

ISSN: 2539-0686



Universidad
del Tolima

¡Construimos la universidad que necesitamos!



ACREDITADA
DE ALTA CALIDAD

Instituto de Educación
a Distancia

Revista Gestión & Finanzas

VOL. 7 ■ N° 13 ■ AÑO 2025

IBAGUÉ - TOLIMA

REVISTA GESTIÓN & FINANZAS

ISSN: 2539-0686

Omar A. Mejía Patiño
Rector

Nancy Gómez Torres
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**

Marien Alexandra Gil
Directora IDEAD

Andrés Mauricio Ospina Ariza
Diseño

Universidad del Tolima Sede Centro/Barrio Santa Helena
Dirección

gestionyfinanzas@ut.edu.co
Correo electrónico

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

EDITOR

CARLOS FERNANDO PARRA MORENO

PhD 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 Titular, 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

Doctora 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

Doctoranda en Economía – Universidad Javeriana, sede Cali.

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 RAMIREZ 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.

JAIME EDUARDO GONZALEZ DÍAZ

Doctor en Ciencias Sociales, Universidad del Zulia.

Magister en Desarrollo Empresarial, Universidad del Magdalena.

Especialista en Gerencia de Servicios Sociales, Fundación Universitaria Luis Amigo.

Administrador de Empresas, Politécnico Grancolombiano.

Par Académico de Ministerio de Educación Nacional. Par

Evaluador de Colciencias. Investigador Senior en el SCTI Colciencias.

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.

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
La reduflación ¿estrategia o un engaño empresarial?.....	6
<i>Carlos Fernando Parra Moreno</i>	
Un acercamiento heterodoxo a la visión racional del comportamiento del delito.....	16
<i>William Guillermo Naranjo Acosta</i>	
Lavado de Activos y Narcotráfico en Colombia: Una mirada desde la Evaluación Nacional del Riesgo...	29
<i>Yuli Samary Espinosa Díaz, Juan Pablo Cuesta Barbosa, Óscar Yamith Duque Cruz</i>	
Las problemáticas “mente-cuerpo” y “mundo externo” dentro de la filosofía del turismo.....	61
<i>Juan Pablo Mariño, Silvestre Flores Gamboa, Natalia Landinez</i>	
La innovación organizacional y su relación con la competitividad.....	84
<i>Ricardo Benjamín Perilla Maluche</i>	
Estimación e interpretación del pronóstico ARMA con diferencia de logaritmos.....	96
<i>Carlos Fernando Parra Moreno</i>	
Planificación y ordenamiento territorial desde la vocación turística.....	106
<i>Juan Pablo Mariño Jiménez, Martín León Santiensteban Silvestre Flores Gamboa</i>	
Historia y teoría del empresario: aportes clásicos y contemporáneos al desarrollo empresarial.....	133
<i>Jaime E. González-Díaz, Abner F. Huancas-Segura, Mayerly Parga Lozano, Eduardo Jesús Cárdenas Rodríguez</i>	

Editorial: “La economía colombiana en el gobierno actual”

La economía colombiana ha experimentado una trayectoria volátil entre 2022 y 2025, marcada por la recuperación de la post-pandemia, presiones inflacionarias y desafíos estructurales. En 2022, el PIB creció un robusto 7.3%, impulsado por el consumo interno y las exportaciones de petróleo y commodities, que alcanzaron récords gracias a precios globales elevados. Sin embargo, la inflación se disparó al 13.1%, la más alta en dos décadas, debido a disrupciones en cadenas de suministro y el conflicto Rusia-Ucrania, lo que elevó la tasa de desempleo a 11.2% y la deuda pública al 64% del PIB.

En 2023, el crecimiento se desaceleró drásticamente a 0.6%, afectado por altas tasas de interés (hasta 13.25%) implementadas por el Banco de la República para controlar la inflación, que cerró en 9.3%. Las exportaciones cayeron un 13% por la baja en precios del petróleo, exacerbando el déficit fiscal. El desempleo bajó ligeramente a 10.2%, pero la pobreza afectó al 33% de la población.

Para 2024, la economía rebotó con un PIB de 1.8%, gracias a la moderación inflacionaria (5.8%) y recortes de tasas a 10.75%. Las exportaciones se recuperaron un 5%, lideradas por café y minerales, aunque la deuda subió al 60% del PIB. El desempleo se estabilizó en 9.8%, con mejoras en sectores como turismo y manufactura.

Hasta agosto de 2025, el PIB crece un 2.7% en el primer trimestre, proyectado en 2.5% anual, con inflación en 4.9%. Los desafíos persisten y deben centrar en dar solución a problemas como el fortalecimiento de la confianza en los mercados financieros, la caída de las exportaciones tradicionales, un alto desempleo juvenil, el aumento de la escala de la violencia y el conflicto, una deuda por encima del 60% del PIB que ha llevado a plantear el rompimiento de la regla fiscal, entre otros factores de carácter económico y político. Entre los factores positivos se incluyen la inversión extranjera en energías renovables y la reducción de la pobreza monetaria (no la absoluta). En resumen, Colombia transita de crisis a estabilización, pero requiere diversificación exportadora y control fiscal para un crecimiento sostenible por encima del 3%.

La reduflación ¿estrategia o un engaño empresarial?

Shrinkflation a strategy or a business scam?

Carlos Fernando Parra Moreno¹

Resumen

La reduflación es la práctica y/o estrategia empresarial de reducir la cantidad de un producto manteniendo o aumentando su precio. Esta resurgido, en especial después de la pandemia, en contextos inflacionarios como el de Colombia (2023-2024, inflación 7% y 5%). Este artículo conceptualiza y analiza el impacto en los consumidores y la economía en general, planteando como esta situación disminuye el poder adquisitivo, afectando especialmente a los hogares de bajos ingresos, generando desconfianza hacia las marcas. Económicamente, oculta la inflación, distorsionando índices como el IPC. Para reducir sus efectos en la sociedad, se requiere hacer un seguimiento del impacto y establecer mecanismos normativos que permitan una mayor transparencia empresarial.

Palabras clave: Inflación, Poder adquisitivo, Reduflación.

Abstract

Shrinkflation is the business practice and/or strategy of reducing the quantity of a product while maintaining or increasing its price. It has resurfaced, especially after the pandemic, in inflationary contexts such as Colombia's (2023-2024, inflation between 7% and 5%). This article conceptualizes and analyzes the impact on consumers and the economy in general, explaining how this situation decreases purchasing power, particularly affecting low-income households, and generating distrust of brands. Economically, it hides inflation, distorting indices such as the CPI.

¹ Doctor en Administración, Universidad de La Salle. Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia. Magíster en Economía, Universidad Externado de Colombia. Economista, Universidad de Ibagué, estudiante de Filosofía, UNAD. Docente titular, Universidad del Tolima, Instituto de Educación a Distancia (IDEAD), Colombia. cparra@ut.edu.co . <https://orcid.org/0000-0001-7995-0401>

To reduce its effects on society, it is necessary to monitor the impact and establish regulatory mechanisms that allow for greater corporate transparency.

Keywords: Inflation, Purchasing Power, shrinkflation.

Introducción

Ante los shocks de oferta u otros factores que inflan los costos de producción, las empresas pueden optar por trasladar los aumentos de costos a los consumidores para mantener la rentabilidad. Dado que los aumentos directos de precios pueden ser perjudiciales para las empresas en mercados competitivos, a menudo optan por aumentar los precios indirectamente mediante la reducción del tamaño de sus productos.

Así nace la reduflación, término derivado del inglés *shrinkflation*, describe la práctica de reducir la cantidad o tamaño de un producto mientras se mantiene o incrementa su precio, una estrategia que las empresas utilizan para contrarrestar el aumento de costos sin elevar explícitamente los precios, “es una estrategia de ocultar la inflación” (Kumar, 2022, p.514). Este fenómeno, aunque no nuevo, ha ganado relevancia en contextos de inflación elevada, como en Colombia durante 2023 y 2024, con tasas inflacionarias cercanas al 7% y 5%, respectivamente.

Históricamente, la reduflación surge en períodos de crisis económica, como la Gran Depresión (1929-1939) o la inflación de los años 70, cuando las empresas, enfrentadas a costos crecientes, optaron por reducir porciones en lugar de aumentar precios, evitando la percepción de encarecimiento directo. En el contexto colombiano, la devaluación del peso (COP 4,000 a 4,200 por USD entre 2023 y 2024) y el alza en costos de materias primas han impulsado esta práctica, especialmente en sectores como alimentos y bienes de consumo.

Aunque el término *shrinkflation* existe desde hace décadas, la literatura académica ha ganado impulso en los últimos años, especialmente tras el período inflacionario posterior a la pandemia (2021-2024). El tema ha sido recientemente explorado, por ejemplo, en SCOPUS a la fecha de agosto de 2025, se encuentran solo 10 artículos en esta base de datos (4 publicados en 2024, 5 publicados en 2025 y 1 para 2026). Estados Unidos lidera la publicación con 3 documentos,

Francia e India con 2. Como autor referente aparece Tosib Alam (2024; Bashir, 2025) de la Universidad Central de Kashmir.

Se han realizado algunos estudios para encontrar y/o probar empíricamente mercados de tipo reduflación. Janssen y Kasinger (2024) concluyen que la inflación de precios es una estrategia común tanto entre fabricantes como entre minoristas. Yao et al. (2020) y Kim (2024) argumentan que la demanda del consumidor es menos sensible a los cambios en el tamaño del producto que a los cambios en el precio, y que la visualización de los precios unitarios facilita decisiones de compra más informadas entre los consumidores. De igual manera, Evangelidis (2024) concluye que una mayor proporción de consumidores considera que la reducción de tamaño es más injusta que las subidas de precios.

La reduflación plantea desafíos éticos y económicos, al impactar el poder adquisitivo de los consumidores, particularmente en hogares de bajos ingresos, y generar debates sobre la transparencia empresarial y su efecto en la confianza del mercado. Este fenómeno ha llamado la atención de las agencias de protección al consumidor y de los círculos políticos lo que ha llevado a algunos supermercados a introducir etiquetas de advertencia para subrayar las tácticas de inflación de los productores (Toeniskoetter, 2022; Parlamento Europeo, 2022).

La reduflación

Tradicionalmente se entiende la reduflación (del inglés *shrinkflation*, combinación de *shrink* (reducción) e *inflation* (inflación)) es una práctica y estrategia económica en la que las empresas reducen el tamaño, la cantidad o el peso de un producto mientras mantienen o incluso incrementan ligeramente su precio.

Pero este término no fue y no se definió así. El primer uso del término fue *scroinflation* cuyo significado actual se atribuye a “la economista Pippa Malmgren. Brian Domitrovic (2009) utilizó el término *scroinflation* para contrastarlo con la estanflación (que consiste en una inflación persistente combinada con un estancamiento de la demanda de los consumidores y un desempleo relativamente alto)” (Ginner, 2022; Bialek et al., 2024). De esta manera, el término actual de *strippingflation* fue utilizado por primera vez por el economista británico Domitrovic.

Shimkflation implica una reformulación u otra reducción de la calidad. El término *shitflation*, que se refiere al caso de mantener el precio de un producto mientras se reduce la calidad, también se encuentra en la literatura (Giner 2022). Para Bialek et al. (2024) “una definición económica más precisa puede presentarse de la siguiente manera: la *shrinkflation* es un aumento en el nivel general de precios de los bienes por unidad de peso o volumen, provocado por una reducción en el peso o tamaño del artículo vendido” (p.2).

Esta estrategia permite a los fabricantes preservar sus márgenes de ganancia en contextos de inflación, aumento de costos de producción (materias primas, energía, transporte) o pérdida de poder adquisitivo de los consumidores, sin que el incremento de precio sea tan evidente para el cliente. A diferencia de la inflación tradicional, que implica un aumento directo de precios, la reduflación se considera una forma de "inflación oculta", ya que el consumidor recibe menos producto por el mismo o mayor costo, lo que afecta su poder adquisitivo de manera indirecta. Es común en productos de consumo diario como alimentos, bebidas, productos de higiene y limpieza.

La reduflación no reduce la inflación en un sentido macroeconómico, como podría interpretarse de tu pregunta, sino que es una respuesta empresarial a presiones inflacionarias. Es legal siempre que se indique claramente la cantidad en el etiquetado, aunque puede generar percepción de engaño en los consumidores si no se comunica adecuadamente. Por ejemplo, en Colombia “la reduflación, por lo general, afecta a todo tipo de productos de consumo diario, desde alimentos como la pasta y el arroz, hasta productos poco esenciales, como las salsas, dulces y artículos de higiene como jabones y crema dental” (Murillo, 2024), también se da en chocolates, cafés, carnes frías, quesos, detergentes, marcas propias y hasta los productos de los restaurantes, entre otros. La estrategia es: bajar los márgenes, elevar el precio y reducir el tamaño del producto.

Bancolombia (2024) plantea varios factores que han llevado a esta reciente práctica empresarial:

- Altos costos de transporte
- Transformación poblacional y consumidores con mayor conciencia ambiental, social y económica.
- Altos precios de la energía y necesidad de combatir o mitigar los efectos del cambio climático.
- Desaceleración del ritmo de consumo y contracción de la inversión.

- Altos precios de las materias primas.

Según Acosta (2022) esta práctica no es nueva y se alertó sobre ella en 2022 “en un aparte de la Bitácora, Fenalco manifestó que “La reduflación llegó a Colombia” y señaló las razones que llevaría a los comerciantes a realizar esta práctica”. En esta encuesta encontraron que “el 24,7% de los comerciantes, los principales problemas y por los que recurren a esto, son por los costos de adquisición de mercancía; el 15,8% por escasez de productos en el comercio; 10,5% por la baja demanda; 8,9% por la inseguridad, 8,2% por la informalidad; 7% por la cartera; 6,3% por la escasez de personal calificado; 6,3% costos de crédito; 6% por exceso de regulación, entre otros” (Acosta 2024).

La reduflación ¿es una ilusión monetaria?

Una ilusión monetaria ocurre cuando los agentes económicos (como los consumidores) toman decisiones basadas en valores nominales (por ejemplo, el precio en dinero) sin considerar el valor real ajustado por inflación o cambios en la calidad/cantidad. La reduflación no encaja perfectamente en esta definición, ya que no se trata de un malentendido sobre el valor del dinero debido a la inflación, sino de una disminución real en la cantidad de producto ofrecida por el mismo precio nominal. Sin embargo, puede inducir una percepción errónea en los consumidores, quienes podrían no notar la reducción en el tamaño del producto y percibir que están obteniendo el mismo valor de la cantidad, lo que se asemeja a una ilusión.

La reduflación no es estrictamente una ilusión monetaria, sino una estrategia de mercado que puede generar percepciones erróneas en los consumidores, asemejándose a una ilusión en términos prácticos. Como se mencionó anteriormente, esta ocurre cuando una empresa reduce la cantidad o el tamaño de un producto mientras mantiene o aumenta su precio, en lugar de incrementar directamente el precio nominal. Este fenómeno se ha observado en Colombia y otros países, especialmente en contextos de inflación alta, por ejemplo, un paquete de galletas que pasa de 200 gramos a 180 gramos, pero se vende al mismo precio o uno ligeramente superior, esto lo percibe el consumidor como si el ingreso nominal (capacidad de compra o adquisitiva) no ha variado o su cambio ha sido marginal; pero al descubrir que consumen menos si detectan pérdida de ingreso real.

Desde una perspectiva económica, la reduflación puede:

- Ocultar la inflación real: Al no aumentar directamente los precios, las empresas disfrazan el impacto de los costos crecientes (por ejemplo, materias primas o transporte), lo que puede subestimar la inflación percibida en índices como el IPC (Índice de Precios al Consumidor). Esto puede afectar las decisiones de política monetaria, ya que los bancos centrales, como el Banco de la República en Colombia, podrían subestimar la presión inflacionaria.
- Afectar la confianza del consumidor: Si los consumidores descubren la reduflación, puede generar desconfianza hacia las marcas, impactando la demanda a largo plazo.
- Mantener márgenes empresariales: Permite a las empresas mantener márgenes de ganancia sin alienar a los clientes con aumentos de precios visibles, especialmente en sectores industriales como alimentos y bebidas, comunes en Colombia.

¿La reduflación es legal en Colombia y el Mundo?

En Colombia, la reduflación es una práctica legal, pero está regulada por normativas de protección al consumidor que exigen transparencia en el etiquetado. En algunos países es obligatorio que los comerciantes informen claramente el precio por unidad de peso o volumen (por ejemplo, precio por gramo o mililitro) en los productos, lo que permite a los consumidores calcular el costo real y comparar entre presentaciones.

La Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) establece que los productores y comerciantes deben proporcionar información veraz, clara y suficiente sobre los productos, incluyendo su cantidad y precio. Si un producto reduce su tamaño, esta información debe reflejarse en el empaque para evitar inducir a error al consumidor. El incumplimiento puede derivar en sanciones por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Un caso muy claro en Colombia ha sido el del “popular Chocoramo, que años atrás venía en una presentación de 70 gramos, y actualmente viene en 65 gramos, es decir, es un 7 % menos” (Murillo, 2024).

Aunque legal, la reduflación genera controversia en Colombia porque los consumidores sienten que están recibiendo menos por el mismo precio, lo que puede erosionar la confianza en las marcas. Un estudio de Ipsos (2023) citado en medios indica que el 46% de los consumidores globales han

notado la reduflación, y un 48% la considera inaceptable. En Colombia, no hay regulaciones específicas que prohíban la práctica, pero la falta de comunicación clara puede generar quejas ante la SIC.

En Francia, la reduflación ha sido objeto de críticas por considerarse una práctica poco transparente. Desde noviembre de 2023, Francia implementó regulaciones que obligan a los supermercados a señalar claramente en las etiquetas los cambios en la cantidad de producto para evitar engañar a los consumidores. Por ejemplo, “cadenas de supermercados como *Carrefour* comenzaron a etiquetar los productos afectados por la reduflación con carteles de color naranja. Entre los productos marcados, hay botellas de Pepsi y las papas fritas Lay's” (Murillo, 2024).

En el Reino Unido la reduflación es legal, pero ha sido ampliamente debatida. La Oficina de Estadísticas Nacionales (ONS) ha identificado casos en productos como chocolates y bebidas, y los consumidores han expresado frustración por la falta de claridad. No existe una prohibición específica, pero se exige que los cambios en el tamaño se indiquen en el envase.

En los Estados Unidos la práctica es legal siempre que el etiquetado refleje correctamente el peso o volumen del producto. La Comisión Federal de Comercio (FTC) y las leyes estatales de protección al consumidor supervisan que no haya publicidad engañosa, pero no hay regulaciones específicas que prohíban la reduflación. En mercados como Australia y Canadá, la reduflación también es legal, pero las asociaciones de consumidores han presionado por mayor transparencia. En América Latina, países como Brasil y México no tienen regulaciones específicas contra la reduflación, aunque los consumidores han denunciado casos en productos como snacks y bebidas.

Conclusiones

La reduflación es legal en la mayoría de los países, siempre que las empresas cumplan con las normativas de etiquetado y transparencia que exijan las autoridades locales. Sin embargo, su aceptación varía según las regulaciones de protección al consumidor y la percepción pública. En Colombia, es legal siempre que se cumpla con el Estatuto del Consumidor y se indique claramente el peso, volumen y precio por unidad. Sin embargo, la práctica genera debate por su impacto en la percepción de los consumidores y su poder adquisitivo.

La principal condición para que la reduflación sea legal en estos contextos es que el etiquetado sea claro y preciso, indicando el peso, volumen o cantidad real del producto. Sin embargo, cuando las empresas no informan adecuadamente o camuflan los cambios, la práctica puede considerarse engañosa y enfrentarse a sanciones por publicidad engañosa o violación de derechos del consumidor

Su uso plantea dilemas éticos. Los consumidores pueden percibirla como una forma de engaño, especialmente si los cambios no se comunican de manera transparente. En Colombia, la obligación de informar el precio por unidad de medida busca mitigar este problema, pero la sofisticación de la práctica (reducciones pequeñas, entre el 5% y 10%, que son difíciles de notar) puede pasar desapercibida, lo que genera frustración. Los consumidores compran lo que creen que es la misma cantidad, cuando en realidad reciben menos, lo que daña la transparencia comercial. Económicamente, representa una inflación encubierta: se paga lo mismo por menos, reduciendo el poder adquisitivo. Además, distorsiona la competencia, ya que las empresas que no aplican reduflación pueden parecer más caras injustamente. Esta práctica afecta especialmente a los sectores más vulnerables, que tienen menor capacidad para detectar estos cambios y ajustar su consumo.

Referencias

- Acosta, J. (2022). Qué es la reduflación y cómo impacta a los consumidores. Portafolio, 12 de mayo de 2022. <https://www.portafolio.co/economia/que-es-la-reduflacion-y-como-impacta-a-los-consumidores-565548>
- Bancolombia (2024). Inflación: estrategias para hacerle frente y sus impactos en el consumidor. <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/productividad-administrativa/implicaciones-reduflacion>
- Bashir, S., Joby, A., Wani, F., Bhat, M. A., & Alam, T. (2025). Shrinking Sizes, Swelling Prices: Evaluating the Ripple Effects of Inflation and Shrinkflation on Economic Growth Using Dynamic Panel Framework. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/09749101251335099>
- Bialek, J.; Bobel, A., & Oprych-Franków, D. (2024). Immeasurability of shrinkflation in the CPI? Automatic downsizing detection using scanner. 18th Meeting of the Ottawa Group. <https://stats.unece.org/ottawagroup/download/Papers-poster-Immeasurability-of-Shrinkflation-in-the-CPI.pdf>
- European Parliament (2022). ‘shrinkflation’ – a deceptive marketing practice. commission protection for consumers against the phenomenon of product downsizing. <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2022-002635>
- Evangelidis, Ioannis (2024). Frontiers: Shrinkflation aversion: When and why producto size decreases are seen as more unfair than equivalent price increases. *Marketing Science*, 43 (2), 280–288.
- Giner, D. (2022). Hi shrinkflation, meet your cousin shitflation, THE BLIND SPOT, <https://theblindspot.com/hi-shrinkflation-meet-your-cousin-shitflation/>
- Janssen, Aljoscha, Kasinger, Johannes (2024). Shrinkflation and consumer demand. Kilts Center at Chicago Booth Marketing Data Center Paper.
- Kim, In Kyung (2024). Consumers’ preference for downsizing over package Price increases. *Journal Economics Management Strategy*, 33 (1), 25–52.

- Kumar, A. (2022). Shrinkflation: A Kind of Hidden Inflation: Examining the phenomenon of shrinkflation and its impact on consumer's purchasing power. *Journal of Advances and Scholarly Researches in Allied Education*, 19(4), 514-516.
<https://ignited.in/index.php/jasrae/article/view/14000>
- Murillo Herrera, J. M. (2024). Reduflación: qué es y por qué está afectando a los supermercados. Portafolio, 1 de junio de 2024. <https://www.portafolio.co/negocios/comercio/que-es-la-reduflacion-y-por-que-esta-afectando-a-los-supermercados-605894>
- Toeniskoetter, C.(2022). Meet the man on a mission to expose sneaky price increases. New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/11/26/climate/fighting-shrinkflation-consumer-products.html>
- Vidalon, D. (2023). Carrefour sticks price warnings on food to shame suppliers. Reuters, 2023. <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/carrefour-sticks-price-warnings-food-shame-suppliers-2023-09-14/>

Un acercamiento heterodoxo a la visión racional del comportamiento del delito

A heterodox approach to the rational view of criminal behavior

William Guillermo Naranjo Acosta²

Resumen

Este artículo realiza una revisión crítica de la Teoría de la Elección Racional (TER), particularmente del modelo ajustado de Becker sobre el delito, y propone una innovadora ampliación de este al incorporar formalmente el concepto de espíritus animales de Keynes. Mientras el modelo tradicional supone un agente puramente racional que maximiza utilidad de forma estable y deseable, esta propuesta matematiza la influencia de los componentes psicológicos, sociales y emocionales, como un factor clave que distorsiona la percepción de riesgos, beneficios y probabilidades. La contribución central del trabajo es la modificación de la ecuación del delito de Becker, introduciendo un parámetro A (denominado *Animal Spirits*) que captura la variabilidad en el estado de ánimo colectivo, el optimismo irracional, la aversión a la ambigüedad o la contagiosidad de narrativas. Se demuestra teóricamente que la propensión a incurrir en conductas desviadas o a cooperar no responde sólo a incentivos materiales, sino que está sujeta a oleadas de contagio social y a cambios súbitos en la confianza. Finalmente, el artículo sostiene que la cuantificación de este parámetro A, por ejemplo, mediante indicadores de sentimiento económico o narrativas virales, es crucial para mejorar la capacidad predictiva de los modelos económicos. Se concluye que la integración de los espíritus animales en la TER no sólo enriquece el marco teórico, sino que también provee herramientas para el diseño de políticas públicas más efectivas, como campañas informativas que reduzcan la ambigüedad y aumenten la credibilidad de las sanciones, al actuar directamente sobre los factores psicológicos que impulsan la decisión individual.

² Economista, especialista en dirección para el desarrollo de la gestión pública, Magister en Administración MBA, profesor catedrático Universidad del Tolima, líder semillero de Investigación SEDI UNAD. wgnaranjoa@ut.edu.co

Palabras claves: Teoría de la Elección Racional, espíritus animales, Keynes, Gary Becker, economía del delito, economía conductual

Abstract

This article provides a critical review of Rational Choice Theory (RCT), particularly Becker's adjusted model of crime, and proposes an innovative extension of this model by formally incorporating Keynes' concept of animal spirits. While the traditional model assumes a purely rational agent who maximizes utility in a stable and desirable manner, this proposal mathematizes the influence of psychological, social, and emotional components as a key factor that distorts the perception of risks, benefits, and probabilities. The central contribution of the work is the modification of Becker's crime equation, introducing a parameter A (called Animal Spirits) that captures the variability in collective mood, irrational optimism, aversion to ambiguity, or the contagiousness of narratives. It is theoretically demonstrated that the propensity to engage in deviant behavior or to cooperate does not respond solely to material incentives, but is subject to waves of social contagion and sudden changes in confidence. Finally, the article argues that quantifying this parameter A, for example through economic sentiment indicators or viral narratives, is crucial to improving the predictive power of economic models. It concludes that the integration of animal spirits into TER not only enriches the theoretical framework, but also provides tools for the design of more effective public policies, such as information campaigns that reduce ambiguity and increase the credibility of sanctions, by acting directly on the psychological factors that drive individual decision-making.

Keywords: Rational Choice Theory, animal spirits, Keynes, Gary Becker, economics of crime, behavioral economics.

Introducción

La economía neoclásica como escuela de pensamiento predominante después de la segunda mitad del siglo XX hasta la fecha realizó aportes en varios campos, tales como; la economía ambiental, las decisiones de la elección pública y en especial, los modelos conductuales, estos avances han logrado consolidar el conocimiento económico.

Esta visión racional neoclásica debe ser contrastado con los aportes de Adam Smith sobre la conducta de los individuos, de acuerdo con Parra Moreno (2025) “la simpatía es el fundamento de las normas sociales y económicas” (p.88). Al posibilitar que las personas entiendan y compartan los sentimientos ajenos, se promueve la moral y la cooperación, esta empatía es crucial para formar juicios éticos y conductas que sostienen el orden social y cimientan un sistema económico que se apoya en la confianza y el bien común. De este modo, la simpatía opera como un vínculo entre la ética y la economía. Es decir, el paradigma predominante de la ciencia económica parte del supuesto que los individuos son racionales en la toma de decisión, buscando maximizar el placer y minimizando el dolor.

El siguiente documento pretende exponer los avances de La economía del crimen desde la vista de la racionalidad y el *homo economicus*, en ese sentido, de acuerdo con Naranjo Acosta (2016) el *homo economicus* es un concepto que describe al ser humano como un agente racional, egoísta y orientado a maximizar sus propios intereses y beneficios económicos, según esta visión, el individuo toma decisiones de manera lógica y calculada, buscando siempre alcanzar sus fines personales de la manera más eficiente posible. Este modelo es fundamental en la teoría económica neoclásica y supone que las personas actúan con plena racionalidad, sin influencias emocionales, sociales o culturales.

El estudio utilizó una metodología de carácter cualitativo, basada en una revisión documental sistemática. La estructura del artículo se organiza de la siguiente manera: la primera sección introduce el marco conceptual y los objetivos de la investigación; la segunda examina críticamente los fundamentos y limitaciones de la teoría de la elección racional; la tercera desarrolla una propuesta formal para integrar el concepto de espíritus animales keynesianos en dicho marco teórico, mediante una modelización que amplía sus supuestos convencionales; y la cuarta sección sintetiza las conclusiones, destacando las implicaciones teóricas y prácticas de esta articulación conceptual.

La Teoría de la Elección Racional

Desde sus orígenes, la Teoría de la Elección Racional (TER) no puede atribuirse a un único autor, sino que es el resultado de un desarrollo intelectual acumulativo que fortalece el conocimiento en la economía clásica. En sus inicios la teoría fue inicialmente planteada por Adam Smith, el cual generó las bases conceptuales al postular que el interés personal actúa como motor del

comportamiento económico, idea que culmina en su metáfora de la mano invisible, donde las decisiones individuales racionales conducen (sin intención directa) al bienestar colectivo. Este principio fue formalizado matemáticamente a finales del siglo XIX por los fundadores de la escuela marginalista, tales como; William Stanley Jevons, Carl Menger y Léon Walras, quienes trasladaron el análisis desde las teorías del valor-trabajo hacia la utilidad marginal y las preferencias subjetivas, estableciendo así los pilares microeconómicos de la TER.

La formalización axiomática moderna de la teoría se debe, en gran medida, a contribuciones clave del siglo XX. John von Neumann y Oskar Morgenstern, en su obra sobre la teoría de juegos (1944), axiomatizaron la utilidad esperada bajo condiciones de riesgo, definiendo las condiciones formales, tales como, la completitud y la transitividad de las preferencias, que debe cumplir una elección para ser considerada racional. Paralelamente, Kenneth Arrow (1951), con su teorema de la imposibilidad, reveló las dificultades lógicas de derivar preferencias sociales coherentes a partir de preferencias individuales racionales, cuestión central para la economía del bienestar y la ciencia política.

La expansión del ámbito de aplicación de la TER más allá de los mercados tradicionales fue impulsada decisivamente por Gary Becker (1976) en *“The economic approach to human behavior”*, quien aplicó el modelo de maximización de utilidad a esferas como la familia, la educación, el crimen o la discriminación, argumentando que el comportamiento humano puede entenderse universalmente mediante el análisis costo-beneficio.

En el campo de la política, la TER encontró un fértil terreno de desarrollo con la Teoría de la Elección Pública, liderada por James Buchanan, quien modelizó el comportamiento de políticos y burócratas como actores guiados por su interés propio, ya sea la reelección, el poder o el presupuesto, en lugar de hacerlo por ideales de bien común. De manera complementaria, Anthony Downs (1957) aplicó estos principios al electorado, introduciendo la noción del votante racionalmente ignorante, para quien el costo de informarse supera el beneficio marginal de su voto. Asimismo, Mancur Olson (1965) analizó la lógica de la acción colectiva, demostrando que, en ausencia de incentivos selectivos, los individuos tienen motivos racionales para abstenerse de cooperar, tales como, el problema del aprovechamiento indebido o dependencia del esfuerzo ajeno, lo que dificulta la provisión de bienes públicos.

