-h



Fuente: elaboración propia

La Figura 1, se muestra la relación entre las citas y los documentos y se utiliza para calcular el índice-h, que es una métrica de impacto y productividad del autor o investigador. La curva de citas cae rápidamente, indicando que hay unos pocos documentos con un alto número de citas. El índice-h se encuentra donde la curva de citas cruza la línea de documentos, marcado con una estrella en la gráfica, generando como resultado 24 documentos han sido citados al menos 24 veces.

Finalmente, en el Figura 2, una representación visual que muestra cómo se distribuyen varios temas o categorías relacionados con el emprendimiento rural, basándose en su frecuencia o importancia en la literatura se presentan tres ideas más significativas:

1. Rural Entrepreneurship (Emprendimiento Rural): Este es el segmento más grande y, presumiblemente, el tema central de la investigación o la base de datos. Indica que el concepto de emprendimiento en un entorno rural es un área de interés significativa y probablemente incluye subtemas como la creación de empresas, las innovaciones y los desafíos específicos que enfrentan los empresarios en las zonas rurales.

2. Entrepreneurship (Emprendimiento): Aunque más genérico, este segmento es el segundo más grande, lo que sugiere que el emprendimiento como tema amplio es también de considerable interés. Esto podría abarcar estudios que examinen las definiciones de emprendimiento, teorías, modelos y prácticas tanto en entornos rurales como urbanos.

3. Rural Development (Desarrollo Rural): Como el tercer tema más grande, se centra en cómo el emprendimiento puede contribuir al desarrollo de las zonas rurales. Este tema probablemente abarca investigaciones sobre cómo el emprendimiento puede influir en el crecimiento económico, la mejora de la infraestructura y los servicios, y el bienestar social en comunidades fuera de los centros urbanos.

Estos segmentos destacados reflejan que el emprendimiento en un contexto rural, y su papel en el desarrollo de las zonas rurales, son temas cruciales y podrían ser focos clave para futuras investigaciones o políticas destinadas a promover el crecimiento sostenible y equitativo en dichas áreas.

Figura 2
Citas y Documentos para el índice-h

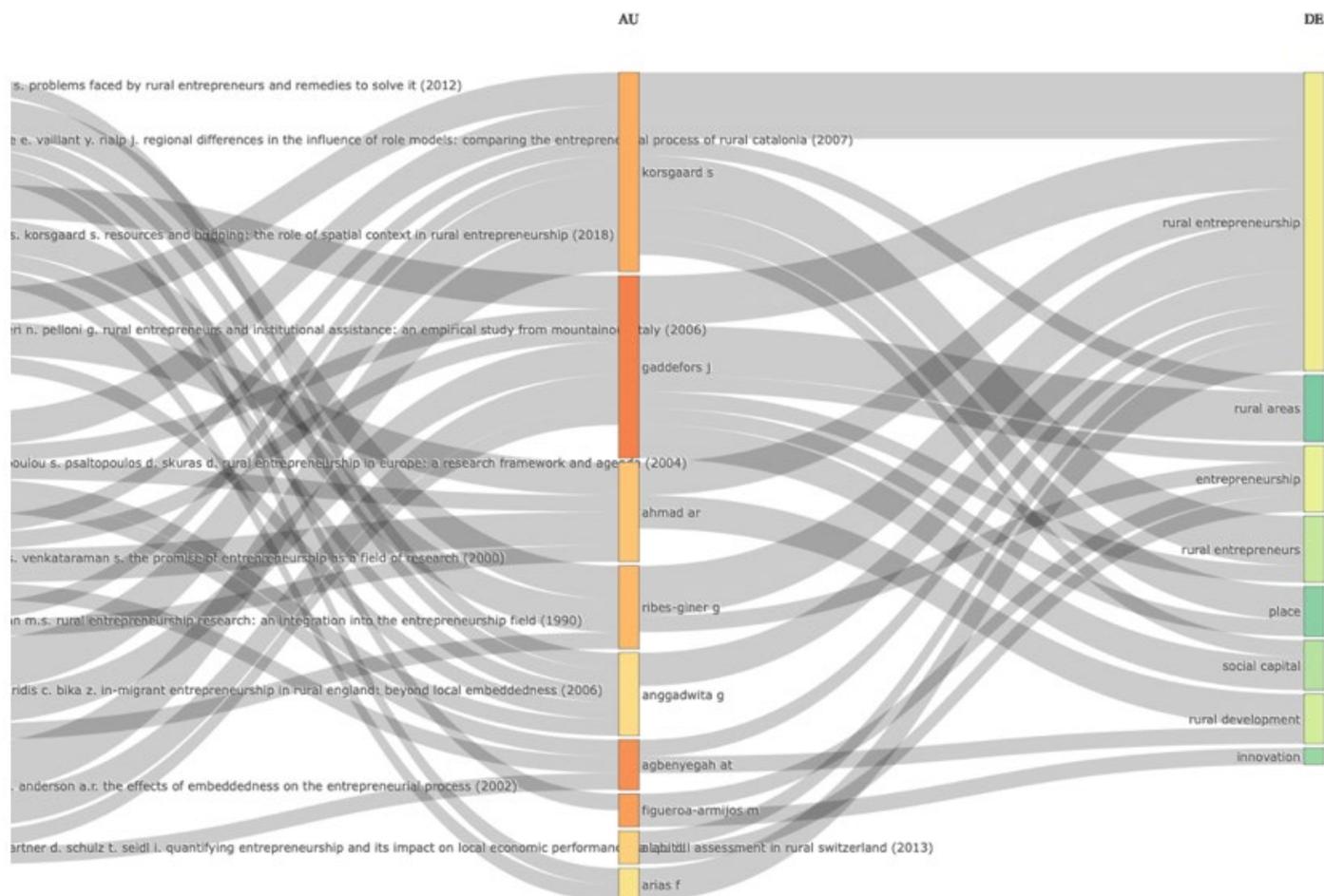


Fuente: elaboración propia

4. Análisis de resultados

Figura 3

Análisis de Co-citación



Fuente: elaboración propia

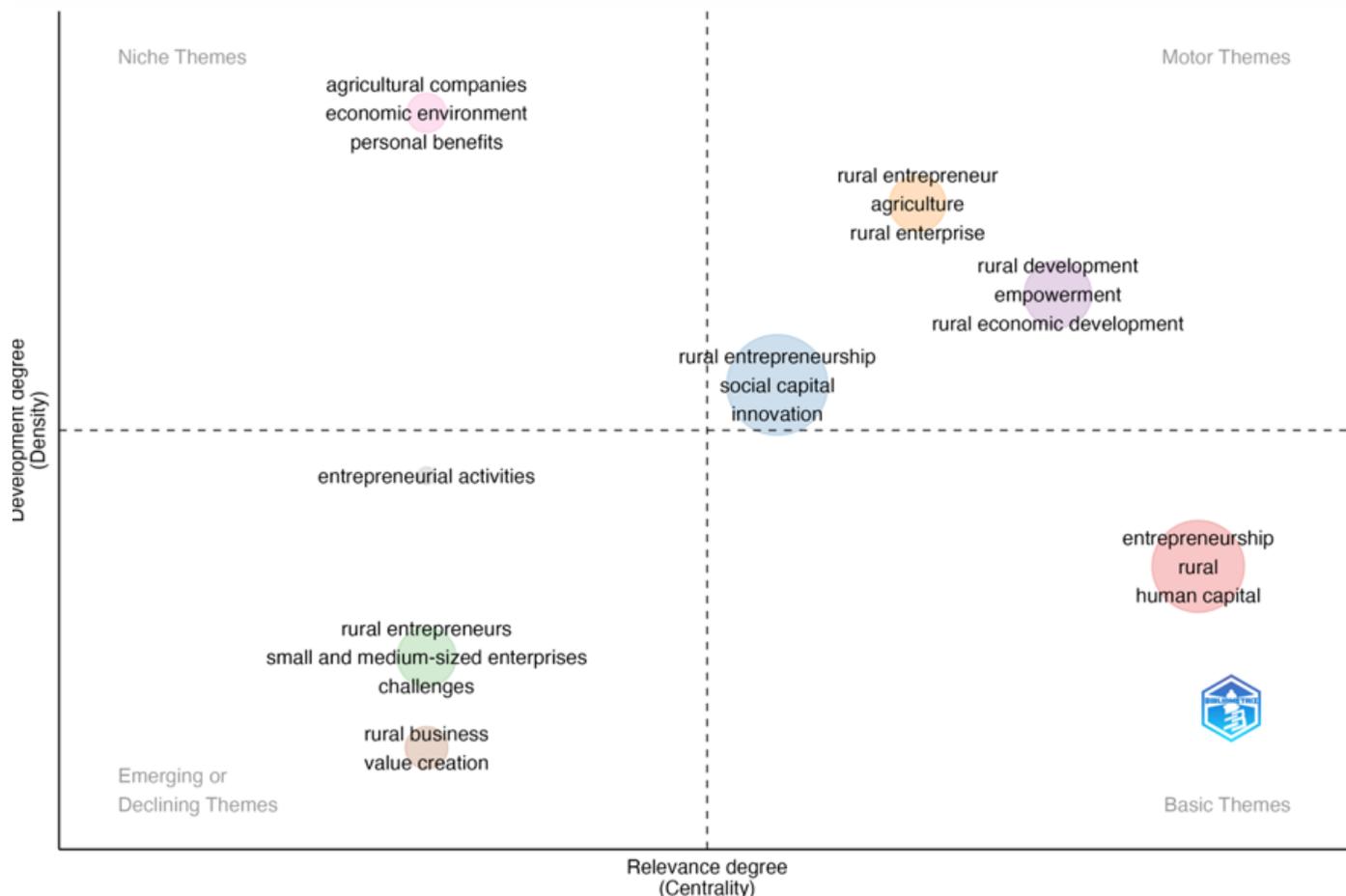
La Figura 3 de análisis de co-citación visualiza a través de un flujo relacional de temas o conceptos similares íntimamente relacionados entre los autores de artículos individuales descriptores bibliográficos o temas clave, donde se identifica las relaciones y la fuerza de las asociaciones en el campo del emprendimiento rural, es decir, un autor cuyo nombre esté fuertemente conectado con "rural entrepreneurship" es probable que haya contribuido de manera significativa al entendimiento de ese tema y sea comúnmente citado en otros trabajos sobre el mismo asunto.

Por tanto, un tema emergente se asocia a la "innovation", donde marca un aumento en co-citación para manifestar que la innovación en el emprendimiento rural está ganando más atención en la literatura reciente. De otro lado la interdisciplinariedad con el sentido de "social capital" está conectado con estudios de "rural development", "rural entrepreneurship", esto puede indicar que el concepto de capital social es central y relevante en múltiples aspectos del emprendimiento rural, asimismo, un grupo de autores frecuentemente co-citados entre sí pero no tanto con otros grupos puede revelar

una sub-red de investigación. Estos podrían ser investigadores trabajando en un área muy

específica del emprendimiento rural o utilizando una metodología particular (ver gráfica 4).

Figura 4
Relevancia en temas relacionados con emprendimiento rural



Fuente: elaboración propia

El análisis de la literatura sobre emprendimiento rural y su relación con sostenibilidad, aunque se han cubierto varias áreas importantes, todavía se pueden identificar vacíos de investigación que ofrecen oportunidades para futuras desarrollos; así, se identifican tres tendencias de vacíos en la literatura identificada:

Interseccionalidad de factores socioculturales y emprendimiento rural

Aunque se ha estudiado el emprendimiento rural en términos de género y juventud, parece

haber una falta de investigación que examine cómo la interseccionalidad de múltiples factores socioculturales (como la etnia, la edad y la clase social, además del género) impactan el emprendimiento en zonas rurales. Esto incluiría cómo las identidades superpuestas influyen en las oportunidades de emprendimiento, acceso a recursos, y estrategias de negocio (Harpa (2017); Goetz, Partridge, Deller & Fleming (2010)).

Impacto a largo plazo de las políticas públicas en el emprendimiento rural

Si bien hay estudios sobre el acceso a financiamiento y la importancia de la infraestructura, hay una laguna en la literatura que sigue el impacto a largo plazo de las políticas públicas específicas en el éxito y la sostenibilidad del emprendimiento rural. Esto podría incluir el análisis de programas gubernamentales a lo largo del tiempo y cómo han afectado la dinámica del emprendimiento rural (Korsgaard, Ferguson, & Gaddefors (2015); Goetz, Partridge, Deller & Fleming (2010); Shi, Wang & Zhong (2021)).

Modelos de negocio circulares y su adaptación en el entorno rural

A pesar de que se ha investigado sobre modelos de negocio inclusivos y sostenibles, hay una brecha en el estudio de modelos de negocio circulares en el contexto rural y su potencial para mejorar la sostenibilidad económica y ambiental. La adaptación y viabilidad de estos modelos en comunidades rurales colombianas, con un enfoque en la minimización de desechos y la maximización de recursos, aún no se ha explorado en profundidad.

No obstante, el enfoque más fuerte en estudios transdisciplinarios que vinculen el emprendimiento rural con temas emergentes como la salud global, la biodiversidad y la resiliencia comunitaria frente a crisis globales como pandemias o cambios económicos a gran escala, sugiere la identificación de la tendencia de ampliar la comprensión más integral de cómo los emprendimientos rurales pueden contribuir a sistemas sostenibles de vida a largo plazo (Muñoz & Kimmitt (2019); Kasabov (2016); López, Cazorla & Panta (2019)).

Medición de Impacto Social y Ambiental del Emprendimiento Rural

Aunque hay estudios sobre la sostenibilidad y el

impacto económico del emprendimiento rural, parece haber menos atención en la medición del impacto social y ambiental a largo plazo de estos emprendimientos. Investigaciones futuras podrían desarrollar y aplicar metodologías robustas para cuantificar cómo los emprendimientos rurales están contribuyendo al desarrollo social y a la conservación del medio ambiente en sus comunidades, y cómo estos impactos se comparan con otras formas de desarrollo económico (Calza, Go, Parmentola & Trunfio (2018); Figueroa-Armijos & Berns (2021, 2022); McKague, Wong & Siddiquee (2017)).

Resiliencia y Adaptación al Cambio Climático: Aunque el cambio climático se ha identificado como un factor crítico que afecta el emprendimiento rural, hay espacio para investigar más profundamente la resiliencia y las estrategias de adaptación específicas que los emprendedores rurales están utilizando o podrían utilizar. Esto incluye no solo cómo enfrentan los desafíos climáticos existentes, sino también cómo planifican para los riesgos futuros, lo que puede involucrar el desarrollo de productos, servicios y modelos de negocio que son tanto adaptables como mitigativos en relación con el cambio climático (Ranjan (2015); Akinbami (2021); Fahmi & Savira (2023)).

5. Discusión

Los estudios evidencian la importancia de la innovación y la tecnología en el sector agropecuario para mejorar la productividad y la sostenibilidad. Sin embargo, las políticas públicas a menudo se quedan atrás en la promoción y el soporte efectivo de la implementación de estas tecnologías, especialmente en regiones donde la infraestructura básica, como internet y transporte, es deficiente. La normativa debería enfocarse en crear un ecosistema de emprendimiento y sostenibilidad que facilite el acceso a la innovación y que promueva

la adopción de tecnologías sustentables y accesibles para los emprendedores rurales. Por tanto, aunque se resalta la importancia de la educación y formación en el emprendimiento rural, existe una desconexión entre los currículos educativos y las habilidades prácticas requeridas en el terreno. Las políticas educativas y los enfoques pedagógicos deben diseñarse con una comprensión profunda de las necesidades del sector, integrando el saber tradicional y local con los conocimientos técnicos y empresariales modernos.

En este sentido, la aplicación de modelos de negocio inclusivos, como aquellos basados en la teoría de la base de la pirámide, requiere una mirada crítica a la sostenibilidad ambiental. Aunque estas estrategias buscan involucrar a comunidades de bajos ingresos en actividades empresariales, es crucial que las políticas públicas no solo fomenten la inclusión económica, sino que también aseguren la protección del capital natural, esencial para la vida rural y la producción agrícola.

Sin duda, la literatura reconoce la importancia del cambio climático, pero hay una necesidad de políticas que promuevan prácticas de adaptación y mitigación específicas en el sector rural. La investigación debería orientarse hacia la creación de marcos normativos que respalden la implementación de tecnologías y prácticas agrícolas resilientes al clima y que promuevan la sostenibilidad a largo plazo. Así, la diversificación es una estrategia clave para la resiliencia de las economías rurales sostenibles. Sin embargo, las políticas deben ir más allá del apoyo financiero y crediticio, abarcando asesoramiento, acceso a mercados y apoyo en la gestión empresarial. Se requiere una mayor investigación para identificar los enfoques de diversificación más efectivos que puedan ser apoyados por el marco normativo; en esfuerzos concertados para superar obstáculos culturales,

educativos y de acceso a recursos que impiden la igualdad de género en el sector; y finalmente, acompañar esta estrategia con diseños que fomenten redes de cooperativas eficientes que puedan aumentar la escala de producción, mejorar el acceso al mercado y fortalecer la capacidad de negociación de los emprendedores rurales, para cerrar la brecha entre lo que se sabe sobre el emprendimiento rural y la sostenibilidad.

Conclusiones

Los emprendimientos rurales que integran prácticas sostenibles desempeñan un papel vital en el fortalecimiento de la economía local, la estabilidad social y la gestión ambiental responsable. Su capacidad para generar empleo y fomentar la conservación ambiental es fundamental para el desarrollo sostenible de las áreas rurales. Estas prácticas no solo mejoran el bienestar económico, sino que también preservan el patrimonio cultural y natural, subrayando la interconexión entre el emprendimiento rural y la salud a largo plazo de los territorios.

A pesar del reconocido potencial del emprendimiento rural, los emprendedores enfrentan barreras significativas, tales como la dificultad en el acceso a financiamiento y capacitación especializada, infraestructuras deficientes y limitaciones para acceder a mercados más amplios. Por tanto, las políticas públicas diseñen e implementen estrategias diferenciadas que aborden las necesidades únicas del entorno rural y establezcan un marco que apoye el emprendimiento sostenible.