No obstante, la TER ha enfrentado críticas sustanciales que han dado lugar a desarrollos alternativos. Herbert Simon (1955) cuestionó el supuesto de racionalidad plena, proponiendo en su lugar el concepto de racionalidad limitada, de acuerdo con esta teoría, los agentes satisfacen en lugar de maximizar, debido a restricciones informativas y cognitivas. Más tarde, los trabajos pioneros de Daniel Kahneman (1979) en psicología cognitiva, avanzaron en la teoría prospectiva, demostrando experimentalmente que las decisiones humanas se desvían de manera sistemática y predecible de los postulados de la racionalidad perfecta, debido a sesgos como la aversión a la pérdida o el efecto de encuadre, este efecto afirma que las personas cambian las decisiones dependiendo de cómo se les presente. Estas contribuciones no sólo delimitaron los alcances de la Teoría de la Elección Racional, sino que fundaron el campo de la economía conductual, que integra hallazgos y perspectivas psicológicas en el modelado económico.

Los Espíritus Animales

De acuerdo con Keynes (1943) los espíritus animales son un concepto para describir el optimismo espontáneo y los impulsos psicológicos que influyen en las decisiones económicas de las personas, especialmente en contextos de incertidumbre donde no es posible calcular probabilidades objetivas.

Según Shiller (2021), los espíritus animales son, en esencia, impulsos no racionales que Keynes describió como una fogosidad o un resorte espontáneo que impulsa a las personas a actuar en lugar de permanecer inactivas, especialmente en situaciones de incertidumbre donde no es posible realizar cálculos racionales de costos y beneficios. Esta fuerza psicológica se distingue por ser profundamente contagiosa, ya que se propaga a través de narrativas populares virales, tales como, historias, ideas y emociones, que se transmiten de persona a persona de manera análoga a la propagación de una enfermedad epidémica, lo que amplifica su impacto social, en ese sentido, estos cambios en los espíritus animales no son meramente anecdóticos, sino que influyen decisivamente en la economía agregada, afectando variables macroeconómicas clave como la demanda agregada, la inversión y el consumo, lo que se traduce en fluctuaciones económicas como auges y recesiones.

Ahora bien, “El término «espíritus animales» ha vuelto al discurso académico y público en general. La nueva literatura sobre economía conductual utiliza el término para referirse a una serie de comportamientos que se salen de lo que normalmente se entiende como racional.” (Parra Moreno,

2017, p.35). En ese sentido, los espíritus animales representan los impulsos y emociones humanas que influyen en las decisiones económicas, muchas veces de manera irracional. Estos comportamientos afectan la confianza, el optimismo, y el temor de los agentes económicos, generando fluctuaciones en los mercados y en los ciclos económicos. De acuerdo con Parra Moreno (2017), se reconoce que las decisiones económicas no siempre siguen un racionalismo estricto, sino que también están determinadas por sentimientos, prejuicios y comportamientos emocionales.

Los espíritus animales influyen en decisiones como la inversión, el consumo, y la confianza en el mercado. Por ejemplo, el temor puede provocar pánico y ventas masivas, mientras que el optimismo excesivo puede llevar a burbujas especulativas. Estas emociones pueden provocar que los agentes económicos tomen decisiones impulsivas o irracionales, generando volatilidad y distorsiones en los precios y en el ciclo económico general.

El análisis de la literatura según Rojas-Triana, Parra-Mariño y Gutiérrez-Ayala (2021) examina la influencia de los denominados espíritus animales sobre las expectativas de inversión en Colombia. Mediante un modelo de Vectores de Corrección de Errores (VEC), los autores demuestran que las expectativas de inversión reaccionan positivamente ante choques previos en la inversión y el ingreso, pero negativamente ante variaciones en el índice de confianza y la tasa de interés. Estos hallazgos confirman que el comportamiento inversionista no se explica únicamente por fundamentos económicos tradicionales, sino también por percepciones subjetivas y procesos autorreforzantes de expectativas.

El modelo VEC empleado permite capturar relaciones de largo plazo entre variables no estacionarias, evitando regresiones espurias y facilitando el análisis de causalidad y ajuste estructural entre variables endógenas y exógenas. La especificación utilizada incluye variables clave como inversión, ingreso, confianza y tasas de interés, lo que posibilita una evaluación robusta de los choques y su transmisión dentro del sistema económico.

Las conclusiones subrayan la relevancia de incorporar elementos conductuales en el análisis económico, destacando que la inversión está significativamente influida por factores psicológicos y sociales. Se enfatiza, además, la necesidad de que las políticas públicas consideren estos aspectos para mejorar su efectividad en el tratamiento de problemas estructurales como la pobreza y el cambio climático. La interacción entre racionalidad e irracionalidad en la formación de

expectativas invita a replantear los modelos tradicionales de decisión y a avanzar hacia marcos analíticos más integrales.

Aproximación formal del comportamiento delictivo

Con el objetivo de ampliar la visión de la TER en su aplicación en la economía del crimen desarrollada por Becker, se plantea una modificación a la ecuación inicial, donde se vincula los espíritus animales desarrollados por Keynes.

Inicialmente se plantea la ecuación del delito planteada por Becker y ampliada por Ehrlich, en ese planteamiento se considera que el delito corresponde a una función de utilidad neoclásica, es decir, el delincuente es un individuo racional que busca maximizar su beneficio o utilidad esperada, en ese sentido se plantea la siguiente ecuación para modelar el comportamiento de los bandidos;

$$U=p*B-(1-p)*C \quad (1)$$

Donde:

U=Utilidad Esperada del Delito

p= es la probabilidad de éxito, no ser arrestado o capturado

B= el beneficio monetario esperado

(1-p) = probabilidad de ser arrestado

C= costo del castigo o severidad de la pena (pena, multa, prisión)

De la ecuación anterior se puede concluir que si $U > 0$, el individuo estará motivado o inclinado a realizar el delito, por el contrario, si $U < 0$ el delincuente tendrá una decisión racional de no delinquir. Ahora bien, si U es mayor que el ingreso que percibe el delincuente por vender en el mercado lo hurtado, también por teoría de la elección racional se realiza el crimen.

Ahora bien, si vinculamos la variable espíritus animales de Keynes a la elección racional, se adapta la racionalidad de los delincuentes al estado o emoción o percepción en el momento de cometer el delito, para ello, consideremos la variable (A) como un factor que modela el comportamiento del bandido, en ese sentido, dicha variable tendría el siguiente análisis;

Si el *animal spirits* (A) es el índice que captura el estado psicológico del potencial delincuente, se podría decir, en primer lugar, si $A > 0$ esto representa optimismo, exceso de confianza, euforia o aversión al riesgo. En segundo lugar, $A = 0$ representa neutralidad, es decir, la percepción es perfectamente racional (Caso Becker puro). Finalmente, si $A < 0$ entonces, representa pesimismo, miedo, cautela o aversión al riesgo.

El mecanismo clave es que A distorsiona la percepción de las probabilidades y el beneficio de la teoría de la elección racional, es decir, al incorporar los espíritus animales en la ecuación del delito, reconocemos que las decisiones criminales no siempre son decisiones racionales, en ese sentido, los factores emocionales, psicológicos o instintivos pueden alterar la percepción de los beneficios B, los costos C y sus probabilidades p.

$$U = p * B * (1 + A) - (1 - p) * C * (1 + A) \quad (2)$$

Ahora bien, la percepción subjetiva de la probabilidad de éxito se denominará p_s , esta aplica para los delincuentes optimistas ($A > 0$) que sobreestiman la victoria en el hecho delincencial, matemáticamente se especifica de la siguiente forma, como se refleja en la ecuación 3:

$$p_s = p + A(1 - p) \quad (3)$$

Por otro lado, la percepción subjetiva del beneficio (B_s) para un individuo optimista ($A > 0$) que sobrestima el beneficio potencial del delito, se representa en la ecuación 4:

$$B_s = B * (1 + A) \quad (4)$$

Igualmente, la percepción subjetiva del costo (C_s) para un individuo optimista ($A > 0$) subestima el costo o severidad del castigo, se representa en la ecuación 5:

$$C_s = C * (1 - A) \quad (5)$$

Por lo anterior expuesto, y partiendo de la ecuación (2) (Elección Racional con Espíritus Animales), sustituimos las variables objetivas (p, B, C) por las percepciones subjetivas (p_s , B_s , C_s) en la ecuación original (1), en ese sentido, la utilidad esperada del delito (U) queda definida como:

$$U = p_s * B_s - (1 - p_s) * C_s \quad (6)$$

Ahora, sustituimos p_s , B_s y C_s por sus expresiones en función de A:

$$U = [p + A(1 - p)] * [B * (1 + A)] - [1 - (p + A(1 - p))] * [C * (1 - A)] \quad (7)$$

La ecuación 7 evidencia la formula ajustada que integra formalmente los espíritus animales de Keynes en el modelo de elección racional del delito de Becker.

La ecuación de utilidad esperada subjetiva (ecuación 1) , donde las percepciones p , B , y C son funciones del parámetro de espíritus animales A , proporciona un marco analítico paralelo para examinar la decisión delictiva bajo condiciones de información imperfecta y sesgos psicológicos, es decir, la incorporación del parámetro A permite modelar desviaciones sistemáticas de la racionalidad neoclásica pura, capturando cómo estados afectivos como el optimismo o el pesimismo distorsionan la evaluación subjetiva de los incentivos.

El impacto marginal de un cambio en los espíritus animales (A) sobre la utilidad esperada subjetiva (U) dada por la ecuación 6 es fundamental para entender la dinámica del comportamiento delictivo. Matemáticamente, este efecto puede analizarse mediante la derivada parcial $\frac{\partial U}{\partial A}$. Dada la estructura de la ecuación, se anticipa que esta derivada sea positiva para valores de A , indicando que un aumento en el optimismo conlleva un incremento en la utilidad subjetiva esperada del delito. Este resultado surge de los tres canales de distorsión: una prima optimista se añade a la probabilidad de éxito percibida ($\frac{\partial p}{\partial A} > 0$), el beneficio esperado se escala al alza ($\frac{\partial B}{\partial A} > 0$), y el costo esperado del castigo se escala a la baja ($\frac{\partial C}{\partial A} < 0$). La conjunción de estos efectos crea una potente no linealidad, donde pequeños incrementos en A pueden trasladar a un individuo de un estado de no-participación ($U \leq 0$) a un estado de participación en actividades delictivas ($U > 0$), incluso en ausencia de cambios en las variables objetivas del entorno p , B , y C .

Este marco tiene implicaciones profundas para el diseño y la evaluación de políticas de seguridad pública. Las políticas tradicionales, enfocadas en alterar las variables objetivas tales como, aumentar la severidad de las penas (C) o la probabilidad de aprehensión (p), estas pueden experimentar rendimientos decrecientes o incluso ser neutralizadas si operan en un contexto donde los agentes presentan fuertes sesgos de optimismo ($A > 0$). En tales escenarios, los delincuentes potenciales subestiman sistemáticamente C y sobrestiman p y B , amortiguando el efecto disuasorio de las intervenciones. Por consiguiente, una política integral debería considerar estrategias complementarias dirigidas a gestionar las expectativas y corregir estas percepciones sesgadas. Campañas de comunicación estratégica que aumenten la saliencia y certeza de las

consecuencias legales podrían actuar como un mecanismo para reducir A, ajustando las percepciones subjetivas p y C para alinearlas más estrechamente con la realidad operativa del sistema de justicia penal.

Además, el modelo sugiere la existencia de ciclos auto-reforzados o equilibrios de sentimiento en la delincuencia agregada, es decir, una secuencia de éxitos delictivos no detectados puede elevar el A promedio dentro de una cohorte, incrementando la propensión al delito y generando una oleada de actividad delictiva. Este auge persistiría hasta que una serie de aprehensiones exitosas, en otras palabras, un shock negativo a las percepciones de impunidad, es decir, revirtiera el sentimiento colectivo, restableciendo A en un nivel bajo o negativo y precipitando una contracción en la actividad ilegal. Por lo tanto, la volatilidad en las tasas de delincuencia puede ser explicada, en parte, por la dinámica de este componente psicológico, el cual responde a las experiencias pasadas de los individuos y a la información social disponible, en línea con las teorías de aprendizaje social.

En este sentido, la integración formal de los espíritus animales keynesianos dentro del modelo de elección racional de Becker no constituye un rechazo al paradigma de la racionalidad del modelo neoclásico, sino más bien una sofisticación necesaria del mismo, el cual, proporciona un aparato formal para incorporar hallazgos poco estudiados de la economía del comportamiento y la psicología, vinculando estos análisis a un modelo económico estricto, permitiendo una análisis más amplio y predictivo de la conducta delictiva. La ecuación resultante ofrece hipótesis comprobables, particularmente en torno a la interacción entre políticas de disuasión objetivas y el estado psicológico subjetivo de la población, abriendo un nuevo camino en la agenda de investigación empírica para futuros estudios.

Conclusiones

La formalización de la utilidad esperada subjetiva constituye un avance teórico al sintetizar el marco de elección racional con los fundamentos de la economía del comportamiento. Este modelo ampliado demuestra que la propensión a delinquir no es una función exclusiva de incentivos materiales y riesgos observables, sino que está críticamente mediada por un factor de distorsión perceptual (A). La derivación matemática establece de manera rigurosa cómo los *espíritus animales* operan como una variable latente que sesga de forma no lineal las expectativas de éxito, beneficio y costo, proporcionando así un microfundamento para comportamientos delictivos que,

si bien son subóptimos ex-post, son consistentes con un proceso de optimización bajo percepciones endógenamente alteradas. Esta contribución permite integrar evidencia empírica que resultaría contradictoria bajo el paradigma de elección racional convencional, ampliando su capacidad explicativa y su alcance teórico.

El modelo teórico propuesto conlleva una implicación profunda para el diseño de política criminal: la efectividad marginal de las intervenciones tradicionales que buscan alterar las variables objetivas p (probabilidad de aprehensión) y C (severidad del castigo) es en sí misma una función decreciente del nivel de optimismo irracional (A) prevaleciente en la población objetivo. En consecuencia, los estudios de impacto que no incorporan este componente de distorsión perceptual pueden subestimar o sobreestimar el efecto real de una política. De ello se deduce que una estrategia de política óptima debe combinar dos tipos de intervenciones: aquellas tradicionales de carácter coercitivo con otras de carácter persuasivo, orientadas a ajustar las expectativas de los individuos y reducir el parámetro A . Esto podría materializarse, por ejemplo, mediante campañas informativas que aumenten la percepción de certeza y credibilidad de las sanciones. Futuras investigaciones empíricas deberían centrarse en identificar y medir el parámetro A tanto a nivel individual como grupal, con el fin de validar su capacidad predictiva y examinar su variación en distintos contextos socioeconómicos y geográficos.

Referencias

- Arrow, K. J. (1951). *Social choice and individual values*. New York: Wiley.
- Becker, G. S. (1976). *he economic approach to human behavior*. Chicago: University of Chicago Press.
- Buchanan, J. M., & Tullock, G. (1962). *The calculus of consent: Logical foundations of constitutional democracy*. University of Michigan Press.
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. New York: Harper & Row.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. doi:<https://doi.org/10.2307/1914185>
- Keynes, J. M. (1943). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Menger, C. (1871). *Principles of economics*. Braumüller.
- Naranjo Acosta, W. G. (2016). El Homoeconomicus posmoderno. *Mundo económico y empresarial*, 1(12), 97-110. Obtenido de <https://revistas.ut.edu.co/index.php/rmee/article/view/864>
- Neumann, j. v., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of games and economic behavior*. Princeton University Press. Obtenido de https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691130613/theory-of-games-and-economic-behavior?srltid=AfmBOoprkEmpkAnBRC00o4Vw_8vYZTwtsuJjgQHv2ki9nB8XYJRZTr9P
- Olson, M. (1965). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Harvard University Press.
- Parra Moreno, C. F. (2017). Animal Spirits, a Contribution to Undesatand The Economy. *Revista Gestión Y Finanzas*, 1(2), 31-37. Obtenido de <https://revistas.ut.edu.co/index.php/gestionyfinanzas/article/view/1767>
- Parra Moreno, C. F. (2025). La simpatía como concepto filosófico y moral en Adam Smith. *Revista Gestión Y Finanzas*, 7(12), 87-92. doi:<https://doi.org/10.59514/2539-0686.3880>
- Rojas Triana, M. I., Parra Mariño, J. G., & Gutierrez Ayala, J. (2021). Teoría y empírica de los espíritus animales e incidencia en la inversión: caso Colombia. *Revista Finanzas y política económica*, 12(2), 523-552. doi:<https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n2.2020.3130>

Shiller, R. J. (2021). Espíritus animales y narrativas populares virale. *El trimestre económico*, 88(351), 875-892. doi:<https://doi.org/10.20430/ete.v88i351.1301>

Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118. doi:<https://doi.org/10.2307/1884852>

Lavado de Activos y Narcotráfico en Colombia: Una mirada desde la Evaluación Nacional del Riesgo³

Money Laundering and Drug Trafficking in Colombia: A Look from the National Risk Assessment

Yuli Samary Espinosa Díaz⁴
Juan Pablo Cuesta Barbosa⁵
Óscar Yamith Duque Cruz⁶

Resumen

Este artículo de investigación proporciona una perspectiva sobre como Colombia, a partir de la implementación de la Evaluación Nacional del Riesgo (ENR) vigilado por la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF), ha buscado mitigar el lavado de activos y el narcotráfico en distintos sectores de la economía. La ENR permite cuantificar y calificar el estado del antilavado de activos, para adelantar acciones que fortalezcan al sistema. La presente investigación, parte de una revisión conceptual del narcotráfico y el lavado de activos, para luego hacer una revisión de la Evaluación Nacional del Riesgo (ENR) e interiorizar las amenazas y vulnerabilidades a las que está expuesto el sistema financiero, y poder identificar si estas regulaciones políticas de control impactan contra el narcotráfico y el lavado de activos en Colombia. La metodología empleada se basa en la investigación cualitativa mediante una revisión sistemática de la literatura, sobre los temas que enmarcan el trabajo. Como resultado se obtuvo que, en Colombia a pesar de tener una buena calificación frente a los indicadores arrojados por la

³ Este artículo es resultado del proyecto de investigación: Revisión sistemática de literatura respecto a la relación entre lavado de activos y narcotráfico, desarrollado por la Universidad de La Salle.

⁴ Docente investigador del Área de Contabilidad, Tributación y Control de la Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible. Universidad de La Salle Bogotá – Colombia. Correo electrónico: vespinosa@unisalle.edu.co. <https://orcid.org/0000-0002-8849-7423>

⁵ Estudiante del Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible. Universidad de La Salle Bogotá – Colombia. Correo electrónico: icuesta20@unisalle.edu.co.

⁶ Docente del Área de Finanzas y Competitividad Internacional de la Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible. Universidad de La Salle Bogotá – Colombia. Correo electrónico: oduque@unisalle.edu.co. Docente investigador del Programa de Administración de Empresas Virtual de la Fundación Universitaria del Área Andina Bogotá – Colombia. Correo electrónico: oduque7@areandina.edu.co. <https://orcid.org/0000-0003-2606-7724>

Evaluación Nacional del Riesgo, se siguen presentando falencias en las políticas de control por parte del estado, puesto que algunos sectores económicos siguen siendo permeados por estos delitos.

Palabras clave: Estupefaciente, economía informal, corrupción, política gubernamental.

Abstract

This research article provides insight into how Colombia, through the implementation of the National Risk Assessment (ENR) overseen by the Financial Information and Analysis Unit (UIAF), has sought to mitigate money laundering and drug trafficking in different sectors of the economy. The ENR allows for the quantification and qualification of the state of anti-money laundering efforts, to advance actions that strengthen the system. This research begins with a conceptual review of drug trafficking and money laundering, followed by a review of the National Risk Assessment (ENR) to internalize the threats and vulnerabilities to which the financial system is exposed and to identify whether these political control regulations have an impact on drug trafficking and money laundering in Colombia. The methodology used is based on qualitative research through a systematic review of literature on the topics covered by the study. The results show that, despite Colombia's good rating in the National Risk Assessment indicators, there are still shortcomings in the state's control policies, as some economic sectors continue to be permeated by these crimes.

Keywords: Drug trafficking, informal economy, corruption, government policy.

Código JEL: P37 Instituciones legales; Conducta ilegal; K42 Conducta ilegal y aplicación de la ley; E26 Economía informal; L38 Política pública.

Introducción

El lavado de activos es un delito que consiste principalmente en dar apariencia de legalidad o legítimo a bienes o dineros que en realidad provienen de delitos como trata de personas, corrupción, pero principalmente del narcotráfico. El narcotráfico es el conjunto actividades legales e ilegales que se integra en la economía informal, involucrando a personas en busca de drogas y generando empleo en todas sus etapas, desde la siembra hasta el consumo final. Los delitos mencionados no solo degradan la economía al integrar fondos ilícitos, sino que también minimizan

la confianza en las instituciones y financian actividades criminales, como el narcotráfico y la corrupción. El intento por combatir estos fenómenos ha impulsado a las naciones a fortalecer sus marcos regulatorios, reconociendo que la eficacia de estas medidas es crucial para lograr una mejor seguridad económica y social.

Desde lo global, estos desafíos se están enfrentando a través de la Evaluación Nacional del Riesgo (ENR), promovido por organismos internacionales como el Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI). Dicha evaluación es una herramienta de análisis que permite a los países identificar, cuantificar y mitigar los riesgos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, basándose en el riesgo. Este enfoque se alinea con la teoría de la gestión de riesgos, que postula que la asignación de recursos debe priorizarse en función de la magnitud de las amenazas. Aunque desde varias décadas Colombia ha aunado esfuerzos en ese sentido, adoptó este modelo a partir de 2013, bajo la supervisión de la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF), con el objetivo de evaluar la efectividad de sus políticas antilavado y fortalecer su sistema de prevención y control. En Colombia, para prevenir los efectos del lavado de activos y narcotráfico, la Evaluación Nacional de Riesgo, en adelante ENR, liderada por la Unidad de Información y Análisis Financiero, en adelante UIAF, busca identificar y valorar los riesgos de Lavado de Activos, financiación al terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva, con el fin de desarrollar planes de acción y controles específicos para proteger la economía nacional y el bienestar de los ciudadanos.

A pesar de la implementación de la ENR y los avances en esta línea, surge la problemática a analizar: ¿Las regulaciones políticas de control y la implementación de la ENR impactan contra el narcotráfico y el lavado de activos en Colombia? El problema de investigación surge de la persistencia de actividades de lavado de activos en sectores económicos clave. Por ello, se busca analizar el impacto contra el narcotráfico en Colombia. Para lograrlo, se traza un camino que inicia en la descripción del marco normativo y conceptual, para posteriormente identificar los hallazgos arrojados y poder analizar las falencias en dichas políticas de control que permiten detectar los delitos mencionados que afectan a los sectores económicos.

Para abordar esta investigación, se hace uso de la investigación cualitativa basada en una revisión sistemática de la literatura, rigurosa y exhaustiva, que permitió recopilar, analizar y sistematizar la información disponible sobre el tema. Como se ha indicado, se hizo uso de bases de datos

académicas y de alto impacto, utilizando fórmulas de búsqueda específicas que permitieron hacer una selección apropiada para el objeto de estudio. Se hizo una revisión de artículos académicos de investigación, informes técnicos y documentos oficiales que abordan la temática. La estructura del presente trabajo de investigación inicia con un acercamiento conceptual, para luego detallar el marco de la ENR, para posteriormente exponer la metodología, los hallazgos de la revisión sistemática y concluir, entre otras cosas, que Colombia a pesar de obtener calificaciones favorables frente a los indicadores arrojados por la Evaluación Nacional del Riesgo-ENR, sigue presentando novedades y falencias en las políticas de control, ya que algunos sectores económicos siguen siendo permeados por estos delitos, afectando a la seguridad nacional.

1. Marco teórico

1.1.El narcotráfico

Entre varios de los conceptos que se catalogan al narcotráfico, se puede indicar que es el conjunto actividades legales e ilegales que se integra en la economía informal, involucrando a individuos en busca de drogas y que realizan un proceso completo de producción y generación de empleo desde la siembra hasta el consumo final. Esta situación o fenómeno, utiliza mano de obra informal (Hardinghaus, 1989) y (United Nations Office on Drugs and Crime, s.f.) e incluye actividades legales e ilegales que, entre otras cosas, no realiza registros contables oficiales. En los países denominados “del tercer mundo”, la narcoeconomía surge debido al excedente de mano de obra que no puede acceder a empleos formales, entre otros problemas económicos y de orden público. Los trabajadores de las sustancias ilegales psicoactivas reciben salarios bajos en comparación con las actividades legales, y la cadena de producción del narcotráfico genera empleo en todas sus etapas, desde la siembra hasta el consumo. Esta actividad económica incluye la producción, transformación, compra de insumos, comercialización al por mayor y al por menor y busca trascender al ámbito internacional. La ilegalidad, entre otras formas, aumenta las ganancias debido a los riesgos involucrados en la cadena de comercialización (Hardinghaus, 1989). Se desprende de esto que, la narcoeconomía, en los distintos niveles de producción, produzca diversas formas de trabajo, comenzando en la cosecha hasta finalizar con el consumo. En países conocidos como de 'tercer mundo', dichos empleos surgen comúnmente en la siembra. Según Hardinghaus (1989):

“El cultivo y la cosecha de marihuana, coca y amapola dan ocupación a «*ejércitos de reserva*» de la fuerza de trabajo. Sembrar, cultivar, cortar, pisotear la hoja de la coca hasta convertirla en pasta - primeros pasos en el proceso de producción de la cocaína - mejora, por la inmigración a las zonas del cultivo, la situación laboral de los países afectados, en general. Se dan empleos en la industria (procesamiento), en el comercio (almacenamiento, distribución al por mayor, transporte de la droga), finalmente en los servicios (seguridad, finanzas consultoría legal, etc.)” (p. 102).

Colombia inició su vínculo con el narcotráfico a partir de la producción de marihuana, entre las décadas de los 60 y los 70. Tras ello, se da el siguiente paso: el tráfico de cocaína en los años 80. Para la década de los 90, el país ya se había posicionado como el mayor productor y exportador de coca en el mundo, aunque, en el final de dicha década se evidenció un debilitamiento en esta economía ilegal. En el ámbito económico, durante los 80, las utilidades repatriables generadas por el comercio ilícito de dichas sustancias, constituyeron el 5.5% del PIB, y para la década de los noventa, su impacto fue del 2.5%. Cabe acotar que las utilidades repatriables son distintas de las utilidades repatriadas: las primeras, estiman los dineros que puedan llegar a entrar por esta actividad, y las segundas, responden a la capacidad de retorno de dicho capital, en otras palabras, el verdadero ingreso, que está vinculado de forma directa con el lavado de activos., tomando en cuenta la manera informal en que se realizan las operaciones internacionales, las políticas de control, así como la estructura económica del país que produce (Rocha, 2001).

El narcotráfico en Colombia se asocia a cultivos ilícitos y a guerra, gracias a conflictos sociopolíticos que afrontaba el país en la década de los ochenta, en los que grupos al margen de la ley empleaban esta práctica como mecanismo para subsistir y autofinanciarse para la compra de sus implementos, armamentos y manutención. Cuando Colombia libraba su peor crisis contra las guerrillas de las FARC, ELN y M-19, durante los años 80, estos grupos terroristas aumentaban su poder y los cultivos ilícitos se incrementaron abruptamente, trayendo como consecuencia que se produjeran atentados, muertes, reclutamientos y desplazamientos forzosos, ocupando el deshonroso puesto de ser considerando el país más violento y peligroso del mundo (Reyes y Padilla, 2021).

El narcotráfico pasa por diferentes etapas que van desde cómo se produce y transforma la droga, hasta la comercialización y su posterior consumo. Dado que su mercado predilecto es el

internacional, dicha actividad se enfoca en la exportación. Las ganancias están influenciadas por los valores en el mercado global y la demanda. Además, el hecho de que sea ilegal incrementa las ganancias, ya que los riesgos asociados en las diferentes etapas de la cadena de comercialización generan un valor agregado mayor (Corchuelo y Steiner, 1999).

En esa misma línea, desde la Convención Única sobre Estupefacientes, en 1961, se ha generado la consolidación del narcotráfico como un reto mundial en diversas esferas, generando un impacto negativo en el crecimiento de las naciones. Por tal motivo, se han ideado diversas estrategias que requieren de la cooperación internacional. En cuanto a Colombia, dicha problemática se ha convertido en un infortunado capítulo de la historia que debería ser enseñado en las aulas del país para generar una transformación positiva en la concepción que tienen los jóvenes de su país y su memoria (Díaz y Navarro, 2022).

1.2.El Lavado de Activos.

Es una actividad compleja y tecnificada que ha sido dividido en fases o etapas por la doctrina internacional para su comprensión. Existen diversos modelos que explican este fenómeno criminal, algunos de los cuales proponen hasta treinta o más fases. Uno de los modelos destacados es el de Bernasconi, utilizado en Suiza para la normativa de prevención del lavado de activos. Este modelo divide el proceso en dos fases: el lavado de activos de Primer Grado, que implica eliminar cualquier rastro de actividad delictiva de los activos, y el lavado de activos de Segundo Grado, que consiste en transformar los activos para su integración en la economía de forma aparentemente legal y sin conexión con el delito (Ministerio de Justicia, 2021).

El control ante el lavado de activos representa un gran reto. Es, tal vez, una de las prácticas criminales que más tecnificación y complejidad evidencian. A raíz de ello, en el panorama internacional, se ha analizado y explicado mediante una detallada clasificación en etapas y fases. En la literatura internacional se hallan distintos modelos de fases, para esclarecer el impacto que el lavado de activos representa.

Desde una perspectiva administrativa, el núcleo del lavado de activos se forja en una serie de operaciones en los ámbitos comercial, financiero, bursátil, cambiario, entre otras. Se pueden distinguir cuatro etapas:

a. La recolección: etapa en la que se obtiene los bienes ilícitos. Para el narcotráfico la obtención de los dólares y otras divisas producto de la venta de los estupefacientes. b. La colocación: etapa en la que se introducen a la economía los recursos obtenidos de tráfico ilícito. Frecuentemente se hace por medio del sistema financiero o realizando operaciones comerciales ficticias (total o parcialmente). c. La transformación: una vez que el dinero forma parte de la economía formal, se deben transformar los recursos para desviar el origen de estos. Existen muchas posibilidades tales como la compra de títulos financieros, bienes culturales, entre otros d. La inversión: se invierten los recursos en empresas ficticias, empresas reales y/o bienes inmuebles. En esta última etapa el lavador quiere distribuir los dineros en muchos sectores de la economía con el fin de tener a su disposición recursos económicos para continuar con sus actividades delictivas y disponer de las riquezas. (De Quinto y Arcila, 2004, p. 13)

Una vez se han especificado las etapas del lavado de activos, de acuerdo con García (2014), se desarrolla una consistencia en la contabilidad entre las utilidades repatriables por los narcotraficantes (UR) y los Flujos de Capitales Encubiertos (FCE), por medio de la práctica informal en la balanza de pagos, para determinar si estos factores podrían haber limitado el crecimiento de los primeros y afectado su posible acumulación. Por un lado, vinculado con la contabilización de las UR a raíz del narcotráfico hacia Colombia, valorará la producción, esencialmente de cocaína, motivada por las importaciones y de lo que se produce en el país, sin contar el material incautado, el consumo interno, sobrecosto y movilidad y cuidado. De tal modo que es una metodología busca acercar el potencial cambiario de las prácticas ilícitas como el narcotráfico.

Para finalizar, los Flujos de Capitales Encubiertos (FCE), por medio de la balanza de pagos, es decir, el registro contable transaccional, se relacionaría con las cifras vinculadas a conceptos como el contrabando abierto de importaciones; la sobrefacturación y subfacturación del comercio internacional; la sobredeclaración de remesas de trabajadores en el exterior y de los flujos financieros privados; los flujos netos de inversión extranjera con países considerados como paraísos fiscales, y los errores y omisiones de la balanza de pagos. (García, 2014)

1.3.La Evaluación Nacional de Riesgo (ENR)

La Evaluación Nacional de Riesgo (ENR) identifica, valora y evalúa los riesgos, principalmente, de Lavado de Activos (LA), financiación al terrorismo (FT) y la financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva (FP). En Colombia, la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF), en calidad de coordinador nacional del sistema de LA/FT/FP, es la encargada de liderar el programa. La ENR identifica, califica y entiende los riesgos anteriormente descritos, que permitan generar planes de acción y logren una nueva política pública y, del mismo modo, desarrollen controles específicos, principalmente, en las profesiones, negocios y sectores vulnerables, asegurando recursos eficientes que permitan priorizar las estrategias para salvaguardar la economía nacional y el bienestar de los colombianos (UIAF, 2022).

En ese orden de ideas, 5 años después de la implementación en el 2019 de la Evaluación de Riesgo Nacional, a la mitigación del lavado de activos y financiación al Narcotráfico en Colombia, se hace necesario conocer que tan efectiva ha sido su aplicación desde la perspectiva contable, para mitigar la introducción del capital generado por estas prácticas.

2. Metodología

Este artículo presenta un enfoque de investigación cualitativa mediante la revisión sistemática de literatura y con un método que permitió obtener documentos de investigación de alta calidad, que permitió detectar las tendencias y los vacíos temáticos de la investigación.

El análisis sobre el fenómeno del lavado de activos en Colombia y siguiendo las sugerencias brindadas por el Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI 2019), la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF 2019), se adelantó bajo el procedimiento de la Evaluación Nacional del Riesgo (ENR) para el año 2019, cuyo objetivo se basó en identificar, evaluar y comprender los riesgos que conlleva la práctica del lavado de activos y financiación al terrorismo (LA/FT) en el país, con el fin de implementar medidas y destinar recursos que ayuden a aminorar dichas contingencias.

La evolución del proceso de la Evaluación Nacional de Riesgo (ENR 2019) se realizó a través de talleres brindados por expertos, basándose en los datos brindados por 109 entidades y 19 sectores y actividades económicas, haciendo uso del método más actual del Banco Mundial, el cual hace un análisis de los riesgos de LA/FT, producto de variables determinadas como “amenazas” y “vulnerabilidades”. Las amenazas hacen referencia a los grados y particularidades de los

beneficios obtenidos por las prácticas económicas criminales. Las vulnerabilidades aluden a las fragilidades institucionales para responder a la práctica del lavado de activos por parte del Estado. Menciona además la UIAF en su Informe ejecutivo (2019) que “Las amenazas y vulnerabilidades pueden existir a nivel nacional, regional o sectorial, y su interacción determina el nivel de riesgo de LAFT en la jurisdicción” (Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF), 2019, p. 10)

La siguiente tabla muestra las amenazas y vulnerabilidades de la Evaluación Nacional de Riesgo:

Tabla 1

Amenazas y Vulnerabilidades de la Evaluación Nacional de Riesgo.

Clasificación	Criterio	Descripción	Calificación
Amenazas	Por delito fuente	Se basa en cómo la ilegalidad encauza su actuar delictivo para un fin: el lavado de activos. Los crímenes vinculados con minería y explotación de yacimientos mineros, de forma ilegal, se transforman en una monumental amenaza para la economía y seguridad del país. Lo alarmante radica en que dichas prácticas van en crecimiento. Tras ellos, el comercio ilegal de drogas tóxicas, narcóticos y la práctica del contrabando aparecen como otros factores adversos para el país.	Media Alto
	Por origen	La amenaza de lavado de activos por origen se refiere a los delitos de esta índole que se cometen dentro y fuera del territorio nacional.	Medio
	Transaccional de lavado de activos	Concerniente al estudio de las variables vinculadas con amenaza transaccional, este delito se refiere a los países con más flujos mercancías o dineros, también por el flujo de pagos de actividades ilícitas a los grupos armados organizados, que se nutren principalmente de la captación de capital, proveniente de actividades ilícitas.	Media Alto
	Sectorial de lavado de activos	Esta clasificación hace referencia a los principales sectores económicos a través de los cuales se puede ejercer el lavado de activos. En donde sobresalen profesionales en la adquisición y venta de divisas, juegos de azar, comercio de metales y piedras preciosas, obras de ingeniería civil (infraestructura nacional) y proveedores de servicios de activos virtuales.	Media Alto

	De lavado de Activos Basadas en casos	La valoración de la amenaza de lavado de activos basada en casos de desarrollo se basa principalmente en medir la cantidad de casos identificados y cuáles de estos han sido investigados, judicializados y condenados.	Media Bajo
Vulnerabilidades	De lavado de activos sectorial	La estimación de vulnerabilidad, principalmente para el sector financiero, registra valoración baja, debido a la experiencia adquirida por la administración del riesgo aplicada y, por tal motivo, se hace manifiesta una evidente cualificación en el control del sector.	Baja
	De lavado de activos en fondo de pensiones	Una organización criminal considera de baja o mínima rentabilidad la constitución de una administradora de fondos pensionales; asimismo, se deben tener en cuenta las diversas condiciones o criterios que el supervisor ha establecido.	Baja
	De lavado de activos en fondo de cesantías	Esta práctica tiene limitaciones en su uso relacionadas con su objetivo, lo que da entender que los fondos solo se pueden utilizar para la educación superior y la vivienda.	Baja
	De lavado de activos en compañías de seguros	Las aseguradoras apuntan su labor en elegir a personal que demuestre conductas ética y moral. Para gestionar el riesgo de lavado de activos, estas compañías realizan revisiones y campañas de sensibilización periódicas. Esto les permite identificar, prevenir y proteger a su colectivo de situaciones relacionadas con el lavado de activos, que podrían afectarles.	Baja
	De lavado de activos en establecimientos de crédito y cooperativas de ahorro	En aquellos productos donde se observaron mayores niveles de vulnerabilidad inherente fueron, en su orden: cuentas de ahorro, remesas, cuenta corriente y giros.	Medio

De lavado de activos en sociedades fiduciarias	En el ámbito de la fiduciaria inmobiliaria, el desistimiento, que sucede cuando el capital del adquirente ingresa al proyecto y luego se aparta, puede generar riesgos. Sin embargo, esto depende de cuán eficaces sean los controles para conocer al cliente. Además, aunque se realiza un análisis sobre el historial del inmueble, es importante resaltar que una medida de extinción de dominio puede ocurrir en cualquier etapa del proyecto, ya sea antes de que inicie, durante la construcción o incluso antes de que esta etapa comience.	Medio
De lavado de activos en giros postales de pago	Con relación a la vulnerabilidad de los servicios de giros postales para enviar y recibir dinero, se ha determinado que su nivel de vulnerabilidad es medio-bajo. No obstante, las medidas y controles implementados en el sector ayudan a reducir esta vulnerabilidad. Además, se han desarrollado mecanismos preventivos que han demostrado ser efectivos para disuadir a quienes intentan abusar de estos servicios postales.	Medio Bajo
De lavado de activos en profesionales de compra y venta de divisas	Es fundamental destacar que la normativa actual exige a los profesionales en la compra y venta de divisas seguir ciertos procedimientos, condiciones y requisitos para registrarse ante la Dirección de Aduanas e Impuestos Nacionales (DIAN). Además, es obligatorio contar con oficiales de cumplimiento que tengan conocimientos sobre Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LAFT).	Medio
De lavado de activos por proveedores de servicios de activos virtuales	Productos como las billeteras virtuales y las criptomonedas se encuentran en un estado de vulnerabilidad inherente medio-alta. Del mismo modo, se observa que los mecanismos de control disminuyen, ostensiblemente, su vulnerabilidad.	Medio alto

	De lavado de activos para organismos deportivos que integran el sistema Nacional del Deporte	Con relación a lo efectivo de las funciones de cumplimiento, se observa que, en el sector de los deportes, particularmente en los clubes profesionales, existen entidades con recursos económicos, operativos y tecnológicos razonables para implementar de manera frecuente tales medidas y contratar oficiales de desempeño capacitados y experimentados. La medición tomó en consideración las transacciones efectuadas con clientes o contrapartes internacionales, básicamente en relación con la llegada y partida de deportistas y sus derechos deportivos., Esto manifiesta un riesgo mayor para los clubes que no poseen políticas de prevención sólidas o que, en su defecto, evidencien fallas en su implementación, así como para aquellas transacciones que se efectúan sin la debida gestión.	Medio
--	--	---	-------

Nota: Elaboración propia a partir del documento evaluación Nacional del Riesgo de lavado de Activos, financiación al Terrorismo y proliferación de Armas Masivas de Destrucción Masiva. Fuente: (Unidad de Información y Análisis Financiero, 2022).

En cuanto a la amenaza, se define como aquel peligro inmediato que surge de un acontecimiento que no ha sucedido, pero que, de concretarse tal hecho, afectaría a una o varias personas (UIAF, 2022, p.54). Del mismo modo, se define 'vulnerabilidad' como la incapacidad de reaccionar ante la presencia de un fenómeno con alta probabilidad de amenaza, o la incapacidad de reponerse cuando dicha amenaza se ha materializado (¿Qué significa Vulnerabilidad? (s.f.)). El resultado que arrojó la Evaluación Nacional de Riesgo para el lavado de activos fue de "Medio". La calificación que obtuvieron las categorías de amenazas fue de "Medio", para el caso de las vulnerabilidades fue de "Media baja". (UIAF, 2019, p.61)

Dado lo anterior, se procede a realizar la revisión sistemática de la literatura basada en el documento "*Anotaciones para estructurar una revisión sistemática*", que utiliza los siguientes pasos: 1) Formular pregunta; 2) planificar criterios de elegibilidad; 3) planificar metodología; 4) buscar estudios; 5) Aplicar criterios de elegibilidad; 6) obtener datos; 7) Evaluar el riesgo de sesgo de los estudios; 8) analizar y presentar resultados; 9) Interpretar los resultados y obtener conclusiones. (Pardal y Pardal , 2020, p.156). Para la determinación de los resultados y discusión

se efectúa la comprobación de siete (7) pasos para ordenar el trabajo: 1. Organizar los medios informáticos, 2. Plantear la pregunta o interrogante PICO, 3. Escoger las variables a analizar, 4. Planteamiento y realizar la búsqueda de la bibliografía, 5. Hallar artículos para dar inicio, 6. Escogencia definitiva de artículos y 7. Redacción del informe (Pardal Refoyo y Pardal Peláez, 2020).

Pregunta

Tomando como referencia la pregunta de investigación, la pregunta de búsqueda de investigación fue la siguiente: ¿Qué documentos abordan las regulaciones de políticas de control y la ENR, y su impacto contra el narcotráfico y el lavado de activos en Colombia?

Criterios de elegibilidad

Posterior a ello, se procede a hacer la ecuación de búsqueda, así “lavado de activos”, “narcotráfico” y “evaluación nacional de riesgo” y como criterio de elegibilidad, se tomaron aquellos documentos que trataran de la clasificación y las categorías determinadas por el ENR para evaluar la clasificación de las amenazas y vulnerabilidades tal como se evidencia en la tabla 2.

Tabla 2.

Estrategias de búsqueda de información.

Términos incluidos en la fórmula de búsqueda

Narcotráfico

Lavado de Activos

Evaluación Nacional de Riesgo

Categorías de elegibilidad de los documentos

Amenazas

Por delito Fuente

Por Origen

Sectorial

Transaccionales

Vulnerabilidad

Vulnerabilidad Nacional de LA.

Vulnerabilidad de LA sectorial.

LA en fondos de cesantías.

LA en compañías de seguros.

Transaccionales, entrada de flujos	LA en establecimientos de crédito y cooperativas de ahorro.
Transaccionales, salidas de flujos	LA en sociedades fiduciarias.
Basadas en casos	LA en giros postales de pago.
	LA en profesionales de compra y venta de divisas.
	LA por proveedores de servicios de activos virtuales.
	LA para entidades deportivas que hacen parte del sistema nacional del deporte.

Nota. Durante la búsqueda electrónica se utilizaron operadores booleanos. El operador «OR» se utilizó para seleccionar uno de los tres términos de búsqueda que debían incluirse en el título o resumen, el operador «AND» se utilizó para combinar uno de estos términos de búsqueda con otra de las palabras clave derivadas del modelo general de riesgo.

Finalmente, para elegir los documentos que más se acercaran a responder la pregunta de investigación se establecieron los siguientes criterios:

1. Que fueran con relación a Colombia: muchos de los documentos consultados trataban de países ajenos a la normatividad y contexto colombiano.
2. Que hablaran del delito del narcotráfico: para que hiciera contexto del tema a tratar;
3. Que se refirieran exclusivamente al sistema de Evaluación del Riesgo Nacional y dar un contexto de que tanto ha mitigado los delitos de lavado de activos.

3. Resultados

A continuación, se describe el proceso de búsqueda de investigaciones, la aplicación de métodos de elegibilidad, recolección de datos, evaluación de la posibilidad de sesgo de análisis y presentación e interpretación de los resultados, para dar paso a la redacción de conclusiones.

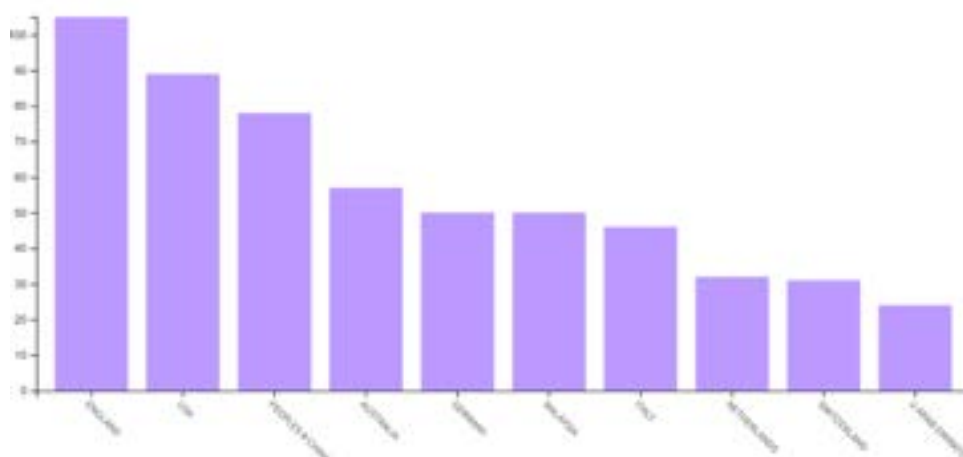
De manera inicial, se realizó la búsqueda de artículos en las bases de datos Web Of Science y Scopus, se elaboraron varias fórmulas de búsqueda para poder segmentarlos y de esta manera poder obtener un mejor resultado. Las fórmulas fueron (Narcotráfico) AND (Lavado de Activos);

(Narcotráfico) AND (Economía); (Contabilidad) AND (Lavado de Activos) (narcotráfico) AND (lavado de activos); (narcotráfico) AND (economía); (contabilidad) AND (lavado de activos).

En las bases de datos Web of Science y Scopus las fórmulas señaladas no dieron resultados en español ni en inglés y se refinó la búsqueda con los conceptos asset laundering or money laundering, como resultado arrojó 2.412 artículos sobre temas variados y amplios. Por ello, se procedió entonces a utilizar el filtro anti-money laundering que dio como resultado 886 documentos. Luego se tomó la decisión de realizar el filtro por año desde el 2020 hasta el 2024 dando como resultado 488 documentos. Las figuras 1 y 2 muestran los resultados.

Figura 1.

Resultados para la búsqueda anti-money laundering en Web Of Science



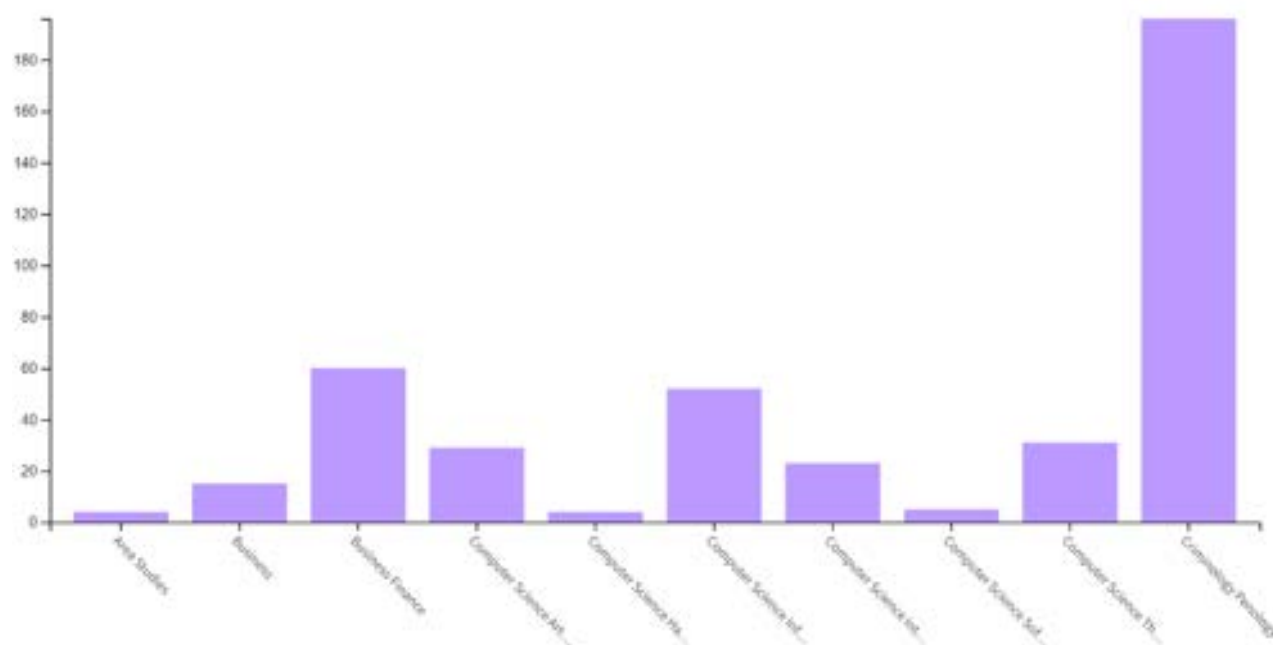
Nota: Las barras muestran los países en los que más se ha estudiado el tema de lavado de activos: Inglaterra, Estados Unidos, China, Australia y Alemania.

De este modo, para el tema ANTI-MONEY LAUNDERING aparece que Inglaterra es el país que más investigaciones ha realizado sobre el tema con un aproximado de 120 artículos y esto debido a la extensa historia de regulaciones financieras y lucha contra el lavado de dinero en el Reino Unido. Luego aparece EE. UU. con 89 artículos, para hacer la aparición China con 78 artículos, Australia con 56 Artículos, Alemania y Malasia cuentan con la misma cantidad con 50 artículos y finalmente se encuentran Italia (48) Holanda (30) Suiza (30) y Emiratos árabes (20).

Una vez determinada la forma de búsqueda, para el tema de “lavado de activos” no se obtuvieron los resultados suficientes, por lo cual se cambió la terminología al inglés para lograr tener un poco más de cobertura en la búsqueda. A continuación, se presenta la información en la Figura 2.

Figura 2

Resultados por tema para la búsqueda anti-money laundering en Web Of Science:



Nota. Las barras muestran los resultados por temas Web Of Science de la búsqueda realizada en esta base.

La figura indica que los temas más relacionados con la palabra clave anti-money laundering en la base de datos Web of Science son "Criminology Penology", "Bussiness Finance" y "Computer Science información". Esto no es sorprendente, ya que el lavado de dinero es práctica delictiva compleja que involucra la intersección de la criminología, las finanzas y la tecnología.

En primer lugar, "Criminology Penology" es el tema que más abarca importancia, con 200 resultados. Esto se debe a que el lavado de capital es un delito que conlleva condenas severas, y la criminología y la penología son fundamentales para comprender las causas y efectos de este delito.

Los estudios en este campo se centran en la prevención y control del lavado de capital, así como en la evaluación de la efectividad de las políticas y leyes antilavado de dinero.

En segundo lugar, "Business Finance" es un tema crucial en la contienda contra el lavado de dinero. Los negocios y las finanzas son los canales a través de los cuales se mueven grandes cantidades de dinero, lo que los hace vulnerables a la manipulación por parte de los criminales. Los estudios en este campo se centran en la identificación de patrones y técnicas de lavado de dinero en el sector financiero, así como en la evaluación de la efectividad de las medidas de control y prevención.

Finalmente, "Computer Science información" es un tema cada vez más importante en la lucha contra el lavado de dinero. La tecnología y la informática son fundamentales para el descubrimiento y prevención del lavado de dinero, ya que permiten el análisis de gran cantidad de información y la identificación de patrones y anomalías. Los análisis en esta área se centran en el desarrollo de herramientas y técnicas para detectar y prevenir el lavado de dinero, así como en la evaluación de la efectividad de estas herramientas y técnicas. El tema de lavado de activos debido a su gran complejidad y estructura abarca muchos temas que pueden comprender desde lo judicial, económico y lo social.

Figura 3

Resultados por tema para la búsqueda anti-money laundering en Web Of Science:



Nota: Esta gráfica muestra los principales temas desde los cuales se ha tratado de la prevención del lavado de activos, nótese que los que han estudiado desde la perspectiva del riesgo tan solo son 7 artículos.

Esta figura muestra la categorización por temáticas ofrecidas por la base de datos Web of Science en relación con el tema ANTI-MONEY LAUNDERING, siendo el término “Law” (leyes en español) con más resultados (192), dando cuenta de la importancia de poder fortalecer esta medida de control contra el lavado de activos.

En la medida que los artículos presentes en Web of Science tratan sobre la prevención del lavado de activos, solo 5 tratan del riesgo sobre el lavado de activos. Estos artículos fueron elegidos dentro del corpus.

En las bases de Datos Semantic Scholar y Google Scholar: Con las fórmulas descritas inicialmente (Narcotráfico) AND (Lavado de Activos); (narcotráfico) AND (Economía); (Contabilidad) AND (Lavado de Activos Se recopilieron (33 para la fórmula 1; 313 para la fórmula 2 y 266 para la fórmula 3) lo cual da un total de 412 documentos.

Aplicar criterios de elegibilidad.

Como resultado del ejercicio anterior se eligieron 25 artículos siguiendo los siguientes criterios de elegibilidad:

Tabla 3.

Criterios de elegibilidad.

Título	Subtítulo	Tema	Palabras Clave	Año	Entidad	URL
Droga y crecimiento económico: el narcotráfico en las cuentas nacionales	El narcotráfico en las cuentas nacionales	Cuentas Nacionales	Droga, Narcotráfico, economía, macroeconomía	1989		https://static.nuso.org/media/articles/downloads/1781_1.pdf
Repercusiones económicas e institucionales del narcotráfico en Colombia		Narcotráfico	Narcotráfico, drogas, ilícitas, dinero, transferencias	1999	Universidad de los Andes	http://www.mamacc.org/feb2002/DrugTradeEspa%20nol.PDF
Caracterización y estimación económica de la cadena de valor del	El eslabón de lavado de activos dentro de la cadena	Lavado de Activos	Consecuencias económicas, Disminución de la producción	2021	Universidad del Rosario	https://www.minjusticia.gov.co/programas

narcotráfico en Colombia	de valor de narcotráfico		Interna, Desempleo			co/ODC/Documents/Publicaciones/Criminalidad/Delitos-Relacionados-Drogas/manual_colombiaV2.pdf
Inventario y valoración de los efectos económicos de la producción y venta de drogas ilícitas en Colombia	Lavado de Activos	Lavado de Activos	Lavado de activos, Inversión, Bienes, operaciones	2004	Universidad Complutense de Madrid	https://www.redalyc.org/pdf/767/76712465020.pdf
La riqueza del narcotráfico y la desigualdad en Colombia, 1976-2012*	Utilidades repatriables y su repatriación	Narcotráfico	Utilidades, contabilización, Narcotráfico, Capital	2014	Revista Criminalidad Print versión ISSN 1794-3108	http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-31082014000200007&script=sci_arttext
El peritaje contable en la investigación de metodologías delincuenciales que afectan el Comercio exterior en Colombia.	Riesgo de Lavado de activos en Colombia	Lavado de Activos	Lavado de activos, Actividad económica, Riesgo, Narcotráfico, contrabando.	2020	Universidad Militar Nueva Granada	https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36571/CorreaAlbarracinEddySalomon2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Auditoría forense en Colombia	Identificación de	Lavado de Activos	Financiación, Terrorismo, Lavado de	2021	Universidad de	https://repository.ucundinamar

(2012 – 2019): una herramienta fundamental para la prevención de delitos de lavado de activos y financiación del terrorismo (la/ft)	Lavado de Activos		Activos, dinero.		Cundinamarca	ca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/3781/AUDITORIA%20FORENSE%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Técnicas contables de investigación del fraude y del blanqueo de capitales	Técnicas de investigación contable	Lavado de Activos	Comparar, Examinar	2015	Universidad de Antioquia	https://revistas.udea.edu.co/index.php/content/article/view/26125/20779403
Criptomonedas (en especial, bitcoin) y blanqueo de dinero	Uso delictivo de las criptomonedas	Lavado de Activos	Actividad delictiva, blanqueo de dinero, transacciones	2019	Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología	https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/74463/1/RECPC%2021-2019.pdf
Criptomonedas (en especial, bitcoin) y blanqueo de dinero	Riesgos del bitcoin respecto del blanqueo de dinero	Lavado de Activos	Bancos, Actividades delictivas, fronteras nacionales	2019	Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología	https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/74463/1/RECPC%2021-2019.pdf
Blanqueo de capitales: técnicas de blanqueo y relación con el sistema tributario	Técnicas de blanqueo de Capitales	Lavado de Activos	Ganancias, Juegos de azar, cheque, entidad financiera	2015	Agencia Estatal de Administración Tributaria	https://www.ief.es/docs/destacados/publicaciones/revistas/cf/19_04.pdf

El blanqueo de dinero en Bolivia, Colombia, Chile, Panamá y Perú	Otras conductas afines al blanqueo en la normativa colombiana. El testaferro y el enriquecimiento ilícito	Lavado de Activos	Enriquecimiento Ilícito, Testaferro, Bienes, titularidad, Patrimonio		Dr. Fabio Joffre Calasich	https://www.researchgate.net/profile/Fabio-Joffre/publication/370225580-El_blanqueo_de_dinero_en_Bolivia_Colombia_Chile_Panama_y_Peru/links/644731a82d8ff0036399e4eb/El-blanqueo-de-dinero-en-Bolivia-Colombia-Chile-Panama-y-Peru.pdf
Historia del narcotráfico en Colombia 1950-2000: experiencias pedagógicas para su enseñanza en el colegio distrital Usaqué	Impacto del narcotráfico en la economía Colombiana	Narcotráfico		2022	Universidad Pedagógica Nacional	http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/17771/Historia%20del%20narcotrafico%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Historia del narcotráfico en Colombia 1950-2000: experiencias pedagógicas para su enseñanza en el colegio distrital Usaqué	Capítulo 1 Colombia, como llegamos a ser un referente en el narcotráfico	Narcotráfico		2022	Universidad Pedagógica Nacional	http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/17771/Historia%20del%20narcotr%C3%A1fico%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y
Las tendencias del narcotráfico en américa latina	Lavado de Dinero	Lavado de Activos		s.f.	Ricardo Soberón	https://www.vientosur.info/documentos/Las%20tendencias%20del%20Narcotr%C3%A1fico.pdf
Banking in digital age: efficiency of anti-money laundering system	EFFICIENCY OF ANTI-MONEY LAUNDERING SYSTEM	Lavado de Activos - Anti-Money Laundering	bank, countering the legalization of criminal proceeds, the utility function of Stone-Geary, the Cobb-Douglas function,	2021		BANKING IN DIGITAL AGE: EFFICIENCY OF ANTI-MONEY LAUNDERING SYSTEM-Collection Principal de Web of Science (lasalle.edu.co)
Strategic management, scenario	New opportunities for	Lavado de Activos -	ECONOMIC - DEVELOPM	2023		https://www-webofscience

analysis and competitive advantage analysis: new opportunities for anti-money laundering system reform	anti-money laundering system reform	Anti-Money Laundering	ENT, SHADOW ECONOMY, PERFORMANCE, TRANSITION, STABILITY, GROWTH, IMPACT, RISK			nce-com.hemerooteca.lasalle.edu.co/wos/wosccc/full-record/WOS:001011410800009
Mathematical modeling and nonlinear optimization in determining the minimum risk of legalization of income from criminal activities in the context of eu member countries	Mathematical Modeling and Nonlinear Optimization in Determining the Minimum Risk of Legalization of Income from Criminal Activities in the Context of EU Member Countries	Lavado de Activos - Anti-Money Laundering	ECONOMETRIC-ANALYSIS ECONOMIC-GROWTH PANEL PRICE FDI	2022		Mathematical Modeling and Nonlinear Optimization in Determining the Minimum Risk of Legalization of Income from Criminal Activities in the Context of EU Member Countries- Colección Principal de Web of Science (lasalle.edu.co)
Evaluación nacional del riesgo de lavado de activos, financiación al terrorismo y	Evaluación Nacional del Riesgo de lavado de Activos, Financiación	Evaluación Nacional del Riesgo	Lavado de Activos, Terrorismo	2022		https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=

proliferación de armas masivas de destrucción masiva	ón al Terrorism o y Proliferaci ón de Armas Masivas de Destrució n Masiva					&ved=2ah UKewiF9 M2P7uyF AxVfSzA BHW53B vUQFnoE CA4QAw &url=https %3A%2F %2Fuiaf.g ov.co%2F sites%2F default%2F files%2F2 023- 12%2Farti culos%2F archivos% 2FENR%2 520Digital .pdf&usg= AOvVaw0 4bDlwaXh b2QIFJyId QJxu&opi =8997844 9
Mitigación del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo	Mitigación del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorism o	Evaluation Nacional del Riesgo		2019		file:///C:/Users/cuesju a/Downloa ds/Dialnet - Mitigacion DelRiesgo DeLavado DeActivos YFinancia cionD- 787563%2 0(1).pdf

Nota. Elaboración propia a partir de la recopilación de artículos para desarrollo de la investigación.

Evaluación del riesgo de sesgo de los estudios.

Para llegar finalmente a la recolección de los 25 artículos tomados para la metodología de estudio, continúa el proceso y se determinó que los artículos debían estar enfocados en la historia del flagelo del lavado de activos en Colombia y sus principales consecuencias, y la manera como ha afectado a los distintos sectores económicos. De igual manera, se determinó que los artículos trataran sobre el narcotráfico en Colombia y, finalmente, que trataran sobre la Evaluación Nacional del riesgo.

Los posibles errores que se pudieron cometer al momento de depurar los artículos son los siguientes: La extensión del contenido de la información; quizá fue una limitante al momento de la depuración de la información; en algunos casos por su año de publicación; su contenido no era claro.

4. Discusión

El presente artículo de investigación partió reconociendo los problemas que a lo largo de la investigación se fueron presentando y que redundan en la pregunta ¿Las regulaciones políticas de control y la implementación de la ENR impactan contra el narcotráfico y el lavado de activos en Colombia? A partir de allí se responde partiendo de la idea de que la ENR ayude a contener o erradicar la proliferación de este fenómeno en la economía nacional.