Por otra parte, el potencial para la innovación en áreas rurales es amplio, en particular cuando existe una colaboración efectiva entre emprendedores, instituciones educativas, organizaciones locales y el Estado. Estas redes colaborativas son fundamentales para compartir

conocimientos, tecnologías y recursos, lo que conduce a emprendimientos más resilientes y adaptativos que pueden responder a los desafíos socioeconómicos y de sostenibilidad territorial. Finalmente, para que los emprendimientos rurales contribuyan de manera efectiva a la sostenibilidad territorial, las políticas públicas deben ser diseñadas y aplicadas con un

profundo entendimiento de las realidades y complejidades rurales; lo que conlleva no solo proporcionar el soporte necesario en términos de financiamiento y formación, sino también en garantizar infraestructura adecuada y facilitar la integración de los emprendimientos rurales en cadenas de valor más grandes y mercados sostenibles en las regiones.

Referencias Bibliográficas

1. Adger, W. N., Agrawala, S., Mirza, M. M. Q., Conde, C., O'Brien, K., Pulhin, J., & Takahashi, K. (2007). Assessment of adaptation practices, options, constraints and capacity. *Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, 717-743.
2. Akinbami, C. A. O. (2021). Migration and climate change impacts on rural entrepreneurs in nigeria: A gender perspective. *Sustainability*, 13(16), 8882.
3. Alsos, G. A., Isaksen, E. J., & Ljunggren, E. (2003). Farm-based entrepreneurship: A challenge for farm diversification. *Norwegian Journal of Geography*, 57(1), 21-28.
4. Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017) bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis, *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975, Elsevier.
5. Armendáriz, B., & Morduch, J. (2010). *The Economics of Microfinance*. MIT Press.
6. Moss, T. W., Neubaum, D. O., & Meyskens, M. (2015). The effect of virtuous and entrepreneurial orientations on microfinance lending and repayment: A signaling theory perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 27-52.
7. Asheim, B. T., Boschma, R., & Cooke, P. (2011). Constructing regional advantage: Platform policies based on related variety and differentiated knowledge bases. *Regional Studies*, 45(7), 893-904.
8. Barbieri, C., & Mahoney, E. (2009). Why is diversification an attractive farm adjustment strategy? Insights from Texas farmers and ranchers. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 58-66.
9. Barrett, C. B., Reardon, T., & Webb, P. (2001). Nonfarm income diversification and household livelihood strategies in rural Africa: Concepts, dynamics, and policy implications. *Food Policy*, 26(4), 315-331.
10. Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. National Bureau of Economic Research.
11. Bijman, J., & Wollni, M. (2008). Producer Organizations and Vertical Coordination: An Economic Organization Theory Perspective. In: G. A. Ziggers, J. H. Trienekens, & P. J. P. Zuurbier (Eds.), *Chains and Networks: Creating Success in the UK Food Industry*, 39-54. Springer.
12. Blackburn, R., Galloway, L., & Ram, M. (2014). Social Inclusion and Entrepreneurship: Evaluating the Role of Welfare, Gender and Disability. *International Small Business Journal*, 32(5), 475-489.
12. Blas, S., Díaz, D., & Cabanelas, P. (2018). Análisis del Ecosistema Emprendedor en el Ámbito Rural Colombiano. *Revista Galega de Economía*, 27(2), 63-76.

13. Bosworth, G., & Atterton, J. (2012). Entrepreneurial in-migration and neo-endogenous rural development. *Rural Sociology*, 77(2), 254-279.
14. Camagni, R. (2008). Regional competitiveness: Towards a theory of territorial capital. In Capello, R., & Nijkamp, P. (Eds.), *Handbook of regional growth and development theories*, 33-52. Edward Elgar Publishing.
15. Castro, C., Villamil, L., & Quintero, C. (2016). Emprendimiento rural de mujeres en Colombia: Una aproximación a sus características y retos en la construcción de paz. *Revista de Estudios Sociales*, 55, 184-198.
16. Calza, F., Go, F. M., Parmentola, A., & Trunfio, M. (2018). European rural entrepreneur and tourism-based diversification: Does national culture matter? *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 671-683.
17. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
18. Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
19. Concejo de Bogotá (22 de noviembre del 2022). Por el cual se establecen lineamientos para la creación de la Comisión Intersectorial de Apoyo al Emprendedor y Emprendedora Joven Rural Campesina de Bogotá D.C y se dictan otras disposiciones. {Acuerdo 862 del 2022} R.D 7584
20. Constitución Política de Colombia {Const} 1991 2da. Edición Legis
21. Congreso de Colombia (23 de diciembre de 1993) Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero {Ley 101 de 1993}. DO: 41.149
22. Congreso de Colombia (26 de enero de 2006) De fomento a la cultura del emprendimiento. {Ley 1014 de 2006}. DO: 46.164
23. Congreso de Colombia (3 de agosto de 1994) Por la cual se crea el sistema nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino, se establece un subsidio para la adquisición de tierras, se reforma el Instituto Colombiano de Reforma Agraria y se establecen otras disposiciones. {Ley 160 de 1994}. DO: 41.479
24. Congreso de la República. (31 de julio de 2014) Por medio de la cual se adoptan medidas en materia de financiamiento para la reactivación del sector agropecuario, pesquero, acuícola, forestal y agroindustrial, y se dictan otras disposiciones relacionadas con el fortalecimiento de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Corpoica) {ley 1731 de 2014}. DO: 49.229
25. Congreso de la República (29 de diciembre del 2017) Por medio de la cual se crea el sistema nacional de innovación agropecuaria y se dictan otras disposiciones [Ley 876 del 2017]. DO: 50.461
26. Consejo Nacional de Política Económica y Social. CONPES 4098 <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4098.pdf>

27. Darnhofer, I., Fairweather, J., & Moller, H. (2010). Assessing a farm's sustainability: Insights from resilience thinking. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 8(3), 186-198.
28. Davis, J. S., Nelson, E., & Duewer, L. A. (2014). Understanding the complexities of private landowner constraints to providing wildlife habitat. *Wildlife Society Bulletin*, 38(3), 635-643.
29. Dinis, A. (2013). The importance of networks in rural entrepreneurship: How to create them. In: L. M. S. Campos, T. de Noronha Vaz, & P. Nijkamp (Eds.), *The Entrepreneurial Rise in Southeast Asia: The Quadruple Helix Influence on Technological Innovation* (pp. 21-34). Palgrave Macmillan.
30. Edquist, C. (Ed.). (1997). *Systems of innovation: Technologies, institutions, and organizations*. Psychology Press.
31. Escobar, N., Ramírez, F., & Fletschner, D. (2017). ICTs and agricultural entrepreneurship in rural Colombia. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 15(2).
32. Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(3), 479-504.
33. Fahmi, F. Z., & Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454-478.
34. Fagerberg, J., Mowery, D. C., & Nelson, R. R. (Eds.). (2005). *The Oxford handbook of innovation*. Oxford University Press.
35. Fernández, E. (Com.), Chiappe M. & Carámbula, M. (2008). *El campo uruguayo: una mirada desde la sociología rural*. Ed. Universidad del Norte. Facultad de Agronomía – Montevideo 2008.
36. Folke, C., Carpenter, S. R., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, T., & Rockström, J. (2010). Resilience thinking: integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and society*, 15(4).
37. Figueroa-Armijos, M., & Berns, J. P. (2022). Vulnerable populations and individual social responsibility in prosocial crowdfunding: does the framing matter for female and rural entrepreneurs? *Journal of Business Ethics*, 1-18.
38. Figueroa-Armijos, M., & Berns, J. P. (2021). *Vulnerable Populations in Prosocial Crowdfunding: Does the Framing Matter for Female and Rural Entrepreneurs?*
- Garay, Luis, (2013). *Minería en Colombia. Fundamentos para superar el modelo extractivista*. Bogotá: Contraloría general de la nación.
39. García Teruel María. (2003). Apuntes de economía ecológica. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, (2767), Madrid: Abril – Mayo 69-75.
40. Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78-104.

41. González, M., Guzmán, A., Pombo, C., & Trujillo, M. A. (2018). Access to Credit in Rural Colombia. In: M. J. Keenan (Ed.), Access to Credit and its Impact on Welfare in a Developing Country (pp. 103-140). Palgrave Macmillan.
42. González, R., & Ramírez, F. (2016). Asociatividad y cooperativismo en el desarrollo rural sostenible en Colombia: Experiencias y lecciones aprendidas. *Revista de Economía y Administración*, 13(1), 7-28.
43. Goetz, S. J., Partridge, M. D., Deller, S. C., & Fleming, D. A. (2010). Evaluating US rural entrepreneurship policy. *Journal of Regional Analysis and Policy*, 40(1).
44. Gutiérrez, O. L. G., Inda, A. D., & del Real, G. M. (2021). La influencia que ejerce el capital humano y la prospectiva personal en las empresas familiares del medio rural. *Vinculatégica EFAN*, 7(1), 41-52.
45. Harpa, E. (2017). Macroeconomic analysis of the competitive factors which influence innovation in rural entrepreneurship. *Procedia engineering*, 181, 965-968.
46. Kabeer, N. (2001). Conflicts Over Credit: Re-Evaluating the Empowerment Potential of Loans to Women in Rural Bangladesh. *World Development*, 29(1), 63-84.
47. Kasabov, E. (2016). When an initiative promises more than it delivers: a multi-actor perspective of rural entrepreneurship difficulties and failure in Thailand. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(9-10), 681-703.
48. Korsgaard, S., Ferguson, R., & Gaddefors, J. (2015). The best of both worlds: how rural entrepreneurs use placial embeddedness and strategic networks to create opportunities. *Entrepreneurship & regional development*, 27(9-10), 574-598.
49. London, T., Anupindi, R., & Sheth, S. (2010). Creating mutual value: Lessons learned from ventures serving base of the pyramid producers. *Journal of Business Research*, 63(6), 582-594.
50. López, M., Cazorla, A., & Panta, M. D. P. (2019). Rural entrepreneurship strategies: Empirical experience in the Northern Sub-Plateau of Spain. *Sustainability*, 11(5), 1243.
51. Lundvall, B. Å. (1992). National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning. Pinter Publishers
52. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press
53. Marsden, T., & Farioli, F. (2015). Natural powers: From the bio-economy to the eco-economy and sustainable place-making. *Sustainability Science*, 10(2), 331-344
54. Marshall Alfredo (1931). *Principios de Economía – Introducción al estudio de esta ciencia*. (Biblioteca cultural económica). España.
55. McKague, K., Wong, J., & Siddiquee, N. (2017). Social franchising as rural entrepreneurial ecosystem development: the case of Krishi Utsho in Bangladesh. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18(1), 47-56.

56. Mitchell, J., & Coles, C. (2011). Markets and rural poverty: Upgrading in value chains. IDRC.
57. Miller Tuller, G. (2007). Ciencias Ambientales. Desarrollo Sostenible, un enfoque integral. México: Cengage Learning Editores, S. A.
58. Molina, O., Cáceres, C., & Peña, L. (2015). Retos para el emprendimiento rural juvenil en Colombia. Cuadernos de Desarrollo Rural, 12(75), 63-88.
59. Muñoz, P., & Kimmitt, J. (2019). Rural entrepreneurship in place: An integrated framework. Entrepreneurship & Regional Development, 31(9-10), 842-873.
60. Naudé, W. (2010). Entrepreneurship, developing countries, and development economics: New approaches and insights. Small Business Economics, 34(1), 1-12.
61. Nemes, G. (2005). Integrated Rural Development - The Concept and its Operation. Institute of Economics, Hungarian Academy of Sciences, Budapest.
62. Novo, M., & Zaragoza, F. M. (2006). El Desarrollo Sostenible: Su Dimensión Ambiental y Educativa. Madrid: Ed. Pearson Educación, S.A.
63. Ortiz-Miranda, D., Moreno-Pérez, O. M., & Moragues-Faus, A. M. (2016). Rural Development in the European Union: The Concept and the Policy. In: M. J. Keenan (Ed.), Handbook of European Policies: Interpretive Approaches to the EU (pp. 153-174). Edward Elgar Publishing.
64. Ospina, L. H., Cardona, L. E., & Ramírez, F. (2016). Diversificación económica en el sector rural colombiano: una aproximación desde el análisis de redes sociales. Cuadernos de Desarrollo Rural, 13(76), 69-94.
65. Pérez, E., Ramírez, F., & Cardona, L. E. (2018). Infraestructura y desarrollo rural en Colombia: Un análisis desde el enfoque de redes sociales. Economía y Desarrollo, 163(1), 95-117
66. Penrose-Buckley, C. (2007). Producer organizations: A guide to developing collective rural enterprises. Oxfam GB.
67. Polman, N., Poppe, K. J., van der Schans, J. W., & van der Ploeg, J. D. (2010). Nested markets with common pool resources in multifunctional agriculture. Rivista di economia agraria, 65(2), 295-318.
68. Prahalad, C. K. (2005). The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits. Wharton School Publishing.
69. Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. New York: Simon & Schuster.
70. Ramírez, J. C., Franco, H., & Bedoya, J. (2015). Infraestructura y desarrollo rural en Colombia. Revista de Economía Institucional, 17(32), 183-206.
71. Ranjan, R. (2015). Rural entrepreneurship and developmental outcomes under climate change threats. Climate and Development, 7(4), 353-366.

72. Restrepo, J. C. (2012). El nuevo desarrollo rural con enfoque territorial. En revista Hechos de Paz. Número 64. Año 8. Junio-julio de 2012. Programa de Naciones Unidas Para el Desarrollo (PNUD).
73. Ricardo, David (1817). Principios de economía política y tributación. (Colombia) Fondo de Cultura Económica.
74. Rodríguez, L., & Ramírez, F. (2018). Cambio climático y emprendimiento rural en Colombia: Desafíos y oportunidades para la adaptación y mitigación. *Revista de Estudios Regionales*, 110, 53-78.
75. Romero-Castro, N., López-Cabarcos, M. A., & Piñeiro-Chousa, J. (2023). Finance, technology, and values: A configurational approach to the analysis of rural entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 190, 122444.
76. Salamanca, S., Pérez, M., & González, M. (2017). Factores determinantes del emprendimiento juvenil rural en Colombia. *Revista de Economía del Rosario*, 20(2), 195-230.
77. Salas Ruiz, A., & Ros García, J. M. (2021). Despoblación rural: soluciones en el marco de la agenda urbana española. Ed: conarquitectura ediciones. ISBN 978-84-120768-9-9
78. Santos Redondo, M. (1994). Los límites físicos de la economía en la historia del pensamiento económico antes de la revolución marginal. Documentos de Trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; nº 13.
79. Schneider, S., Salvate, N., & Cassol, A. (2016). Nested markets, food networks, and new pathways for rural development in Brazil. *Agriculture*, 6(4), 61.
80. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
81. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
82. Skerratt, S. (2013). Enhancing the analysis of rural community resilience: Evidence from community land ownership. *Journal of Rural Studies*, 31, 36-46
83. Spielman, D. J., Ekboir, J., & Davis, K. (2011). The art and science of innovation systems inquiry: Applications to Sub-Saharan African agriculture. *Technology in Society*, 33(4), 279-292.
84. Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.
85. Storper, M. (1997). *The regional world: Territorial development in a global economy*. Guilford Press.
86. Shi, X., Wang, C., & Zhong, T. (2021). Can public medical insurance promote rural entrepreneurship? Evidence from China. *Applied Economics*, 53(37), 4292-4309.
87. Tusarma, L. A., (2020). Análisis multidimensional de los factores que inciden en la migración rural-urbana de los jóvenes campesinos del municipio de Guática, Risaralda. (Posgrado). Corporación Universitaria Minuto de Dios. Bogotá Colombia.

88. Vargas, A., Lafosse, H., & Morales, C. (2023). Innovación social en el turismo sostenible como una propuesta de reactivación económica en la postpandemia. *Cooperativismo & Desarrollo*, 31(127), 1-23.
89. Velasco, M., Ramírez, F., & Villamil, L. (2018). Género y emprendimiento rural en Colombia: Barreras y oportunidades en el acceso a recursos y servicios. *Revista de Economía del Rosario*, 21(2), 275-303.
90. Villarreal, M., Hurtado, J., & Tamayo, J. A. (2016). Sustainable and Inclusive Business Models in the Colombian Agribusiness Sector. In: M. J. Keenan (Ed.), *Sustainable and Inclusive Business Models* (pp. 29-52). Edward Elgar Publishing.
91. Walker, B., Holling, C. S., Carpenter, S. R., & Kinzig, A. (2004). Resilience, adaptability and transformability in social–ecological systems. *Ecology and society*, 9(2).
92. Wilson, G. A. (2012). *Community resilience and environmental transitions*. Routledge.
93. White, R. E., & Harkness, S. (1999). Innovation and entrepreneurship in the formation of the British rural community. *Journal of Rural Studies*, 15(2), 141-155.
- Winters, P., Davis, B., & Corral, L. (2009). Assets, activities and income generation in rural Mexico: Factoring in social and public capital. *Agricultural Economics*, 40(2), 207-221.

La Nueva Gestión Pública (NGP), la crisis de la democracia y la modernización institucional. Retos y desafíos para la Administración Pública.

The New Public Management (NGP), the crisis of democracy and institutional modernization. Challenges and challenges for Public Administration.

Sully Katerine Lozano Quiñones¹⁵
Ricardo Benjamín Perilla Maluche¹⁶

Resumen

La administración pública ha evolucionado desde una concepción burocrática, descrita por Max Weber, hacia modelos más dinámicos y adaptativos para enfrentar los retos actuales. El modelo burocrático, aunque eficiente en su momento, presentó limitaciones como la rigidez y la falta de autonomía en la toma de decisiones. La Nueva Gestión Pública (NGP) surge como respuesta a estas limitaciones, proponiendo un enfoque centrado en la eficiencia y la participación ciudadana.

NGP toma elementos del sector privado, considerando al ciudadano como cliente y buscando la eficiencia en la gestión pública. Este modelo, adoptado inicialmente en países desarrollados, se está adaptando en diversas regiones latinoamericanas, con ejemplos en Chile, Paraguay, Argentina y Colombia. En estos países, se han implementado reformas para aumentar la transparencia, eficiencia y participación ciudadana en la administración pública.

Palabras clave: Burocracia, democracia, administración pública, Weber.

Abstract

Public administration has transitioned from a bureaucratic model, as described by Max Weber, to more dynamic and adaptive models

to address contemporary challenges. While Weber's bureaucratic model was efficient, it had limitations such as rigidity and lack of decision-making autonomy. The New Public Management (NGP) emerged to address these issues, emphasizing efficiency and citizen participation.