La implementación de la Evaluación Nacional de Riesgo contra el Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo (ENR LA/FT) en Colombia ha marcado un punto de inflexión en la lucha contra los delitos financieros, especialmente el lavado de activos. Antes de la ENR, Colombia enfrentaba una serie de desafíos estructurales que dificultaban la detección, prevención y judicialización de operaciones ilícitas. Sin embargo, desde la adopción de la ENR, el país ha logrado consolidar un marco estratégico que articula esfuerzos entre el Estado, el sector privado y organismos internacionales, con el objetivo de reducir significativamente los flujos financieros ilícitos. Esta estrategia se basa en cinco pilares fundamentales: fortalecimiento institucional, mejora en la calidad de la información financiera, cooperación internacional, promoción de la cultura de cumplimiento y actualización normativa (Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES], 2013).

Uno de los principales avances ha sido el fortalecimiento de la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF), que ha mejorado su capacidad técnica para detectar operaciones sospechosas

mediante la implementación y el uso de tecnologías, análisis de Big Data e interoperabilidad con otras entidades como la DIAN, la fiscalía General de la Nación y la Superintendencia Financiera. Según datos tomados de la UIAF, entre 2015 y 2022 el número de reportes de operaciones sospechosas (ROS) analizados aumentó en más de un 300%, lo que ha permitido identificar patrones de comportamiento financiero anómalo y desarticular redes criminales con mayor eficacia (UIAF, 2022). Entre los años 2016 y 2023, las autoridades colombianas lograron la incautación de bienes por más de 15 billones de pesos vinculados a actividades de lavado de activos, lo que representa un incremento del 250% respecto al periodo anterior a la ENR (Fiscalía General de la Nación, 2023).

Estas incautaciones han sido posibles gracias a la articulación entre la Fiscalía General, la Policía Nacional, la UIAF y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), quienes han desarrollado operaciones conjuntas de alto impacto como “Agamenón” en el año 2015 dirigidas a dismantelar estructuras criminales dedicadas al lavado de dinero proveniente del narcotráfico, la minería ilegal, la corrupción y el contrabando. Además, se ha fortalecido el uso de herramientas como la extinción de dominio, que permite al Estado recuperar activos ilícitos sin necesidad de una condena penal previa, lo que ha agilizado los procesos y ha aumentado la efectividad de las acciones judiciales (Ministerio de Justicia, 2021).

Otro indicador relevante del éxito de la ENR es el aumento en el número de condenas por lavado de activos. Según datos del Consejo Superior de la Judicatura, entre 2015 y 2022 se duplicó el número de sentencias condenatorias por este delito, pasando de un promedio anual de 120 casos a más de 250 (Consejo Superior de la Judicatura, 2022). Este incremento refleja no solo una mayor capacidad investigativa de la Fiscalía, sino también una mejora en la calidad probatoria de los casos, gracias al uso de evidencia financiera, análisis forense digital y cooperación internacional. Así mismo, Colombia ha firmado acuerdos de intercambio de información con países como Estados Unidos, España, Panamá y Suiza, lo que ha permitido rastrear flujos financieros transnacionales y recuperar activos en el exterior.

Por otra parte, la cooperación con organismos como INTERPOL, EUROPOL y la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) también ha sido clave para identificar nuevas tipologías de lavado, como el uso de criptomonedas, plataformas de apuestas en línea y empresas fachada en jurisdicciones offshore (UNODC, 2022).

Algunas de las tipologías enunciadas, son: Estudios de oferta y transferencias privadas, Lavado de activos a través de criptoactivos, Blockchain, Los Casinos, Los premios de lotería, Lavado de Activos (LA) y Financiación del Terrorismo (FT), Testaferro.

Por otra parte, el lavado de activos se ha convertido en un riesgo significativo para la estabilidad económica de cualquier un país, dado que puede corromper y debilitar las instituciones financieras y económicas. La implementación de políticas efectivas contra el lavado de activos es fundamental para prevenir y detectar este delito. Los países deben fortalecer la regulación y supervisión del sistema financiero, y mejorar la cooperación internacional para compartir información y coordinar esfuerzos para combatir el lavado de activos. Además, es importante que los países implementen programas de educación y concientización para prevenir las actividades ilícitas como el lavado de activos.

Así mismo, el narcotráfico se ha convertido en uno de los principales financiadores de organizaciones criminales y terroristas, y representa una importante amenaza para la seguridad nacional. La cooperación internacional es fundamental para dismantelar las redes de narcotráfico y proteger la integridad del sistema financiero y la seguridad nacional. Los países deben fortalecer la cooperación con otros países para compartir información y coordinar esfuerzos para combatir el narcotráfico, e implementar políticas efectivas para prevenir y detectar este delito.

Finalmente, la interconexión entre el lavado de activos y el narcotráfico es estrecha y representa una amenaza significativa para la seguridad y estabilidad de un país. Es fundamental que los países consideren esta interconexión en su evaluación del riesgo nacional y desarrollen estrategias y políticas efectivas para mitigar estos riesgos. La implementación de políticas efectivas contra el lavado de activos y el narcotráfico requiere una colaboración interinstitucional y multidisciplinaria, mediante la cooperación internacional de manera que permita el fortalecimiento de la seguridad y estabilidad del país.

5. Conclusiones

Como resultado, a partir de las calificaciones obtenidas por los expertos, se obtuvo que para el lavado de activos fue “medio” dado a que la calificación de las amenazas fue de “medio” y las

vulnerabilidades “medio baja” lo que muestra que la implementación de la ENR ha fortalecido los controles de cierta manera contra estos delitos.

Así mismo, mediante la aplicación de la Evaluación de Riesgo Nacional (ENR), se logró identificar problemas en el sistema y determinar las causas y consecuencias de estos, por lo cual es importante revisar recurrentemente y fortalecer el marco legal y regulatorio del lavado de activos y Narcotráfico en Colombia.

Es importante robustecer el apoyo entre las entidades tanto gubernamentales como del sector privado para facilitar la cooperación entre las mismas adoptando tecnologías innovadoras para fortificar la manera en que se detecta y previene la práctica de cualquier actividad ilícita. De igual forma, fortalecer la cooperación internacional para dismantelar las redes de narcotráfico y proteger la integridad del sistema financiero, así como la seguridad nacional.

Por último, la evaluación del riesgo nacional debe considerar la interconexión entre el lavado de activos y el narcotráfico, en el que incluya políticas y estrategias efectivas para mitigar estos riesgos y proteger la seguridad y estabilidad del país.

Referencias

- Bazzani, C. L., & Bernal, M. (enero de 2012). *EQUIDAD Y DESARROLLO*.
<https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1135&context=eq>
- Bernal, J. M., & Torres, S. A. (2021). UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. Auditoría forense en Colombia (2012 – 2019): una herramienta fundamental para la prevención de delitos de lavado de activos y financiación del terrorismo (LA/FT):
<https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/3781/AUDITORIA%20FORENSE%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calasich, F. (2023). El Blanqueo de dinero en Bolivia, Colombia, Chile Panamá y Perú.
https://www.researchgate.net/profile/Fabio-Joffre/publication/370225580_El_blanqueo_de_dinero_en_Bolivia_Colombia_Chile_Panamama_y_Peru/links/644731a82d8ff0036399e4eb/El-blanqueo-de-dinero-en-Bolivia-Colombia-Chile-Panama-y-Peru.pdf
- Castilla, C. E. (31 de agosto de 2020). Razón Pública. Para saber en serio lo que pasa en Colombia:
<https://razonpublica.com/narcotrafico-violencia-sigue-problema/>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2013). Documento CONPES 3793: Estrategia Nacional de Respuesta contra el Lavado de Activos y la Financiación del Terrorismo. Departamento Nacional de Planeación.
- Consejo Superior de la Judicatura. (2022). Estadísticas judiciales sobre lavado de activos.
<https://www.ramajudicial.gov.co>
- Corchuelo, R., & Steiner, A. (diciembre de 1999). REPERCUSIONES ECONÓMICAS E INSTITUCIONALES DEL. <http://www.mamacoca.org/feb2002/DrugTradeEspanol.PDF>
- DANE. (2022). Boletín de informalidad laboral y económica en Colombia.
<https://www.dane.gov.co>
- De Quinto, J., & Arcila, A. (2004). INVENTARIO Y VALORACIÓN DE LOS EFECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE DROGAS ILICITAS EN COLOMBIA. <https://www.redalyc.org/pdf/767/76712465020.pdf>

- Díaz, C. F., & Navarro, D. J. (2022). Historia del narcotráfico en Colombia 1950-2000. <http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/17771/Historia%20del%20narcotr%C3%A1fico%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Fiederich Ebert Stifting. (1989). Droga y crecimiento económico: El narcotráfico en las cuentas nacionales. *Nueva sociedad*, 1.
- Fiscalía General de la Nación. (2023). Informe anual de resultados operativos en lucha contra el lavado de activos. <https://www.fiscalia.gov.co>
- Fondo Monetario Internacional (FMI). (2021). Evaluación del sistema financiero colombiano. <https://www.imf.org>
- GAFILAT. (2022). Informe de evaluación mutua de Colombia. <https://www.gafilat.org>
- García, R. R. (2014). La riqueza del narcotráfico y la desigualdad en Colombia, 1976-2012. Scielo, 3x-4x. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-31082014000200007&script=sci_arttext
- Hardinghaus, N. H. (agosto de 1989). Nueva Sociedad. Droga y crecimiento económico: El Narcotráfico en las Cuentas Nacionales: https://static.nuso.org/media/articles/downloads/1781_1.pdf
- IBM. (s.f). IBM. Visión general del Blockchain: <https://www.ibm.com/es-es/topics/blockchain>
- Kaplan, M. (S.f). Economía Criminal y Lavado de Dinero. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r16736.pdf>
- López, M. J. (2013). Blanqueo de Capitales_ Técnicas de blanqueo y relación con el sistema tributario. https://www.ief.es/docs/destacados/publicaciones/revistas/cf/19_04.pdf
- Ministerio de Justicia. (2021). Caracterización y estimación económica de la cadena de valor del narcotráfico en Colombia. Universidad del Rosario.
- Ministerio de Justicia. (2021). Extinción de dominio y recuperación de activos ilícitos. <https://www.minjusticia.gov>
- Pardal Refoyo, J., & Pardal Peláez, B. (14 de abril de 2020). ARTÍCULO DE REVISIÓN. ANOTACIONES PARA ESTRUCTURAR UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA:

- [https://unisallevirtual.lasalle.edu.co/pluginfile.php/3337974/mod_resource/content/1/revi
si%C3%B3n%20sistem%C3%A1tica%20de%20la%20literatura%20%28metodologia%20
9.pdf](https://unisallevirtual.lasalle.edu.co/pluginfile.php/3337974/mod_resource/content/1/revi%20si%C3%B3n%20sistem%C3%A1tica%20de%20la%20literatura%20%28metodologia%209.pdf)
- Reyes, R. C., & Padilla, I. A. (2021). Estrategias contra el narcotráfico en Colombia en el marco del acuerdo de paz. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-
47052021000300092](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47052021000300092)
- Rocha, R. (septiembre de 2001). El narcotráfico y la economía de Colombia. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34425775/El_narcotrafico_y_la_economia_colomb
iana_una_mirada_a_la_politicasP_D-libre.pdf?1407862355=&response-content-
disposition=inline%3B+filename%3DEl_narcotrafico_y_la_economia_de_Colombi.pdf&
Expires=1692487078&Si](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34425775/El_narcotrafico_y_la_economia_colombiana_una_mirada_a_la_politicasP_D-libre.pdf?1407862355=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_narcotrafico_y_la_economia_de_Colombi.pdf&Expires=1692487078&Si)
- Rokhas, V. A. (2017). CUENTAS NACIONALES: UN SISTEMA DE CONTABILIDAD MACROECONÓMICA. <https://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2017/simposio/2/B4.pdf>
- Ruíz, W., Varela, L., & Peña, A. (noviembre de 2021). Ministerio de Justicia. [https://www.minjusticia.gov.co/programas-
co/ODC/Documents/Publicaciones/Criminalidad/Delitos-Relacionados-
Drogas/manual_colombiaV2.pdf](https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/ODC/Documents/Publicaciones/Criminalidad/Delitos-Relacionados-Drogas/manual_colombiaV2.pdf)
- Soberón, R. (abril de 2011). Las tendencias del narcotráfico en América Latina. <https://www.vientosur.info/documentos/Las%20tendencias%20del%20narcotrafico.pdf>
- Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF). (2019). Evaluación Nacional de Riesgo. [https://uiaf.gov.co/sites/default/files/2022-07/documentos/archivos-
anexos/Informe_ejecutivo__ENR_2019.pdf](https://uiaf.gov.co/sites/default/files/2022-07/documentos/archivos-anexos/Informe_ejecutivo__ENR_2019.pdf)
- Unidad de Información y Análisis Financiero. (2022). UIAF. Evaluación Nacional del Riesgo de Lavado de Activos, Financiación al Terrorismo y Proliferación de Armas de Destrucción Masiva: [https://uiaf.gov.co/sites/default/files/2023-
12/articulos/archivos/ENR%20Digital.pdf](https://uiaf.gov.co/sites/default/files/2023-12/articulos/archivos/ENR%20Digital.pdf)

Universidad de Antioquia. (2015). Técnicas Contables de investigación de Fraude y del Blanqueo de Capitales. Técnicas de investigación Contables: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/26125/20779403>

Universidad del Rosario. (2021). Caracterización y estimación económica de la cadena de valor del narcotráfico en Colombia. El eslabón de lavado de activos dentro de la cadena de Valor del Narcotráfico: https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/ODC/Documents/Publicaciones/Criminalidad/Delitos-Relacionados-Drogas/manual_colombiaV2.pdf

UNODC. (2023). United Nations office on Drugs and Crime. Lavado de Activos: <https://www.unodc.org/peruandecuador/es/02AREAS/DELITO/lavado-de-activos.html>

Las problemáticas “mente-cuerpo” y “mundo externo” dentro de la filosofía del turismo

The “mind-body” and “external world” problems within the philosophy of tourism

Juan Pablo Mariño⁷
Silvestre Flores Gamboa⁸
Natalia Landinez⁹

Resumen

Al hablar de los problemas filosóficos clásicos, “mente-cuerpo” y el “problema del mundo externo”, son dos de los más tratados por los filósofos quienes coinciden en una misma preocupación alusiva a la determinación de su real existencia. Dentro de las disertaciones disponibles, en la literatura se plantean distintos grados y tipos de escepticismo respecto a su aplicabilidad llevando a que algunas reflexiones filosóficas contemporáneas incluyan sus postulados en la explicación de fenómenos sociales y económicos como en el caso del turismo, pues en particular, esta actividad implica experiencias sensoriales, percepciones del entorno y construcciones del mundo externo, como aspectos que se conectan con el estudio epistemológico de cómo se percibe y se entiende la realidad. Este documento aborda el problema del mundo externo, sirviéndose de una analogía que parte del problema “mente-cuerpo” desde la mirada de Martínez (2025), quien propone que la convergencia entre lo externo y lo interno (dos sentidos) se da en el fenómeno (la referencia de esos sentidos). Plantea que ambos problemas pueden resolverse de manera muy similar dentro del fenómeno turístico que se nutre de la estrecha sinergia resultante de las percepciones de los turistas y las realidades de los destinos, a la vez que demuestra que también se mitiga la problemática de las alucinaciones como resultado de la experiencia turística.

⁷ Profesor investigador tiempo completo, adscrito a Departamento de Estudios Interdisciplinarios del IDEAD Universidad del Tolima, grupo de investigación BIOPESA. jpmarinoj@ut.edu.co

⁸ Profesor investigador tiempo completo, adscrito a la Maestría en Dirección de Organizaciones Turísticas, Escuela de Turismo, Universidad Autónoma de Sinaloa. silver@uas.edu.mx

⁹ Profesora catedrática adscrita al Departamento de Pedagogía y Mediaciones Tecnológicas del IDEAD Universidad del Tolima nlandinezf@ut.edu.co

Abstract

When discussing classic philosophical problems, “mind-body” and the “problem of the external world” are two of the most frequently addressed by philosophers, who share a common concern regarding the determination of their actual existence. Among the available dissertations, the literature presents different degrees and types of skepticism regarding their applicability, leading some contemporary philosophical reflections to include their postulates in the explanation of social and economic phenomena such as tourism, since this activity in particular involves sensory experiences, perceptions of the environment, and constructions of the external world, as aspects that connect with the epistemological study of how reality is perceived and understood. This document addresses the problem of the external world, using an analogy based on the “mind-body” problem from the perspective of Martínez (2025), who proposes that the convergence between the external and the internal (two senses) occurs in the phenomenon (the reference of those senses). He argues that both problems can be solved in a very similar way within the tourism phenomenon, which is nourished by the close synergy resulting from the perceptions of tourists and the realities of destinations, while also demonstrating that the problem of hallucinations as a result of the tourist experience is mitigated.

1. Materiales y Métodos

Para la estructuración del presente artículo se partió de una revisión hermenéutica integradora de fuentes filosóficas y teóricas con potencial para ser aplicadas al turismo. Su base conceptual proviene de las ideas de Descartes (1641/2010), Locke (1689/2005), Kant (1781/1998), Hume (1739/2001), y Berkeley (1710/2003), así como de exponentes contemporáneos de la teoría turística y social como Urry (1990), Bauman (1999/2007), MacCannell (1976/1999), Giddens (1986/1991), Berger & Luckmann (1966/2001), y Dumazedier (2000).

Metodológicamente, se emplea el análisis de contenido y la construcción teórico-conceptual, incorporando referencias internacionales y propuestas de análisis crítico sobre el turismo como fenómeno emergente sobre el cual, el pensamiento filosófico moderno ha encontrado en el dilema de la existencia y acceso al mundo externo, un cuestionamiento relevante a la hora de conjugar la percepción subjetiva y entorno objetivo (Kant, 1781/1998; Locke, 1689/2005). Si se toma en cuenta que el sujeto construye el mundo a partir de categorías a priori (Kant 1781/1998), esto

implica que el turista no encuentra un mundo dado, sino que lo recrea sensiblemente a partir de su propia experiencia interna y es en este punto donde se establece la médula de la discusión.

Haciendo uso de un proceso dialéctico, la reflexión filosófica se enfoca desde una perspectiva renovada que aborda la distinción entre la experiencia subjetiva y la perspectiva objetiva que hacen Nagel (1974) y Papineau (1993), sirviendo de base para los filósofos del turismo que encuentran un nexo directo entre el problema mente -cuerpo y mundo externo y la experiencia turística como fenómeno subjetivo y personal que va más allá de observar objetos o lugares desde una perspectiva externa, dando espacio a postulados como los de Bauman (1999/2007) y Campodónico (2011) que destacan que el consumo turístico responde a lógicas de hiperrealidad y búsqueda de autenticidad, donde la percepción se distancia del entorno objetivo para privilegiar la vivencia íntima del viaje.

En ese orden de ideas, la estructura del artículo decantará en un análisis reflexivo que articula un marco teórico-conceptual que interpreta el turismo como fenómeno humano, explorando el papel de la percepción y la construcción social del espacio turístico y considerando la interdependencia entre sujeto y objeto propia de la filosofía moderna. Dicha aproximación plantea una oportunidad para conectar la teoría del fenómeno, la problemática mente-cuerpo y la construcción del mundo externo con la experiencia y problemática turística contemporánea.

2. Problema mente-cuerpo

En filosofía, el problema del mundo externo cuestiona la existencia y naturaleza de la realidad fuera de la mente (Descartes, 1641; Berkeley, 1710). Al respecto, Martínez (2025), retoma el artículo titulado “¿Qué se siente ser un murciélago?”, donde Nagel (1974), expone el problema mente-cuerpo a partir del problema duro de la consciencia, donde la consciencia fenoménica es la encargada de la percepción sensorial, los pensamientos, las emociones y cualquier experiencia subjetiva. Según la autora, el problema nace de la creencia de que esta experiencia subjetiva no puede ser explicada a través de los estados físicos o procesos cerebrales pues, por más que se conozca el funcionamiento del cerebro de un murciélago cuando tiene ciertas experiencias, no se puede saber qué se siente ser uno. Por tanto, conocer el funcionamiento del cerebro del murciélago tan sólo permite saber qué se siente *pretender* ser un murciélago; “podemos imaginarnos a nosotros mismos como murciélagos, pero no podemos sentir realmente la *murcielaguidad* del murciélago” (Nagel, 1974, pág. 4).

En su planteamiento, Martínez (2025), asegura que un humano no puede saber lo que se siente ser una persona ciega, puede imaginárselo, pero no puede atravesar los límites de su propia mente para poder sentir como siente el otro. Puede entender cómo funciona su cerebro, pero no cómo es su propia experiencia. Es como si al ver la situación del otro desde fuera, es decir, en tercera persona, pudiese captar únicamente los estados físicos y no sus estados mentales, pues estos últimos, al parecer, solo pueden captarse en primera persona, por sus propios estados mentales.

Resalta que, a raíz de esto, Nagel (1974), infiere que una perspectiva en tercera persona tiene como referencia los estados físicos del sujeto, mientras que una perspectiva en primera persona refiere a los estados mentales o experiencia subjetiva. Se trata entonces de las diferentes perspectivas respecto a cosas distintas y, por eso, también son distintos referentes los estados físicos y los estados mentales ya que, si fuesen lo mismo, las personas serían capaces de captar los estados mentales y los físicos a través de la tercera persona, lo cual es imposible. Y no solo eso, sino que estos son tan distintos entre sí, que no se comprende cómo podrían referirse a una misma cosa.

A partir de esto que el referido filósofo llega a la conclusión de que el fisicalismo deja algo por fuera: la experiencia subjetiva, porque “si el carácter subjetivo de la experiencia sólo se comprende plenamente desde un punto de vista, entonces cualquier cambio en busca de mayor objetividad [...] no nos acerca a la naturaleza real del fenómeno: nos aleja de ella” (Nagel, 1974, p.7). Sin embargo, se podría estar hablando de estados mentales y estados físicos como dos sentidos para una misma referencia situación que es explicitada por Papineau (1993) en su ejemplo de Mary y el color rojo, cuyas conclusiones fueron compartidas por Nagel, y serán contrastadas en la discusión de este artículo a la luz de la actividad turística. Ahora, entendiendo que el problema mente-cuerpo es tan solo una cuestión de sentido y referencia resulta pertinente preguntarse ¿cuál es su relación con el problema del mundo externo? Y, antes que nada, ¿cuál es exactamente el problema del mundo externo?

3. Problema del mundo externo

Invocando a Moore (1993), Martínez retoma la distinción que él hace entre aquello que está *fuera de la mente*, aquello que está *presente en el espacio* y aquello que se *encuentra en el espacio*. Cuando se habla de lo externo se hace referencia como lo hace Kant, a las cosas que se *encuentran en el espacio*, lo cual puede ser igualmente entendido como “objetos físicos”, “cosas materiales” o “cuerpos” (p. 150). Así, una mesa, un lápiz o un balón son todos externos, mientras que las

imágenes residuales o imágenes remanentes se *presentan en el espacio*, mas no se *encuentran en el espacio*¹⁰ (Moore, 1993, p. 152).

Ahora bien, el problema con aquello que se entiende como mundo externo se establece en la imposibilidad para asegurar su existencia puesto que solo se tiene acceso a las propias percepciones y no a los objetos en sí mismos; en otras palabras, no se puede probar la existencia de las cosas fuera de cada uno, pues se tiene experiencia únicamente de las representaciones, mas no de los objetos mismos. Además, no se puede probar la existencia de los objetos partiendo de las percepciones; por ello, no se puede estar seguros de la existencia del mundo externo, pues no se puede acceder a él de forma directa. Sin embargo, esto presupone que objetos y percepciones refieren a cosas distintas, razón por la cual, como en el caso del problema mente-cuerpo, se puede conocer uno sin conocer el otro. Así, como afirmaba Nagel, se necesitaría de una perspectiva en tercera persona para conocer los estados físicos, en este caso, los objetos en sí mismos.

El problema es, básicamente, que no se puede abandonar la perspectiva en primera persona (percepciones) para poder conocer los objetos mismos. ¿Pero qué pasaría si percepciones y objetos fuesen tan solo distintos sentidos para una misma referencia? En aras de resolver este cuestionamiento, se parte del hecho que el problema mente-cuerpo involucra la percepción y el objeto como distintos enfoques para una misma referencia constituyendo una relación que se denominará *fenómeno* (Martínez, 2025).

4. El fenómeno

Para entender mejor de qué se trata el fenómeno Martínez (2025), retoma desde el ejemplo de Papineau (1993), que un color corresponde a una onda electromagnética de una frecuencia o longitud de onda determinada que, desde una perspectiva interna, a través de la percepción, se experimenta como aquel color cálido y radiante al que para su propuesta se denomina, color rojo. Lo mismo sucede con el sonido, el cual es en realidad una onda que viaja a través de un medio sólido, líquido o gaseoso que, al estimular el tímpano, genera vibraciones que se transforman en

¹⁰ Aunque estas distinciones son muy relevantes, explicarlas en este texto se saldría un poco del propósito principal. Por ello, resulta importante que, al menos por el momento, el lector tenga en cuenta únicamente cuál de ellas concierne a lo que entendemos por mundo externo (Martínez, 2025).

impulsos eléctricos que viajan a través del sistema nervioso hasta el cerebro, permitiendo experimentar subjetivamente la onda como un sonido agudo o grave, intenso o suave.

A partir de lo anterior, precisa que sería incorrecto decir que la onda sonora o la onda electromagnética no son lo mismo que la percepción del sonido o del color, pues, el fenómeno es el mismo, aunque visto desde perspectivas diferentes. Asegura que tanto la onda como la percepción de tal objeto constituyen lo que se denomina “sonido” o “color” y ambas perspectivas refieren la relación que hay entre el objeto y la percepción, es decir, al *fenómeno*. Ahora bien, dado que tanto el objeto como la percepción refieren la relación que hay entre ellos, es claro que se requiere de ambos para referir al *fenómeno* y entenderlo puesto que no se podría acceder al mundo externo sin percepción, ya que, carecer de percepción, implicaría carecer de un cuerpo y, aunque el objeto en sí mismo continuara existiendo, no se podría acceder a él sin una corporeidad con la cual experimentarlo. ¿O acaso de qué otra manera se podría tener la experiencia subjetiva de un *fenómeno* si no es a través de la percepción? (Pág.6)

Sin objeto, además, tampoco se podría tener acceso al *fenómeno*, pues no habría entonces algo que percibir y, sin algo que percibir, ¿podríamos hablar siquiera de percepción? Sin objeto, no hay percepción y sin percepción no habría objeto Martínez (2025). Sin alguno de los dos modos no se puede hablar de una relación entre ambos, ni podría hablarse del *fenómeno*. Cada perspectiva necesita de la otra para poder acceder al *fenómeno*, por lo que se establece una interdependencia entre objeto y percepción.

Para comprender la relación entre dos cosas, la autora las aborda por separado lo cual implica que, para comprender el *fenómeno*, se necesita atender ambos sentidos de este, es decir, comprenderlo desde una perspectiva interna (a la que se accede gracias a la percepción) y desde una perspectiva externa (que corresponde a los objetos). Agrega que este estudio del *fenómeno* es una tarea que concierne a la ciencia y es lo que permite comprender el mundo en su totalidad, pues es gracias a la ciencia que se ha conseguido tener acceso a los objetos en sí mismos y al *fenómeno* desde una perspectiva externa. En aras de exponer la manera en que la ciencia ha permitido tal cosa y por si algún lector que empatice con Berkeley considera que lo anteriormente expuesto no consigue demostrar que los objetos en cuestión existan sin ser percibidos, se retoma el ejemplo de las ondas electromagnéticas para verlo aplicado. Según Papineau (1993), el hecho de poder percibir una onda electromagnética de una longitud de 645-700 nm, correspondiente al color rojo, no significa

que esta exista solamente porque se pueda ver. Prueba de ello es que hay ondas electromagnéticas de frecuencias inferiores a la del rojo (y, por ende, de longitudes más largas), llamadas infrarrojas, que no se encuentran dentro del espectro visible, al menos, para el ser humano (Martínez 2025).

A pesar de ello, se sabe de su existencia y es posible medirlas. En estos casos, el ser humano no tiene acceso al *fenómeno* desde una perspectiva interna (no sin ayuda de la tecnología), pero sí puede acceder a ella a través de una perspectiva externa gracias a instrumentos como el interferómetro. Entonces, ¿Cómo es posible medir algo que no se puede percibir, suponiendo que los objetos existen únicamente cuando son percibidos?, porque los objetos son independientes de la simple percepción, es decir, existen incluso cuando no son percibidos.

En ese orden de ideas, la ciencia ha conseguido acceder al objeto aun careciendo de la experiencia subjetiva de este, y es por eso por lo que se sabe de la existencia de frecuencias de onda que ni siquiera se encuentran en el espectro visible o espectro audible. Es entonces la ciencia la que permite acceder a los objetos sin necesidad de despojarse de toda percepción, y, por el contrario, gracias a la existencia de ambos sentidos se tiene acceso al *fenómeno* y, así, al mundo (Pág 8).

5. Las Alucinaciones

De acuerdo con Moore (1993), las imágenes residuales, el dolor corporal, la visión doble y las alucinaciones son cosas que no pueden reconocerse como externas, pues estas se encuentran *dentro de la mente*. Para Martínez (2025), esto implica que tales fenómenos se *presentan en el espacio*, mas no se *encuentran* en él, pues no hay un objeto que corresponda a una representación, prueba de esto es que nadie más tiene acceso a la percepción de quien percibe tal cosa —pues la percepción no viene de un objeto, de algo externo a lo que todos tengan acceso— (p. 156). Así las cosas, en una alucinación no se puede acceder al *fenómeno* desde una perspectiva externa, dado que no hay objeto. En consecuencia, no se podría hablar de relación entre objeto y percepción, pues, no existe relación de una cosa con algo inexistente.

Por ello, en estas situaciones, no se tipifica el fenómeno de forma directa, dado que no hay objeto con el cual poder conocer para comprender la relación de este con la percepción. Esto es así porque esa percepción no viene de un objeto que se esté experimentando subjetivamente, sino que se encuentra únicamente *dentro de la mente*. Lo anterior, sin embargo, no elimina la interdependencia

entre objeto y percepción, por lo que tanto las alucinaciones, como la imaginación, no pueden darse sin contenido (Martínez 2025).

Estos fenómenos de la percepción, en los que se carece de un objeto directo y, por ende, de *fenómeno* directo, necesitan igualmente del mundo externo para poder ocurrir, ya que, aquello que se imagina o que se alucina no es absolutamente creado por el ser humano, y en consecuencia demanda del contenido y de experiencias previas para que se den. Así, por ejemplo, el contenido de una alucinación no puede estar compuesto de un color del cual nunca se haya tenido experiencia. Es por esto por lo que Mary, en el ejemplo de Papineau (1993), a pesar de conocer todo acerca del color rojo, no podía imaginarse a sí misma viendo el color rojo y no fue sino hasta que tuvo la experiencia en primera persona de tal color que adquirió esas capacidades. Tan solo después de la experiencia subjetiva, Mary podía imaginar, soñar y hasta tener alucinaciones que involucraran el color rojo.

En otras palabras, aquello que conforme una alucinación, dependerá del contenido mental de quien alucina. por tanto, se requiere del mundo externo también para soñar, imaginar o alucinar, probando una vez más la interdependencia entre objetos y percepciones. Estudiar esas circunstancias en las que la relación percepción-objeto no es directa no puede ir más allá de lo anteriormente mencionado, al menos desde la perspectiva del problema del mundo externo, por lo que, intentar comprender más detalladamente la manera en que funciona allí la percepción, el sentido y la referencia, implica volver al problema mente-cuerpo, siendo tema de otro análisis.

Queda claro cómo la distinción entre sentido y referencia permite una comprensión y solución ante el problema del mundo externo al referir, tanto percepción como objeto al *fenómeno*, es decir, a la relación que hay entre ambos modos de presentación, ya que, sin alguno de los dos sentidos, no podría haber comprensión del mundo porque se tiene acceso a una perspectiva interna que es consciente de una perspectiva externa que constituye también el *fenómeno*. Además, la interdependencia objeto-percepción, prueba también la existencia del mundo externo pues es la ciencia la que estudia ambos modos para comprender el *fenómeno* y, así, el mundo (Martínez 2025).

Dejando clara la manera en que se puede hacer frente a las alucinaciones y cómo este termina siendo un tema que no concierne de manera relevante al “mundo externo” —dado que no hay objeto—, pero sí mucho al problema “mente-cuerpo” —pues son cosas que se encuentran *dentro*

de la mente, pero no se encuentran en el espacio—, resulta pertinente analizar su cercanía a una disciplina mayoritariamente influenciada por el imaginario colectivo donde parte hedónica del ser humano hiciera más digerible lo tratado hasta el momento.

6. Discusión

El pensamiento filosófico moderno ha enfrentado el dilema de la existencia y acceso al mundo externo, un cuestionamiento relevante para el turismo entendido como el encuentro entre percepción subjetiva y entorno objetivo (Kant, 1781/1998; Locke, 1689/2005). En el marco turístico, Urry (1990) postula que la experiencia turística es, en esencia, un proceso de construcción sensible e imaginaria sobre el espacio visitado, influido por el contexto cultural y social. La visión fenomenológica de Husserl (1913/2018) resalta la intencionalidad de la conciencia, trasladando al turismo la idea de experiencia vivida (Erlebnis) como la interacción entre percepción subjetiva y realidad objetivable (MacCannell, 1976/1999), Cohen (1972) y MacCannell (1973) entre otros, han señalado que el turismo es un fenómeno cultural que depende tanto de la representación social como de la experiencia individual, por lo que la integración de la perspectiva filosófica ayuda a profundizar en la comprensión de la experiencia turística como un fenómeno complejo y multifacético (Desforges, 2000).

Desde la filosofía, el turismo se entiende como una práctica compleja que involucra no solo la visita física a un lugar, sino la construcción de significado personal a partir de la experiencia vivida, postulado que coincide con la reflexión de la antropología personalista en turismo, que enfatiza la persona como un ser situado en un contexto comunitario y corporal que interactúa con el entorno y otros sujetos (Barquero Cabrero, 2017), donde sus capacidades cognitivas como la imaginación y la memoria son esenciales, pues permiten al sujeto anticipar, recordar y referirse a experiencias pasadas, presentes o potenciales (Squire, 1992). En palabras de Grabum (1983), el turismo se caracteriza por su dimensión experiencial donde la subjetividad juega un papel protagónico.

Villalobos & Paniagua (2021), subrayan la posibilidad del turismo como experiencia educativa y filosófica, donde el viajero se convierte en un "sujeto filosófico" que interpreta y reflexiona sobre la realidad visitada, enmarcada por un compromiso ético y pedagógico con el entorno y la cultura local, trascendiendo la mera búsqueda de placer o entretenimiento, mientras enriquece su conocimiento y experiencia. Desde una perspectiva neurocientífica, el turismo despierta circuitos

cerebrales relacionados con la emoción y la recompensa, que son clave en la motivación y satisfacción del viajero (Uriely, 2005).

Panosso Netto, (2008) y Fuentes, (2015), aseguran que la filosofía permite enriquecer la comprensión del turismo no solo como fenómeno económico o social, sino como una experiencia dinámica y única para cada individuo, en la que se entrelazan la percepción, la memoria y la interpretación subjetiva, de aspectos fundamentales para diseñar y gestionar destinos turísticos que contemplen la dimensión humana del viajero. En consecuencia, la fenomenología aplicada al turismo articula la vivencia turística desde una experiencia personal, corporal y sensorial, en donde la subjetividad del viajero es medular para que la experiencia sea significativa y perdure en la memoria (Cisneros, 2022).

Desde esta perspectiva, la experiencia turística se considera un fenómeno complejo y personal, que implica una interpretación subjetiva del entorno y las interacciones sociales, alineándose con la visión fenomenológica del turismo que enfatiza el crecimiento personal y la vivencia auténtica (Castro, s.f.). En consecuencia, la actividad turística debe valorarse y diseñarse considerando la subjetividad de la experiencia del turista, juntamente con aspectos éticos, educativos y culturales para fomentar un turismo responsable y enriquecedor que contribuya a lograr cambios personales y sociales más profundos.

Nagel (1974), introdujo el desafío de la experiencia subjetiva, señalando que no es posible conocer completamente la vivencia interna de otro ser, lo que puede relacionarse con la diversidad de percepciones en turismo, al punto que dos turistas pueden experimentar un mismo lugar de maneras completamente distintas debido a sus antecedentes personales y expectativas. Por tanto, este enfoque contribuye a entender la variedad de respuestas emocionales y cognitivas que genera el turismo en diferentes personas.

Y es que, en turismo, la problemática de mente-cuerpo se traduce en cómo los turistas perciben y experimentan los destinos, que, aunque existen objetivamente, son interpretados a través de la subjetividad y la cultura de cada individuo, realidad que Hume (1739), resalta desde su empirismo, al señalar que el conocimiento del mundo se basa en la experiencia sensorial, la cual es fundamental en la vivencia turística. Kant (1781/1998), sostiene que el sujeto construye el mundo a partir de categorías a priori, por lo que el turista no encuentra un mundo dado, sino que lo recrea

sensiblemente a partir de su propia experiencia interna. A sí las cosas, la experiencia turística no solo se comprende a través de observaciones objetivas, sino mediante la vivencia interna del viajero, involucrando percepciones, emociones, recuerdos e imaginación (Leiper, 1990).

Por otra parte, la relación entre la mente y el cuerpo ha sido objeto de reflexión filosófica por siglos, y sus conceptos resultan esenciales para comprender la experiencia humana, incluyendo la vivencia turística. El problema mente-cuerpo, abordado principalmente como una cuestión de sentido y referencia, implica distinguir entre las perspectivas internas de la experiencia subjetiva y las externas de los procesos físicos cerebrales (Sellars, 1956; Churchland, 1986). Esta distinción es fundamental para analizar cómo el turista percibe y se relaciona con el entorno al que se enfrenta. Al respecto, Fuentes (2015), retoma la experiencia subjetiva y la distingue del conocimiento objetivo, ya que la experiencia interior del viajero resulta fundamental para comprender la calidad y significado del viaje. La relación mente-cuerpo es por tanto tangible y observable, reforzando la importancia de abordar el turismo como un fenómeno integral que involucra dimensiones físicas, emocionales y cognitivas (Stokols & Shumaker, 1981).

Sobre el particular, Nagel (1974), plantea la dificultad de captar la conciencia subjetiva desde un punto de vista externo, lo cual es especialmente relevante en el estudio del turismo, ya que la vivencia interna del sujeto no puede reducirse a simples datos observables. Por su parte Edensor (1998), bosqueja otra distinción filosófica entre contenido intencional y referencia externa que resulta útil para analizar cómo los turistas construyen significado más allá del mero consumo de un lugar. Esta idea se refleja en investigaciones que destacan la importancia de considerar la dimensión emocional, cognitiva y estética de la experiencia turística, entendiendo al turista como un sujeto humano que atribuye valor personal y sentido a su viaje (Hiernaux, 2018). Es por eso por lo que, resulta imperativo comprender las experiencias subjetivas de los turistas requiere reconocer que estas no son meramente actos objetivos o externos, sino que involucran una vivencia en primera persona que otorga sentido y singularidad a cada experiencia.

Respecto a la diferencia entre saber en primera persona y en tercera persona, Papineau (1993), distingue que la experiencia turística no es solo un conocimiento sobre un destino, sino una vivencia personal que transforma la percepción del viajero. Esto se conecta con la noción de sentido y referencia planteada por Frege (1892), quien argumenta que diferentes sentidos pueden

referirse a un mismo objeto, tal como distintos turistas pueden interpretar un mismo lugar de maneras diversas, otorgándole significados únicos a su experiencia turística.

Nagel (1974), por su parte, plantea que la experiencia subjetiva solo puede ser plenamente comprendida desde una perspectiva en primera persona, mientras que la perspectiva en tercera persona capta solo los aspectos físicos. Esta distinción es fundamental para entender la experiencia turística, ya que el turismo no es solo la visita a un lugar, sino la vivencia subjetiva del viajero y su interpretación personal del entorno. En turismo, el viajero pasa de ser un simple observador a un sujeto activo que vive la experiencia de forma única. Sin embargo, se podría estar hablando de estados mentales y estados físicos como dos sentidos para una misma referencia como lo hizo Papineau (1993) en su ejemplo de Mary y los colores (Martínez, 2025).

En dicho ejercicio, el autor habla de Mary, una experta en la psicología y fisiología de la visión humana del color quien sabe todo lo que sucede en el cerebro cuando un sujeto ve el color rojo, a pesar de que ella nunca ha tenido la experiencia de ver este color. Plantea el autor, cómo si un día Mary se encuentra con un objeto con esta tal tonalidad en lo que sería su primera observación del color rojo, podrá recrear situaciones similares en su imaginación en las que vea el color rojo y podrá identificar esa experiencia cuando vuelva a tenerla, es decir, que solo hasta entonces será capaz de reconocer cuando ella esté viendo el color rojo, pues era algo que no podía hacer antes de tener la experiencia. Antes, solo podía imaginar la situación en tercera persona a partir de los estados físicos del sujeto, pero no podía imaginarse a sí misma en tal situación (Papineau, 1993 pág. 169 -171).

Con base en lo anterior, solo es posible tener recuerdos e imaginar en primera persona situaciones que involucren el color rojo después de haber tenido aquella experiencia; de lo contrario, solo puede referirse a esos actos en tercera persona. Es por esta distinción entre los actos en primera persona y los actos en tercera persona, que es fácil y hasta intuitivo concluir que los pensamientos en tercera persona dejan por fuera el carácter subjetivo de las experiencias y que, por ende, los pensamientos en primera persona refieren a la experiencia subjetiva mientras que en tercera persona refieren únicamente a los estados físicos o procesos cerebrales del sujeto (Martínez, 2025). Este es el mismo razonamiento que hizo Nagel (1974), y la misma conclusión a la que él llegó. Sin embargo, Papineau (1993), no cree que esta sea la respuesta, puesto que se están dejando cosas importantes de lado.

Papineau (1993), reconoce que Mary adquiere algo nuevo cuando ve por primera vez el color rojo, pero no es un nuevo conocimiento o juicio sobre el mundo, sino que adquiere una nueva experiencia, un nuevo concepto respecto a algo que ella ya conocía (p.173). En consecuencia, Mary solo adquiere una nueva perspectiva respecto a la misma actividad cerebral o, como diría Frege, es cuestión de sentido y no de referencia. Al respecto, Kant (1781) plantea que la mente no sólo recibe información pasivamente, sino que también estructura y condiciona la experiencia del mundo externo, siendo una condición que se tipifica en el turismo cuando los conocimientos previos, las creencias culturales y los valores de un turista median en la interpretación y valoración de una experiencia turística, por lo que dicha estructura mental puede afectar incluso la percepción de la autenticidad y significado de un destino.

El problema del mundo externo, planteado clásicamente como la incertidumbre sobre la realidad fuera de la mente, se vincula con la manera en que los turistas interpretan y validan sus experiencias, y desde la epistemología turística sugiere que la experiencia del turista es co-construida en interacción con el medio físico, social y cultural externo, donde la realidad objetiva y subjetiva se entrelazan (Giddens, 1991; MacCannell, 1976), evidenciando la capacidad humana de modificar y resignificar el entorno turístico a partir de acciones interactivas, lo que permite superar la idea de un mundo externo rígido y pasivo para asumir la co-construcción de la realidad, en sintonía con el principio moderno de interdependencia entre objeto y percepción, lo cual se aproxima al razonamiento de Papineau (1993), cuando señala que los estados mentales y físicos pueden ser diferentes perspectivas de un mismo referente, similar al modo en que el turismo implica diversas maneras de aproximar e interpretar el espacio visitado.

Si a lo anterior se suma que la epistemología turística aboga por superar enfoques reduccionistas y adoptar procedimientos analíticos multidimensionales, considerando el fenómeno turístico como resultado de procesos históricos, socioculturales, económicos y filosóficos interdependientes (Nechar, 2007; Sansón Rosas, 2024), la experiencia turística resulta, en esencia, un proceso de construcción sensible e imaginaria sobre el espacio visitado, influido por el contexto cultural y social (Urry, 1990).

En un segundo ejemplo¹¹, al analizar dos turistas A y B, el turista A sabe que hay una estrella que sale en las mañanas la cual es llamada “estrella matutina”, mientras que el turista B ha visto salir una estrella al anochecer y por eso la llama “estrella vespertina”. Pues bien, resulta que tanto el turista A como el B hablan de la misma estrella, que no es nada más y nada menos que Venus y lo que sucede es que ambos tienen sentidos distintos respecto al mismo referente, aunque no lo sepan. Si hablaran entre ellos, seguramente podrían pensar que cada uno se refiere a distintas estrellas cuando en realidad se están refiriendo a la misma. Por ende, la distinción entre uso y mención, destacada en la reflexión filosófica sobre Venus, aplicaría al turismo en tanto que la referencia a un destino turístico puede involucrar distintos niveles de experiencia y representación simbólica, incluso cuando no se haya vivido directamente (Halewood & Hannam, 2001).

Desde una mirada epistemológica, este ejemplo da cuenta de las alucinaciones y las distorsiones en la percepción de las que tratan Hume, (1739) y Nagel, (1974), las cuales pueden ser análogas a las expectativas desalineadas que enfrentan los turistas respecto a la realidad del destino, dentro de un fenómeno conocido en turismo como “brecha de expectativas” (Pizam, 1978). En consecuencia, la reflexión filosófica enseña que las percepciones no siempre corresponden con la realidad externa, lo cual es crucial para diseñar experiencias turísticas que consideren la subjetividad del visitante.

Desde la sociología fenomenológica, Berger & Luckmann (1966/2001) argumentan que la realidad social y por ende turística es el resultado de procesos de internalización y construcción del significado, por lo cual la experiencia turística debe ser leída como una configuración dinámica donde lo externo se resignifica en contacto con la subjetividad del visitante. Así, el turismo puede conceptualizarse como un "fenómeno" (en términos kantianos y husserlianos) que emerge de la síntesis constante entre percepción subjetiva y objeto visitado. Valga mencionar que el concepto de “fenómeno” que plantea Martínez (2025), no proviene de la concepción kantiana o husserliana del mismo y en ello precisamente se sustenta su propuesta donde la convergencia entre lo externo y lo interno (dos sentidos) se da en el fenómeno (la referencia de esos sentidos), para este caso, el turismo.

¹¹ Este es un ejemplo adaptado de la obra de Frege titulada “Sobre sentido y referencia”. En ella, Frege explica los conceptos de sentido y referencia, siendo el sentido el modo como se presenta un objeto, mientras que la referencia corresponde al objeto en cuestión.

Por lo anterior, a volver al ejemplo de Mary y los colores, Martínez (2025), refiere que podría parecer que su pensamiento en primera persona tiene un referente distinto al pensamiento en tercera persona, pero, de hecho, son sentidos diferentes respecto al mismo referente. Por eso, pensar que se tienen distintos referentes en este caso es, de hecho, una falacia a la que él denomina *falacia antipatética* (Papineau, 1993 pág. 177). De acuerdo con este filósofo, el hecho de no tener ciertas experiencias cuando se piensa en tercera persona no significa que no se esté haciendo referencia a ellas. Es decir, el hecho de que pensar en tercera persona no permita captar la experiencia subjetiva —y con ella aspectos como la imaginación, recuerdos, introspección respecto a la experiencia, etc.—, no quiere decir que no se pueda hacer referencia de ella. Por ello, es importante saber distinguir entre *uso* y *mención*, pues que algo no use versiones de experiencias conscientes, no implica que se pueda referirse a ellas (Martínez, 2025). Pensar en tercera persona no implica no referirse a las experiencias subjetivas; más bien, implica una dificultad para captar la vivencia interna, incluyendo la imaginación, los recuerdos y la introspección (Dennett, 1991). Esta distinción entre uso y mención es crucial para entender las diversas formas en que los turistas interpretan y representan sus experiencias (Urry & Larsen, 2011).

Así mismo, al retomar el caso de Venus, tanto el turista A como el turista B ignoraban el hecho de que dicha “estrella” además de matutina también salía al anochecer; esto no quiere decir que no se refirieran a la misma estrella -Venus-. En ese orden de ideas, existen distintas maneras de aproximarse a la misma cosa, sin querer decir que se esté refiriendo a dos entidades diferentes. sino a perspectivas distintas de una misma realidad (Frege, 1892). Esto es comparable a las formas diversas en que los turistas pueden experimentar un destino desde distintas ópticas: emocional, cultural, sensorial o incluso neurológica (Cohen, 1972; Pizam & Mansfeld, 2009).

En el plano de la experiencia, la fenomenología del turismo subraya que la autenticidad y la construcción de significado dependen de la interacción entre la memoria, el entorno y las vivencias previas (MacCannell, 1976/1999; Rodríguez & Calvo, 2012). Este enfoque encuentra resonancia en el ejemplo de "Mary y el color rojo" desarrollado por Papineau, demostrando que la experiencia subjetiva transforma la capacidad de reconocimiento y construcción del entorno, precisamente como ocurre con el turista al experimentar nuevos destinos.

Por otra parte, al hablar de estados físicos, se trata de un proceso mental y viceversa; es el mismo proceso visto desde distintas perspectivas: una interna (que usa los estados mentales partiendo de

la experiencia subjetiva) y otra externa (que usa los procesos cerebrales para captar los estados físicos del sujeto). En ese marco, cuando se huele una rosa, la percepción del olor y los procesos que se dan en el cerebro cuando se percibe su fragancia resultan ser lo mismo, solo que a lo primero —la experiencia subjetiva, el olor de la rosa— se tiene acceso a través de la perspectiva interna, mientras que a lo segundo se accede de forma externa al cerebro (Martínez, 2025).

En consecuencia, aunque lo físico no use la experiencia subjetiva, sí la menciona, debido a que son dos modos en los que se presenta un mismo proceso o evento (Pág., 4), donde la percepción turística implica procesos mentales y físicos inseparables. Por ejemplo, la experiencia olfativa de un aroma en un lugar visitado es simultáneamente un fenómeno cerebral y subjetivo, donde la experiencia interna se manifiesta junto con los procesos neurofisiológicos externos (Damasio, 1994). Esto permite entender que el acercamiento al turismo requiere una visión holística que considere tanto el cuerpo como la mente en la construcción del sentido turístico (Ryan, 2002).

7. Resultados

Analizar el turismo desde la filosofía moderna y las problemáticas clásicas de la epistemología permite una comprensión rica de este fenómeno social y cultural. Los problemas filosóficos de mente-cuerpo, sentido-referencia, mundo externo y la co-construcción de lo real no sólo se reflejan en la experiencia de viajar, sino que ofrecen lentes críticos para abordar la complejidad, la autenticidad, la resignificación y las transformaciones del turismo en la contemporaneidad. Así, la filosofía y el turismo se nutren mutuamente, situando la experiencia del viajero como síntesis permanente entre percepción y realidad, sujeto y objeto, expectativa y entorno.

7.1. Problema mente-cuerpo y experiencia turística

El problema mente-cuerpo en relación con la conciencia y el acceso subjetivo al mundo, se actualiza continuamente en la práctica turística, pues, así como la conciencia subjetiva distingue la vivencia interior de los fenómenos externos, el turista experimenta la diferencia entre la vivencia personal del destino que es lo que realmente “se siente” al viajar y su representación social, mediática o colectiva. Al igual que Mary, quien sólo comprende el rojo al experimentarlo, nadie puede entender una cultura o un destino turístico sin vivenciarlo de primera mano, por lo que la experiencia directa es insustituible.

Por tanto, la construcción de la experiencia turística encarna así el dilema entre mente y mundo donde la percepción interior configura el sentido, mientras que el entorno físico condiciona la vivencia. Este paralelismo es central para comprender la función transformadora del turismo sobre el sujeto y la percepción de la alteridad.

7.2. Mundo externo, construcción de lo real y turismo

La cuestión filosófica sobre la existencia del mundo externo es relevante para el fenómeno turístico en la medida en que los viajeros deben constantemente validar la autenticidad y realidad de los escenarios, eventos o experiencias ofrecidas reencarnando el escepticismo de Hume o Berkeley respecto a la duda sobre si lo experimentado es “auténtico” o “escenificado”.

En este orden de ideas, el turismo masivo, el turismo cultural tematizado y la simulación representada desde los parques de temáticos y las ciudades reconstruidas, constituyen escenarios donde la experiencia turística oscila entre la percepción genuina de lo real y la construcción artificial de entornos percibidos como “auténticos”. En consecuencia, el vínculo entre percepción y objeto se evidencia en la persistencia de la búsqueda del “viaje auténtico”, siendo una discusión aun inconclusa desde la sociología y la filosofía del turismo contemporáneas.

7.3. Sentido, referencia y simbolismo del espacio turístico

La noción fregeana de sentido y referencia, adaptada por Papineau halla eco en el turismo en la constante resignificación de símbolos y referentes territoriales. Los destinos turísticos, sus iconos, paisajes y narrativas, tienen diversidad de “sentidos” que dependen de la experiencia, la memoria y la cultura del visitante. Un mismo lugar puede significar algo distinto para sujetos de diferente trasfondo histórico, cultural o incluso para el mismo turista en viajes diferentes. Por ello, en el turismo, los monumentos, tradiciones y prácticas locales se convierten en símbolos polisemánticos, apropiados y reinterpretados por los visitantes.

El estudio hermenéutico del turismo investiga cómo se producen, circulan y negocian esos sentidos, de modo análogo al análisis de los sistemas significantes filosóficos.

7.4. Fenómeno, autenticidad y co-construcción del sentido turístico

En línea con Kant y la fenomenología, el turismo constituye para el sujeto una experiencia que resulta de la interacción continua entre percepción interna y referentes externos. No existe

fenómeno turístico sin la síntesis entre ambas dimensiones, por lo que el contexto material e histórico del destino confluye con la subjetividad, historia personal y expectativas del viajero.

La autenticidad en consecuencia es tema clave en la reflexión turística y depende de la conciencia de esta co-construcción y no es simplemente inherente al destino, sino que emerge del encuentro interactivo entre el sujeto y el entorno, sustentado tanto en la fenomenología de la experiencia como en la construcción social del espacio visitado.

7.5.Ciencia, conocimiento y acceso a la realidad turística

Reflexionar sobre el turismo desde la perspectiva filosófica supone reconocer la dualidad entre el conocimiento subjetivo y objetivo; la ciencia aparece como herramienta mediadora para comprender y explicar los fenómenos turísticos desde distintas perspectivas que integran el punto de vista interno del visitante y el externo del investigador o planificador.

El proceso científico en turismo, como en la epistemología moderna, busca trascender la mera percepción subjetiva para analizar y estudiar el fenómeno turístico en su complejidad, considerando los aportes de la fenomenología, la hermenéutica y las ciencias sociales aplicadas.

7.6.Alucinaciones, percepción y destino turístico: entre lo imaginado y lo real

Las alucinaciones, tratadas filosóficamente como experiencias sin referente externo, proponen un paralelo con el espacio simbólico y los imaginarios turísticos. Muchas formas de turismo nacen y se sostienen sobre expectativas, ilusiones y representaciones mediales o literarias que no siempre tienen correspondencia con lo experimentado. El desencuentro entre expectativa e impresión real forma parte de la experiencia turística y de la construcción de lo real en el viaje, lo que refuerza la mutua dependencia entre objeto y percepción.

8. Conclusiones

- El turismo se manifiesta como un fenómeno sociocultural que integra experiencias subjetivas y realidades objetivas, en concordancia con el principio kantiano de síntesis entre percepción y objeto.

- La teoría del fenómeno planteada por Martínez (2025), es útil para describir la interacción dinámica entre el sujeto visitante y el entorno visitado, constituyendo ambos sentidos de una misma realidad.
- En la experiencia turística, la autenticidad de la vivencia es construida socialmente mediante la interpretación, la memoria y el deseo de significado.
- La epistemología turística requiere superar el dualismo clásico para asumir el turismo como síntesis de factores individuales, estructurales y contextuales.
- El problema mente-cuerpo se traduce en turismo en la distinción entre experiencia subjetiva (lo vivido) y significado objetivo (el destino y su representación colectiva), lo que demanda un enfoque multidisciplinario y abierto.
- La reflexión filosófica moderna, especialmente a través de la distinción entre sentido y referencia, provee herramientas eficaces para repensar la experiencia turística como fenómeno intersubjetivo y socialmente construido.
- El turismo se configura como un espacio dinámico donde percepción y entorno, subjetividad y objetividad, convergen en el fenómeno turístico, abogando por la complementariedad de ambos polos en la comprensión y gestión del hecho turístico.
- La comprensión del turismo desde postulados filosóficos y epistemológicos modernos permite proponer modelos de análisis más integradores, capaces de atender no solo al fenómeno objetivo del desplazamiento y la oferta, sino también a la construcción de significados, la experiencia subjetiva y la co-construcción social de los destinos.
- La interdependencia sujeto-objeto y en la resignificación del sentido, abre nuevas posibilidades para políticas, investigaciones y prácticas turísticas comprometidas con la pluralidad, la sostenibilidad y el reconocimiento de la diversidad experiencial.
- La fenomenología moderna, que explora la estructura de la experiencia y el fenómeno, encuentra en el turismo un campo excepcional para analizar cómo se constituye el sentido del mundo, ya que el destino turístico es tanto un “fenómeno” vivido subjetivamente como una realidad objetiva construida colectivamente.
- La experiencia del visitante en un destino, guiada por percepciones, deseos y referencias previas, se ajusta al análisis husserliano del sentido, y se conecta con la construcción de la “realidad turística” y sus representaciones.

- El debate de la epistemología moderna sobre la existencia del mundo externo cobra actualidad al analizar el turismo como una actividad basada en la búsqueda, interpretación y validación de experiencias auténticas fuera de la rutina diaria.
- La duda sobre qué es real y qué es representación se experimenta en los destinos turísticos tematizados o artificiales como parques temáticos o recreaciones, donde la frontera entre mundo externo y percepción individual es difusa y problematizada por el turista académico.
- El clásico problema mente-cuerpo, abordado desde la experiencia subjetiva y los estados físicos, se traduce en turismo en la tensión entre la vivencia íntima del viaje y el entorno material del destino.
- El turista construye “lugares” mediante la experiencia sensible y la interpretación, enfrentando la dualidad del espacio físico y el espacio simbólico del viaje.
- La noción de “sentido y referencia” ilumina la manera en que los símbolos del lugar como paisajes, monumentos y tradiciones son interpretados y resignificados por distintas culturas y turistas, fundamentando la relevancia del enfoque hermenéutico y semiológico en los estudios turísticos.
- El análisis de la “existencia del mundo externo” y la interdependencia objeto-percepción se convierte en herramienta para analizar el turismo como proceso de co-construcción de significado, donde la autenticidad no está dada, sino que es resultado de la interacción entre la subjetividad del visitante y los elementos materiales y simbólicos del entorno.

Referencias

- Barquero Cabrero, M. (2017). Antropología personalista aplicada al turismo. *Revista Cultura y Turismo*, 22(3), 45-56.
- Bauman, Z. (1999). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica, 2007. (Original publicado en 1999)
- Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu, 2001. (Original publicado en 1966)
- Berkeley, G. (1710). *Tratado sobre los principios del conocimiento humano*. Ediciones Akal, 2003.
- Campodónico, H. (2011). *Turismo: perspectivas, conceptos y reflexiones*. Lima: Cátedra Turismo UNMSM.
- Castro, M. (s.f.). Crecimiento personal y vivencia auténtica en turismo. *Revista de Estudios Filosóficos Turísticos*, (Sin fecha), 56-67.
- Churchland, P. (1986). *Neurophilosophy: Toward a Unified Science of the Mind-Brain*. MIT Press.
- Cisneros, N. (2022). Fenomenología aplicada al turismo. *Revista Innovación y Turismo*, 7(1), 77-91.
- Cohen, E. (1972). Towards a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Damasio, A. R. (1994). *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. Putnam.
- Dennett, D. (1991). *Consciousness Explained*. Little, Brown.
- Descartes, R. (1641). *Meditaciones metafísicas*. (Trad. Vidal Peña, 2010). Alianza Editorial. (Original publicado en 1641)
- Desforges, L. (2000). Traveling the World: Identity and Travel Biography. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 926-945.
- Dumazedier, J. (2000). *Sociología del ocio*. Ediciones Paidós.

- Edensor, T. (1998). *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*. Routledge.
- Frege, G. (1892). Sobre sentido y referencia. *Revisión de filosofía del lenguaje*, 10(2), 29-42.
- Fuentes, A. (2015). Experiencia subjetiva en el turismo contemporáneo. *Revista Latinoamericana de Estudios Turísticos*, 10(4), 39-53.
- Giddens, A. (1991). *La constitución de la sociedad*. Editorial Siglo XXI. (Original publicado en 1986)
- Graburn, N. H. (1983). The Anthropology of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9-33.
- Halewood, C., & Hannam, K. (2001). 'Viking Heritage Tourism: Authenticity and Commodification'. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 565-580.
- Hiernaux, D. (2018). *Turismo y subjetividad: nuevas miradas*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hume, D. (1739). *Tratado de la naturaleza humana*. (Trad. V. Viqueira 2001). Libros en la red. (Original publicado en 1739)
- Husserl, E. (1913). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Ediciones Sígueme, 2018.
- Kant, I. (1781). *Crítica de la razón pura*. (Trad. E. V. González, 1998). Ediciones Alfaguara. (Original publicado en 1781)
- Leiper, N. (1990). *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*. Massey University.
- Locke, J. (1689). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. (Trad. L. E. Azúa, 2005). Fondo de Cultura Económica. (Original publicado en 1689)
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press, 1999. (Original publicado en 1976)
- Martínez, Landinez Valentina (2025) El fenómeno: la solución al mundo externo. Zenodo <https://doi.org/10.5281/zenodo.17172770>
- Moore, G. E. (1993). External and Internal Relations. In *The Philosophy of G.E. Moore* (pp. 146-188). Library of Living Philosophers.