NGP adopts elements from the private sector, viewing citizens as clients and striving for efficient public management. Initially adopted in developed countries, this model is being adapted across Latin America, with examples from Chile, Paraguay, Argentina, and Colombia. These countries have implemented reforms to increase transparency, efficiency, and citizen participation in public administration.

Keywords: Bureaucracy, democracy, public administration, Weber

1. Introducción

Indudablemente, el término *Administración Pública* ha venido cambiando a través del tiempo, en sus inicios se tenía una concepción burocrática de este, pero a medida que la humanidad ha venido evolucionando, la

15. Profesora catedrática del IDEAD, Universidad del Tolima, adscrita al grupo de investigación GIETO. Administradora Financiera y Magíster en Administración de la Universidad del Tolima.

16. Profesor de carrera del departamento de estudios interdisciplinarios (DEI) del IDEAD, Universidad del Tolima. Doctor en Administración de la Universidad Externado de Colombia.

administración pública también lo ha hecho; esto con el objetivo de poder responder efectivamente a los avatares y al dinamismo del mundo actual, puesto que, el entorno cambiante no sólo afecta el sector privado (la empresa); sino que también obliga al sector público a modificar sus estructuras, técnicas y formas de administrar los recursos de la nación en aras de poder satisfacer las necesidades de la población y al mismo tiempo poder adaptarse al contexto en cual se desenvuelve. *¿Las nuevas corrientes de la administración pública permiten a los gobiernos dar respuesta a los retos que implican la crisis de la democracia y las necesidades de modernización institucional?* Para resolver esta tesis, en primer lugar, se mencionará el concepto burocrático expuesto por Max Weber, ya que, fue el primer modelo utilizado en la administración pública, seguidamente se hablará de la democracia y de la evolución de la administración pública teniendo en cuenta las posturas de algunos autores, posteriormente se analizarán los retos y desafíos que para muchos países involucran cambios en sus estructuras, en el que hacer del administrador público, lo que a su vez implica mejoras en la formación de los mismos y en las técnicas y competencias para el ejercicio del funcionario público.

Revisión conceptual del modelo burocrático de Weber

Es importante iniciar con el concepto de burocracia, expuesto por Weber (2002, citado por Vázquez, 2006), el cual aduce que es la “estructura pura de dominación del cuadro administrativo”(p. 219), lo que en palabras de Vázquez (2006), es “una forma de dominación basada en la administración de cualquier tipo de recursos” (p. 219). La definición que nos proporciona la Real Academia Española, acerca de la burocracia es la siguiente: “organización regulada por normas que establecen un orden racional para distribuir y gestionar los asuntos que le son propios. Administración

ineficiente a causa del papeleo, la rigidez y las formalidades superfluas” (párrafo 1 y 4). En estos conceptos se pueden observar elementos propios del modelo burocrático propuesto por Max Weber en su momento, el cual se caracteriza por la especialización de tareas y la división del trabajo, jerarquías (autoridad y unidad de mando plenamente definidas), reglas y reglamentos que rigen el comportamiento de los colaboradores o en este caso el de los funcionarios, la supervisión y control estricto sobre los equipos de trabajo en aras de administrar con eficiencia los recursos de la nación (Chiavenato, 2009; Ramírez, 2012). Sin embargo, este modelo burocrático posee algunas falencias, entre las cuales se pueden mencionar: la falta de claridad en la autoridad jerárquica que puede generar confusiones en los colaboradores posee estructuras muy rígidas debido al excesivo reglamento, lo que a su vez dificulta la autonomía en la toma de decisiones por parte del funcionario; pues debe apegarse estrictamente a los reglamentos para dar soluciones a las problemáticas públicas. Esto vuelve al Estado en una organización inflexible e incapaz de responder efectivamente a los cambios que se suscitan en el entorno.

Por lo anterior, y teniendo en cuenta que la sociedad civil se ha convertido en una sociedad más educada, con mayor acceso a la información, más empoderada, que utiliza el poder de las masas para luchar por sus derechos y exigir más espacios de participación donde se tengan en cuenta sus opiniones. Esto ha provocado un cambio de paradigma en la administración pública, el cual conlleva a la reinención del Estado para poder responder efectivamente a estos cambios y superar de esta manera la administración pública burocrática, dando lugar a lo que se conoce como Nueva Gestión Pública (NGP); de acuerdo con los planteamientos de Chica (2011), la reinención del gobierno implica que:

Los ciudadanos entendidos como clientes deben ser puestos en primer lugar. Estos se deben identificar respecto a los productos y servicios que presta la organización. Se deben eliminar los procedimientos burocráticos. Reducción de trámites en los pasos operaciones organizacionales.

Se debe procurar dar un mayor poder a los empleados, esto con el fin de obtener resultados y para lo cual, se debe también volver a lo esencial (p. 63).

Es importante recordar que el objetivo principal de cualquier Estado es administrar los recursos eficientemente para poder satisfacer las necesidades de su población; para lograrlo, los países en cabeza de sus gobernantes comienzan a experimentar un cambio de perspectiva, el cual radica en la aplicación de los principios de la administración utilizados desde el sector privado, donde se empieza a ver al ciudadano como cliente que requiere la satisfacción de ciertas necesidades y con base a esto medir la eficiencia de la labor desempeñada por el Estado. Pero, hay que tener claro que objetivo del sector privado, básicamente es “hacer dinero”, en cambio, para el sector público es “hacer el bien”, generar bienestar general y calidad de vida a sus nacionales; esto “conlleva una mayor complejidad en la gestión pública respecto a la gerencia privada” (Chica, 2011, p. 63). Es conveniente hacer hincapié en que este modelo de Administración Pública (NGP) tiene sus orígenes a finales de los años 70 en países desarrollados como Gran Bretaña, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Australia (Ramírez, 2012). Por lo tanto, apropiarlo en los demás países implica tener en cuenta el contexto y las realidades propias de cada región, más adelante se dará cuenta de lo que se está haciendo en países como Chile, Paraguay, Argentina y Colombia.

Ahora bien, se ha podido entender el papel protagónico que ha tomado el ciudadano (visto como cliente) desde las nuevas corrientes de la Administración Pública, de modo que se deben generar políticas públicas que permitan dar solución a las problemáticas que atañen a la sociedad; por eso, la participación ciudadana ha cobrado gran relevancia y la Administración Pública debe incentivarla, ya que, las opiniones de la ciudadanía coadyuvan en la solución de las problemáticas sociales; en Chile como lo menciona Pliscoff en el primer Foro de políticas públicas de la Escuela Superior de Administración Pública - ESAP, se ha propuesto la “ley 1500 de espacios de participación para opinar acerca de cómo la *participación no vinculante* mejora el desempeño de la Administración Pública” (ESAP Oficial, 2020). Estas iniciativas son importantes para mejorar la relación entre Estado-sociedad y permiten salir de la crisis democrática que se vive en la actualidad.

En ese sentido, vale la pena destacar que la participación ciudadana es característica de la democracia y tal como lo plantea el profesor Papadópulos (Invitado en el foro) , trayendo a colación los planteamientos de Aristóteles para referirse a la democracia como “la mayor forma de participación de los ciudadanos en la polis (esfera pública)” (ESAP Oficial, 2020). Por su parte el profesor Pliscoff (invitado en el mismo foro), refiriéndose a la crisis de la democracia asegura que esta se debe principalmente a tres elementos: bajos niveles de participación ciudadana (no solo al votar, sino en sindicatos y organizaciones sociales), desconexión entre la elite diligente y las necesidades de la sociedad y la desigualdad, este último elemento lo contempla Weber (1991 citado en Vázquez, 2006), cuando se refiere a la democracia mencionando “que no existe ninguna desigualdad formal en cuanto a los derechos políticos entre las distintas

clases de la población”(p. 216). Esto es palabras de Vázquez (2006), quiere decir que “la democracia remite a una relación de igualdad entre los integrantes de la sociedad política, pero es una igualdad sólo formal, establecida en la legalidad, es una igualdad de derechos políticos” (p.216); sin embargo, en todo régimen político se necesita de personas idóneas para gobernar y otros que sean gobernados; empero, ese poder que se le ha otorgado a los que gobiernan cuando son elegidos por las masas, es aprovechado en algunos casos por los dirigentes políticos para obrar en beneficio propio, es decir, prima el bienestar individual sobre el bienestar general; esto lleva a la corrupción, puesto que, como lo afirma Pliscoff (2017) “la gran fuente de corrupción es la política” (p.149). Esta problemática ha ocasionado pérdida de confianza en las instituciones públicas, por lo tanto, se necesitan funcionarios más éticos, ya que, juegan un papel importante como “participantes de los procesos de elaboración de políticas” (Barzelay, 2003, p. 244), siendo estas las reglas que establece el gobierno en ámbitos como: “planeación de gastos y gestión financiera; función pública y relaciones laborales; contratación; organización, métodos y tecnologías de administración; auditorías, controles y evaluación administrativa” (Chica, 2011, p. 68). Esta elaboración de políticas públicas debe apuntar a resolver las problemáticas de la sociedad, las cuales se traducen en la satisfacción de las necesidades básicas de los pobladores, generando bienestar y una mejor calidad de vida, esto es crear valor desde lo público.

Ciertamente, el servidor público es un “actor que debe explotar el potencial del contexto político y organizativo en el que está inmerso con el fin de crear valor público”(Moore, 1995 citado en Chica, 2011, p. 64). Por lo tanto, es fundamental la formación de estos personajes para afrontar los retos y las crisis institucionales propias

de este contexto globalizado y dinámico; en opinión del profesor Pliscoff, desde la academia se deben forjar estrategias para mejorar el aprendizaje una de estas es “el análisis de casos de las realidades locales” (ESAP Oficial, 2020). Las cuales son únicas en cada país y el funcionario debe estar en la capacidad de poder responder a estas situaciones desde lo público; por otro lado, el profesor Papadópolos considera que se debe hacer énfasis desde la formación en las “relaciones entre funcionarios y Estado” (ESAP Oficial, 2020). Con esto se elimina la concepción en la que el funcionario actuaba como intermediario de favores entre su gestión y el Estado. En la opinión del profesor Andrenacci, los servidores públicos deben desarrollar capacidad de gestión y lectura del entorno para poder detectar problemas y darle solución a los mismos; además, este académico hace una acotación importante: “el conocimiento se enseña de otros lugares, se apropia sin adaptarlo correctamente al contexto” (ESAP Oficial, 2020). Esta postura converge de cierta manera con lo que plantea el profesor Pliscoff cuando habla de análisis de casos de las realidades locales. Desde el punto de vista del Profesor Medellín, el servidor público debe adquirir juicio crítico, capacidad argumentativa y habilidades comunicativas que le permitan dialogar permanentemente con profesionales de otras disciplinas, ya que, como lo afirma este docente en crisis como las del COVID-19, en el caso del gobierno colombiano, se ha visto forzado a abrir su sistema de gobierno cerrado para dialogar con la comunidad científica y los partidos políticos, teniendo en cuenta sus opiniones para la toma de decisiones de carácter público (ESAPOficial, 2020). Como corolario, la formación del servidor público implica no solo conocimiento, también, se necesita ética, habilidades y competencias que le permitan responder efectivamente a través de la solución de problemáticas sociales.

Acciones específicas en Chile, Paraguay, Argentina y Colombia en temas relacionados con las nuevas corrientes de la Administración pública.

En este momento, es conveniente entender lo que significa la *modernización institucional*, que como lo expresa El Departamento Administrativo de la Función Pública está dirigida a:

Orientar el diseño de organizaciones modernas, innovadoras, flexibles y abiertas al entorno, alineadas a las estrategias, estructuras y procesos definidos para el logro de los propósitos y resultados que de ellas se esperan; en un marco de racionalidad de asignación de recursos, eficiencia y eficacia en el uso de los mismos; con capacidad de transformarse, adaptarse y responder en forma ágil y oportuna a las demandas y necesidades de la comunidad, para el logro de los objetivos del Estado (DAFP, 2013, p. 48).

Este diseño de las instituciones públicas se realiza con el objetivo de volverlas más flexibles y capaces de responder eficientemente al entorno en el que se desenvuelven, dando soluciones oportunas a las problemáticas actuales del contexto propio. Esta modernización institucional surge como consecuencia del cambio de paradigma que trae consigo las nuevas corrientes de la Administración Pública.

En el contexto latinoamericano se han venido implementando algunos cambios concernientes a la nueva gestión pública, los cuales involucran una modernización institucional, mayor equidad, participación ciudadana, entre otros. A juicio de Plischoff, en Chile a partir del año 2009 se han venido implementado marcos normativos en el manejo de los recursos del Estado, esto con el propósito de contar con instituciones más transparentes y éticas, es decir, menos corruptas; esto a su vez a incentivado la eficiencia de las organizaciones públicas, ya que, existe un

mayor control de los resultados en su función, se evalúa el desempeño del servidor público y se han generado espacios de participación social para opinar acerca de la Administración Pública en ese país (ESAP Oficial, 2020). En el caso Uruguayo el profesor Papadópulos afirma que existen leyes de inclusión financiera para que las personas puedan acceder al crédito; en cuanto a los salarios, se cuenta con organizaciones de negociación colectiva y consejos de salarios para mejorar la distribución de los mismos; hubo una reforma a la salud “sistema universal de salud”, el cual desmercantiliza el acceso a la salud, de igual manera hay una flexibilización en el tema de las jubilaciones y un conjunto de derechos sociales, tales como: matrimonios igualitarios, prevención y combate de la trata de personas, acceso total a la información pública, esto con el fin de mejorar la transparencia de la gestión pública (ESAP Oficial, 2020). Desde la posición del profesor Andrenacci, en Argentina se ha dado un proceso de modernización institucional más adaptativo o una “modernización parcial” esto quiere decir que, se percibe un cambio muy limitado en el aparato estatal (persiste la burocracia), no hay crisis política, puesto que, los partidos políticos logran llegar a acuerdos y a pesar de poca modernización institucional el Estado logra adaptarse rápidamente a los cambios del entorno; sin embargo, se debe propender porque el Estado esté en la capacidad de estabilizar el financiamiento, leer el entorno para identificar los problemas (inteligencia estatal) y para poder dar solución a esas problemáticas definidas se debe tecnificar (ESAP Oficial, 2020). En el caso colombiano, Ramírez (2012), menciona que en la ley 489 de 1998 se ordena la simplificación de los tramites en la Administración Pública y se “plantea la reorganización de las estructuras organizacionales, con el fin de volverlas más pequeñas y flexibles, junto con la racionalización de los procedimientos administrativos” (p.85). Por otra parte, se habla también de la estrategia del

Gobierno en Línea, la cual pretende promover la eficiencia y transparencia del gobierno a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (Ramírez, 2012). Siguiendo con el caso colombiano, el profesor Medellín, destaca que en los últimos años se ha podido evidenciar la crisis de la democracia en Colombia, pues las continuas manifestaciones de la sociedad civil muestran el descontento de la población hacia la gestión del gobierno, “esto refleja la pérdida de legitimidad del aparato estatal” causada principalmente por dos factores: la corrupción y la impunidad (ESAP Oficial, 2020).

Conclusiones

Para concluir, se puede decir que, las nuevas corrientes de la Administración Pública en cierta medida les han permitido a los gobiernos hacer frente a los retos que traen consigo la crisis de la democracia y las necesidades de modernización institucional; sin embargo, estos modelos deben apropiarse teniendo en cuenta el entorno regional en el cual se irán a desenvolver. Aunado a esto es fundamental hacer una contribución desde la academia en la formación del servidor público, empujando estrategias que le permitan estar más familiarizados con las realidades sociales, políticas, culturales y económicas del país en el cual desarrollen su función. Las instituciones sólidas y éticas son primordiales en la buena gestión de la Administración Pública, esto se puede evidenciar en el caso de Uruguay donde sus grandes avances en políticas y gestión pública se deben a las bases que tienen de sus partidos políticos antiguos. A manera de reflexión se puede decir que, en muchos casos la corrupción en las instituciones públicas se debe a cuestiones culturales, pues tal como afirma Pliscoff (2017) existe un proceso de “normalización de la corrupción en las organizaciones” en el cual la organización es la fuente de corrupción. Siendo este un flagelo que ha golpeado a países como Colombia por muchos años, causando grandes brechas de

desigualdades sociales, acaparamiento del poder en pequeños grupos (el poder político y económico del país se concentra en las mismas familias) y esto provoca una ineficiente labor pública pues no se logra el bienestar social, la satisfacción de necesidades básicas lo que lleva al detrimento de la calidad de vida.

Referencias Bibliográficas

1. Barzelay, M. (2003). La Nueva Gerencia Pública: invitación a un diálogo cosmopolita. *Gestión y Política Pública*, 12(2).
2. Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*.
3. Chica Velez, S. A. (2011). Una mirada a los nuevos enfoques de la gestión pública. *Administración y Desarrollo*, 39(53), 57. <https://doi.org/10.22431/25005227.147>
4. DAFP. (2013). Marco General de Políticas Departamento Administrativo de la Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/660489/MarcoGeneralPolíticasDAFP.pdf/370e0c66-a66f-4e51-a8fd-3844c8ca36dc>
5. ESAPOficial. (2020). Foro Internacional de Políticas Públicas - Modernización Institucional y Crisis de la Democracia en América Latina. <https://youtu.be/V7vbzyO5Sbo>
6. Pliscoff-Varas, C. (2017). Implementando la nueva gestión pública: Problemas y desafíos a la ética pública. El caso chileno. *Convergencia*, 24(73), 141–164. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i73.4241>
7. Ramírez Brouchoud, M. (2012). Transformaciones del Estado en el gobierno local: La nueva gestión pública en Medellín. *Reflexión Política*, 14(28), 82–95.
8. RealAcademiaEspañola. (2021). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es>
9. Vázquez García, R. (2006). Weber Y Su Concepción De La Democracia Posible. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 3(5), 213. <https://doi.org/10.29092/uacm.v3i5.348>

La cultura cafetera como articulador estratégico entre el desarrollo turístico y las super estructuras en la zona norte del departamento del Tolima

The coffee culture as a strategic articulator between tourism development and the super structures in the north area of the department of Tolima

*Juan Pablo Mariño Jiménez¹⁷
Ricardo Benjamín Perilla Maluche¹⁸
Sully Katerine Lozano Quiñones¹⁹*

Resumen

La pandemia del Covid19 impactó de manera catastrófica la actividad turística, en el mundo, demostrando su relevancia económica, social y medioambiental en todos los destinos turísticos del orbe. En Colombia el turismo representaba el segundo renglón en generación de divisas para el país, gracias al impresionante crecimiento en el número de viajeros internacionales que experimentó a lo largo de lo corrido del siglo XXI. Con la recuperación post Covid19 en la dinámica de visita de extranjeros al país, el departamento del Tolima también ha experimentado un repunte, que, a pesar de mostrar cifras positivas, evidencia un importante rezago en su competitividad turística, pues al promediar los últimos 5 alcanza el decimoquinto lugar dentro del Ranking nacional de competitividad. A evaluar su competitividad turística desde ocho criterios, Tolima recibe una calificación de 0.0 en algunos indicadores insertos dentro de sus criterios ambientales, culturales, empresariales, de marketing estratégico, gestión del destino, infraestructura, económico y social. Al haber sido insertado en la RAP "Eje Cafetero", Tolima recibió una oportunidad manifiesta para apalancar la vocación turística de la región norte del departamento, en una cultura cafetera con características propias desde un acervo cultural ancestral comunitario, que dista del enfoque de los parques temáticos de Monte Negro y

Quimbaya en el Quindío.

Palabras clave: RAP Eje Cafetero, Modelo Turístico Alternativo, Patrimonio cultural cafetero.

Abstract

The Covid19 pandemic had a catastrophic impact on tourist activity in the world, demonstrating its economic, social and environmental relevance in all tourist destinations in the world. In Colombia, tourism represented the second line in generating foreign currency for the country, thanks to the impressive growth in the number of international travelers that it experienced throughout the course of the 21st century. With the post-Covid19 recovery in the dynamics of foreign visits to the country, the department of Tolima has also experienced a rebound, which, despite showing positive figures, shows a significant lag in its tourism competitiveness, since when averaging the last 5 it reaches fifteenth place in the national competitiveness ranking. When evaluating its tourism competitiveness from eight criteria,

17. Profesor investigador tiempo completo adscrito a Departamento de Estudios Interdisciplinarios del IDEAD, Universidad del Tolima. jpmarinoj@ut.edu.co

18. Profesor investigador tiempo completo adscrito a Departamento de Estudios Interdisciplinarios del IDEAD, Universidad del Tolima. rbperillam@ut.edu.co

19. Profesora catedrática adscrita al programa de Administración Financiera del IDEAD. Universidad del Tolima. sklozanoq@ut.edu.co

Tolima receives a score of 0.0 in some indicators inserted within its environmental, cultural, business, strategic marketing, destination management, infrastructure, economic and social criteria. Having been inserted in the RAP "Eje Cafetero", Tolima received a clear opportunity to leverage the tourist vocation of the northern region of the department, in a coffee culture with its own characteristics from an ancestral community cultural heritage, which is far from the focus of the parks themes of Monte Negro and Quimbaya in Quindío.

Keywords: RAP Eje Cafetero, Alternative Tourism Model, Coffee Cultural Heritage.

1. Introducción

Con anterioridad a la pandemia, la Organización Mundial del Turismo (OMT), reportaba que esta actividad se fortalecía como una de las actividades económicas de mayor importancia para el desarrollo y crecimiento en las economías a nivel mundial (OMT, 2018). Al respecto el ente internacional aseguraba que el turismo era responsable de generar el 10% del PIB (Producto Interno Bruto) mundial, y del 7% de las exportaciones del orbe (1.6 millones de dólares americanos), generando en aquel entonces 1 de cada 10 empleos en el planeta, con una expansión ininterrumpida durante las seis décadas precedentes (OMT, 2017).

En Colombia el turismo representaba el segundo renglón en generación de divisas para el país, dando cuenta de cifras positivas entre los años 2010 y 2015 que reflejaban un aumento del 70% en la llegada de turistas internacionales, de un 52% en la generación de divisas, del 2.6% en la participación del PIB y del 17% en el empleo como consecuencia del incremento en el número de prestadores de servicios turísticos (PARES, 2018). Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2018), daba cuenta de más de 4,2 millones de

visitantes no residentes que arribaron en 2018, representando un incremento del 8% respecto al año anterior, siendo Bogotá, Cartagena, Medellín, y Cali las ciudades que recibieron más turistas internacionales. Así mismo, el Departamento Nacional de Estadística (DANE, 2018), señalaba una ocupación hotelera del 56,70%, que hizo de 2018 el año con las cifras más altas contadas a partir de 2009, con un aumento porcentual del 7%, que según la OMT (2018), condujo a que entre 2010 y 2017 los ingresos generados por turismo en el país pasaran de 2.797 a 4.821 millones de dólares.

Estas cifras fueron fruto de un aumento en el flujo de turistas, que según la OMT (2006), pasó de 791 en 2004, a 3'898.000 llegadas de turistas internacionales en 2018 (OMT, 2019), motivados en buena parte de los casos por las estrategias de promoción turística implementadas por Colombia, que según Castillo & Castaño (2015), constituyen una de las principales herramientas para que potenciales viajeros conozcan los atractivos de un país y lo elijan como destino turístico (OMT, 2009), junto a su vigencia, disponibilidad y precio (Abul, 2015), diferenciadores ante la alta competencia que ha hecho manifiesta la necesidad de agregar valor en los destinos (Jiménez & de San Eugenio, 2009).

De otra parte, el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, que evalúa la competitividad turística de las naciones (WEF, 2019), refería que entre 2007 y 2013, Colombia experimentó un pronunciado descenso pasando de ocupar el puesto 72 entre 124 países evaluados en 2007 (WEF, 2007), al 84 entre 140 naciones evaluadas en 2013 (WEF, 2013). Fue hasta 2015, que el país presentó resultados positivos en el ranking, ascendiendo al puesto 68 entre 141 países evaluados en 2015 (WEF, 2015), y finalmente, para el último reporte publicado hasta antes de la pandemia,

alcanzó el quincuagésimo quinto puesto entre 140 países evaluados en 2019 (WEF, 2019).

A este respecto, conviene resaltar que según la CCB (2021), Bogotá sigue siendo el primer destino turístico del país recibiendo en 2020 el 7.01% del turismo receptivo mientras que, a julio de 2021, la ciudad ha sido visitada con propósitos laborales y de negocios en un 53.233%, vacaciones, ocio y recreación en un 29.7 %, convenciones 3%, salud y atención médica 4.8%, y otros motivos 9.3%. Si a esto se suma que Colombia es el quinto destino más atractivo para turismo en Sur América después de Brasil, Perú, Argentina y Chile (WEF, 2019), la proximidad geográfica del departamento del Tolima con la capital genera grandes oportunidades para el cumplimiento de los propósitos estratégicos establecidos, en los documentos de política pública.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB, 2021), el turismo fue la actividad económica más afectada por la pandemia, situación que repercutió de manera negativa en la economía colombiana debido a la disminución en las llegadas de visitantes extranjeros no residentes.

Según Migración Colombia citado por el Centro de Información Turística de Colombia (CITUR, 2023), el número de dichos viajeros pasó de 2'814.063 visitantes censados en los puestos de control migratorio del país en 2019, a 791.675 en 2020, iniciando una recuperación en 2021 cuando arribaron 1'249.178 y ya en 2022 3'043.117, dando claras luces de recuperación al superar las cifras previas al Covid19.

Sobre este particular, la situación no fue distinta en el departamento del Tolima pues según CITUR (2023), en 2019 el departamento acogió a 6.586 extranjeros no residentes, cifra que disminuyó ostensiblemente a 2.375 en 2020, y

luego se reactivó en 2021 con 5.701 visitantes que recorrieron el Tolima, para luego alcanzar los 9.029 en 2022.

No obstante, si bien dicho comportamiento en la dinámica de extranjeros que visitaron Colombia refleja también un repunte en el departamento, la realidad de la competitividad turística en el Tolima pone de manifiesto un importante rezago que lo ha llevado a ocupar en promedio el decimoquinto lugar dentro del Ranking nacional de competitividad turística que evalúa los 32 departamentos del país a lo largo de los últimos 5 años.

2. Materiales y métodos

De acuerdo con Narvéez (2014), el Modelo Turístico Alternativo (MTA), surge como una opción que permite la realización plena del ser humano, contribuyendo con la educación, la igualdad de oportunidades para las minorías en las áreas rurales, la liberación del hombre, y el respeto por la dignidad de los pueblos, a través de la revalorización de su identidad cultural, y de su patrimonio moral, alejándose cada vez más del Modelo Industrial, del turismo masivo, y de la antropización de los escenarios que lo caracterizan.

Para la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2004), hay un mayor número de turistas comprometidos con el medio que visitan, quienes buscan experiencias únicas, acordes con una nueva forma de percibirse ante la dinámica sociocultural y ecosistémica. Esto condujo a que la actividad turística evolucionara hacia actividades de revalorización de la naturaleza y de la cultura, a partir de visitantes proclives a estrechar su vínculo con el medio ambiente, y con destinos auténticos, poco impactados y con identidad propia, en donde ampliar su conocimiento cultural y ecosistémico gracias a un mayor contacto con las comunidades anfitrionas, como oferentes del

turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, sobre la plataforma del turismo comunitario en apego a la sostenibilidad (Ibañez & Rodríguez, 2012).

Según Orgaz (2013), el turismo comunitario se desarrolla en un destino específico, donde los stakeholders locales son los encargados de planificar la actividad turística, siendo la comunidad local el principal atractivo y, por consiguiente, el principal beneficiario. Esta tipología conserva y valoriza recursos patrimoniales, culturales y naturales, siendo la mejor manifestación del turismo sostenible, al potencializar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, mediante el trabajo autónomo y empoderado. Al respecto, Gascón y Cañada (2005, pág. 108), aseguran que el turismo comunitario constituye “un tipo de turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión”.

Señala la SECTUR (2004), que el MTA está compuesto por tres tipologías principales: turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, cada una compuesta por diversas actividades que puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados, de las que se ocupan las comunidades locales, encontrando en ello la génesis del turismo comunitario. De acuerdo con Vogeler & Hernández (2000), el Turismo Rural es una tipología que ofrece aventuras, experiencias, desconexión, relajamiento, disfrute e interacción con los hábitos de los lugareños. Al respecto, Martínez (2020), citando a Gannon (1994), refiere todas las actividades y amenidades provistas por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área, con miras a generar ingresos extras, resultado de lo que Hernández & Martínez (2016), identifican como el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos turísticos relacionados con el medio rural.

Valga resaltar que el fundamento del turismo rural es la convivencia e interacción con todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de las comunidades locales, inmersas dentro del Enoturismo, Gastronomía, Fotografía Rural, Aprendizaje de Dialectos, Mitos y leyendas, Agroturismo, Medicina ancestral, Talleres artesanales y Eco arqueología, entre otras (SECTUR, 2004).

Por su parte el Ecoturismo es un turismo medido, que produce un mínimo impacto en los ecosistemas, y persigue objetivos relacionados con la conservación, la comprensión y el aprecio por el medio ambiente y las culturas que se visitan. En palabras de Wearing, & Neil (2013), supone viajar a zonas vírgenes, donde la presencia de seres humanos es mínima, en las que el ecoturista hace explícita su necesidad de educarse y concienciarse desde el punto de vista medioambiental, social y/o cultural a partir de una visita vivida.

En este sentido, Casasola (2010), presenta al ecoturismo como opción de desarrollo local, cuyos propósitos se preocupan de la calidad de vida de las comunidades; haciendo uso de las potencialidades endógenas y de la participación y capacidad organizativa de la población a través de un esfuerzo conjunto y coordinado para el beneficio de todos sus integrantes. En tal sentido, al hablar del ecoturismo la SECTUR (2004), refiere viajes que persiguen actividades de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma, como son el Paisajismo, Observación de Fósiles, Observación Sideral, Safari Fotográfico, Investigación Científica, Educación Ambiental, Rescate de Flora y Fauna, Senderismo, Observación Geológica y Observación de Fauna entre muchos.

Con respecto al turismo de aventura, Hall & Weiler (2009), lo definen como un turismo activo que surge de la fusión que existe entre deporte

y turismo, cuyos motivos están asociados con “la búsqueda del riesgo, autodescubrimiento, autorrealización, contacto con la naturaleza y contacto social”. Para Beltrán & Bravo, (2008), quienes citan la Norma Técnica Sectorial (NTS AV 010), se trata “viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza” (pág. 104), siendo una tipología caracterizada por una necesidad de experimentar sensaciones emocionantes, que demandan destreza física con criterio recreativo y ánimo competitivo.

No obstante SECTUR (2004), considera que la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto, quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo, lo cual desvirtúa la experiencia de “logro” al superar un reto impuesto por la naturaleza, mejorar la condición física, reducir la tensión y mejorar el estado emocional o espiritual mediante la práctica de actividades en aire, tierra y agua como Vuelo en Globo, Vuelo en ala Delta, Parapente y Paracaidismo; Montañismo, Escalada en Roca, Trekking, Canyoning, Espeleísmo, Rappel, Ciclismo de Montaña y Cabalgatas; Buceo Autónomo, Buceo Libre, Espeleo Buceo, Rafting, Torrentismo, y Pesca Recreativa entre otros.

3. Resultados

De acuerdo con el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTC), en 2018 Tolima ocupó el lugar 15 (CPTC, 2018), en 2019 el lugar 14 (CPTC, 2019), en 2020 el décimo quinto puesto (CPTC, 2020), en 2021 mantuvo el ranking 15 (CPTC, 2021) y en 2022 alcanzó el decimocuarto escalón (CPTC, 2023).

Para el CPTC (2023) lo anterior, se explica cuando al evaluar la competitividad turística nacional a partir de ocho criterios aplicados

a cada departamento del país, Tolima recibe una calificación de 0.0 en varios indicadores evaluados entre 0 y 10 puntos, y que se insertan dentro de criterios ambientales, culturales, empresariales, de marketing estratégico, gestión del destino, infraestructura, económico y social. En ese orden de ideas, ante el criterio ambiental obtienen la peor calificación los siguientes indicadores: “áreas naturales de uso turístico”, “reconocimientos ambientales internacionales” y “adaptación al cambio climático”.

En cuanto al criterio cultural, “atractivos culturales del departamento declarados patrimonio de la humanidad”.

Respecto al criterio empresarial, “habitaciones adscritas a cadenas internacionales”, y “restaurantes categorizados por tenedores”.

Bajo el criterio de la estrategia de mercadeo, “participación en ferias nacionales especializadas en turismo”.

Escrutando el criterio de la gestión del destino, “producción de información estadística de viajes y turismo”; y “retorno de la contribución parafiscal”.

Sobre el criterio de infraestructura “instituciones prestadoras de servicios de salud de alto nivel”, “conectividad aérea internacional” y “sillas ofertadas en vuelos comerciales internacionales”. Y finalmente, de cara al criterio económico, el “factor de ocupación del transporte aéreo de pasajeros” completa un escenario que genera gran inquietud a la luz de los medios disponibles para arribar al territorio, lo cual, sumado a la “informalidad laboral” que es evaluada con 1.56 puntos desde el criterio social, completa una alquimia de preocupantes realidades que permiten entender las razones por las que competitivamente el departamento del Tolima se anida en la mitad de la tabla.

No obstante, sobresalen otros indicadores que alcanzan nivel de excelencia con una calificación de 10 puntos como en el caso de “oficinas especializadas en gestión turística” y “delitos contra turistas” en el criterio de Gestión del destino; y “terminales de transporte terrestre”, dentro del criterio de Infraestructura, los cuales, a la luz del Modelo Turístico Alternativo (MTA), y las tipologías que lo componen, ofrecen una oportunidad tangible para poder cumplir con lo propuesto dentro del Plan de Desarrollo Departamental, en relación con “activar económicamente la región en turismo, agro industria y servicios” (2020, pág. 21).

4. Discusión

Si se tiene en cuenta que el departamento del Tolima fue incorporado dentro de la RAP “Eje Cafetero”, se hace imperativo capitalizar una oportunidad manifiesta para apalancar su actividad turística en el producto turístico que desde hace años han consolidado los departamentos de Caldas, Risaralda y en especial Quindío. A la hora de analizar el desarrollo rural y el mejoramiento de la competitividad de la región por su reconocida vocación turística, la región norte del departamento de Tolima revela una cultura cafetera desconocida, con características propias y un acervo cultural ancestral comunitario, que pese a limitar con el departamento de caldas gracias a una vía alterna que también conecta con el eje cafetero, no establece vínculos con los atractivos más reconocidos del Quindío a los que se llega por el corredor de “la línea” y que hacen de sus parques temáticos en Monte Negro y Quimbaya, aproximaciones que se acercan más a la propuesta del posturismo.

Por el contrario, la zona norte del departamento se caracteriza por el acervo cultural de la caficultura tolimense, inmersa dentro de un gran potencial para el turismo rural, el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo comunitario

que representan la plataforma y los pilares del Modelo Turístico Alternativo (MTA). Así las cosas, la posibilidad de desarrollar el agroturismo en el norte del departamento como expresión cultural del Tolima, ofrece la posibilidad de nutrir aún más el ya mundialmente reconocido paisaje cultural cafetero colombiano que es patrimonio de la humanidad.

Por lo anterior, el presente artículo da cuenta de la fase inicial de una investigación encaminada a determinar el potencial que ofrece el MTA como medio de articulación entre los ejes estratégicos que integran Plan Regional de Competitividad, el Plan Estratégico Regional 2030, el Plan de Desarrollo Departamental, y la Política Pública Departamental de Turismo, desde de la cultura cafetera en el norte del departamento del Tolima.

Por ello, si se toma en cuenta que en la evaluación de competitividad turística del departamento hubo otros indicadores que si bien, no alcanzaron una calificación de 10, tampoco obtuvieron un 0.0, los puntajes intermedios hacen viable el aprovechamiento de las ventajas comparativas derivadas de la proximidad a Bogotá a la hora de jalonar parte del turismo receptivo de la capital, a la vez que permite aprovechar el mercado doméstico que ha mantenido activo el turismo en el Tolima.