- Nagel, T. (1974). What Is It Like to Be a Bat? *Philosophical Review*, 83(4), 435-450. Oxford University Press.
- Nechar, M. (2007). Epistemología del turismo: una mirada crítica desde la filosofía contemporánea. *Revista Estudios Turísticos*, 176, 149-165.
- Panosso Netto, A. (2008). Filosofía y Turismo: Entre la razón y el placer. *Turismo: Estudios e Prácticas*, 1(1), 17-32.
- Papineau, D. (1993). *Philosophical Naturalism*. Oxford: Blackwell.
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (2009). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Routledge.
- Rodríguez Calvo, R. (2012). Turismo y memoria: La autenticidad experiencial. *Turismo y Sociedad*, 13, 101-111.
- Ryan, C. (2002). *The tourist experience*. London: Continuum.
- Sansón Rosas, J. (2024). Epistemología del turismo: síntesis de enfoques contemporáneos. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 5(2), 88-97.
- Sellars, W. (1956). *Empiricism and the Philosophy of Mind*. Minnesota Studies in the Philosophy of Science.
- Squire, S. J. (1992). 'Travel Journalism: A Practice in Search of Theory'. *Journalism Studies*, 4(2), 195-211.
- Stokols, D. & Shumaker, S. (1981). People in Places: A transactional view of settings. In J. Harvey (Ed.), *Cognition, Social Behavior, and the Environment* (pp. 441–488). Erlbaum.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216.
- Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Villalobos Paniagua, L. (2021). La experiencia turística como fenómeno educativo y filosófico. *Revista Estudios Turísticos*, 219, 45-58.

La innovación organizacional y su relación con la competitividad

Organizational innovation and its relationship with competitiveness

Ricardo Benjamín Perilla Maluche¹²

Resumen

La innovación organizacional es crucial para la competitividad empresarial, pues impulsa el desarrollo de nuevos productos, la mejora de procesos y el acceso a nuevos mercados. La innovación organizacional se refiere a la adopción de nuevas ideas o comportamientos en la estructura organizativa, la gestión y la estrategia empresarial. A pesar de su importancia, esta área de la innovación ha sido menos explorada en comparación con la innovación tecnológica. En el contexto de Colombia, el informe de competitividad global 2019 del Foro Económico Mundial destaca que la innovación y las instituciones son pilares débiles, lo que impacta negativamente en las empresas. La relación entre estructura organizacional e innovación es fundamental, ya que factores como la descentralización y la integración son clave para fomentar la innovación. Sin embargo, aún persisten vacíos en la investigación, especialmente en el vínculo entre la departamentalización y el comportamiento innovador. La literatura existente subraya que la cultura organizacional, el liderazgo y las capacidades de conocimiento son factores que pueden impulsar la innovación organizacional. Este campo sigue siendo emergente, y es necesario profundizar en su estudio para comprender mejor cómo las empresas pueden aprovechar la innovación organizacional para lograr una ventaja competitiva sostenible.

Palabras clave: Innovación organizacional, Competitividad empresarial, Investigación y desarrollo (I+D), Estructura organizacional, Comportamiento innovador.

Abstract

¹² Doctor en administración / Magíster en pensamiento estratégico y prospectiva de la Universidad Externado de Colombia. Especialista en gerencia de proyectos / Administrador de empresas de la Universidad del Tolima. Profesor de carrera de la Universidad del Tolima, perteneciente al Departamento de estudios interdisciplinarios del IDEAD, integrante del grupo de investigación GIETO. Investigador Junior ante Minciencias. E mail rbperillam@ut.edu.co

Organizational innovation is crucial for business competitiveness, as it drives the development of new products, process improvements, and access to new markets. Organizational innovation refers to adopting new ideas or behaviors in organizational structure, management, and business strategy. Despite its importance, this area of innovation has been less explored compared to technological innovation. In the context of Colombia, the 2019 Global Competitiveness Report from the World Economic Forum highlights that innovation and institutions are weak pillars, which negatively impacts companies. The relationship between organizational structure and innovation is crucial, as factors such as decentralization and integration are key to fostering innovation. However, there are still gaps in research, especially regarding the link between departmentalization and innovative behavior. Existing literature emphasizes that organizational culture, leadership, and knowledge capabilities are factors that can drive organizational innovation. This field remains emerging, and further research is needed to better understand how businesses can leverage organizational innovation to achieve sustainable competitive advantage.

Keywords: Organizational innovation, Business competitiveness, Research and development (R&D), Organizational structure, Innovative behavior.

Introducción

La innovación a nivel empresarial se ha convertido en un requisito indispensable para la supervivencia de las empresas en medio de los actuales entornos caracterizados por su complejidad y turbulencia. Esta es fundamental para las economías ya que por un lado las aproxima a las fronteras del conocimiento, pero también les permite generar mayor valor, lo cual hace que se genere innovación tanto en productos como en procesos, obteniéndose de esta manera una ventaja competitiva, sin embargo, todo este andamiaje debe necesariamente estar fundamentado en un entorno que tenga como bases los sectores público y privado, con correspondientes inversiones en I & D, especialmente por parte del sector privado (WEF, 2019).

La innovación según el manual de Oslo implica mejoras o novedades tecnológicas en cuanto a productos y procesos que involucren una serie de actividades científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales. De igual manera, este manual establece la distinción entre la innovación de productos y procesos tecnológicos frente a “otros cambios en productos y

procesos” e “innovación organizacional”, en esta última se incluyen los siguientes aspectos: la introducción de cambios significativos en la estructura organizacional, la implementación de técnicas avanzadas de gestión y la aplicación de orientaciones estratégicas empresariales nuevas o sustancialmente modificadas (OECD & Eurostat, 2005).

Teniendo en cuenta lo anterior, es imperativo mencionar que el campo de la innovación cuenta con diferentes enfoques, Schumpeter (1934) (citado en Dodgson, 2011), afirma que “la innovación ocurre no solo en los productos y procesos, sino también en la organización, los mercados y el suministro.” P. 1120. La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA (1995) (citada en Gálvez, Hernández, y Molina, 2016) hace alusión a tres tipos de innovación: de productos/servicios, de procesos y de gestión. Por su parte la Organización para la cooperación y el desarrollo económico OECD y Eurostat (2005) (citado en Zuñiga, 2016) mencionan cuatro tipos de innovación: innovación de producto, innovación de proceso, innovación organizacional e innovación de marketing.

La innovación organizacional según Lam (2004) “se refiere a la creación o adopción de una idea o comportamiento nuevo para la organización” P. 115. Además, menciona que la literatura existente sobre innovación organizacional es muy diversa y no se encuentra integrada en un marco teórico coherente, aunado a que el “fenómeno” de este tipo de innovación se halla propenso a diferentes interpretaciones dentro de la literatura. Sin embargo, la innovación organizacional se puede clasificar teniendo en cuenta tres grandes vertientes: las teorías del diseño organizacional, las teorías de la cognición y el aprendizaje organizacional y las teorías del cambio y la adaptación organizacional (Lam, 2004).

La innovación y la competitividad

En la actualidad se dispone de numerosos estudios acerca de la competitividad a nivel internacional, nacional y regional, entre ellos se encuentra el informe global de competitividad del Foro económico mundial, el Informe nacional de competitividad y el Índice Departamental de competitividad. Estos tienen muchos factores en común que son determinantes para la competitividad, uno de ellos en el cual coinciden estos análisis es la innovación, esta vista desde

el ámbito empresarial como un impulsor para la creación de nuevos productos, mejoramiento de procesos, acceso y atención a nuevos mercados.

A nivel del país, el Plan nacional de desarrollo propone como uno de sus objetivos la promoción del desarrollo tecnológico y la innovación como parte fundamental para el crecimiento empresarial y el emprendimiento, donde se consolide las capacidades de innovación a nivel empresarial, siendo Colciencias la Institución que lidere este objetivo en aras de crear una unidad de innovación al interior de las empresas (DNP, 2015).

En contraste con lo anterior, el informe global de competitividad 2019 del Foro económico mundial ubicó a Colombia en el puesto 57 entre un total de 138 países por debajo de Costa Rica, México, Panamá y Chile, sin embargo, lo más relevante del índice es que los dos pilares más bajos son el de Instituciones e Innovación. Mirando en detalle, este último contiene factores como capacidad para innovación, calidad de instituciones de investigación científica, gastos de las empresas en I&D, colaboración entre Industria – Universidad en I&D y aplicaciones de patentes, los cuales obtienen una calificación muy baja en la medición. Todo esto da cuenta del contexto nacional en lo relacionado con actividades CTI, lo cual no es favorable para las regiones y sus empresas (WEF, 2019).

La innovación desde mucho tiempo atrás ha sido considerada como un impulsor de la economía y de las empresas que la integran, Schumpeter (1942) así lo afirmaba: “El impulso fundamental que pone y mantiene en movimiento el motor capitalista viene de los nuevos bienes de consumo, los nuevos métodos de producción o transporte, los nuevos mercados, las nuevas formas de organización industrial que crea la empresa capitalista” (P. 95).

En razón a lo anterior, el estudio de la innovación ha sido de bastante interés por los académicos a lo largo de la historia, pues es considerada como un medio para lograr la competitividad (Rodrigues, Ribeiro, y Dobelin, 2018), incluso se ha desarrollado la teoría de la empresa innovadora la cual plantea alcanzar una alta calidad unida a bajos costos de producción para lograr la ventaja competitiva (Lazonick y West, 1995).

Ahora bien, la definición de la innovación puede ser tan variada dado que esta se encuentra vinculada con diversas disciplinas y campos del conocimiento tales como Administración y negocios, economía, estudios de la organización, emprendimiento, tecnología; ciencia e ingeniería,

gestión del conocimiento y marketing (Baregheh, Rowley, y Sambrook, 2009). Muchos estudios sugieren que la innovación se encuentra en función de diferentes variables que la pueden impulsar como la cultura organizacional, puesto que esta puede moldear ciertos patrones de pensamiento orientados a la resolución de problemas y toma de decisiones que finalmente conduzcan hacia una innovación exitosa (Vance, Zell, y Groves, 2008), el liderazgo como mediador entre los sistemas de memoria transaccional y la innovación (Kwon y Cho, 2016), la capacidad de acumulación de conocimiento puesto que esto lleva a una creación y circulación de conocimiento dentro de la organización, lo que se traduce en productos efectivos e innovadores (Chang y Lee, 2008), el impacto que pueden tener las fuentes de conocimiento externas como proveedores, clientes, consultores y laboratorios comerciales, la competencia, universidades e institutos de investigación, sobre la adopción de la innovación organizacional (Simao y Franco, 2018) y algunos elementos de la estructura organizacional como la centralización, formalización e integración sobre el desempeño de la innovación organizacional teniendo como variable mediadora el comportamiento innovador de las personas (Tohirovich, Rhee, y Yoon, 2017).

Lo anterior demuestra que la innovación organizacional es un tema de interés emergente, teniendo en cuenta que sobre todo en la última década se ha observado un incremento de la atención académica a este tipo particular de innovación (Simao y Franco, 2018), sin embargo, a pesar de las crecientes investigaciones sobre innovación, la innovación organizacional continúa recibiendo menos atención que la innovación tecnológica (Birkinshaw, Hamel, y Mol, 2008), esto reflejado en el número de publicaciones realizadas, Crossan y Apaydin (2010) encontraron que de 1000 artículos publicados sobre innovación, menos del 3% correspondían a innovación organizacional, asimismo conceptos como los de innovación gerencial e innovación administrativa también han sido descuidados (Pauget y Wald, 2018).

De lo anterior se puede inferir que, si bien la innovación a nivel general ha sido ampliamente considerada tanto en el campo académico como en el empresarial, aún falta mucho por explorar específicamente en el ámbito de la innovación organizacional. En concordancia con esto, si bien se han realizado estudios sobre la relación entre la estructura organizacional y la innovación organizacional que indican el papel crítico que ejercen los elementos de la estructura sobre la innovación, como en el caso de la descentralización y la no formalización las cuales aumentan la

probabilidad de impulso a la innovación (Polansky y Hughes, 1986), y la integración como requisito previo para la innovación (Tang, Pee, y Iijima, 2013), este campo de estudio aún no ha sido lo suficientemente abordado pues como lo indican Tohirovich et al. (2017), la estructura organizacional no influye directamente sobre la innovación organizacional, sino que el comportamiento de las personas ejerce como rol mediador entre las dos. En el estudio realizado por estos autores, se analizó el papel mediador del comportamiento innovador de los empleados en la relación entre la estructura organizacional, específicamente los elementos de centralización, formalización e integración frente al alcance de la innovación organizacional. Sin embargo, aún queda un gran vacío en la teoría en relación con la departamentalización y cómo se relaciona esta con el desempeño innovador de la empresa, teniendo como mediador el comportamiento innovador de las personas (Tohirovich et al., 2017).

Conclusiones

La innovación organizacional, aunque crucial para el desarrollo empresarial, sigue siendo un área poco explorada en comparación con la innovación tecnológica, lo que limita su aprovechamiento pleno en el ámbito empresarial. Es imperativo que las políticas públicas y privadas apunten a fortalecer el entorno organizacional, promoviendo la creación de estrategias que favorezcan la inversión en investigación y el desarrollo de capacidades innovadoras dentro de las empresas. La colaboración entre los sectores público y privado debe ser incentivada para generar un ecosistema más robusto que impulse la competitividad en el contexto global.

En el caso específico de Colombia, a pesar de los esfuerzos realizados para mejorar las condiciones de innovación a nivel institucional, la infraestructura todavía se presenta como un desafío significativo. Los indicadores de innovación en el país siguen siendo bajos, lo que pone en evidencia las limitaciones existentes en términos de recursos, capacidades técnicas y vínculos interinstitucionales. La mejora de estos aspectos es fundamental para transformar el entorno organizacional y hacerlo más propicio para la innovación.

El estudio futuro debe profundizar en cómo las características de la estructura organizacional, como la descentralización y la integración, pueden influir en el desempeño innovador de las empresas. Es necesario explorar con mayor detalle cómo estas dimensiones estructurales impactan

la capacidad de la organización para adaptarse a los cambios del mercado y generar soluciones innovadoras de forma continua. Además, el papel del comportamiento innovador de los empleados no debe ser subestimado. Este comportamiento actúa como un mediador esencial entre las estructuras organizacionales y los resultados innovadores, y por lo tanto, se debe fomentar un entorno que potencie la creatividad y el compromiso de los colaboradores con la innovación.

De esta manera, se puede consolidar una ventaja competitiva sostenida, ya que las organizaciones que logren integrar efectivamente la innovación organizacional en su cultura y estructura serán más resilientes y competitivas en mercados cada vez más globalizados y dinámicos.

Referencias

- AECA. (1995). *La innovación en la empresa: Factor de supervivencia. Principios de organización y sistemas*. (A. E. de C. y A. de Empresas, Ed.) (2nd ed.).
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339.
<https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. B. (1986). Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. *Management Science*, 32(10), 1231–1241. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.10.1231>
- Birkinshaw, J., Hamel, G., & Mol, M. J. (2008). Management innovation. *Academy of Management Review*, 33(4), 825–845.
- Burvill, S., Jones-evans, D., & Rowlands, H. (2018). Reconceptualising the principles of Penrose's (1959) theory and the resource based view of the firm. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, (1959). <https://doi.org/10.1108/JSBED-11-2017-0361>
- Chang, S. C., & Lee, M. S. (2008). The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation. *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 3–20.
<https://doi.org/10.1108/13673270810852359>
- Collis, D. J. (1994). Research note: How valuable are organizational capabilities? *Strategic Management Journal*, 15(1994), 143–152. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(95\)94309-M](https://doi.org/10.1016/0024-6301(95)94309-M)
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation : A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, (September). <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Damanpour, F., & Aravind, D. (2012). Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Management and Organization Review*, 8(2), 423–454.

- <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x>
- DNP. (2015). *Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 Todos por un nuevo País*. (D. N. de Planeación, Ed.). Bogotá D.C.
- Dodgson, M. (2011). Exploring new combinations in innovation and entrepreneurship: Social networks, schumpeter, and the case of Josiah Wedgwood (1730-1795). *Industrial and Corporate Change*, 20(4), 1119–1151. <https://doi.org/10.1093/icc/dtr021>
- Edquist, C., Hommen, L., & McKelvey, M. (2001). *Innovation and Employment: Process versus Product Innovation. Uma ética para quantos?* <https://doi.org/10.1109/TEM.2003.810823>
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). DYNAMIC CAPABILITIES: WHAT ARE THEY? *Strategic Management Journal*, 21(10), 1105–1121.
- Gálvez, E. J., Hernández, L., & Molina, V. M. (2016). Departamentalización e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas de Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(74), 272–287.
- Hagedoorn, J. (1996). Innovation and Entrepreneurship: Schumpeter Revisited. *Oxford University Press*, 5(3), 883–897.
- Kwon, K., & Cho, D. (2016). How transactive memory systems relate to organizational innovation : the mediating role of developmental leadership. *Journal of Knowledge Management*, 20(5), 1025–1044. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2015-0413>
- Lam, A. (2004). Organizational Innovation. In *The Oxford Handbook of Innovation* (p. 674). [https://doi.org/10.1016/S1387-2656\(08\)70001-2](https://doi.org/10.1016/S1387-2656(08)70001-2)
- Lazonick, W., & West, J. (1995). Organizational integration and competitive advantage: Explaining strategy and performance in American industry. *Industrial and Corporate Change*, 4(1), 229–270. <https://doi.org/10.1093/icc/4.1.229>
- Nason, R. S., Brinckmann, J., & Wiklund, J. (2012). A Systematic Assessment and Extension of the Theory of the Growth of the Firm. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32(9).
- OECD. (1992). *Manual de Oslo*.
- OECD, & Eurostat. (2005). *Oslo manual*. (O. for E. C. and D. (OECD) and Eurostat, Ed.).

- <https://doi.org/10.1787/9789264013100-en>
- Pauget, B., & Wald, A. (2018). Creating and implementing organizational innovation: The role of professional identity and network embeddedness in healthcare organizations. *European Journal of Innovation Management*, 21(3), 384–401. <https://doi.org/10.1108/EJIM-06-2017-0068>
- Penrose, E. (1959). *The Theory of The Growth of the Firm*. OXFORD, University Press (4th ed.). New York. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(96\)90295-2](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(96)90295-2)
- Peteraf, M. (1993). THE CORNERSTONES OF COMPETITIVE ADVANTAGE: A RESOURCE-BASED VIEW. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179–191. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
- Polansky, S., & Hughes, D. (1986). Managerial Innovation in Newspaper Organizations. *Newspaper Research Journal*, 8(1).
- Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy. *Techniques for Analyzing Industries and Competitors : With a New Introduction*. <https://doi.org/10.1002/jsc.540>
- Rodrigues, M., Ribeiro, S., & Dobelin, S. (2018). Literature on organizational innovation : past and future. *Innovation & Management Review*, 15(1), 2–19. <https://doi.org/10.1108/INMR-01-2018-001>
- Sanchez, R. (2015). A SCIENTIFIC CRITIQUE OF THE RESOURCE-BASE VIEW (RBV) IN STRATEGY THEORY, WITH COMPETENCE-BASED REMEDIES FOR THE RBV'S CONCEPTUAL DEFICIENCIES AND LOGIC PROBLEMS. In *Focused Issue on Fundamental Issues in Competence Theory Development*. (Vol. 4, pp. 131–172). [https://doi.org/10.1016/S1744-2117\(08\)04004-8](https://doi.org/10.1016/S1744-2117(08)04004-8)
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of economic development*. Harvard University Press. Retrieved from http://books.google.co.uk/books?id=-OZwWcOGeOwC&printsec=frontcover&dq=schumpeter+theory+economic+development&hl=en&ei=7Q4xTJjbEYegsQaUj6W2Ag&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q&f=true
- Schumpeter, J. A. (1942). *Can Capitalism survive?* New York: Harper & Row.

- Shapiro, C. (1989). The Theory of Business Strategy. *The RAND Journal of Economics*, 20(1), 125. <https://doi.org/10.2307/2555656>
- Simao, L., & Franco, M. (2018). External knowledge sources as antecedents of organizational innovation in firm workplaces : a knowledge-based perspective. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 237–256. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2017-0002>
- Slappendel, C. (1996). Perspectives on innovation organizations. *Organization Studies*. <https://doi.org/10.1177/017084069601700105>
- Tang, J., Pee, L. G., & Iijima, J. (2013). Investigating the effects of business process orientation on organizational innovation performance. *Information and Management*, 50(8), 650–660. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.07.002>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). DYNAMIC CAPABILITIES AND STRATEGIC MANAGEMENT. *Strategic Management Journal*, 18(April 1991), 509–533.
- Tohirovich, A., Rhee, C., & Yoon, J. (2017). Organizational structure and innovation performance Is employee innovative behavior a missing link? *Career Development International*, 22(4), 334–350. <https://doi.org/10.1108/CDI-12-2016-0234>
- Vance, C., Zell, D., & Groves, K. (2008). Considering individual linear / nonlinear thinking style and innovative corporate culture. *International Journal of Organization Analysis*, 16(4), 232–248. <https://doi.org/10.1108/19348830810944684>
- Vivas-López, S. (2013). Implicaciones De Las Capacidades Dinámicas Para La Competitividad Y La Innovación En El Siglo XXI. *The Implications of Dynamic Capacities vis-à-vis Competitiveness and Innovation in the 21st Century.*, 26(47), 119–139. Retrieved from <http://ezproxy.eafit.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=94075207&lang=es&site=ehost-live>
- WEF. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019. World Economic Forum Reports 2016.* <https://doi.org/92-95044-35-5>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.

- Westeren, K. I. (2012). Innovation: from Schumpeter to the knowledge economy. In *Foundations of the Knowledge Economy* (p. 296). Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing Limited The. Retrieved from <http://gso.gbv.de/DB=2.1/PPNSET?PPN=723575967%5Cnhttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=433830%5Cnhttp://external.dandelon.com/download/attachments/dandelon/ids/DE010B3D60B62B2F640B1C12579A30051B6B7.pdf%5Cnhttp://site.eb>
- Williamson, O. E. (1975). Markets and hierarchies. *New York*, 26–30. Retrieved from http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=pg-wGL12BjUC&oi=fnd&pg=PA106&dq=info:SwoAgs_v_qMJ:scholar.google.com&ots=vUVrgwH9dk&sig=8rCcEG4cT5BYLbNiQvMbw3U9V7c%5Cnhttps://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=pg-wGL12BjUC&oi=fnd&pg=PA106&dq=info:SwoAgs_v_qMJ:
- Zuñiga, A. (2016). Analysis of factors determining Colombia's tourist enterprises organizational innovations. *Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 254–259. <https://doi.org/10.1177/1467358416642008>

Estimación e interpretación del pronóstico ARMA con diferencia de logaritmos

Estimation and interpretation of the ARMA forecast with log-difference

Carlos Fernando Parra Moreno¹³

Resumen

En el artículo se analiza el uso de modelos ARMA (Auto-Regresivo de Media Móvil) con diferencia de logaritmos para pronosticar series temporales económicas, que pueden ser utilizados para variables macroeconómicas como el PIB o la inflación, o variables financieras como el índice de bolsa o una serie de retornos de una acción. La diferencia de logaritmos estabiliza series no estacionarias, transformando datos en tasas de crecimiento para cumplir con los supuestos de estacionariedad del modelo ARMA. El artículo destaca la interpretación de los coeficientes AR (dependencia de valores pasados) y MA (dependencia de errores pasados) para predecir tendencias económicas. Estos modelos subrayan la precisión para pronósticos a corto plazo, pero advierten sobre limitaciones en contextos de alta volatilidad. Se concluye que la diferencia de logaritmos mejora la robustez del modelo, siendo una herramienta clave para economistas y tomadores de decisiones en política económica y financieras.

Palabras clave: Autorregresión, Estacionariedad, Modelos Autorregresivos, Modelos ARMA.

Abstract

This article analyzes the use of ARMA (Autoregressive Moving Average) models with a difference of logarithms to forecast economic time series. These models can be used for macroeconomic variables such as GDP or inflation, or financial variables such as the stock market index or a series

¹³ Doctor en Administración, Universidad de La Salle. Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia. Magíster en Economía, Universidad Externado de Colombia. Economista, Universidad de Ibagué, estudiante de Filosofía, UNAD. Docente titular, Universidad del Tolima, Instituto de Educación a Distancia (IDEAD), Colombia. cparra@ut.edu.co . <https://orcid.org/0000-0001-7995-0401>

of stock returns. The difference of logarithms stabilizes non-stationary series, transforming data into growth rates to meet the stationarity assumptions of the ARMA model. The article highlights the interpretation of the AR (dependence on past values) and MA (dependence on past errors) coefficients for predicting economic trends. These models emphasize accuracy for short-term forecasts, but warn about limitations in highly volatile contexts. It is concluded that the difference of logarithms improves the robustness of the model, making it a key tool for economists and decision-makers in economic and financial policy.

Keywords: Autoregression, Stationarity, Autoregressive Models, ARMA Models.

Introducción

Una serie de tiempo es una secuencia de datos ordenados cronológicamente, recolectados a intervalos regulares o irregulares, que reflejan el comportamiento de una variable a lo largo del tiempo. Estas series se utilizan en disciplinas como economía, meteorología o finanzas para analizar tendencias, estacionalidad o ciclos. Por ejemplo, el PIB trimestral de Colombia (2020-2024), el precio de la acción X, o la inflación mensual (de 2022 a 2024) son series de tiempo. Pueden ser estacionarias (con media y varianza constantes) o no estacionarias (con tendencias o estacionalidad). Su análisis, mediante modelos como ARMA, permite pronosticar valores futuros y entender patrones, siendo crucial para la toma de decisiones en política económica o planificación empresarial.

La estacionariedad en series temporales implica que las propiedades estadísticas de una serie, como la media, la varianza y la autocovarianza, permanecen constantes en el tiempo. Una serie estacionaria no muestra tendencias ni ciclos sistemáticos, lo que facilita su modelado y predicción, como en modelos AR, MA, ARMA y ARIMA. Las series no estacionarias presentan tendencias (crecimiento o decrecimiento), estacionalidad o varianza cambiante.

Los principales métodos para estacionarizar una serie de tiempo son: diferenciación (restar valores consecutivos), transformación logarítmica (reducir varianza), diferenciación estacional (eliminar patrones repetitivos), y descomposición (separar tendencia, estacionalidad y componente aleatorio). La diferenciación de logaritmos en una serie de tiempo consiste en aplicar el logaritmo natural a la serie y luego calcular la diferencia entre periodos consecutivos. Esta técnica se usa para estabilizar la varianza, facilitar la interpretación económica y transformar series no

estacionarias en estacionarias, lo cual es útil en modelos como ARIMA o análisis macroeconómicos.

El rendimiento de una acción mide la ganancia o pérdida obtenida en un periodo. Se calcula comparando el precio de la acción al inicio y al final del periodo, considerando dividendos si los hay. El cálculo del rendimiento de una acción es fundamental para evaluar su rentabilidad, comparar inversiones y tomar decisiones financieras informadas. Permite medir el desempeño en el tiempo, analizar riesgos y proyectar ganancias futuras. Es clave en estrategias de inversión, valoración de activos y gestión de portafolios.

El rendimiento de una acción se modela comúnmente como una serie de tiempo, lo que permite analizar su comportamiento dinámico a lo largo del tiempo. Se pueden aplicar modelos estadísticos como ARIMA, GARCH o modelos de regresión para capturar patrones, tendencias y volatilidad. El modelo ARIMA se usa cuando los rendimientos muestran autocorrelación, mientras que GARCH es ideal para modelar varianza cambiante (volatilidad). Además, se pueden usar rendimientos logarítmicos por su estabilidad estadística. Estos modelos permiten prever comportamientos futuros, evaluar riesgos y optimizar decisiones de inversión en mercados financieros, considerando tanto datos históricos como variables externas relevantes.

El presente documento se divide en las siguientes secciones: la introducción; en la segunda parte, se explica que la estacionariedad de una serie de tiempo; en la tercera, se explica que es un modelo ARMA; en la cuarta, se da una amplia explicación de la diferenciación de logaritmos y los cuidados de este para realizar pronósticos; finalmente, se presentan las conclusiones.

La estacionariedad de las series de tiempo

Una serie estacionaria es una serie temporal cuyas propiedades estadísticas, como la media, la varianza y la autocovarianza, permanecen constantes a lo largo del tiempo (Peña, 2001). Esto implica que no presenta tendencias sistemáticas, estacionalidad ni cambios estructurales, lo que la hace predecible y adecuada para modelos como ARMA. Por ejemplo, la tasa de retorno diaria de un activo puede ser estacionaria si fluctúa alrededor de un valor constante. En contraste, una serie no estacionaria muestra tendencias (crecimiento o decrecimiento), estacionalidad o varianza variable. Ejemplos incluyen el PIB nominal, que crece con el tiempo debido a inflación o

expansión económica, los precios de las acciones con tendencias alcistas, o las ventas minoristas con picos estacionales (como en junio o en navidad). Las series no estacionarias requieren transformaciones, como diferencias o logaritmos, para estabilizar sus propiedades y hacerlas aptas para análisis estadísticos. En contextos como la economía colombiana (2022-2024), series como la inflación (13.1% a 5.8%) suelen ser no estacionarias debido a tendencias inflacionarias.

Ejemplos de series no estacionarias incluyen:

- Precios de activos (acciones, divisas), que tienden a crecer o fluctuar con tendencias.
- PIB nominal, que aumenta con el tiempo debido a inflación o crecimiento económico.
- Consumo o ventas, con patrones estacionales (por ejemplo, alzas en diciembre).
- Índices de precios (IPC), que reflejan tendencias inflacionarias. Estas series requieren transformaciones, como diferencias o logaritmos, para volverse estacionarias.

Una serie estacionaria, con media y varianza constantes, es fundamental para la hipótesis de los mercados eficientes (HME). Esta sostiene que los precios de los activos reflejan toda la información disponible, haciendo imposible obtener rendimientos superiores consistentemente (Parra, 2021). En un mercado eficiente, los precios siguen un paseo aleatorio, y sus retornos (diferencias logarítmicas) suelen ser estacionarios, mostrando fluctuaciones impredecibles alrededor de un promedio constante. Esto implica que no hay patrones predecibles en los retornos, alineándose con la HME en su forma débil, donde los precios pasados no predicen los futuros. Por ejemplo, en la economía colombiana, los retornos diarios de acciones en la Bolsa de Valores de Colombia podrían ser estacionarios, respaldando la idea de eficiencia de mercado al no mostrar tendencias sistemáticas explotables.

Los modelos ARMA (Autorregresivo de media móvil, AutoRegressive Moving Average)

Un modelo autorregresivo (AR) es un modelo estadístico utilizado en series temporales para predecir valores futuros basándose en sus propios valores pasados. En un modelo AR de orden p (AR(p)), el valor actual de la serie depende linealmente de p valores anteriores más un término de error aleatorio. Un ejemplo de un autorregresivo de orden uno (los datos presentes dependen del periodo inmediatamente anterior) sería AR($p=1$):

$$X_t = c + \Phi_1 X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

Donde c es una constante (media de la serie si es estacionaria), Φ es el coeficiente autorregresivo, X_{t-1} es el valor pasado de la serie y ε_t es el error. Requiere que la serie sea estacionaria para garantizar predicciones confiables, siendo común en economía para modelar variables como tasas de interés o inflación. Un modelo de media móvil (MA) es un método estadístico para series temporales donde el valor actual depende linealmente de errores aleatorios pasados y un término constante. Un ejemplo, de un MA($q=1$) es:

$$X_t = \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1} \quad (2)$$

Donde, $\theta_1, \dots, \theta_n$ son los coeficientes de media móvil (q).

$\varepsilon_{t-1}, \dots, \varepsilon_{t-q}$ son los errores pasados.