A partir de la gestión adelantada por los tres departamentos que inicialmente fueron incluidos dentro del “Eje Cafetero”, el departamento del Tolima puede encontrar la génesis de un producto turístico que si bien se apalanca en la tradición y el renombre internacional que el café colombiano ostenta internacionalmente, tenga con qué desarrollar suficientes elementos propios para consolidar un producto turístico robusto desde el acervo cultural de las comunidades, diferenciado y verdaderamente enfocado hacia el MTA, que

en efecto articule todas las pretensiones que a nivel estratégico, competitivo y económico se han venido planteando en los diferentes documentos estratégicos del departamento, y que convergen en el turismo como motor del desarrollo regional y rural en el Tolima.

Referencias Bibliográficas

1. Abul, H. . (2015). PROMOTIONAL ACTIVITIES IN THE STRATEGIC TOURISM DEVELOPMENT OF LAPLAND. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de Theseus : <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/96778/Final%20thesis%20Hasan%202.pdf?sequence=1>
2. Beltrán, G. L., & Bravo, A. (2008). Turismo de aventura: Reflexiones sobre su desarrollo y potencialidad en Colombia. Anuario Turismo y Sociedad(9), 103-112. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1536599
3. Casasola, L. (2010). Turismo y Ambiente. México: Trillas.
4. Castillo, P. M., & Castaño, M. V. (2015). LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. Una revisión de 2009 a 2014. Estudios y Perspectivas en Turismo, 22. Recuperado el 10 de Agosto de 2019, de Redalyc.
5. CCB, C. (2021). Observatorio Bogotá - Cundinamarca. Recuperado el 28 de 09 de 2021, de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/observatorio/Analisis-Economico/Analisis-Economico/Turismo>
6. CITUR, C. d. (2023). Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor. Recuperado el 28 de 09 de 2021, de Centro de Información Turística de Colombia: https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0
7. CPTC, C. d. (19 de 03 de 2018). Índice de competitividad turística regional de Colombia - ICTRC. Bogotá, Colombia : COTELCO - UNICAFAM. Obtenido de Centro de Pensamiento Turístico de Colombia.
8. CPTC, C. d. (19 de 03 de 2019). Índice de competitividad turística regional de Colombia - ICTRC. Bogotá, Colombia: COTELCO - UNICAFAM. Obtenido de Centro de Pensamiento Turístico de Colombia.
9. CPTC, C. d. (19 de 03 de 2020). Índice de competitividad turística regional de Colombia - ICTRC. Bogotá, Colombia: COTELCO - UNICAFAM. Obtenido de Centro de Pensamiento Turístico de Colombia.
10. CPTC, C. d. (19 de 03 de 2021). Índice de competitividad turística regional de Colombia - ICTRC. Bogotá, Colombia: COTELCO - UNICAFAM. Obtenido de Centro de Pensamiento Turístico de Colombia.
11. CPTC, C. d. (19 de 03 de 2023). Índice de competitividad turística regional de Colombia - ICTRC. Bogotá, Colombia: COTELCO - UNICAFAM. Obtenido de Centro de Pensamiento Turístico de Colombia.
12. DANE , D. (27 de Junio de 2018). Cuenta Satélite de Turismo- CST 2015-2016. Recuperado el 5 de Octubre de 2019 , de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/turismo/Bol_tec_CST_2016p.pdf

13. Gascón, J. C. (2005). Viajar a todo tren. Barcelona: Icaria. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/322487036>
14. Gobernación del Tolima. (2020). Plan de Desarrollo. El Tolima nos Unie. 2020 - 2023. Recuperado el 28 de 09 de 2021, de Gobernación del Tolima: <https://regioncentralrape.gov.co/wp-content/uploads/2020/05/Ordenanza-Plan-de-desarrollo-version-8.pdf>
15. Hall, C. M., & Weiler, B. (2009). Turismo de interés especial. Nueva York, Nueva York, Estados Unidos de América: Wiley.
16. Hernández, Hernández, M., & Martínez, Puche, A. (2016). El turismo en el medio rural alicantino. Canelobre(66), 135 - 145.
17. Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En A. I. Boncheva, R. Ibañez, & I. N. Ecología (Ed.), Medio ambiente y política turística en México (pág. 164). Mexico. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018
18. Jiménez, M. M., & de San Eugenio, V. J. (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. Zer Revista de Estudios de Comunicación, 22.
19. Martínez, Salgado, O. (2020). Situación de los recursos turísticos de las comunidades rurales del occidente de Nicaragua para desarrollar turismo rural comunitario. Revista Científica Apuntes de Economía y Sociedad, 1(1), 56-66.
20. MINCIT, M. (2018). Resultados para el turismo para el año 2018. Recuperado el 8 de Agosto de 2019, de MINCIT: <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2018/oe-vt-turismo-2018-28-03-2019.pdf.aspx>
21. Narvaez, E. L. (2014). El Turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. Revista de ciencias sociales y humanas, 6(6), 9-18. Recuperado el 15 de octubre de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5537859>
22. OMT, O. M. (2006). Datos Esenciales del Turismo Edición 2006. Recuperado el 2 de Octubre de 2019, de UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413515>
23. OMT, O. M. (2018). Panorama OMT del turismo internacional. Recuperado el 4 de Agosto de 2019, de UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890?download=true>
24. Orgaz, A. F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. Nómadas, 38(2), 79-91. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4665241>
25. PARES. (2018). Invirtiendo en el futuro. Suplemento de construcción de paz para el sector de turismo en Colombia. Recuperado el 8 de Agosto de 2019, de Fundación Paz & Reconciliación: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/eventos-y-publicaciones/publicaciones/guias-turisticas-de-colombia/invirtiendo-en-el-futuro.aspx>

26. SECTUR, S. d. (2004). Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo (Segunda ed., Vol. Fasciculo 2). Mexico D.F, México, Estados unidos Mexicanos: Sectur. Recuperado el 15 de octubre de 2021, de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>
27. Vogeler, R. C., & Hernández, A. E. (2000). El mercado turístico: Estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid: Print.
28. Wearing, , S., & Neil, J. (2013). Ecoturismo (Primera ed.). Londres, Inglaterra: Routledge.

La innovación en el modelo de negocio en la actividad turística: una estrategia en entornos dinámicos

Innovation in the business model in tourism: a strategy in dynamic environments

Ricardo Benjamín Perilla Maluche²⁰

Juan Pablo Mariño Jiménez²¹

Sully Katerine Lozano Quiñones²²

Resumen

La innovación en el modelo de negocio se basa en la creación, captura y entrega de valor con el fin de generar ventajas competitivas, especialmente en entornos dinámicos. Con la llegada de la COVID-19, todas las industrias se vieron afectadas, especialmente la actividad del turismo. Este sector que es altamente sensible para la economía mundial ha logrado mostrar una leve recuperación luego de la pandemia, gracias a la incorporación de novedades en su forma de operación. No obstante, es importante que estas acciones estén cimentadas sobre la base de modelos de negocio innovadores que aseguren la sostenibilidad y ventajas competitivas.

Palabras clave: Innovación en el modelo de negocio, turismo, COVID-19, innovación, estrategia.

Abstract

Business Model Innovation is based on the creation, capture, and delivery of value in order to generate competitive advantages, especially in dynamic environments. With the arrival of COVID-19, all industries were affected, especially tourism activity. This sector, which is highly sensitive to the world economy, has slightly recovered after the pandemic thanks to incorporating novelties in its operation. However, these actions must be based on innovative

business models that ensure sustainability and competitive advantages.

Keywords: Business Model Innovation, tourism, COVID-19, innovation, strategy.

1. Introducción

La actividad del turismo desempeña un rol protagónico en la economía a nivel mundial, a través de múltiples indicadores como la generación de empleo directo e indirecto, aportación al PIB, exportaciones, etc. Para el año 2019, el turismo directo aportaba a la economía mundial el 4% del PIB, porcentaje que desde el 2008 no había tenido variaciones significativas; sin embargo, para el 2020 este cayó al 1,8% y para el 2021 tuvo una leve mejoría creciendo al 2%. En cuanto a exportaciones, para el 2019 representaba el 6,8% del total de estas a nivel mundial, siendo para muchas naciones la principal fuente de ingresos por concepto de exportaciones; en consecuencia, el turismo fue la actividad que mayores efectos sufrió gracias a la pandemia de la COVID-19 (UNWTO, 2021).

20. Profesor de planta del Departamento de estudios interdisciplinarios del IDEAD de la Universidad del Tolima. E-mail: rbperillam@ut.edu.co

21. Profesor de planta del Departamento de estudios interdisciplinarios del IDEAD de la Universidad del Tolima. E-mail: jpmarioj@ut.edu.co

22. Profesora catedrática del IDEAD Universidad del Tolima. E-mail: sklozanoq@ut.edu.co

La innovación en el modelo de negocio (BMI por sus siglas en inglés *Business Model Innovation*) se refiere a “la creación o reinención de modelos de negocio existentes mediante nuevas propuestas de valor, diseñando sistemas novedosos de creación de valor y construyendo mecanismos originales de captura de valor” (Guo et al., 2013, p. 451). BMI establece sus bases en las capacidades dinámicas, las cuales se orientan a desarrollar y reconfigurar las competencias de la empresa con el fin de hacer frente a los cambios continuos en el entorno, es decir, hallar nuevas formas de lograr una ventaja competitiva (Teece et al., 1997). Por lo tanto, BMI se hace relevante para organizaciones que se compiten en entornos dinámicos, caracterizados por los cambios continuos en las preferencias de los clientes, quienes exigen nuevas propuestas de valor que se aparten de los esquemas tradicionales mediante cambios disruptivos.

El estudio de BMI y el turismo es emergente. Al realizar una búsqueda en Scopus con la ecuación TITLE (“*business model innovation*” OR “*Business model*” AND *tourism*) se obtuvo un total de 82 resultados para el periodo 2002 al 2023, siendo el 2017 el año en el que comenzó a crecer de manera significativa el número de publicaciones con 5, y el 2021 el año en el que mayor documentos se publicaron, un total de 16, muy seguramente debido a los efectos de la COVID-19. Esto evidencia que el estudio de la relación entre BMI y turismo se encuentra en una etapa de desarrollo, donde muy seguramente las TICs van a tener un papel protagónico, en razón a que los avances tecnológicos que facilitan la comunicación e interacción entre diferentes actores en una industria, por un lado, acortan las distancias y rompen las fronteras, y por el otro, conllevan una reducción de costos importante para las empresas.

El presente artículo pretende destacar la relevancia de la relación entre BMI y el turismo, como una forma alternativa para las organizaciones que desarrollan esta actividad, de hacer frente a la nueva realidad post pandemia, dados los cambios y desafíos que esta contingencia originó. En la siguiente sección se presentará el concepto de BMI y su relación con otros tipos de innovación, luego, se discute acerca de la relación entre BMI y turismo, posteriormente se hará una revisión de literatura con el fin de dar cuenta de los avances en la investigación entre BMI y turismo en el mundo; finalmente se presentarán la discusión y conclusiones.

2. Innovación en el modelo de negocio (BMI)

La innovación según el manual de Oslo se refiere a “la implementación de un producto (bien o servicio) o proceso nuevo o significativamente mejorado, un nuevo método de marketing, o un nuevo método organizacional en la práctica de negocios, organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas” (OECD, 2005, p. 46). Esta definición abarca diferentes tipos de innovaciones, como la tecnológica, de marketing y la organizacional. No obstante, en la literatura han emergido otros conceptos sobre innovación cuyo enfoque trasciende el sistema técnico y social de la organización.

BMI se entiende como un sistema de actividades de creación, entrega y captura de valor. La creación de valor resulta de la diferencia entre el beneficio percibido que una empresa proporciona a sus clientes objetivo a través de una oferta, y el costo incurrido para crear dicho valor. La entrega de valor, por su parte, abarca las actividades realizadas por la empresa focal para llegar a los clientes y socios, incluidos los mecanismos de distribución y la elección de los canales de entrega. La captura de valor es lo que recupera la empresa para sí misma

(Abrahamsson et al., 2018). Por lo tanto, BMI tiene un rango de acción más amplio que la innovación tecnológica y organizacional, ya que no centra su atención en productos, procesos o en la estructura interna de organización de la empresa, sino que se enfoca en nuevas propuestas de valor para el cliente a través de cambios disruptivos en la organización, con el fin de lograr una ventaja competitiva. Sin embargo, BMI por sí sola no garantiza una ventaja competitiva sostenible, ya que los competidores fácilmente la pueden imitar, por tal razón es necesario que BMI y la estrategia de negocios trabajen conjuntamente (Teece, 2010).

BMI emerge entonces como una forma alternativa de ofrecer soluciones no tradicionales, bajo una arquitectura creadora de valor, ante contingencias del entorno representadas en cambios cada vez más frecuentes en los hábitos de los clientes, nuevos competidores, regulaciones más estrictas y disrupciones tecnológicas que modifican las reglas de juego. En este sentido, BMI ha sido fundamental en diferentes sectores como la industria tecnológica (Walton, 2012), economía colaborativa (Benoit et al., 2022), servicios financieros (Iheanachor et al., 2021), salud (Pundziene et al., 2019) y turismo (Gunarta & Hanggara, 2018), entre otras; hallando soluciones a partir de rediseñar el contenido, es decir, la selección de actividades a desarrollarse; la estructura, o sea la forma a partir de la cual las actividades se relacionan y establecen una secuencia; y la gobernanza, que implica la asignación de un responsable para la ejecución de las tareas (Amit & Zott, 2010).

Por otro lado, en cuanto a la relación entre BMI y otros tipos de innovaciones como las tecnológicas, producto y proceso, se encuentra en la literatura que BMI cuenta con un alcance más amplio por estar orientada externamente, ya que tiene un enfoque hacia la creación

de valor para el cliente, lo cual implica asociaciones y acuerdos interorganizacionales que trascienden los límites de la empresa. En tanto que la innovación de productos y procesos se centra en el desempeño de la empresa a nivel interno, es decir, el mejoramiento de los productos y procesos que se desarrollan al interior de la empresa, en muchas ocasiones mediante la reingeniería de un conjunto de actividades internas (Abebe y Myint, 2018). De este modo, es posible afirmar que las innovaciones en productos y procesos generalmente tienen un alcance limitado, en el sentido que, si bien representan una mejora a nivel tecnológico para la organización, los resultados de estas no se podrían medir más allá de las ventas e indicadores financieros, mientras que BMI genera valor para el cliente, y en algunas ocasiones, incluso ha modificado industrias enteras, cambiando las reglas de juego existentes. De hecho, algunos autores (Amit y Zott, 2010; Teece, 2010) afirman que las innovaciones en productos, para que sean exitosas, dependen de la implementación de BMI, que garanticen su sostenibilidad en el mercado, e incluso que BMI puede actuar como una alternativa frente a estos otros tipos de innovaciones.

3. Turismo y BMI

El turismo conforma uno de los más grandes renglones económicos en el mundo, es una actividad social que hace parte de la vida moderna de la población, por lo que su estudio llama la atención de académicos e investigadores con el fin de analizar las diferentes variables desde una perspectiva multidisciplinaria (Sharpley, 2006). El turismo se define como “el conjunto de todas las empresas que proporcionan directamente bienes o servicios para facilitar las actividades de negocios, placer y de ocio fuera del entorno del hogar” (Smith, 1988, p. 183).

En entornos altamente volátiles y cambiantes, donde cada vez hay mayor incertidumbre y se presentan discontinuidades de manera frecuente, especialmente en el sector de los servicios, BMI se presenta como una necesidad prioritaria (Kraus et al., 2023). Por esta razón, para la actividad del turismo, BMI representa la manera a través de la cual las organizaciones pueden dejar de operar bajo los esquemas tradicionales, y migrar a modelos basados en los avances tecnológicos y demás formas de operación que conduzcan a la atracción de nuevos clientes, con perfiles diferenciados, o incluso crear nuevos subsectores dentro del turismo que no hayan sido anteriormente explorados.

Con la pandemia de la COVID-19, todos los sectores de la economía a nivel mundial se vieron afectados, especialmente el turismo, debido a su naturaleza que implica el desplazamiento a lugares concurridos y, por ende, la interacción social. En consecuencia, la recuperación de este sector tiene como base las tecnologías digitales representadas en servicios basados en apps, redes sociales, *big data* e inteligencia artificial (Ammirato et al., 2021). No obstante, es importante resaltar que el uso de tecnologías digitales por sí solas no aseguran una ventaja competitiva, sino que estas deben necesariamente estar integradas a un modelo de negocio novedoso que comprenda los elementos que dan respuesta a la forma en que se crea, entrega y captura valor, es decir, definir a qué segmento de clientes se va a atender, la proposición de valor que resolverá los problemas identificados por los clientes, los canales de distribución a través de los cuales se entregará el bien o servicio de manera eficiente, la estrategia para relacionarse con los clientes y socios clave de la empresa, la formulación del flujo de ingresos que se espera obtener, la identificación de recursos y actividades clave que se requieren

para desarrollar el negocio y, finalmente, la estructura de costos que valida la viabilidad del modelo (Osterwalder & Pigneur, 2010).

4. Revisión de literatura

Con el fin de explorar los avances en la literatura de BMI aplicada a la actividad del turismo, se realizó una búsqueda de documentos en Scopus. A continuación, se presentan algunos resultados de las investigaciones que se han llevado a cabo. Sahebalzamani et al. (2023) analizaron los cambios adoptados en el modelo de negocio de siete empresas turísticas en Noruega, como respuesta ante la crisis originada por la COVID-19, encontrando tres grandes tipos de prácticas implementadas a la luz de las capacidades dinámicas: prácticas relacionadas con los recursos, con el mercado y con la tecnología. Rozumowski et al. (2020) investigaron acerca de la adopción de la tecnología basada en búsqueda por voz a empresas turísticas en Suiza, hallando que aun cuando esta ofrece oportunidades como novedad y diversidad en los canales de comunicación en el turismo, todavía no se implementa debido principalmente a aspectos como la ambigüedad en la regulación de protección de datos y la falta de habilidades técnicas y recursos financieros por parte de los empresarios. Del Vecchio et al. (2022) analizaron la innovación en el modelo de negocio y el proceso de creación de valor, basados en la economía circular, con la utilización de tecnologías digitales y *big data*, de Ecobnb, una compañía que opera en red en Europa y el resto del mundo, concluyendo que es un modelo de negocio exitoso bajo los parámetros del turismo inteligente. Ruiz & Gandia (2023) analizaron la transición del modelo de negocio vinícola, basado en el producto, al modelo del turismo del vino, basado en el servicio, de La Maison Guigal en Francia. Concluyeron que este cambio se enfrenta a tres desafíos: desarrollar un modelo de negocio con un portafolio que combine el modelo de

negocio orientado al producto (elaboración del vino) con un modelo de negocio orientado al servicio (turismo del vino); orquestar un modelo de negocio con múltiples perspectivas; y co-crear un ecosistema de turismo del vino con el fin de diversificar. Li (2018) analizó la forma de operación del modelo de negocio de compañías de servicios de viajes online, para lo cual tomó al proveedor chino Ctrip como objeto de estudio. El análisis se realizó tomando como herramienta el modelo Canvas. El estudio concluyó que el modelo de negocio se basa en cinco estrategias: posicionamiento del mercado con base en la diferenciación, a partir de nombres de productos y servicios, imagen de marca y elementos emocionales; establecimiento de un sistema de servicio perfecto con base en la interconexión de los servicios, reduciendo costos de comunicación; el mejoramiento de las competencias tecnológicas a través de sistemas inteligentes basados en inteligencia artificial; la integración de canales de comunicación tanto online como offline para reducir costos; y el robustecimiento de la adquisición de recursos clave, mediante el establecimiento de redes y socios.

Al analizar los estudios anteriores, se observa que una tendencia muy marcada en la mayoría de ellos es la implementación de tecnología digitales como impulsor de los modelos de negocio; bien sea a través de apps, inteligencia artificial y relacionadas; con el fin de hallar nuevas formas de crear valor para el cliente.

5. Discusión y conclusiones

Con las dinámicas del entorno cada vez más inestables y cambiantes, se crea un desafío para todos los sectores de la economía en general a crear nuevas ideas y estrategias de negocios para dar respuesta a las exigencias de los mercados. La contingencia de la COVID-19 obligó a todas las industrias a repensar la forma bajo la cual operan, esto incluye nuevos

métodos de producción, procesos y organización interna; novedades que para alcanzar su punto máximo deben ir acompañadas de nuevas propuestas en los modelos de negocio, esto es, un cambio significativo en la manera en que se crea, captura y entrega valor.

La actividad del turismo no fue ajena a las afectaciones sufridas por la COVID-19, ante lo cual, algunas organizaciones recurrieron a innovar en sus modelos de negocio, modificando los modelos tradicionales por formas novedosas de interactuar con los clientes, estableciendo canales de comunicación oportunos y a menores costos, e incluso, pasando del sector primario de la economía, que se basa en la producción, al terciario mediante la creación de un servicio novedoso (Dressler & Paunovic, 2021). BMI se hace fundamentalmente necesaria en entornos altamente volátiles, caracterizados por altas tasas de cambio e incertidumbre, sin embargo, una innovación en el modelo de negocio por sí sola no es suficiente para garantizar una ventaja competitiva sostenible, esta debe ir acompañada de un ejercicio más minucioso que implica el diseño de la estrategia de negocio (Tece, 2010). Igualmente, se concluye que con la llegada de la COVID-19, el uso de las tecnologías digitales ha jugado un papel protagónico, teniendo en cuenta que estas facilitan la comunicación e interacción entre las empresas y sus *Stakeholders*. Estas tecnologías deben, necesariamente hacer parte de una estrategia organizacional mayor, que las implemente a lo largo de toda la cadena de valor y no sean vistas simplemente como una herramienta más.

Referencias Bibliográficas

1. Abebe, M., & Myint, P. P. A. (2018). Board Characteristics and the Likelihood of Business Model Innovation Adoption: Evidence from the Smart Home Industry. *International Journal of Innovation Management*, 22(1). <https://doi.org/10.1142/S1363919618500068>
2. Abrahamsson, J., Boter, H., & Vanyushyn, V. (2018). Business model innovation of international new ventures: An empirical study in a Swedish context. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(1), 75–102. <https://doi.org/10.1007/s10843-018-0238-3>
3. Amit, R. H., & Zott, C. (2010). Business Model Innovation: Creating Value in Times of Change. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1701660>
4. Ammirato, S., Felicetti, A. M., Linzalone, R., & Carlucci, D. (2021). Digital business models in cultural tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 28(8), 1940–1961. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2021-0070>
5. Benoit, S., Wang, Y., Teng, L., Hampson, D. P., & Li, X. (2022). Innovation in the sharing economy: A framework and future research agenda. *Journal of Business Research*, 149(May), 207–216. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.020>
6. del Vecchio, P., Malandugno, C., Passiante, G., & Sakka, G. (2022). Circular economy business model for smart tourism: the case of Ecobnb. *EuroMed Journal of Business*, 17(1), 88–104. <https://doi.org/10.1108/EMJB-09-2020-0098>
7. Dressler, M., & Paunović, I. (2021). Business model innovation: Strategic expansion of german small and medium wineries into hospitality and tourism. *Administrative Sciences*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/admsci11040146>
8. Gunarta, I. K., & Hanggara, F. D. (2018). Development of agrotourism business model as an effort to increase the potency of tourism village(case study: Punten Village, Batu City). *MATEC Web of Conferences*, 204. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201820403006>
9. Guo, H., Zhao, J., & Tang, J. (2013). The role of top managers' human and social capital in business model innovation. *Chinese Management Studies*, 7(3), 447–469. <https://doi.org/10.1108/CMS-03-2013-0050>
10. Iheanachor, N., David-West, Y., & Umukoro, I. O. (2021). Business model innovation at the bottom of the pyramid – A case of mobile money agents. *Journal of Business Research*, 127(June 2019), 96–107. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.029>

11. Kraus, S., Kallmuenzer, A., Kanbach, D. K., Krysta, P. M., Steinhoff, M. M., Kraus, S., Kallmuenzer, A.,
12. Kanbach, D. K., & Krysta, P. M. (2023). An integrative framework for business model innovation in the tourism industry. *The Service Industries Journal*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/02642069.2022.2127690>
13. Li, Y. (2018). Research on the business model innovation in online tourism services: A case study of ctrip. *ACM International Conference Proceeding Series*, 1–5. <https://doi.org/10.1145/3180374.3181329>
14. OECD. (2005). *Oslo manual* (O. for E. C. and D. (OECD) and Eurostat (ed.)). <https://doi.org/10.1787/9789264013100-en>
15. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
16. Pundziene, A., Heaton, S., & Teece, D.J. (2019). 5G, Dynamic Capabilities and Business Models Innovation in Healthcare industry. *2019 IEEE International Symposium on Innovation and Entrepreneurship (TEMS-ISIE)*, 1–8. <https://doi.org/10.1109/TEMS-ISIE46312.2019.9074330>
17. Rozumowski, A. V., Kotowski, W., & Klaas, M. (2020). Resistance to Customer-driven Business Model Innovations: An Explorative Customer Experience Study on Voice Assistant Services of a Swiss Tourism Destination. *Athens Journal of Tourism*, 7(4), 191–208. <https://doi.org/10.30958/ajt.7-4-1>
18. Ruiz, É., & Gandia, R. (2023). From Winemaking to Wine Tourism: A Business Model Innovation. The Role of Value in Business Model Trajectory. In *Technology Advances and Innovation in Wine Tourism* (pp. 211–229). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-8277-4_13
19. Sahebalzamani, S., Jørgensen, E. J. B., Bertella, G., & Nilsen, E. R. (2023). A Dynamic Capabilities Approach to Business Model Innovation in Times of Crisis. *Tourism Planning and Development*, 138–161. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2107560>
20. Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism* (S. P. Inc. (ed.)).
21. Smith, S. L. J. (1988). Defining tourism a supply-side view. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 179–190. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90081-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90081-3)
22. Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
23. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). DYNAMIC CAPABILITIES AND STRATEGIC MANAGEMENT. *Strategic Management Journal*, 18(April 1991), 509–533.
24. UNWTO. (2021). The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19. In *The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19* (Issue November). World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284423200>
25. Walton, N. (2012). ‘Four-Closure’: How Amazon, Apple, Facebook & Google are driving business model innovation. *2012 International Conference on Innovation Management and Technology Research*, 97–101.

La prospectiva turística y su impacto en el desarrollo rural como una estrategia de crecimiento económico en Colombia.

Tourism prospective and its impact on rural development as a strategy for economic growth in Colombia.

Sully Katerine Lozano Quiñones²³
Ricardo Benjamín Perilla Maluche²⁴
Juan Pablo Mariño Jiménez²⁵

Resumen

Las actividades turísticas se encuentran inmersas en entornos dinámicos, inestables y por lo tanto complejos; todo esto ha obligado a las organizaciones a repensar sus estrategias, dado que estas deben orientarse hacia la sostenibilidad generando un impacto positivo en las comunidades con las cuales interactúan en la medida en que desarrollan su actividad económica. Por lo tanto, la prospectiva en el turismo es una herramienta para anticiparse a los cambios y poder tomar decisiones con menos incertidumbre y riesgo conducentes a la obtención de ventajas competitivas. En ese sentido y gracias a la riqueza natural de Colombia, el turismo de naturaleza se considera como una alternativa encaminada a alcanzar el bienestar general, toda vez que coadyuva a mejorar la calidad de vida de las personas residentes en zonas rurales y por ende se fortalece la economía sustentable del país.

Palabras clave: Prospectiva, actividades turísticas, turismo rural, turismo de naturaleza, desarrollo rural.

Abstract

Tourism activities are immersed in dynamic, unstable and therefore complex environments; all this has forced organizations to rethink their strategies, since these must be oriented towards sustainability, generating a positive impact on

the communities with which they interact as they develop their economic activity. Therefore, prospective in tourism is a tool to anticipate changes and be able to make decisions with less uncertainty and risk leading to competitive advantages. In this sense, and thanks to Colombia's natural wealth, nature tourism is considered as an alternative aimed at achieving general wellbeing, since it helps to improve the quality of life of people living in rural areas and thus strengthens the country's sustainable economy.

Keywords: Prospective, tourism activities, rural tourism, nature tourism, rural development.

1. Introducción

Las actividades turísticas se encuentran inmersas en entornos turbulentos que se

23. Administradora Financiera y maestranda en Administración de la Universidad del Tolima. Docente catedrática de la Universidad del Tolima adscrita al programa de Administración Financiera del IDEAD. Integrante del grupo de investigación en economía y teoría organizacional GIETO. sklozanoq@ut.edu.co.

24. Administrador de empresas y especialista en gerencia de proyectos de la universidad del Tolima. Magíster en pensamiento estratégico y prospectiva y Doctor (c) en Administración de la universidad Externado de Colombia. Profesor de planta de la universidad del Tolima. Integrante del grupo de investigación en economía y teoría organizacional GIETO. rbperillam@ut.edu.co

25. Administrador de empresas, especialista en Gerencia de Mercadeo y Magister en Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia. Doctor en Gestión del Turismo de la universidad Autónoma de Occidente de México. Profesor de planta de la universidad del Tolima. Integrante del grupo de investigación en economía y teoría organizacional GIETO. jpmarinoj@ut.edu.co

caracterizan por altos niveles de incertidumbre, dado que, las preferencias de los consumidores cambian constantemente (tendencias) y esto a su vez genera una respuesta en los oferentes, los cuales insertan en el mercado productos y/o servicios innovadores para satisfacer esas necesidades; promoviendo cambios en las estructuras y en los procesos de las actividades turísticas (Costa & Buhalis, 2006). Es evidente la complejidad que envuelve al turismo, de ahí la importancia de emplear herramientas de planeación estratégica a largo plazo, en aras de responder efectivamente a lo que se suscita en el entorno y es aquí donde prevalece la función de la prospectiva que permite el desarrollo de una reflexión integral y participativa del futuro, identificando escenarios y formulando posibles acciones estratégicas en miras a reducir la incertidumbre en la toma de decisiones (Fernández, 2012), que coadyuvan a la obtención de una ventaja competitiva. Adicionalmente, el turismo juega un papel importante en las economías de los países, puesto que, no solo contribuye en el crecimiento económico, sino que impulsa el desarrollo rural, la inclusión social (OMT, 2023a), el fortalecimiento de la cultura, minimiza el impacto negativo al medio ambiente (Menchero, 2018) y todo esto en su conjunto impulsa el progreso y el desarrollo sostenible.

Por lo tanto, el objetivo de este artículo radica en destacar la importancia de anticiparse a eventos futuros en la actividad turística, por medio de la implementación de herramientas de planeación a largo plazo como la prospectiva estratégica. A su vez, vislumbrando el turismo de naturaleza como un escenario provechoso en el desarrollo de las comunidades rurales y contribuyendo al mismo tiempo en el crecimiento económico sostenible del país (Peña, 2020). En la siguiente sección se dará a conocer la metodología, posteriormente, se presentará el concepto de prospectiva, turismo y su relación;

luego el concepto de desarrollo rural y como se ve impactado desde el turismo, seguidamente se mencionarán algunos antecedentes que den cuenta del uso de la prospectiva en el turismo y en el desarrollo rural; finalmente se realizará una discusión de las temáticas expuestas con las respectivas conclusiones.

2. Metodología

La elaboración de este escrito comprende una investigación documental relacionada con temas como la prospectiva estratégica, entornos turbulentos, turismo, turismo natural, desarrollo rural, desarrollo sostenible, crecimiento económico, entre otros. La cual se llevó a cabo a través de la búsqueda de información contenida en libros y artículos científicos en bases de datos como: Redalyc, Scopus, Scielo y Jstor.

Una vez seleccionada la información, se procede con el análisis y lectura de la misma, identificando conceptos, relaciones, ideas centrales y resultados de las investigaciones consultadas, los cuales, sirvieron como sustento para el desarrollo del artículo y la posterior discusión y conclusiones del mismo.

3. La prospectiva y su relevancia para el turismo en contextos dinámicos

La prospectiva estratégica es una disciplina que permite analizar el futuro para poder influir en él desde el presente, mediante la identificación de diferentes alternativas de futuro, de las cuales se elige una “escenario apuesta”. Autores como Mojica (2010), aducen que esta disciplina le permite al ser humano obrar con mayor seguridad en el presente, toda vez que se emprende anticipadamente la construcción del futuro más conveniente, esa exploración del futuro está enfocada en la consecución de una ventaja competitiva en el mercado (Baker & Kenny, 2014). En palabras de Baena (2009), la prospectiva es una herramienta de planeación que ofrece la posibilidad de introducir cambios en el futuro, es una hoja

de ruta para visualizar lo posible, lo deseable y lo factible. Desde el punto de vista de Godet (1993), “es la reflexión antes de la acción... que nos permite anticiparnos y preparar las acciones, precisamente, con menores dosis de riesgo y de incertidumbre”(párrafo. 22). Esta disciplina es “una herramienta metodológica que usada adecuadamente permite elucubrar posibles escenarios sobre los cuales definir líneas estratégicas de acción, por tanto, tomar decisiones que impacten positivamente el área de análisis” (Pineda, 2013, p. 294).

Conviene subrayar que, actualmente es habitual que las organizaciones tengan un mayor deseo de conocer el futuro, y esto se debe principalmente a la turbulencia del entorno, es decir, al aumento de la incertidumbre y del riesgo (Rivera, 2010), motivo por el cual, los ejercicios de planificación estratégica a largo plazo son indispensables en las empresas porque permiten identificar alertas tempranas que ilustren posibles problemas o futuros previsibles (Gordon, 1992). Esas características propias del entorno, inducen a las firmas a innovar en los métodos de futuro y a su vez, estos constituyen oportunidades para el desarrollo de estrategias sostenibles que tienen como objetivo minimizar los riesgos (Benckendorff, 2008). En ese sentido, la prospectiva estratégica cuenta con una amplia gama de herramientas y métodos, los cuales son empleados para reducir la incertidumbre al momento de tomar decisiones (Perilla & González, 2017). Dentro de estas herramientas, los escenarios permiten contemplar la multiplicidad del futuro, ya que, este no se encuentra determinado; por el contrario, existe un abanico de posibilidades de cara al futuro (futuribles) (De Jouvenel, 2004). Ahora bien, es pertinente mencionar que, un escenario “es un conjunto formado por la descripción de una situación futura y de la trayectoria de eventos que permiten pasar de una situación origen a

una situación futura” (Godet, 2000, p. 39). Existen principalmente dos tipos de escenarios: los exploratorios, los cuales, se fundamentan en el análisis de las tendencias y Mojica (2008), los denomina también como escenarios probables, tendenciales o referenciales; por otro lado, los escenarios anticipatorios son alternativas diferentes de futuro y son conocidos también como escenarios alternos (Mojica, 2008).

Por su parte el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994 citado en Sancho et al., 2008, p. 11). Es también una actividad en constante evolución dado que “depende de muchos factores externos de los cuales no se tiene control total al momento de la toma de decisiones en las organizaciones o por parte del gobierno” (Cortés Bello & Vargas Martínez, 2018, p. 52); adicional a esto se ha evidenciado que un gran porcentaje de los líderes del sector turístico practican un tipo de planificación cortoplacista (Fernández, 2012), que tiende más hacia la reactividad que a la proactividad, es decir que, los tomadores de decisiones en las actividades turísticas reaccionan a los cambios en cuanto aparecen y su estilo gerencial no les permite aun provocar cambios en el contexto en beneficio propio, esto evidencia su falta de actitud preactiva y proactiva frente al cambio, las cuales son propias de la prospectiva estratégica (Godet, 1993).

Lo anterior, indiscutiblemente devela la necesidad en las actividades turísticas del uso de la prospectiva como un instrumento para la identificación anticipada de oportunidades de mercado, del mismo modo, para prevenir y adaptarse a los cambios que pudieran darse

dentro de la estructura económica (Patiño, 2007). La revolución tecnológica es sin duda un hecho disruptivo que ha venido cambiando radicalmente la forma de vivir, de negociar e interactuar de la humanidad (Schwab, 2016), ha provocado cambios a nivel económico, social, cultural, políticos, entre otros; y el turismo ha estado sujeto a transformaciones como consecuencia de esta era digital; pues en los últimos años, el uso de internet ha ocasionado un aumento en el número de transacciones realizadas por los consumidores de servicios turísticos, lo cual indica la alta interacción del turista con el sistema, puesto que tiene la facilidad de realizar reservas en línea, compra de tiquetes, paquetes de viaje, seguros, etc. (Kiran, 2018). El corolario que de aquí se desprende radica en la adaptabilidad de los negocios turísticos a los procesos digitales, lo que sin duda provocará que la industria mejore sus prácticas comerciales en el futuro (Tourism Economics, 2021). Autores como Afsahhosseini (2020), hacen hincapié en el importante papel del comercio electrónico para el fortalecimiento del sector turístico en tiempos de la Covid-19, fungiendo como un mecanismo de interacción para la compra y venta de productos y/o servicios vía online que aceleraron la economía turística coadyuvando en su recuperación. Las herramientas tecnológicas como internet y los dispositivos móviles contribuyeron en la expansión de los viajes en tiempos de pandemia (UNWTO, 2021); así mismo, los avances tecnológicos se constituyen en una gran oportunidad para toda la cadena de valor del sector turístico, en iniciativas que involucran comunidades rurales y su desarrollo (OMT, 2021). Todo esto reitera el dinamismo del entorno turístico y la importancia de la prospectiva como un arma que permita tomar la delantera avizorando cambios o hechos disruptivos que a futuro le puedan generar algún beneficio.