Un modelo ARMA (AutoRegresivo de Media Móvil) es un modelo estadístico utilizado para analizar y pronosticar series temporales estacionarias. Combina dos componentes: el autoregresivo (AR), que modela la relación de la variable con sus valores pasados, y el de media móvil (MA), que considera errores pasados como predictores. Se denota como ARMA(p, q), donde p es el orden autoregresivo y q el de media móvil. Es útil en finanzas, economía y otros campos para capturar patrones temporales y generar pronósticos precisos, asumiendo estacionariedad en la serie. El modelo ARMA generalizado para varios periodos se representa por:

$$X_t = c + \varepsilon_t + \sum_{i=1}^p \Phi_i X_{t-i} + \sum_{i=1}^q \theta_i \varepsilon_{t-i} \quad (3)$$

La diferencia de logaritmos

En términos financieros, calcular la diferencia de logaritmos de una variable o activo, como el precio de una acción, representa la tasa de retorno logarítmica o rendimiento continuo entre dos períodos, es decir (P = precio del activo):

$$\Delta \ln(P_t) = \ln(P_t) - \ln(P_{t-1}) \quad (4)$$

Esta ecuación mide el cambio porcentual relativo en el precio, estabilizando la varianza y eliminando tendencias. Esta transformación facilita el análisis de series temporales en modelos

como ARMA, ya que los retornos logarítmicos suelen ser más estacionarios y reflejan mejor la dinámica de los mercados financieros. Transformar una variable en diferencias de logaritmos para un modelo ARMA estabiliza la varianza y hace la serie estacionaria, requisitos clave para estos modelos. Los logaritmos reducen la escala de variaciones grandes, mientras que las diferencias eliminan tendencias, permitiendo modelar la dinámica subyacente. Esto mejora la precisión del modelo y facilita la interpretación, aunque los pronósticos requieren transformación inversa para volver a la escala original.

Sí se elabora un modelo ARMA utilizando datos en diferencias de logaritmos, el pronóstico que genera el modelo estará en la misma escala, es decir, en diferencias de logaritmos. Esto se debe a que el modelo ARMA se ajusta a la serie transformada (en este caso, las diferencias de los logaritmos de la serie original), y sus predicciones se expresan en esa misma unidad transformada. Sin embargo, para interpretar los resultados en la escala original de los datos, necesitarás realizar una transformación inversa. A continuación, te explico el proceso y las consideraciones clave:

- Primera: ¿Por qué el pronóstico está en diferencias de logaritmos? Cuando se aplica diferencias de logaritmos a una serie temporal (ecuación 4), se está transformando los datos para estabilizar la varianza (por los logaritmos) y eliminar tendencias (por las diferencias). El modelo ARMA se estima sobre esta serie transformada. Como resultado, las predicciones del modelo ARMA ($\Delta \ln \hat{P}_t$) representan los valores pronosticados de las diferencias de logaritmos, no de la serie original (P_t) ni de los logaritmos sin diferenciar $\ln(P_t)$.
- Segunda: ¿Cómo interpretar el pronóstico? El pronóstico en diferencias de logaritmos ($\Delta \ln(P_t)$) puede interpretarse como la tasa de crecimiento logarítmica aproximada de la serie original entre dos períodos consecutivos.

Para obtener el pronóstico en la escala original de los datos (P_t), se debe realizar la transformación inversa, que implica dos pasos:

1. Deshacer las diferencias: Suma el pronóstico de la diferencia de logaritmos ($\Delta \ln \hat{P}_t$) al último valor conocido del logaritmo ($\ln(P_{t-1})$):

$$\ln \hat{P}_t = \ln(P_{t-1}) + \Delta \ln \hat{P}_t \quad (5)$$

2. Deshacer los logaritmos: Aplica la función exponencial para volver a la escala original:

$$\hat{P}_t = \exp(\ln \hat{P}_t) = \exp(\ln(P_{t-1}) + \Delta \ln(P_t)) \quad (6)$$

Si la serie original está en una unidad específica (por ejemplo, pesos, dólares, unidades físicas), el resultado final ($\hat{y}_t$) estará en esa unidad.

- Tercero: Consideraciones prácticas

Acumulación para pronósticos a múltiples pasos: Si se está pronosticando varios períodos hacia adelante (por ejemplo, $t+1$, $t+2$), se debe acumular las diferencias de logaritmos pronosticadas:

$$\ln(\hat{P}_{t+h}) = \ln(P_{t-1}) + \sum_{i=1}^h \Delta \ln(\hat{P}_{t+i}) \quad (7)$$

Luego, se aplica la exponencial:

$$\hat{P}_{t+h} = \exp(\ln(P_{t-1}) + \sum_{i=1}^h \Delta \ln(\hat{P}_{t+i})) \quad (8)$$

Se debe tener cuidado con los sesgos. La transformación logarítmica introduce un sesgo al volver a la escala original, ya que $E[\exp(X)] \neq \exp(E[X])$. Si necesitas pronósticos precisos en la escala original, podrías considerar ajustes como el sesgo de Jensen, que incorpora la varianza del pronóstico:

$$\hat{P}_t = \exp\left(\ln \hat{P}_t + \frac{\sigma^2}{2}\right) \quad (9)$$

donde σ^2 es la varianza del error del pronóstico.

Respecto a los intervalos de confianza generados por el modelo ARMA también estarán en la escala de diferencias de logaritmos. Para transformarlos a la escala original, aplica la misma transformación inversa (suma de logaritmos y exponencial), pero se debe tener en cuenta que los intervalos no serán simétricos en la escala original debido a la no linealidad de la función exponencial.

- Cuarto: ¿Es obligatorio pronosticar en diferencias de logaritmos?

El modelo ARMA produce pronósticos directamente en la escala en la que fue estimado (diferencias de logaritmos). Sin embargo, en la práctica, los usuarios suelen estar interesados en los valores de la serie original (P_t). Por lo tanto, aunque el modelo genera pronósticos en diferencias de logaritmos, casi siempre se requiere transformar los resultados a la escala original para que sean interpretables.

Si no se transforman los pronósticos, estos solo serán útiles para analizar tasas de cambio logarítmicas, que pueden ser relevantes en contextos como finanzas (donde las diferencias de logaritmos aproximan rendimientos).

Ejemplo práctico

Suponga que modela una serie de precios (P_t) en diferencias de logaritmos ($\Delta \ln(P_t)$) y el modelo ARMA predice:

$\Delta \ln(\hat{P}_{t+1}) = 0.02$ (un crecimiento logarítmico del 2%).

- El último valor conocido es $P_t = 100$, por lo que $\ln(P_t) = \ln(100) \approx 4.605$.

- Para obtener el pronóstico en la escala original:

$$\ln(\hat{P}_{t+i}) = 4.605 + 0.02 = 4.625$$

$$\hat{P}_{t+i} = e^{(4.625)} \approx 102.01$$

- El pronóstico en la escala original es un precio de aproximadamente 102.01.

Conclusiones

Modelar series de tiempo es crucial para analizar y predecir patrones en datos temporales, como el PIB, la inflación o precios de activos. Permite identificar tendencias, estacionalidad y ciclos, facilitando decisiones en economía, finanzas y políticas públicas. Modelar ayuda a anticipar impactos económicos y diseñar estrategias monetarias, mejorando la planificación y la estabilidad económica.

Modelar series de tiempo con ARMA es clave para predecir variables económicas estacionarias, como tasas de retorno o inflación estabilizada, al capturar dependencias de valores y errores pasados. Es más utilizado en finanzas (rendimientos de acciones), economía (indicadores macroeconómicos) y meteorología, cuando las series no presentan tendencias ni estacionalidad marcadas.

Calcular diferencias de logaritmos en series de tiempo transforma series no estacionarias en estacionarias, estabilizando la varianza y eliminando tendencias. Esto es crucial para modelos ARMA, que requieren estacionariedad para predicciones precisas. El pronóstico de un modelo ARMA estimado en diferencias de logaritmos se genera en esa misma escala (diferencias de logaritmos). Sin embargo, para que los resultados sean útiles en la escala original de los datos, debes realizar la transformación inversa (sumar las diferencias y aplicar la exponencial). Es importante considerar el sesgo de la transformación logarítmica y los intervalos de confianza al interpretar los resultados. Este proceso es estándar en econometría y análisis de series temporales cuando se trabajan con datos transformados.

Referencias

Box, G. E. P.; Jenkins, G. M.; Reinsel, G. C.; & Ljung, G. M. (2015). *Time series analysis: Forecasting and control* (5th ed.). John Wiley & Sons.

Brockwell, P. J., & Davis, R. A. (2016). *Introduction to time series and forecasting* (3rd ed.). Springer.

Hamilton, J. D. (1994). *Análisis de series de tiempo*. Princeton University Press.

Parra Moreno, C. F. (2021). La hipótesis de los mercados eficientes, una revisión crítica. *Revista Gestión Y Finanzas*, 3(5).
<https://revistas.ut.edu.co/index.php/gestionyfinanzas/article/view/2576>

Peña, D., Tiao, G. C., & Tsay, R. S. (2001). *A course in time series analysis*. Wiley.

Tsay, R. S. (2010). *Analysis of financial time series* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Planificación y ordenamiento territorial desde la vocación turística

Territorial planning and management from a tourism perspective

Juan Pablo Mariño Jiménez¹⁴

Martín León Santiensteban¹⁵

Silvestre Flores Gamboa¹⁶

Resumen

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2010), la institucionalización de la planificación turística en Colombia ha evolucionado desde los mandatos de la Ley 300 de 1996, con un creciente interés en adecuar instrumentos y metodologías a las condiciones territoriales y sociales propias de cada región. Uno de los principales retos está en la articulación intersectorial y la innovación en modelos de gobernanza territorial para el turismo (Álvarez & Moreno, 2019; Jiménez & Ruiz, 2021), siendo un fenómeno sobre el que se ocupan varios estudios que se concentran en la integración de la planificación del turismo y el ordenamiento territorial, poniendo de manifiesto la necesidad de fortalecer capacidades locales, promover la diversificación de productos turísticos y garantizar la sostenibilidad ambiental (Torres & Suárez, 2022; Rincón & Castro, 2020). Las particularidades socioambientales y culturales del país demandan diseñar estrategias que equilibren desarrollo económico y conservación (Rodríguez, 2021), siendo el departamento del Tolima uno de los que refleja avances importantes en la formulación de planes turísticos, aunque con desafíos asociados a la implementación efectiva de los planes de desarrollo turístico, financiación y participación comunitaria (López, 2021; González & Díaz, 2023). A partir del análisis de algunos destinos turísticos mexicanos, se contrastan las realidades colombianas para finalmente decantar algunas nociones complementarias que permiten nutrir el abordaje de la

¹⁴ Profesor investigador tiempo completo, adscrito a Departamento de Estudios Interdisciplinarios del IDEAD Universidad del Tolima, grupo de investigación BIOPESA. jpmarinoj@ut.edu.co

¹⁵ Profesor investigador de tiempo completo, adscrito al departamento económico administrativo de la unidad regional Culiacán. Universidad autónoma de occidente. martin.leon@uadeo.mx

¹⁶ Profesor investigador tiempo completo, adscrito a la Maestría en Dirección de Organizaciones Turísticas, Escuela de Turismo, Universidad Autónoma de Sinaloa. silver@uas.edu.mx

planificación turística y el ordenamiento territorial desde la vocación turística, sus variables y factores.

Abstract

According to the Ministry of Commerce, Industry and Tourism (MINCIT, 2010), the institutionalization of tourism planning in Colombia has evolved since the mandates of Law 300 of 1996, with a growing interest in adapting instruments and methodologies to the territorial and social conditions of each region. One of the main challenges lies in intersectoral coordination and innovation in territorial governance models for tourism (Álvarez & Moreno, 2019; Jiménez & Ruiz, 2021). This phenomenon is the subject of several studies that focus on the integration of tourism planning and territorial planning, highlighting the need to strengthen local capacities, promote the diversification of tourism products, and guarantee environmental sustainability (Torres & Suárez, 2022; Rincón & Castro, 2020). The country's socio-environmental and cultural particularities demand the design of strategies that balance economic development and conservation (Rodríguez, 2021). The department of Tolima is one of those that reflects important advances in the formulation of tourism plans, although with challenges associated with the effective implementation of tourism development, financing, and community participation plans (López, 2021; González & Díaz, 2023). Based on the analysis of some Mexican tourist destinations, Colombian realities are contrasted to finally derive some complementary notions that allow us to inform the approach to tourism planning and territorial planning from the tourism vocation, its variables and factors.

Introducción

El turismo se ha consolidado como una de las actividades económicas más dinámicas y estratégicas para el desarrollo territorial en Colombia y en diversas regiones del mundo. Para Boullón (2001), el turismo es más un fenómeno social que una industria, impulsado por el uso del tiempo libre y los desplazamientos motivados por intereses específicos. Esta actividad no solo genera un incremento económico directo, sino que también fortalece la identidad cultural y promueve la conservación ambiental, convirtiéndose en un motor fundamental para la sostenibilidad y competitividad territorial (MINCIT, 2010). Sin embargo, la dinámica del turismo enfrenta desafíos

relacionados con la creciente demanda, la necesidad de integrar a las comunidades locales y la adecuada gestión de los recursos naturales y culturales.

En Colombia, la planificación y ordenamiento turístico emergen como una necesidad para garantizar que el desarrollo turístico responda a criterios de sostenibilidad, competitividad e inclusión social, promoviendo destinos que sean atractivos, organizados y respetuosos con el ambiente y la identidad de sus comunidades. En este sentido, los procesos de planificación se articulan con instrumentos de ordenamiento territorial y políticas públicas que permiten orientar, organizar y potenciar el turismo en territorios específicos (López, 2021 y MINCIT, 2010).

El presente artículo explora desde una perspectiva teórica los fundamentos de la planificación turística y el ordenamiento territorial mediante la revisión de varios modelos, analizando el estado del arte en México y Colombia de cara a la profundización conceptual de nociones complementarias a partir de las cuales enfrentar los principales retos y desafíos de la dinámica turística en los territorios logrando fortalecer los procesos de planificación turística, el ordenamiento territorial, el uso del suelo a contribuir al desarrollo competitivo y sostenible de esta actividad tanto a nivel local como regional. Sobre el particular, el departamento del Tolima, reconocido por su diversidad natural y cultural, ha mostrado potencialidades turísticas en algunos de sus municipios que son reconocidos por ser enclaves visitados desde vieja data. No obstante, la falta de una planificación integral y articulada con el ordenamiento territorial ha traído dificultades en la gestión turística, afectando el desarrollo sostenible y la calidad de vida de sus comunidades (López, 2021).

Como un artículo de revisión narrativa, la interpretación y análisis crítico de los autores, no constituye una metodología que favorezca la reproducción de los datos, ni cuenta con respuestas cuantitativas a preguntas específicas (Rother, 2007), pero permite revisar el “estado del arte” de los conceptos de planificación y ordenamiento turístico de cara al estudio de la función turística que deberían cumplir los diferentes destinos turísticos. Los contrastes y aportaciones provenientes de otros contextos recalcan la importancia de la precisión conceptual y teórica al permitir profundizar sobre algunas nociones como la vocación turística, las variables de aptitud y capacidad del territorio que la integran y los factores que a su vez las componen, juntamente con investigaciones previas, sin que por ello se le pueda considerar una revisión sistemática (Rother, 2007).

Materiales y Métodos

La planificación turística es un proceso que integra la prospectiva y el ordenamiento del territorio para el diseño e implementación de estrategias que buscan el desarrollo sostenible del turismo dentro de un espacio geográfico. Dada la interrelación de factores de oferta y demanda, se requiere un abordaje sistemático para que dicho proceso permita anticipar y mitigar impactos negativos en las dimensiones social, medioambiental y económica, garantizando una distribución equitativa de los beneficios financieros, la promoción de la identidad cultural de las regiones y la preservación del medio ambiente y los diversos ecosistemas (OMT, 1994).

Dicho lo anterior, la literatura disponible enfatiza en la necesidad de desarrollar una planificación participativa cuya plataforma sea la articulación de instrumentos estratégicos/regulatorios para lograr un ordenamiento turístico eficaz (Molina & Rodríguez, 2005 y Ledesma & Simancas, 2016). De manera particular, el ordenamiento territorial en turismo decanta en la aplicación de políticas y mecanismos para organizar actividades humanas en un espacio determinado, asegurando el uso adecuado del suelo y priorizando la protección del medio ambiente (Durand & Decoville, 2018).

Planificación Turística

De acuerdo con Inskeep (1991), Osorio (2006) y Blanco (2019), la planificación turística es un proceso racional, ordenado y sistemático que busca gestionar el desarrollo turístico mediante estrategias que persiguen alcanzar objetivos de crecimiento, sostenibilidad y beneficios equitativos para la comunidad. Concuerta la entonces Organización Mundial del Turismo OMT (1994), en que la planeación turística debe abordarse como un sistema en el que se interrelacionan factores de oferta y demanda que involucran elementos culturales, sociales y ambientales que permiten anticipar impactos y distribuir beneficios equitativamente (Kotler, Bowen & Makens, 2016).

Para el ente rector del turismo mundial, la planificación turística reviste un proceso integrado de análisis, diagnóstico, formulación de estrategias y diseño de planes que permiten orientar el desarrollo de los destinos turísticos bajo parámetros de sostenibilidad ambiental, social y económica (OMT, 1993). Este proceso implica etapas sistemáticas que incluyen el estudio preliminar, la evaluación de recursos y capacidades, la formulación y ejecución de planes y el monitoreo de resultados (Boullón, 2006). Dichas etapas deben contemplar un análisis

multidimensional que comprenda la valoración de los atractivos turísticos, la infraestructura, los mercados, la participación comunitaria y el impacto ambiental. En este sentido, la planificación turística se sostiene en un enfoque interdisciplinario que integra aspectos psicosociales, culturales, económicos y administrativos (Acosta et al., 2015).

Por su parte Molina & Rodríguez (2005), enfatizan en que la planificación turística es una estrategia que orienta el sistema turístico, adaptándose a realidades sociales, culturales y económicas cambiantes, con un enfoque participativo que reconoce las capacidades y expectativas locales y regionales. En tal sentido, Millán (2008), define la planificación turística como "el proceso de ordenación y organización del territorio, a través de estrategias viables y orientadas a la consecución del desarrollo turístico sostenible de dicho espacio" (p. 128), lo cual deriva en el abordaje de la noción de ordenamiento territorial turístico.

Según Vásquez (2024), dicho ordenamiento se enfoca en la distribución adecuada de las actividades turísticas en un espacio geográfico determinado, con miras a preservar los recursos naturales y culturales minimizando impactos negativos, mientras que, para Boullón (2001), el ordenamiento territorial de los destinos es resultado de la planificación turística, como un proceso previo y fundamental. Insiste en la importancia de identificar y organizar de manera sistemática los elementos físicos, sociales y económicos involucrados en el desarrollo del turismo, así como en que la planificación turística debe empezar por el análisis de las características físicas y geográficas del destino, diferenciando claramente entre los espacios turísticos naturales y urbanos.

En la misma línea, Kaiser & Helbert (1999), vinculan la planificación turística al ordenamiento territorial proponiendo un proceso estructurado, centralizado y flexible, que permite lograr destinos integrales, funcionales y sostenibles para el turismo, priorizando la coordinación institucional y la toma de decisiones basada en estudios técnicos y visión a largo plazo. Abordan la planificación turística y el ordenamiento territorial desde una perspectiva jerárquica y estructurada, priorizando la intervención de las autoridades y entidades privadas, como motores del desarrollo de los destinos.

Para su aplicación Acosta, et. al., (2015), plantean una metodología holística donde la planificación turística se integra al ordenamiento territorial desde el protagonismo local, la participación multisectorial y el respeto por los límites ecológicos y culturales del territorio. Integran la planificación turística y el ordenamiento territorial mediante un modelo multidisciplinar, que

destaca la flexibilidad, continuidad y adaptación metodológica a las realidades de cada territorio. Su enfoque pone énfasis en los retos particulares de los destinos rurales y en la necesidad de gestionar el turismo de manera sostenible, para evitar problemas como la alienación sociocultural, el endeudamiento de entidades locales o el deterioro ambiental.

Ordenamiento Territorial y Turístico

Según Durand & Decoville, (2018), el ordenamiento territorial es fundamental para garantizar un desarrollo equilibrado y sostenible del turismo. Se refiere a la aplicación de políticas, normas y estrategias para distribuir y organizar las actividades humanas en un espacio geográfico. En el contexto turístico, el ordenamiento busca orientar el uso y gestión del territorio conforme a sus potencialidades y límites, asegurando la protección del medio ambiente, la integración social y la viabilidad económica (Sandoval, 2024).

De acuerdo con Durand (2014), este ordenamiento se ejerce a través de instrumentos tanto estratégicos como regulatorios: los primeros, que son de orden global nacional, definen visiones y objetivos comunes; los segundos, implementados a nivel local, regulan específicamente el uso del suelo y las actividades económicas. La efectividad del ordenamiento turístico depende de la coordinación entre actores públicos y privados, así como del diseño participativo y flexible de los planes de desarrollo turístico (Ledesma & Simancas, 2016).

Para Vázquez, (2024), el ordenamiento territorial aplicado al turismo se refiere a la regulación y organización del uso del espacio con el fin de proteger los recursos turísticos y maximizar los beneficios sociales y económicos, dentro de un proceso que incluye la zonificación turística, definición de áreas de protección, establecimiento de límites para la capacidad de carga ambiental y social, y la articulación con los planes de desarrollo urbano y regional (Pérez, 2024).

En términos generales, el ordenamiento busca evitar el crecimiento desordenado, la saturación y la degradación ambiental que comúnmente derivan de una expansión turística no planificada (García, 2024). Asimismo, favorece el equilibrio entre actividades socioeconómicas complementarias como la agricultura, pesca y servicios entre muchos, promoviendo un modelo de turismo integrado al territorio (Pérez, 2024). Finalmente, determina la capacidad de un destino para atraer y satisfacer turistas, generando beneficios económicos y sociales duraderos (Rodríguez

& Guisado, 2003), situación que es reconocida dentro de la literatura disponible como competitividad turística

Sobre el particular, Blanco, Diéguez & Gueimonde (2015) a referirse al modelo del diamante Competitivo de Michael Porter aplicado al turismo, destacan factores como recursos humanos, infraestructura, estrategia empresarial y entorno institucional como determinantes de la ventaja competitiva. Asimismo, en palabras de Castillo & Castaño, (2014), la competitividad se potencia mediante la promoción turística, considerada esencial para posicionar un destino y persuadir a los viajeros a elegirlo entre múltiples opciones. En consecuencia, la planificación turística debe incorporar estrategias que fortalezcan no solo la infraestructura y servicios, sino también la imagen y comunicación turística coherente y efectiva de los destinos turísticos.

El presente artículo emplea el análisis de contenido y la construcción teórico-conceptual, incorporando referencias internacionales y propuestas de análisis crítico sobre la planificación y el ordenamiento turístico, como herramientas fundamentales para garantizar un desarrollo sostenible, equilibrado y armónico con el entorno social, económico y ambiental en Colombia. Su contenido es resultado de una revisión de carácter selectivo (Oxman & Guyatt, 1993) y alcance descriptivo que, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010), Cortés e Iglesias (2004) y Bernal (2010), entre otros, se concentra en la narración detallada de una problemática que permite identificar rasgos, características e información alusiva a la planificación turística, abordando sus implicaciones y tendencias, mediante la recopilación de información individual y colectiva sin establecer relaciones ni correlaciones, pero sí describiendo, detallando y analizando situaciones, eventos, dimensiones y componentes en lo que Cálix et al. (2012), consideran una medición, pues científicamente, describir es medir.

Partiendo del hecho de que la investigación cualitativa facilita comprender y explicar las relaciones desarrolladas entre las variables presentes en el análisis de un problema (Cortés & Iglesias, 2004), dando autonomía al investigador para construir información por fuera de procedimientos normalizados sin sistematizar los datos dentro de un contexto numérico (Tamayo, 2004) y enfatizando en saber cómo se desarrolla la problemática (Hernández et. al., 2010), el presente artículo se acoge al paradigma cualitativo para explicar la relación entre la planificación turística y el ordenamiento territorial.

En cuanto a su diseño, esta publicación es un “artículo de revisión narrativa” cuya interpretación y análisis crítico de los autores, no constituye una metodología que favorezca la reproducción de los datos, ni cuenta con respuestas cuantitativas a preguntas específicas (Rother, 2007). No obstante, es apropiada para revisar el “estado del arte” de los conceptos de planificación y ordenamiento turístico de cara al estudio de la vocación turística de los destinos turísticos. Finalmente, las aportaciones provenientes de otros contextos recalcan la importancia de la temática desarrollada, al permitir exponer con mayor claridad la controversia existente, sin que, por estar considerando estudios e investigaciones previas, se le pueda considerar una revisión sistemática (Rother, 2007).

Resultados

Con base en el análisis realizado, la literatura permite evidenciar que la planificación turística no solo se relaciona de manera directa con el ordenamiento territorial, sino que conjuntamente se insertan dentro de una noción macro conocida como “función turística”, la cual, a su vez está integrada por la vocación turística. Por lo anterior se puede afirmar que la planificación turística se nutre de la vocación de un territorio, entendida como su potencial para el ocio y la recreación, y lo integra en un plan estratégico que busca optimizar recursos y generar beneficios para la comunidad.

Nuevos Conceptos clave en la planificación y ordenamiento turístico

Si se trata de garantizar que el desarrollo territorial se alinee con los atractivos intrínsecos del lugar, fomentando así un crecimiento sostenible, la preservación cultural y natural, y la generación de empleo e ingresos para la población local, dos variables, la aptitud del territorio y capacidad del territorio, emergen dentro de la comprensión detallada de la noción de vocación turística y se nutren de otros factores y criterios cuyas plataformas son las estructuras turísticas, infraestructuras de apoyo y super estructuras.

Vocación turística

Aunque al hablar de vocación turística no se encuentra un concepto universal que cuente con un significado explícito, Gómez, Amaya, & Mundo (2014) y Pearce (1999), aseguran que la vocación turística es un criterio que se fundamenta en las características y atractivos turísticos de un destino,

idea respaldada por Boullon (2006), para quien los recursos turísticos “son la materia prima en la actividad turística” (pág. 46).

Para la Secretaría de Turismo del gobierno mexicano (SECTUR, 2010), “la vocación turística está directamente relacionada con los atractivos turísticos y con la disposición natural de llegar a ser un lugar con potencial para posicionarse como un destino turístico” (pág. 67), perspectiva que no se centra en lo actual, sino que considera las posibilidades del destino. En este sentido, López, Gómez, & Sepúlveda (2017), coinciden al señalar que adicional a los atractivos y los demás recursos que se están demandando actualmente, la vocación turística está dada por el potencial turístico del destino, medido a partir de los recursos turísticos a desarrollar, cuando de determinar la vocación turística de un lugar se trate.

Es por esta razón, que, al hablar sobre los diferentes atractivos y recursos turísticos que posea un destino no siempre se encuentran agrupados en un punto específico, si no que pueden ubicarse de forma disgregada, es decir, no hay una concentración de los recursos, de los atractivos, o de las tipologías turísticas presentes en un territorio. A esto se le denomina espacio turístico.

Según Vázquez (2024), la vocación turística se define como la aptitud o potencial inherente de un territorio para desarrollar actividades turísticas de manera sostenible y competitiva, considerando sus recursos naturales, culturales y socioeconómicos. Este concepto implica identificar las áreas con mayores atributos para el turismo, que pueden incluir paisajes naturales, patrimonio histórico, tradiciones culturales y condiciones climáticas favorables, entre otros (Osorio, 2006).

Para Blanco (2019), determinar la vocación turística es fundamental en la planificación territorial, pues orienta la asignación de usos del suelo y las inversiones necesarias para potenciar el atractivo del destino y evitar usos incompatibles o que generen impactos negativos. La vocación debe evaluarse de manera integrada, considerando factores ambientales, sociales, económicos y técnicos, para asegurar un desarrollo equilibrado.

Capacidad del territorio

Para algunos autores como OMT (1993) y García (2024), la capacidad del territorio es también conocida como capacidad de carga turística y se refiere al máximo nivel de actividad turística que un espacio puede soportar sin causar daños irreversibles al entorno natural, deterioro social o

pérdida de calidad en la experiencia turística. Esta capacidad se determina con base en criterios ambientales, físicos, sociales y económicos.

De acuerdo con Pérez, (2024), este concepto permite establecer umbrales en la cantidad de visitantes, infraestructuras de apoyo y servicios compatibles, evitando la saturación o el deterioro del destino, por lo que la incorporación de esta restricción en la planificación es crucial para la sostenibilidad, asegurando que el turismo se mantenga viable y beneficioso a largo plazo.

Al hablar de capacidad del territorio se aluden condiciones que ofrece el contexto social, económico, político para el desarrollo de un uso en particular, así como la habilidad que tienen quienes usan la zona para aprovechar de ella, para lo cual, se requiere entre otros, la formación del personal, el grado de planificación turística, la afluencia turística actual, la publicidad y promoción del destino y su importancia turística actual.

Aptitud del territorio

Vázquez (2024), plantea que la aptitud del territorio se refiere a la capacidad técnica y legal de una zona para realizar actividades turísticas, tomando en cuenta elementos como la disponibilidad de suelo, acceso, estructuras especializadas, riesgos naturales y normativas urbanísticas. Mientras que la vocación turística evalúa el potencial atrayente, la aptitud considera las condiciones para su desarrollo práctico.

De acuerdo con Osorio (2006), la aptitud territorial es evaluada mediante estudios técnicos que incluyen análisis topográficos, hidrológicos, ambientales y sociales, determinando áreas aptas y no aptas para producción turística o para proyectos turísticos específicos. Esta evaluación contribuye a la zonificación turística y al ordenamiento territorial respetuoso con el entorno.

Al hablar de aptitud del territorio se aluden condiciones concretas que posee un área geográfica para ser utilizada o el grado de adecuación de una zona frente a los requerimientos físico-naturales de un uso particular para lo cual se requiere entre otros, recursos turísticos, equipamientos, instalaciones turísticas y super estructuras.

Función turística y sus componentes

Boullón (2006) y Acosta et al., (2015) señalan que la función turística es un concepto que engloba actividades, espacios y elementos que conforman un destino turístico permitiendo su operación y desarrollo.

Esta función integra múltiples componentes, entre los que se destacan:

- **Atractivos turísticos:** recursos naturales, patrimonio cultural, infraestructura y eventos que generan interés y motivan la visita.
- **Estructuras turísticas e infraestructura de apoyo:** equipamientos y servicios básicos para la estancia de los turistas, tales como alojamientos, transporte, servicios alimentarios, centros de información y recreación.
- **Actividades y servicios turísticos:** oferta de productos turísticos, actividades recreativas, tours guiados, comercio local y otros servicios relacionados.
- **Entorno socioeconómico:** la comunidad local, con sus tradiciones, costumbres, capacidad de participación y beneficio por la actividad turística.
- **Gestión y planificación:** entidades públicas y privadas que regulan, planifican y promueven el turismo de manera coordinada.

La función turística, al ser integral, requiere de una planificación estratégica que articule y complemente sus componentes para maximizar los beneficios y minimizar impactos negativos, garantizando un desarrollo armónico y sostenible (Blanco, 2019). En palabras simples la función turística representa la vocación que tienen determinados espacios para la recepción de turistas y la realización de actividades turísticas. Por lo tanto, se puede afirmar que, si un territorio tiene vocación turística (cuenta con aptitud y capacidad territorial), entonces cumple con una función turística. Estos conceptos resultan esenciales para fundamentar la planificación y ordenamiento turístico, pues permiten definir estrategias adecuadas de uso del suelo, conservación ambiental y gestión participativa acorde al potencial y limitaciones del territorio.

Otros instrumentos complementarios

Dentro del grado de planificación turística, resulta importante considerar algunos mecanismos específicos que se utilizan de cara a proyectar el potencial turístico de un destino.