4. El turismo como un pilar del desarrollo rural

El desarrollo rural se entiende como las “acciones e iniciativas que son llevadas a cabo para mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales” (Ríos Mesa et al., 2019, p. 13). También, involucra fenómenos sociales, culturales, políticos y económicos propios de cada país (North, 2008). En ese sentido, el turismo surge como una estrategia que fomenta el desarrollo rural y por ende el crecimiento de las naciones (OMT, 2023b). Lo anterior, señala una ventaja para Colombia, debido a su gran biodiversidad y capital natural, que constituyen una fuente de riqueza futura para el país y puede aprovecharse por medio del turismo (Departamento nacional de Planeación, 2021), tal y como se plantea en la misión de crecimiento verde donde se establece la bioeconomía como uno de los pilares de crecimiento y este a su vez contempla el turismo como una de sus iniciativas (Departamento nacional de planeación, 2019).

Nótese como el desarrollo rural puede potenciarse por medio del turismo, y para que sea sostenible, debe contar con la participación de los diferentes actores de la cadena de valor turística, los cuales son conscientes del beneficio que obtienen como resultado de dicha actividad y al mismo tiempo generan un impacto positivo en el medio ambiente (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014). El principal tipo de turismo empleado como motor de desarrollo rural es aquel que involucra a la naturaleza, es decir, viajes que suponen actividades recreativas que conllevan un contacto directo con la naturaleza y denotan un compromiso por parte del turista de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (SECTUR, citado en Escobedo, 2018). Dicho esto, es importante resaltar que, para fomentar el desarrollo rural por medio del turismo de naturaleza es necesaria la participación de los

diferentes actores, lo que para la prospectiva también es indispensable, dado que para poder identificar los retos futuros del objeto analizado es relevante involucrar los principales actores sociales asociados (Godet & Durance, 2011).

Conviene destacar que, el turismo natural se ha posicionado como una de las tendencias mundiales más fuertes a casusa de la pandemia, donde los viajeros conciben como espacios seguros las actividades al aire libre y privilegian aquellas que se llevan a cabo en lugares inexplorados o poco concurridos; lo anterior, garantiza un escenario en el que Colombia tiene una ventaja competitiva para impulsar el crecimiento económico sostenible (Departamento nacional de Planeación, 2022). Ahora bien, se conocen tres clases de turismo natural: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural. El primero es ideal “para quienes buscan experiencias en la contemplación y aprendizaje de atractivos naturales conservados y resguardados en áreas protegidas” (Ministerio de ambiente, 2020, p. 4). El segundo, “para quienes quieren desarrollar actividades físicas recreativas sobre un atractivo natural con algún tipo de riesgo” (Ministerio de ambiente, 2020, p. 4). El tercero, se centra en que “la motivación principal es la experiencia de la vida rural, la interacción cultural y el disfrute de tradiciones locales” (Ministerio de ambiente, 2020, p. 4). Por lo tanto, el turismo rural es el que contribuye en mayor escala al desarrollo rural de los países, puesto que sus actividades turísticas se ejecutan en un medio rural, cerca de áreas naturales y es un turismo respetuoso con el medio ambiente donde se aprovechan los recursos locales (Secretaría de cultura recreación y deporte, 2023).

5. Antecedentes

Algunos ejercicios de prospectiva en el turismo y el desarrollo rural denotan la importancia de la disciplina como una herramienta de

planificación que permite visualizar escenarios por medio un ejercicio de anticipación al futuro para tener mayor certeza en el presente. En Uruguay se desarrolló un estudio prospectivo del turismo al año 2050, donde se vislumbraron 5 escenarios posibles (Una oferta, muchos turistas; Turismo como derecho; Turismo 5.0; Turismo verde y Un turista, una oferta), posteriormente, se tomó la hipótesis de futuro optimista de cada uno de los 5 escenarios como insumo para el diseño del escenario meta del turismo en Uruguay, denominado “Uruguay 2050, un país de anfitriones”; en el cual se describe al país reconocido mundialmente por un turismo basado en una sólida identidad local, atención cálida integrada con productos turísticos naturales y culturales como fuente de desarrollo económico del país (Oficina de planeamiento y presupuesto, 2019). En Argentina, se realizó un ejercicio de prospectiva territorial en Tunuyán al año 2030, con tres escenarios de futuro: tendencial (Ni- Ni), pesimista (Territorio Deja- Deja al mercado) y optimista-apuesta (El Tunuyán que queremos: sustentable, soberano, inclusivo, diversificado e innovador); este último se contempla como un modelo de desarrollo, en el cual, el turismo sustentable (ecológico y de bajo impacto ambiental negativo) se consolida como un foco estratégico del turismo a nivel nacional, por medio de una fuerte identidad turística regional para el Valle de Uco alrededor del turismo de montaña y la valoración de sus productos locales, todo este entramado mejora las condiciones de empleo local y de desarrollo económico territorial (Papagno & Vitale, 2019). En México, se adelantó un estudio prospectivo del turismo de naturaleza para la costa de Jalisco y se identificaron algunas variables clave para el desarrollo del turismo de naturaleza en esta zona, tales como Planes de ordenamiento, Prestadores de servicios, Plan turístico local, Comunidad indígena, Apertura de las oportunidades como destino turístico y Conservación de recursos; de acuerdo con los

resultados el escenario optimista tiene una probabilidad de ocurrencia del 21% y en él, cada una de las hipótesis de futuro asociadas a las variables estratégicas, anteriormente mencionada se desarrollarán (Cornejo-Ortega et al., 2019). En Colombia, se hizo un ejercicio de exploración del futuro denominado “la visión 2050”; en ella se contempla el país como potencia ambiental y uno de los pilares fundamentales es el turismo de naturaleza, por medio del cual se propende alcanzar bienestar social sostenible para los colombianos; aprovechando la ventaja comparativa que posee el país gracias a su riqueza natural y biodiversidad; dado que el turismo ha demostrado ser una actividad que promueve el desarrollo económico, para el 2050:

el país logrará la diversificación y crecimiento de la economía en diversos territorios, desestimulando actividades ilegales y las asociadas a la deforestación y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales, mediante la planificación e impulso de la actividad y considerando cada uno de los eslabones de la cadena de valor, de manera que se logren acuerdos para la distribución justa y equitativa de beneficios e incorporación del enfoque diferencial reconociendo las características y dinámicas territoriales, así como las dinámicas de mercado. (Departamento nacional de Planeación., 2022, p. 125)

Por otro lado, en el caso agropecuario los ejercicios de prospectiva están encaminados a mejorar las estrategias hacia un desarrollo rural equitativo; en Colombia, los escenarios de futuro al 2025 para la extensión agropecuaria contemplan variables como la sostenibilidad, la globalización, el cambio climático, la pobreza rural, la desigualdad social, entre otras; las cuales deben apuntar a la solución de

problemas técnicos, aspectos de capital social humano, participación ciudadana, acceso a la información enrutados a mejorar la calidad de vida de pequeños productores (Alfonso Carvajal & Garrido Rubiano, 2022).

Otras estrategias que apuntan al desarrollo rural sostenible tienen que ver con plantación de especies para producir biocombustibles como el caso de la caña de azúcar para obtener etanol y la palma de aceite para la obtención de biodiesel (Ríos Mesa et al., 2019). Del mismo modo, la ganadería sostenible, la cual tiene como objetivo principal ser una actividad económica rentable contribuyendo a la disminución de los gases efecto invernadero (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2019). Empero, autores como Guerrero et al., (2014), aducen que actividades como cultivos para la producción de biocombustibles han generado degradaciones en los suelos, contaminación ambiental y han puesto en riesgo la seguridad alimentaria.

6. Discusión y conclusiones

En entornos volátiles como el actual donde la economía se ve afectada por eventos que son cada vez más inesperados, donde reina la incertidumbre y la inestabilidad económica de los países es imperativo el uso de herramientas de planificación estratégica como la prospectiva, para poder avizorar eventos disruptivos y tener los planes de acción necesarios para obtener una posición de ventaja. Lo anterior, ha llevado a los dirigentes de organizaciones, sectores y territorios a buscar estrategias que permitan reactivar sus economías, las cuales, deben estar orientadas hacia la sostenibilidad. En ese sentido, el turismo surge como una alternativa para reavivar la economía e incentivar el desarrollo rural del país, pues, el capital natural que posee es su mayor fuente de riqueza y ventaja comparativa; sin embargo, este futuro sostenible está ligado en gran medida a la gestión responsable de

los recursos naturales (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014) y a una articulación apropiada de políticas estatales pensadas hacia el fortalecimiento de un modelo de desarrollo integral de los territorios (Guerrero et al., 2014). Al mismo tiempo, es importante contar con la participación de todos los actores involucrados en las actividades turísticas, de ello dependerá el éxito de explotar esta ventaja comparativa y volverla una ventaja competitiva sostenida para el país. Vale la pena hacer hincapié en que el turismo natural sostenible es visto como un pilar para generar desarrollo en las comunidades rurales y conlleva educar a la gente, promover principios para la vocación turística, diseñar políticas que protejan el medioambiente (Pirselimolu & Demirel, 2012) y es además una forma de proteger el patrimonio cultural de las regiones (Xu et al., 2021).

Para terminar, la prospectiva en el turismo es un instrumento empleado para explorar el futuro, permite anticiparse a los cambios por medio de la identificación de diferentes planes que impacten la economía de una manera sostenible, para alcanzar este objetivo se requiere del trabajo mancomunado del gobierno, comunidades rurales, sector productivo, turistas y demás actores involucrados e interesados en preservar la riqueza natural del país y hacer de este una fuente de ventaja competitiva que impacte las comunidades rurales y por ende el crecimiento económico sostenible del país.

Referencias Bibliográficas

1. Afsahhosseini, F. (2020). Technology in tourism. *Proceedings of 8th ITSA Biennial Conference 2020*, 1(December 2020).
2. Alfonso Carvajal, O. A., & Garrido Rubiano, M. F. (2022). Escenarios 2025 para la extensión agropecuaria: retos y posibilidades desde la prospectiva estratégica. *Acta Agronómica*, 70(4), 407–414. <https://doi.org/10.15446/acag.v70n4.86508>
3. Baena, G. (2009). *Construcción de escenarios y toma de decisiones* (Issue 8).
4. Baker, J. A., & Kenny, C. G. (2014). Leading in uncertain times. *Strategic Direction*, 30(1), 31–33.
5. Benckendorff, P. (2008). Envisioning Sustainable Tourism Futures: An Evaluation of the Futures Wheel Method. *Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 25–36. <https://doi.org/10.1057/thr.2008.2>
6. Cornejo-Ortega, J. L., Chávez-Dagostino, R. M., & Espinoza-Sánchez, R. (2019). Prospectiva del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco. *Investigaciones Turísticas*, 17, 189–212. <https://doi.org/10.14198/INTURI2019.17.09>
7. Cortés Bello, R. del C., & Vargas Martínez, E. E. (2018). Prospectiva en agencias de viajes: una revisión de la literatura. *Turismo y Sociedad*, 22, 45–64. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.03>
8. Costa, C., & Buhalis, D. (2006). Introduction. In *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools* (pp. 247–252). <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-6378-6.50036-6>
9. De Jouvenel, H. (2004). *Invitation à la prospective An Invitation to Foresight futures*.
10. Departamento nacional de planeación. (2019). *Mision De Crecimiento Verde*.
11. Departamento nacional de Planeación. (2021). *Estrategia de reactivación y repotenciación económica sostenible y resiliente*.
12. Departamento nacional de Planeación. (2022). *Visión Colombia 2050. Discusión sobre el país del futuro*
13. Escobedo, A. (2018). *Entorno Turístico. Hablemos de turismo*. Turismo de Naturaleza: ¿En Qué Consiste yCuál Es Su Origen? <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>

14. Fernández, J. (2012). Oportunidad Y Conveniencia De Aplicar La Prospectiva Al Sector Turismo *. *Estudios Turísticos*, 192, 7–33.
15. Godet, M. (1993). De la anticipación a la acción :manual de prospectiva y estrategia, manual de prospectiva estratégica. In *Estrategia y gestión competitiva* (Vol. 5).
16. Godet, M. (2000). *LA CAJA DE HERRAMIENTAS DE LA PROSPECTIVA ESTRATÉGICA*. Laboratoire d'Investigation Prospective et Stratégique.
17. Godet, M., & Durance, P. (2011). La prospectiva estratégica: para las empresas y los territorios. In *Unesco*. [https://doi.org/10.1577/1548-8667\(1999\)011<0087:SITCAO>2.0.CO;2](https://doi.org/10.1577/1548-8667(1999)011<0087:SITCAO>2.0.CO;2)
18. Gordon, T. J. (1992). The Methods of Futures Research. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 522(1), 25–35. <https://doi.org/10.1177/0002716292522001003>
19. Guerrero, E., Rojas, A., Torres, M., & Bourdon Rojas, N. (2014). *Plan prospectivo para el desarrollo agrario en las regiones colombianas a partir del posconflicto al año 2025*. 14(2), 311–703.
20. Kiran, S. (2018). A Study on Role of Technology in Tourism. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, Volume-2(Issue-6), 84–89. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd18357>
21. Menchero Sánchez, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades.*, 39. <https://www.redalyc.org/journal/282/28264625027/html/>
22. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2019). Un campo para la equidad. Política Agropecuaria y de Desarrollo Rural 2018 - 2022. *Febrero*, 1–62.
23. Ministerio de ambiente. (2020). *Turismo de naturaleza: una experiencia responsable. Negocios verdes*.
24. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2014). Política de Turismo Sostenible: Unidos por la naturaleza. In *Instituto de desarrollo urbano*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx>
25. Mojica, Francisco J. (2008). Forecasting y Prospectiva dos alternativas complementarias para adelantarnos al futuro. *Universidad Externado*, 1–18. <http://www.franciscojojica.com/articulos/adalfut.pdf>
26. Mojica, Francisco José. (2010). *INTRODUCCIÓN A LA PROSPECTIVA ESTRATÉGICA PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL 1 Autor*.
27. North, L. L. (2008). El desarrollo rural nacional. *Revista Del Centro Andino de Estudios Internacionales*, 8(El desarrollo rural), 19. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1833/1/CI-08-OT-North.pdf>
Oficina de planeamiento y presupuesto. (2019). *Estudio prospectivo en turismo a 2050*. https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/documentos/2019-06/13_Estudio_prospectivo_en_Turismo.pdf

28. OMT. (2021). *UNWTO*. Herramientas Digitales La Revitalización Del Turismo. <https://www.unwto.org/es/news/herramientas-digitales-para-la-revitalizar-el-turismo>
29. OMT. (2023a). *UNWTO*. La OMT En FITUR 2023: Invertir En Un Futuro Diverso y Sostenible Para El Turismo. <https://www.unwto.org/es/news/omt-en-fitur-2023-invertir-en-un-futuro-diverso-y-sostenible-para-el-turismo>
30. OMT. (2023b). *UNWTO*. Una Delegación de La OMT Visita Roma Para Impulsar Alianzas Con El Gobierno Italiano. <https://www.unwto.org/es/news/una-delegacion-de-la-omt-visita-roma-para-impulsar-alianzas-con-el-gobierno-italiano>
31. Papagno, S., & Vitale, J. avier. (2019). La dimensión de futuro en el desarrollo territorial rural frente a los desafíos de la Agenda 2030. In *Planificación multiescalar. Ordenamiento, prospectiva territorial y liderazgos públicos CEPAL*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44875?fbclid=IwAR0cx2uPMzCHXzL2LOSM1stjMbpbbBUymcQvplTa07-JSH19-JzXK3bLM#.XZ79Sp0jM6s.facebook>
32. Patiño Hernandez, E. L. (2007). Prospectiva Tecnológica Technological Prospective. *Invension e Innovación*, 2(2), 9. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-32612013000100010
33. Peña Forero, E. del P. (2020). Una aproximación del Buen Vivir y el Turismo Rural como Alternativas de Desarrollo del Municipio de Cajamarca, Colombia. *Redalyc.Org*. <https://www.redalyc.org/journal/880/88064965005/html/>
34. Perilla, R., & González, M. (2017). *Escenarios de futuro como principal herramienta de la prospectiva estrategica*.
35. Pineda, L. (2013). Prospectiva estratégica en la gestión del conocimiento: Una propuesta para los grupos de investigación colombianos. *Investigación y Desarrollo*, 21(1), 237–311. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-32612013000100010
36. Pirselimolu, Z., & Demirel, O. (2012). A study of an ecologically based recreation and tourism planning approach: A case study on Trabzon Çalky high plateau in Turkey. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 19(4), 349–360. <https://doi.org/10.1080/13504509.2012.662181>
37. Ríos Mesa, A. F., Palacio, J. C., Giraldo Ramírez, D. P., Villegas García, D., & Cubillos Jiménez, S. (2019). *DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE. Una mirada desde la Ingeniería Agroindustrial*. <http://doi.org/10.18566/978-958-764-752-5>
38. Rivera, H. (2010). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90920479005>. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVIII, 87–119.
39. Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (2008). Introducción al Turismo. *Organización Mundial de Turismo OMT*. <https://www.unwto.org/es>
- Schwab, K. (2016). *La Cuarta Revolución Industrial*.

40. Secretaría de cultura recreación y deporte. (2023). *Secretaría de cultura, recreación y deporte*. Turismo. <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/de-la-la-z/turismo>
41. Tourism Economics. (2021). *Impulsando la recuperación del turismo en Colombia*.
42. UNWTO. (2021). The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19. In *The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19* (Issue November). <https://doi.org/10.18111/9789284423200>
43. Xu, J., Yang, M., Hou, C., Lu, Z., & Liu, D. (2021). Distribution of rural tourism development in geographical space: a case study of 323 traditional villages in Shaanxi, China. *European Journal of Remote Sensing*, 54(sup2), 318–333. <https://doi.org/10.1080/22797254.2020.1788993>

La genealogía como método de análisis filosófico

Genealogy as a method of philosophical analysis

Carlos Fernando Parra Moreno²⁶

Resumen

Friedrich Nietzsche y Michel Foucault son dos figuras centrales en la filosofía contemporánea, y aunque pertenecen a contextos históricos diferentes, sus obras comparten ciertos puntos de convergencia, especialmente en relación con la crítica de la verdad, la moral y las estructuras de poder. Foucault desde un enfoque más histórico y analítico plantea en sus estudios la relación entre poder y conocimiento, a su vez, analiza cómo las normas morales se imponen a través de prácticas sociales e institucionales, lo que puede llevar a la opresión. A su vez, enfatiza la posibilidad de crear formas de vida alternativas y éticas más liberadoras. Propone y utiliza el método genealógico para comprender esas relaciones de poder ocultas en el entramado histórico, en el desarrollo de condiciones como la modernidad y la moralidad.

Palabras clave: Arqueología, Foucault, Genealogía, Nietzsche.

Abstract

Friedrich Nietzsche and Michel Foucault are two central figures in contemporary philosophy, and although they belong to different historical contexts, their works share certain points of convergence, especially in relation to the criticism of truth, morality and power structures. Foucault, from a more historical and analytical approach, raises in his studies the relationship

between power and knowledge, in turn, he analyzes how moral norms are imposed through social and institutional practices, which can lead to oppression. At the same time, it emphasizes the possibility of creating alternative and more liberating ethical ways of life. It proposes and uses the genealogical method to understand those power relations hidden in the historical framework, in the development of conditions such as modernity and morality.

Keywords: Archeology, Foucault, Genealogy, Nietzsche.

1. Introducción

El análisis filosófico es una herramienta fundamental en la filosofía que busca descomponer y examinar conceptos, argumentos y problemas para lograr una comprensión más clara y profunda de cuestiones complejas. Los métodos de análisis filosófico son variados y complementarios, cada uno aportando una perspectiva única para abordar las complejidades del pensamiento humano. La filosofía, a través de estos métodos, no solo

26. Docente Tiempo Completo del Instituto de Educación a Distancia (IDEAD) de la Universidad del Tolima, adscrito al Departamento de Estudios Interdisciplinarios (DEI). PhD (C) en Administración de la Universidad de La Salle; Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia; Magíster en Economía, Universidad Externado de Colombia, Economista de la Universidad del Ibagué. Integrante del grupo de investigación GIETO. e-mail cfparra@ut.edu.co

busca respuestas, sino que también plantea nuevas preguntas, enriqueciendo nuestro entendimiento del mundo y de nosotros mismos. En un contexto donde las ideas se entrelazan y los problemas se vuelven cada vez más intrincados, el análisis filosófico sigue siendo una brújula invaluable en la búsqueda de la verdad.

Algunos de los métodos más destacados en este campo son: la argumentación, la hermenéutica, el análisis lógico, la mayéutica, la fenomenología, la arqueología, la genealogía, entre otros. El objeto del presente documento es la genealogía. El análisis genealógico es un método de estudio que examina el origen y la evolución de conceptos, ideas y prácticas a lo largo del tiempo, prestando especial atención a las relaciones de poder y a las condiciones históricas que las han moldeado. Este enfoque es particularmente asociado con el filósofo Friedrich Nietzsche y, más tarde, con Michel Foucault.

El análisis genealógico se puede aplicar en diversas disciplinas, incluyendo filosofía, sociología, historia, la economía y estudios culturales. Se utiliza para examinar temas como la moralidad, la subjetividad, la identidad y las instituciones sociales.

Foucault y su contexto de obra

La obra de Michel Foucault se puede dividir en varias etapas, cada una con sus propios enfoques y temas predominantes. Algunos autores presentan las principales etapas de su desarrollo intelectual las cuales son:

- Etapa Arqueológica (1950-1960): en esta etapa Foucault investiga cómo los discursos se estructuran en diferentes épocas y cómo estos discursos constituyen el conocimiento. Utiliza el método arqueológico para examinar

las condiciones históricas que permiten la aparición de ciertas disciplinas. Sus obras clave: "La arqueología del saber" (1969), "Las palabras y las cosas" (1966).

- Etapa Genealógica (1970-1980): en esta aborda la relación entre el poder y el conocimiento. A través del análisis genealógico, explora cómo las instituciones y prácticas sociales han evolucionado, revelando la manera en que las dinámicas de poder moldean el sujeto y la conducta humana. Obras clave: "Vigilar y castigar" (1975), "La historia de la sexualidad" (1976-1984).
- Etapa Ética y Estética (1980-1984): en ella Foucault se interesa por la ética y la subjetividad. Examina cómo las personas pueden actuar sobre sí mismas y crear formas de vida estéticas y éticas, enfatizando la importancia de la libertad y el autoconocimiento en la formación de la identidad. Obras clave: "El uso de los placeres" (1984), "La preocupación de sí" (1984).
- Etapa de la Biopolítica (finales de 1970-1980): Analiza la relación entre el conocimiento y el poder en contextos políticos. Explora cómo las formas de saber se utilizan para legitimar y ejercer control sobre los individuos y las sociedades. Adicionalmente, Foucault introduce el concepto de biopolítica, que se refiere a cómo el poder se ejerce sobre la vida y los cuerpos a nivel poblacional. Analiza cómo las políticas de salud, educación y seguridad social configuran la vida cotidiana. Obras Clave: "La historia de la sexualidad, volumen 1: La voluntad de saber" (1976), "La sociedad punitiva" (1975), "La verdad y las formas jurídicas" (1980).

La genealogía

Para comprender y entender lo que plantea un autor, en este caso un filósofo, se debe analizar como la vida de este influye su obra, y, segundo, identificar que otros hay influenciado su pensamiento. Para Foucault existen dos elementos históricos que inciden en su obra, uno la posguerra mundial que va a redefinir nuevos campos de la filosofía, en especial, una fuerte crítica hacia la epistemología positivista y la filosofía basada en la razón; y el conocimiento y aplicación de la obra de Nietzsche, prueba de ellos es su famosa cita: “si fuera presuntuoso, daría como título general a lo que hago ‘genealogía de la moral’” (Foucault, citado por Sánchez, 2017, p.1).

Retomando la generalogía de la moral de Nietzsche, Foucault revisa como el filósofo alemán ve a la moral como lo más alto y elevado de la naturaleza humana. En el origen de esta moral Nietzsche encuentra intereses humanos, en la historia del ser humano, donde “poderosos” imponen valores al resto de la sociedad, un ejemplo de ello es la imposición de la moral cristiana de los amos sobre los esclavos:

“Antes bien, fueron «los buenos» mismos, es decir, los nobles, los poderosos, los hombres de posición superior y elevados sentimientos quienes se sintieron y se valoraron a sí mismos y a su obrar como buenos, o sea como algo de primer rango, en contraposición a todo lo bajo, abyecto, vulgar y plebeyo. Partiendo de este pathos de la distancia es como se arrogaron el derecho de crear valores, de acuñar nombres de valores” (Nietzsche, 2005, p.37).

Foucault durante su obra va a pasar por tres estadios: “uno arqueológico, uno genealógico y uno ético” (Choque, 2019, p. 211), de los cuales

en este trabajo se hace un corto acercamiento a los dos primeros. El periodo arqueológico inicia en 1968 Foucault cuando publica “*Las palabras y las cosas cuyo subtítulo es “Una arqueología de las ciencias humanas”*”. Esta obra analiza la formación de un saber denominado episteme que surgió entre los siglos XVI-XVII” (Choque, 2019, p. 194) donde propone que existen tres epistemes una independiente de la otra: la de la época clásica, la del renacimiento y la moderna.

Su entrada a la etapa genealógica muestra sus primeros acercamientos con la publicación de una corta obra en 1970 titulada “*Nietzsche, la genealogía la historia*”, un acercamiento a la genealogía del alemán, advirtiendo que la filosofía busca metafísicamente el origen, como una historia del origen por las ideas, una esencia o un ser, al igual que Nietzsche va a considerar que en todo origen hay una invención. Esto lo plasma al publicar *Vigilar y Castigar* (1975), donde presenta como el método genealógico termina por superar al arqueológico para poder acercarse al análisis del poder, retomando así algunas ideas de Nietzsche. Según Choque (2019) “la genealogía explica que la historia es la lucha constante del poder. El desarrollo de Nietzsche de los conceptos de *Ursprung* y *Erfindung*, de origen e invención, fundamentan que la historia no tiene un origen primario” (p. 197), por tanto, Foucault se pregunta al igual que Nietzsche si ¿es lo mismo origen a invención? De este modo, va a mostrar como conceptos como la metafísica, la religión, la ciencia, los valores, la moral, etc. son invenciones humanas, a partir de los sinónimos saber=poder. Es así como *Vigilar y castigar* “constituye uno de los textos en los que el eco nietzscheano resuena con mayor intensidad en la producción filosófica de Foucault” (Sánchez, 2017, p.2).

El método genealógico de Michel Foucault es una forma de análisis que se utiliza para

explorar la evolución histórica de conceptos, instituciones y prácticas sociales. Foucault desarrolló el método genealógico como una herramienta crítica para analizar la relación conocimiento como forma de poder. A diferencia de la historia tradicional, que a menudo busca narrar una línea de desarrollo coherente y progresivo, la genealogía se enfoca en las discontinuidades, las luchas de poder y las relaciones de dominación.

En este método se propone realizar un análisis arqueológico, es decir, analiza las condiciones históricas que permiten la aparición de ciertos discursos a partir de no aceptar verdades absolutas y comprender las relaciones del poder en un contexto histórico. Un ejemplo de ello es su obra "La historia de la sexualidad", Foucault utiliza el método genealógico para desentrañar cómo las nociones de sexualidad han sido construidas a través de discursos médicos, jurídicos y sociales, mostrando cómo estas construcciones están ligadas a relaciones de poder y control.

Para Sánchez (2017) existen tres planos de análisis de método genealógico de Foucault: el "epistemológico, el histórico y el crítico" (p.2). Con el primero, Foucault critica el sujeto de conocimiento cartesiano-kantiano, "como fundamento de la ciencia y origen del sentido" (Sánchez, 2017, p.6; Núñez, 2011, p.58) con el que pretenden "elaborar una historia política de la verdad" (Sánchez, 2017, p.7). Foucault con la genealogía va a negar el conocimiento a-priori cartesiano y va a plantear que el conocimiento es a-posteriori, a través de la experiencia, pero desde una lucha de poderes, conocimiento es sinónimo de poder.

Desde el plano histórico, se distancia de la historia filosófica de Hegel dejando a un lado su análisis lineal y suprahistórico (desde Dios, la razón, etc.), ya que ve a la genealogía no

como la búsqueda del origen sino como "la procedencia de un suceso, esto es, del conjunto de pliegues, de fisuras, de capas heterogéneas que lo hacen inestable" (Sánchez, 2017, p.8). Finalmente, la perspectiva crítica partiendo de un análisis axiológico pretende criticar los valores tradicionales, su evaluación desde el punto de vista de la vida, a partir del cual se elabore un análisis multicausal de la sociedad de control.

Núñez (2011) plantea que la genealogía es una forma o perspectiva de análisis de discurso ya que tiene los siguientes principios para todo estudio: identificar como se ha formado, cuál es el sistema de coacción o norma específica y cuáles son sus condiciones de aparición. Por eso Núñez (2011) indica que "el sujeto que estudia lo hace desde su momento histórico, él puede ser el mismo u otro" (p. 58), lo aborda desde su invención y su historicidad, respondiendo a los intereses del presente o del momento histórico del investigador.

Desde otra forma de abordar el concepto de método genealógico, Núñez (2011) propone que este aparece en cuatro obras de Foucault. Como ya se mencionó anteriormente, en la "*La genealogía, Nietzsche y la historia*" (1971), el filósofo francés se remite al alemán para entender que la genealogía es "gris; es meticulosa y pacientemente documentalista" (Foucault, citado por Núñez, 1971, p.61), esta definición se opone al saber, ya que es un proceso de construcción de conocimiento y documental, se opone a la búsqueda del origen, lo que existe es una construcción, del sentido de la historia como lo denomina Nietzsche, sumado a la voluntad de poder.

En la "*Verdad y las formas jurídicas*" (1973) Foucault da forma metodológica a la genealogía, y comienza preguntándose sobre cómo se formaron dominios de saber a partir

de las prácticas sociales” (Foucault, 1995, p.16). Así logra plantear que de las prácticas sociales transformas los dominios del saber, estas prácticas permiten crear nuevos objetos y sujetos de conocimiento, nuevos campos del saber, y es la genealogía con el análisis del discurso analizarlos. Foucault va a decir que el método lo que busca es investigar al sujeto, a la historia del sujeto y a la historia del sistema penal. Para ello recurre a la distinción de dos palabras, la invención y el origen respecto al conocimiento, dando prioridad de análisis a la primera.

En el “*El poder psiquiátrico*” (1974) Foucault plantea preguntas sobre la relación del saber y el poder psiquiátrico; y segundo, confirma que ha aparecido el método genealógico, donde “el dispositivo de poder como instancia productora de la práctica discursiva” (Núñez, 1971, p.72). En esta obra aparecen tres categorías claves de su análisis: el poder disciplinario, el de biopolítica y el de microfísica del poder. También logra diferenciar la arqueología del saber y la genealogía del conocimiento, como formas de análisis del discurso.

Finalmente, en la obra “*Es necesario defender la sociedad*” (1976) el filósofo francés aborda como ejemplo la genealogía del racismo, y plantea las categorías de raza vencedora y la insurrección de saberes, desde los cuales analizará los saberes hegemónicos. El método genealógico también destaca las formas de resistencia que surgen frente a las estructuras de poder. Foucault argumenta que donde hay poder, también hay resistencia; este concepto es crucial para entender que el cambio social es posible. A través de la genealogía, se pueden identificar las luchas que desafían las normas establecidas y abren posibilidades para nuevas formas de subjetividad y comunidad.

Conclusiones

Michel Foucault, uno de los pensadores más influyentes del siglo XX, revolucionó la manera en que entendemos la relación entre el poder, el conocimiento y la historia. Su método genealógico, que se inspira en la obra de Friedrich Nietzsche, ofrece una perspectiva única para analizar la evolución de las verdades, las normas y las prácticas sociales a lo largo del tiempo. El método genealógico de Foucault es una herramienta esencial para desentrañar las complejas interrelaciones entre el poder, el conocimiento y la historia.

Una de las contribuciones más significativas del método genealógico es su capacidad para desnaturalizar lo que consideramos verdades universales. Foucault sostiene que las verdades no son simplemente descubrimientos que surgen de una búsqueda objetiva, sino que están profundamente enraizadas en contextos históricos y sociales. A través de la genealogía, se revela que lo que aceptamos como verdad es, a menudo, un producto de relaciones de poder y luchas políticas. Este enfoque invita a cuestionar la legitimidad de ciertos discursos que, aunque se presentan como neutrales, en realidad operan en función de intereses específicos.

Complementario a ello, Foucault propone que el conocimiento y el poder están intrínsecamente ligados; no pueden entenderse uno sin el otro. A través del método genealógico, se explora cómo las instituciones, tales como la medicina, la educación y la justicia, han construido saberes que sirven para ejercer control social. Este análisis revela que las formas de conocimiento están orientadas a regular y normar comportamientos, convirtiéndose en herramientas de disciplina y control. La genealogía, por lo tanto, permite visibilizar la dinámica de poder que subyace en la producción del conocimiento y cómo este puede ser utilizado para la opresión o la emancipación.

Otro análisis que va a plantear Foucault es la crítica de las narrativas históricas que siguen un enfoque lineal y teleológico, proponiendo en su lugar un análisis que busca discontinuidades y rupturas. A través de su método genealógico, se identifican momentos de conflicto y resistencia que han dado forma a las prácticas y creencias contemporáneas. Esta perspectiva no solo enriquece nuestro entendimiento de la historia, sino que también abre el espacio para el cuestionamiento crítico de las ideologías dominantes que pretenden legitimar un cierto orden social.

Finalmente, el enfoque genealógico permite un examen profundo de las prácticas sociales y cómo estas moldean la identidad y la subjetividad. Foucault investiga cómo las prácticas de la vigilancia, la disciplina y la normalización han influido en la forma en que las personas se ven a sí mismas y son vistas por los demás. Esto es particularmente relevante en el estudio de temas como la sexualidad, la locura y la criminalidad, donde se observa cómo las categorías sociales se construyen y se perpetúan a través de discursos específicos.

Referencias Bibliográficas

1. Choque-Aliaga, O. D. (2019). Foucault: biopolítica y discontinuidad. *Praxis Filosófica*, (49), 191–218. <https://doi.org/10.25100/pfilosofica.v0i49.8030>
2. Foucault, M. (1995). *La verdad y las formas jurídicas*. Gedisa.
3. Martínez-Novillo, J. R. (2010). Genealogía y discurso. De Nietzsche a Foucault. Nomadas, NA. <https://link-gale-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/apps/doc/A298172385/IFME?u=unad&sid=bookmark-IFME&xid=37f15bf5>
4. Nietzsche, F. (2005). *Genealogía de la moral*. Alianza Editorial.
5. Núñez, C. J. (2011). Hacia una definición de la genealogía. En: *La genealogía como filosofía política en Michel Foucault*. Editorial: Plaza y Valdés. (pp. 55-82). <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/39020>
6. Sánchez Santiago, A. (2017). Aproximación Al Concepto De Genealogía en Nietzsche Y Foucault. *La Torre Del Virrey. Revista de Estudios Culturales*, 22, 195–203. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6742897>



Universidad
del Tollma



ACREDITADA
DE ALTA CALIDAD

¡Construimos la universidad que soñamos!

Instituto de Educación
a Distancia

Administración Financiera

 @idead.ut  @ideadUT

 @idead_ut  @idead.unitolima