- **Zonificación turística:** Define áreas con diferentes grados de desarrollo o restricción turística, considerando la vocación del territorio y la capacidad de carga para preservar recursos y evitar saturación (Pérez, 2024).
- **Planes de manejo ambiental:** Establecen criterios específicos para la protección de ecosistemas y manejo sostenible de áreas naturales protegidas con vocación turística (Ibarra, 2018).
- **Reglamentos urbanísticos y ambientales:** Regulan la infraestructura y actividades asociadas al turismo, garantizando la coherencia con lineamientos de uso de suelo y protección ambiental.
- **Sistemas de monitoreo y evaluación:** Facilitan la supervisión continua de la implementación de planes y la medición del impacto social, económico y ambiental (SECTUR, 2020).

En otra órbita de análisis, para el departamento del Tolima es importante fortalecer y desarrollar lineamientos para la planificación y ordenamiento turístico integral debido a la necesidad de una gestión más sostenible y eficiente de los recursos turísticos, la garantía de la calidad del servicio, el beneficio tanto para los turistas como para los residentes locales y la protección del medio ambiente y la economía.

Lineamientos para la Planificación y Ordenamiento Turístico Integral

A nivel nacional, la Ley 2068 de 2020 provee el marco legal para esto, pero la aplicación específica y la adaptación a las particularidades del departamento del Tolima requieren la creación o actualización de estos planes de desarrollo turístico. En tal sentido, resulta importante considerar los nuevos conceptos y teorías que desglosen aún más los alcances de la planificación y el ordenamiento territorial, por lo que, frente a las problemáticas esbozadas en el Tolima, el desarrollo de una planificación turística integral debe considerar los siguientes lineamientos estratégicos:

Articulación Interinstitucional e Intermunicipal

Según López (2021), es fundamental promover una coordinación efectiva entre los municipios del Tolima, la Gobernación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y otros actores públicos y privados. Esta articulación debe facilitar la creación de planes turísticos regionales que integren

acciones de desarrollo, protección ambiental y promoción, con enfoques sectoriales complementarios (MINCIT, 2010).

Participación Comunitaria y Fortalecimiento de Capacidades

La construcción participativa de proyectos turísticos debe incluir la consulta y el involucramiento de las comunidades locales, promoviendo la educación ambiental, la formación en turismo sostenible y la asociatividad empresarial. Esto garantiza que los beneficios del turismo sean compartidos y que las comunidades actúen como guardianes activos del patrimonio natural y cultural (Gobernación del Tolima, 2024; Molina & Rodríguez, 2005).

Inversión en Infraestructura Turística Sostenible

Para Soler (2018) y Bedoya (2017), la planificación debe priorizar el mejoramiento de la infraestructura vial, la señalización interpretativa, los centros de atención al turista y los servicios complementarios, implementando criterios de sostenibilidad y accesibilidad. La mejora logística favorece la competitividad y la experiencia turística, estimulando la permanencia de visitantes y la diversificación de la oferta

Protección y Manejo Sostenible de Recursos Naturales y Culturales

De acuerdo con Pardo (2021), las estrategias deben incluir la definición de zonas de protección ambiental estricta, la promoción de la recuperación de ecosistemas y la integración del turismo en planes de conservación cultural. La incorporación de prácticas responsables, como el ecoturismo y el turismo comunitario, protege la biodiversidad y favorece la autenticidad del destino (Cruz, 2021).

Diseño de Productos Turísticos Regionales

La creación de productos turísticos integrados que vinculen diferentes municipios y potencialicen variadas tipologías (cultural, ecológico, rural, gastronómico) favorece la competitividad y atrae diversos nichos de mercado. La promoción conjunta y las campañas de comunicación deben consolidar una imagen atractiva y coherente del Tolima como destino integral (Castillo & Castaño, 2014 y Blanco, Diéguez & Gueimonde, 2015).

Discusión

Si se toma en cuenta que la competitividad turística está definida por la capacidad de un destino para atraer y satisfacer a turistas, generando beneficios económicos y sociales duraderos (Rodríguez & Guisado, 2003), la planificación turística subyace como el eje articulador entre factores como recursos humanos, infraestructura, estrategias, entorno institucional, y el ordenamiento territorial entre otros, de cara a la estructuración de una ventaja competitiva, para lo cual, la promoción planificada resulta fundamental si se pretende posicionar destinos en mercados nacionales e internacionales (Blanco, Diéguez & Gueimonde, 2015; Castillo & Castaño, 2014). En ese orden de ideas, resulta pertinente revisar algunos modelos que abordan la planificación turística de cara al potencial turístico y la competitividad de los destinos

Enfoques y modelos de planificación

De acuerdo con Acosta et al., (2015), la planificación turística se sustenta en metodologías que ordenan el proceso de análisis, formulación, implementación y evaluación de estrategias para el desarrollo turístico sostenible. Estas metodologías deben adaptarse a las características específicas de cada destino, teniendo en cuenta sus recursos, problemas, actores sociales y contextos culturales. Así las cosas, se destacan los siguientes modelos, que han sido planteados para instrumentar la planificación turística:

Modelo de Kaiser y Helbert (1983)

Acosta et al., (2015), aseguran que el modelo de Kaiser & Helbert (1983), articula el análisis de mercado, la elaboración de planes maestros y la planeación conceptual en un sistema “de arriba hacia abajo”, donde las autoridades y actores privados, coordinan el desarrollo turístico. Al analizar esta propuesta, Osorio (2006), conceptualiza sobre jerarquización de los actores turísticos desde las perspectivas de gobierno, gobernanza y gobernabilidad, como elementos indispensables para la gestión de los destinos turísticos en la que se requieren tres elementos esenciales:

- Análisis del mercado y recursos turísticos.
- Elaboración de planes maestros.
- Planeación conceptual para definir el tipo de desarrollo y mercado meta.

Modelo de Acosta, Barrientos & Pulido (2018)

Este modelo enfatiza la importancia del análisis técnico y la aprobación institucional antes que, en la ejecución, buscando controlar el crecimiento para garantizar sostenibilidad. El modelo integrado de planeación turística de Acosta et al. (2018), busca que el desarrollo turístico responda a las condiciones y necesidades locales, con participación comunitaria y evaluación continua. Su propuesta es especialmente pertinente para contextos rurales y comunidades locales, pues integra enfoques psicosociales, económicos, espaciales y urbanos para desarrollar un plan centrado en el beneficio comunitario, donde las comunidades locales son protagonistas del desarrollo turístico y gestores de sus recursos. Su estructura considera la percepción de la comunidad hacia el turismo, el análisis externo e interno con evaluación de amenazas y oportunidades, el establecimiento de objetivos y diseño de estrategias y el desarrollo e implantación del plan turístico.

Dentro de las principales características del modelo de Acosta et al. (2018) se incluyen:

- Enfoque estratégico: Promueve el control local del desarrollo turístico, donde la comunidad es la principal beneficiaria y define la dirección del desarrollo a través de un proceso de abajo hacia arriba.
- Enfoque espacial y urbano: Incorpora aspectos clave de la planificación territorial, como el análisis de la capacidad de carga de los recursos turísticos y la ordenación física del territorio.
- Enfoque económico: Incluye los componentes del mercado (oferta y demanda) y los sistemas productivos, buscando que el turismo genere beneficios económicos para la región.
- Integración de enfoques: Combina las perspectivas estratégica, espacial y económica para crear una herramienta práctica de gestión turística.

Modelo de Boullón (2006)

El modelo de Boullón (2006), es un sistema conceptual que define la planificación turística mediante el análisis del sistema turístico. Su teoría del espacio turístico también clasifica y organiza los elementos físicos (atractivos, planta, infraestructura) sobre un mapa para delimitar las zonas y actividades turísticas, identificando centros y corredores turísticos para optimizar la experiencia y el desarrollo del turismo. que propone cuatro fases: investigación y análisis, evaluación, formulación de políticas y soluciones de diseño, y realización, enfatizando la

necesidad de acuerdos institucionales para su implementación. Este enfoque destaca la participación de múltiples actores y la necesidad de marcos institucionales sólidos para aplicar los elementos que constituyen el sistema turístico así:

- Oferta: El conjunto de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del turista.
- Demanda: El número total de turistas que visitan un lugar y los ingresos que generan.
- Infraestructura: Los servicios básicos necesarios para el funcionamiento del sistema turístico.
- Planta Turística: La estructura de servicios, como hoteles y restaurantes, que componen la oferta.
- Atractivos: Los elementos que motivan al turista a visitar un lugar.
- Superestructura: El conjunto de organizaciones y la gestión que aseguran el correcto funcionamiento del sistema.

Modelo de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1993)

La Organización Mundial del Turismo (OMT), propone una metodología que cubre desde el estudio preliminar hasta la gestión del plan. Incluye un estudio profundo de la demanda, capacidad de carga, impacto comunitario y ambiental, y un seguimiento continuo post-implementación. Este modelo facilita la integración de la planificación estratégica y la territorial para garantizar la viabilidad del desarrollo turístico (OMT, 1993). Según la OMT, los objetivos de la planificación turística incluyen:

- Establecer objetivos y políticas de desarrollo: Definir las metas turísticas y las políticas necesarias para alcanzarlas, considerando otras esferas económicas, sociales y ambientales.
- Conservación de recursos turísticos: Asegurar la protección y el uso óptimo a largo plazo de los recursos naturales y culturales, garantizando su disponibilidad para las futuras generaciones.
- Toma de decisiones informada: Proporcionar información útil y veraz para apoyar las decisiones de los sectores público y privado, facilitando una gestión eficaz.
- Coordinación del sector turístico: Articular los diferentes elementos que componen el sector turístico para alcanzar metas más rentables desde el punto de vista económico y social.

- Desarrollo sostenible: Promover un modelo de turismo que atienda las necesidades actuales y futuras, optimizando los recursos medioambientales, respetando la cultura local y distribuyendo la riqueza de forma equitativa.
- Beneficios sociales y económicos: Fomentar la creación de empleo, la generación de ingresos para las comunidades locales, y contribuir a la paz y el entendimiento entre las naciones a través del turismo.

Propuesta metodológica de Blanco (2019)

Blanco (2019), propone una metodología para la planificación del desarrollo turístico sustentable que incluye cuatro etapas interrelacionadas: diagnóstico ambiental y social, formulación de políticas, diseño de estrategias y mecanismos participativos para la implementación y evaluación. Esta metodología subraya la importancia de la gobernanza y la participación comunitaria activa.

Los puntos clave de su propuesta son los siguientes:

- Enfoque estratégico: El objetivo es facilitar la planificación del desarrollo turístico de manera sistemática y organizada, permitiendo que la toma de decisiones se base en un análisis detallado y no solo en la intuición.
- Identificación de la necesidad: La propuesta surge de la necesidad de estructurar la planificación turística para que sea más efectiva. El autor destaca que, a menudo, los esfuerzos de desarrollo carecen de un marco metodológico sólido.
- Marco de trabajo: Aunque los resúmenes no detallan las fases exactas, la propuesta se presenta como una secuencia de pasos para guiar el proceso de planificación.
- Aplicación práctica: La metodología está diseñada para ser aplicable por las organizaciones y administraciones responsables del desarrollo turístico, con el fin de optimizar sus esfuerzos y recursos.

Al analizar los modelos anteriores, es apreciable la presencia de elementos comunes en cada uno de los autores e instituciones que los abordan. Blanco (2019) y Osorio, (2006), coinciden en la importancia de considerar la sostenibilidad y el desarrollo territorial armónico, así como en promover la participación activa de las comunidades receptoras para asegurar su aceptación y beneficio. Así mismo, Acosta et al., (2015), comulgan en que la gobernanza turística y la participación social son elementos transversales para el éxito de la planificación y el ordenamiento

territorial turístico, donde las comunidades receptoras deben ser incluidas en el diseño, ejecución y monitoreo de planes que permitan garantizar su legitimidad, reducir conflictos y favorecer la sustentabilidad (Zamorano, 2012).

México como referente en la planificación turística

La planificación debe diseñarse con mecanismos claros de consulta, negociación y co-gestión que promuevan el empoderamiento social y la equidad en los beneficios generados por el turismo, mientras se fortalecen las capacidades institucionales para gestionar procesos complejos y multidimensionales (López, 2019).

A nivel internacional uno de los referentes más importantes en Latinoamérica es México, quien ha padecido impactos ambientales negativos como consecuencia de una inadecuada planificación y ordenamiento turístico. Según la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), El crecimiento acelerado y desordenado de la actividad turística ha generado múltiples impactos ambientales, que resultan especialmente sensibles en ecosistemas frágiles y zonas costeras, donde se localizan la mayoría de los destinos turísticos más importantes del país (PROFEPA, 2025).

Entre los principales impactos negativos acaecidos como consecuencia de la proliferación de infraestructuras y el desarrollo turístico, se destacan la destrucción y modificación de gran cantidad de hábitats de flora y fauna, la contaminación del suelo y los cuerpos de agua, la alteración de dunas y manglares, así como la generación de residuos peligrosos y emisiones contaminantes (PROFEPA, 2025 y Rivas, 2018).

De acuerdo con Ortega (2023), la explosión inmobiliaria representada en la desmesurada aparición de nuevos hoteles, campos de golf y otras instalaciones, ha ocasionado cambios significativos en el uso de suelo, pérdida de biodiversidad y erosión, especialmente cuando no existe una planificación adecuada ni cumplimiento de normativas ambientales. Sobre el particular, Ibarra (2018), asegura que el área costera presenta una vulnerabilidad especial, debido a la concentración turística y la fragilidad de ecosistemas como arrecifes coralinos, manglares y dunas, que actúan como barreras naturales y soporte de biodiversidad. En consecuencia, García (2024), asegura que la saturación turística provoca la degradación de estos ecosistemas, afectando también la calidad de la experiencia turística y la sostenibilidad económica de los destinos.

La SECTUR (2020), refiere la huella ambiental del transporte asociado al turismo y el consumo energético en alojamientos y servicios, los cuales contribuyen significativamente a la emisión de gases de efecto invernadero, agravando el cambio climático (Ortega, 2023). Para el ente rector del turismo en México, esto implica que la planificación turística debe integrar estrategias que permitan mitigar estas emisiones, promoviendo el uso de energías renovables, movilidad sostenible y sistemas de gestión ambiental

Es por esto por lo que, con el ánimo de minimizar estos impactos, en México se han establecido regulaciones y procedimientos como la Manifestación de Impacto Ambiental (MIA), que exige evaluar, prevenir y mitigar daños ambientales de proyectos turísticos, especialmente en zonas prioritarias para la conservación (Ibarra, 2018), y certificaciones como la Norma Mexicana de Turismo Sustentable, que promueven prácticas responsables entre los prestadores de servicios turísticos (Ortega, 2023).

De acuerdo con Osorio (2006) y Blanco (2019), son varios los estudios que refieren la forma en que la planificación turística en México ha evolucionado significativamente, integrando criterios de sustentabilidad y gobernanza participativa. Según señala SECTUR (2020), el Programa de Turismo Sustentable de México ha desarrollado sistemas de indicadores para monitorear la sostenibilidad ambiental, social y económica de los destinos, lo que facilita la toma de decisiones informadas para mejorar la gestión turística. Estos instrumentos se presentan como herramientas fundamentales para la planificación y el ordenamiento territorial, pues permiten identificar prioridades y evaluar resultados en tiempo real.

Sin embargo, persisten retos relacionados con la fragmentación institucional, carencia de datos confiables y procesos de consulta insuficientes con las comunidades locales por lo que la literatura también enfatiza la necesidad de fortalecer capacidades institucionales y promover el diseño de políticas públicas inclusivas que garanticen un turismo competitivo y sostenible a largo plazo (Acosta et al., 2015 y Pérez, 2024).

A este respecto, investigaciones sobre destinos turísticos específicos, como Puerto Vallarta-Bahía de Banderas, evidencian avances en la incorporación de instrumentos de planeación territorial y programas estratégicos, aunque la efectividad de su implementación y monitoreo sigue siendo un desafío (Vázquez, 2024). Otras refieren el creciente interés en modelos de turismo alternativo y comunitario ha impulsado el desarrollo de nuevos enfoques de planificación que priorizan la

participación social, la conservación ambiental y la valorización cultural (Zamorano, 2012; Acosta et al., 2015). Dicho lo anterior, la incorporación de la dimensión ambiental en la planificación y ordenamiento turístico es indispensable para garantizar que el desarrollo turístico pueda mantenerse en el tiempo sin comprometer los recursos naturales ni la calidad de vida de las comunidades receptoras, asegurando un equilibrio entre crecimiento económico y sustentabilidad (Blanco, 2019; Ortega, 2023).

Planificación Turística y ordenamiento territorial en Colombia

De acuerdo con Torres & Suárez (2022) y Rincón & Castro (2020), entre otros, el crecimiento del turismo en Colombia ha traído consigo la necesidad de asumir nuevos enfoques para el ordenamiento y la gestión de los destinos turísticos, que permitan integrar capacidades locales, diversificar productos turísticos y garantizar la sostenibilidad. Por esto resulta imprescindible, desarrollar estrategias conducentes a equilibrar el crecimiento y desarrollo económico y la conservación de los recursos naturales (Rodríguez, 2021).

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT), desde la adopción de la Constitución de 1991 y la Ley 300 de 1996, Colombia ha evolucionado hacia la consolidación de instituciones que trabajan en pro de la planificación turística, con un creciente interés en adecuar instrumentos y metodologías a las condiciones territoriales y sociales propias de cada región creando programas como el de Asistencia Técnica en Planificación del Turismo (MINCIT, 2010), el cual ha permitido que muchas regiones desarrollen su actividad turística a partir de mecanismos que incluyen desde una oferta convencional, hasta enfoques más estratégicos y alternativos.

Sin embargo, Toro, Galán, Pico, Roza & Suescún (2015), manifiestan que aún existen territorios que carecen de planes integrales o los despliegan de manera fragmentada, lo que conlleva a un turismo desorganizado y poco amigable con las comunidades y el entorno. Sobre ese particular, López (2021), Álvarez & Moreno (2019) y Jiménez & Ruiz, (2021), advierten que diversos estudios e investigaciones manifiestan que, uno de los principales retos está en la articulación intersectorial y la innovación en modelos de gobernanza territorial para el turismo, donde la planificación turística y el ordenamiento territorial, integren las políticas públicas y la participación de los actores locales para asegurar un desarrollo turístico equilibrado.

En este contexto, el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) Y MINCIT aseguran que la competitividad turística regional se ha abordado a través de modelos que incluyen análisis situacionales, diseño y articulación de proyectos, planes estratégicos y toolkits de fortalecimiento de la actividad turística, siempre en línea con los objetivos de desarrollo sostenible definidos a nivel internacional (MINCIT 2010 y FONTUR, 2022). Así mismo Torres & Suárez (2022) y Rincón & Castro (2020), dan cuenta de un creciente número de estudios sobre la integración del turismo con el ordenamiento territorial en Colombia, que destacan la necesidad de fortalecer las capacidades locales, promover la diversificación de productos turísticos y garantizar las particularidades ambientales y socioculturales del país para diseñar estrategias que equilibren desarrollo económico y conservación (Rodríguez, 2021).

En cuanto al departamento del Tolima, si bien su heterogeneidad territorial, diversidad medioambiental y acervo sociocultural representan un gran potencial turístico, también plantean desafíos importantes para la planificación y el ordenamiento turístico. Sobre este particular el Tolima muestra avances importantes en la formulación de planes turísticos en ciertos municipios, aunque con disfunciones asociadas a la implementación efectiva de una política pública de turismo, financiación y participación comunitaria (López, 2021 y González & Díaz, 2023). No obstante, la generalidad de sus municipios no ha reconocido una verdadera vocación turística y presentan ciertas condiciones que resulta pertinente mencionar.

En cuanto a la falta de planificación integral y articulada López (2021), manifiesta que una gran mayoría de municipios del departamento presentan planes turísticos incipientes o poco integrados con el ordenamiento territorial y otras políticas públicas sectoriales. En palabras de MINCIT (2010), esta desarticulación dificulta la coherencia de las acciones y la gestión conjunta entre municipios, limitando la posibilidad de consolidar rutas turísticas regionales o estrategias intermunicipales que optimicen recursos y potencien atractivos comunes.

Respecto a la limitada participación y capacitación de actores locales, la Gobernación del Tolima, (2024), asegura que la participación comunitaria y el fortalecimiento de capacidades en turismo no siempre están suficientemente desarrollados. En varios casos, la población local no cuenta con formación adecuada para gestionar proyectos turísticos o para articularse en asociaciones que garanticen calidad, sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.

Acerca de las deficiencias en infraestructura y servicios turísticos, Soler (2018) y Bedoya (2017), indican que existen carencias en infraestructura básica y especializada para el turismo, como vías de acceso, señalización, centros de información, servicios de alojamiento y oferta gastronómica, lo cual afecta negativamente la experiencia del visitante y limita el aumento de la demanda turística.

En materia de amenazas a la conservación ambiental y patrimonio cultural, Del Reguero & De las Heras (2002); Vera (2001); Blancas et al. (2007); Rivas (2009); Combariza (2012), y Soares (2012), plantean que el turismo mal planificado puede generar impactos negativos sobre ecosistemas frágiles y sobre el patrimonio cultural intangible. Sobre el particular Pardo (2021) asegura que la presión sobre áreas naturales protegidas, el manejo inadecuado de residuos y la pérdida de tradiciones locales son asuntos que requieren atención urgente para evitar la degradación y pérdida de identidad en el departamento.

Retos y Perspectivas

La evidencia empírica demuestra que la política pública en turismo en el departamento del Tolima está orientada a un turismo sostenible, inclusivo y competitivo, lo que requiere una planificación integral y dinámica que responda a la diversidad territorial y cultural de sus municipios, asegurando un desarrollo turístico equilibrado y eficiente. Para superar las barreras que se encontraron en cuanto a la implementación efectiva de políticas públicas, la limitada financiación, la dispersión institucional y la necesidad de mayor articulación intermunicipal (López, 2021), es vital fortalecer la gobernanza turística, consolidar alianzas público-privadas y priorizar la sostenibilidad ambiental y social en todas las políticas (Dredge & Jenkins, 2011 y Tosun, 2000).

Referencias

- Acosta, J., Barrientos, M., & Pulido, C. (2015). Modelo integrado de planificación turística para la gestión sostenible en destinos rurales. *Revista de Turismo Sostenible*, 8(2), 134-150.
- Acosta, J., Barrientos, M., & Pulido, C. (2018). Modelo integrado de planificación turística para comunidades rurales. *Revista de Turismo Sostenible*, 12(3), 234-250.
- Álvarez, R., & Moreno, J. (2019). Innovación y gobernanza territorial para el turismo sostenible. *Revista de Estudios Regionales*, 12(4), 89-105.
- Bedoya, F. (2017). Infraestructura turística y accesibilidad en destinos rurales: Retos para el desarrollo sostenible. *Revista de Turismo y Desarrollo*, 10(3), 87-101.
- Bernal, C. (2010). *Análisis del turismo y desarrollo sostenible*. Editorial Académica.
- Blancas, M., Gómez, L., & Rivera, F. (2007). Impacto ambiental del turismo en áreas protegidas. *Revista Ambiental*, 15(3), 112-130.
- Blanco, F. (2019). *Planificación del desarrollo turístico sostenible: Metodologías y enfoques*. Editorial Universitaria.
- Blanco, F., Diéguez, M., & Gueimonde, M. (2015). El diamante competitivo de Michael Porter aplicado al turismo. *Revista de Competitividad*, 10(1), 45-63.
- Boullón, G. (2001). *Turismo: un fenómeno social*. Editorial Turística.
- Boullón, G. (2006). El sistema turístico y el espacio turístico. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 14(3), 45-58.
- Cálix, P., López, A., & Jiménez, J. (2012). Medición cualitativa en investigación turística. *Revista de Investigación Cualitativa*, 8(1), 45-63.
- Castillo, L., & Castaño, H. (2014). Promoción turística y competitividad regional. *Revista de Marketing Turístico*, 9(2), 76-89.
- Combariza, J. (2012). *Turismo y conservación cultural en Colombia*. Editorial Universitaria.
- Cortés, M., & Iglesias, P. (2004). *Métodos cualitativos en investigación turística*. Editorial Académica.

- Cruz, M. (2021). Prácticas responsables en ecoturismo y turismo comunitario. *Revista de Turismo Sostenible*, 10(4), 89-105.
- Del Reguero, J., & De las Heras, J. (2002). Turismo sostenible y ordenación territorial. *GeoPlanificación*, 5(2), 34-50.
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2011). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Routledge.
- Durand, T. (2014). Estrategias de ordenamiento territorial. *Revista de Geografía Aplicada*, 20(1), 23-39.
- Durand, T., & Decoville, A. (2018). Ordenamiento territorial para el desarrollo sostenible. *Revista de Geografía y Ordenamiento*, 22(1), 23-40.
- FONTUR. (2022). Informe sobre competitividad turística regional. Fondo Nacional de Turismo.
- García, M. (2024). Impactos ambientales del turismo y medidas de mitigación. *Revista de Medio Ambiente y Turismo*, 5(1), 12-27.
- Gobernación del Tolima. (2024). Diagnóstico y lineamientos para la planificación turística en el Tolima. Gobernación del Tolima.
- Gómez, A., Amaya, J., & Mundo, B. (2014). Vocación turística y potencial de destinos turísticos. *Revista de Planificación Territorial*, 7(2), 34-52.
- González, R., & Díaz, S. (2023). Análisis comparativo de destinos turísticos en Colombia y México. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 18(2), 77-95.
- González, R., & Díaz, S. (2023). Análisis de destinos turísticos en México y Colombia. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 18(2), 77-95.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa*. McGraw Hill.
- Ibarra, L. (2018). Manejo sostenible y certificación ambiental en destinos turísticos mexicanos. *Revista de Turismo Mexicano*, 15(4), 101-117.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.

- Jiménez, J., & Ruiz, M. (2021). Modelos de gobernanza para el desarrollo turístico. *Revista de Estudios Turísticos*, 18(3), 56-72.
- Kaiser, H., & Helbert, S. (1999). *Modelos de planificación turística: Un enfoque sistémico*. Editorial Académica.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2016). *Marketing para la hospitalidad y el turismo* (7ª ed.). Pearson.
- Ledesma, A., & Simancas, F. (2016). Instrumentos para el ordenamiento territorial turístico. *Revista de Planificación y Desarrollo*, 11(1), 67-82.
- López, A. (2019). Participación social en la planificación turística. *Revista de Desarrollo Regional*, 12(3), 101-116.
- López, A. (2021). Desafíos en la implementación de planes turísticos en Colombia. *Revista Colombiana de Turismo*, 23(2), 44-59.
- López, A., Gómez, R., & Sepúlveda, F. (2017). Potencial turístico y vocación territorial: Estudio en regiones colombianas. *Revista de Planificación Territorial*, 9(1), 70-90.
- Millán, R. (2008). La planificación turística como estrategia de desarrollo territorial. *Revista de Geografía Aplicada*, 16(1), 123-138.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT]. (2010). *Programa de asistencia técnica en planificación del turismo*. Bogotá: MINCIT.
- Molina, V., & Rodríguez, C. (2005). *Enfoques para la planificación turística: Un análisis crítico*. Editorial Académica.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (1993). *Guía para la planificación turística sostenible*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (1994). *Manual de planificación turística integrada*. Madrid: OMT.
- Ortega, P. (2023). Impacto ambiental del turismo y medidas de mitigación. *Revista de Medio Ambiente y Turismo*, 10(2), 45-60.

- Osorio, Y. (2006). Planificación turística y ordenamiento territorial. Editorial Universitaria.
- Oxman, A., & Guyatt, G. (1993). Evaluación de la investigación cualitativa en turismo. *Journal of Tourism Research*, 29(2), 215-228.
- Pardo, M. (2021). Conservación ambiental y turismo sostenible en zonas protegidas. *Revista de Ecoturismo*, 9(1), 78-91.
- Pearce, D. (1999). Turismo sostenible: principios y prácticas. Prentice Hall.
- Pérez, D. (2024). Políticas públicas para la sostenibilidad del turismo. *Revista de Gestión Pública*, 12(2), 33-48.
- Procuraduría Federal de Protección al Ambiente [PROFEPA]. (2025). Informe sobre impactos ambientales derivados del turismo. Ciudad de México: PROFEPA.
- Rincón, S., & Castro, X. (2020). Integración del turismo y ordenamiento territorial en Colombia. *Revista de Planeación Estratégica*, 17(3), 91-106.
- Rivas, F. (2009). Conservación ambiental en destinos turísticos. Editorial Ambiental.
- Rivas, F. (2018). Huella ambiental del turismo y estrategias de mitigación. *Revista de Ambiente y Sociedad*, 15(4), 203-217.
- Rodríguez, L. (2021). Desarrollo y diversificación de productos turísticos en Colombia. *Revista de Turismo Regional*, 14(2), 112-130.
- Rodríguez, L., & Guisado, X. (2003). Competitividad turística: Principios y prácticas. Editorial Estratégica.
- Rother, J. (2007). Metodología para revisiones narrativas en ciencias sociales. Editorial Académica.
- Sandoval, O. (2024). Ordenamiento territorial y políticas públicas en turismo. *Revista de Desarrollo Local*, 11(1), 45-60.
- SECTUR. (2020). Programa de turismo sustentable en México. Secretaría de Turismo.
- Soares, M. (2012). Turismo y patrimonio cultural: Impactos y gestión. *Revista de Cultura y Turismo*, 14(4), 89-110.

- Soler, J. (2018). Infraestructura turística y accesibilidad en destinos rurales. *Revista de Turismo y Desarrollo*, 10(3), 87-101.
- Tamayo, M. (2004). *Investigación cualitativa: Principios y procedimientos*. McGraw Hill.
- Toro, E., Galán, J., Pico, R., Rozo, M., & Suescún, L. (2015). Planificación turística en Colombia: desafíos y perspectivas. *Revista de Estudios Turísticos*, 13(2), 45-61.
- Torres, Y., & Suárez, P. (2022). Gobernanza y sostenibilidad turística en destinos emergentes. *Revista Científica de Turismo*, 19(1), 21-37.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process. *Tourism Management*, 21(6), 613-633.
- Vázquez, M. (2024). Capacidad de carga turística y ordenamiento territorial. *Revista de Gestión Ambiental*, 8(2), 54-69.
- Vera, M. (2001). *Ordenación territorial y sostenibilidad*. Editorial Planeta.
- Zamorano, M. (2012). *Turismo comunitario y desarrollo local*. Editorial Popular.

Historia y teoría del empresario: aportes clásicos y contemporáneos al desarrollo empresarial

History and Theory of the Entrepreneur: Classical and Contemporary Contributions to Business Development

Jaime E. González-Díaz¹⁷

Abner F. Huancas-Segura¹⁸

Mayerly Parga Lozano¹⁹

Eduardo Jesús Cárdenas Rodríguez²⁰

Resumen

El presente artículo analiza la evolución histórica de la noción de empresario y su papel en el desarrollo empresarial, con el fin de esclarecer su importancia en la teoría económica y en la práctica de la administración. La investigación se desarrolla mediante una revisión bibliográfica que abarca las principales escuelas de pensamiento económico desde Cantillon hasta Schumpeter, así como aportes contemporáneos de autores como Drucker, McClelland y Varela. Los resultados muestran que el empresario ha sido concebido como innovador, líder, organizador de recursos y agente de riesgo en diferentes contextos históricos. Se evidencia una transición desde una visión especuladora hacia una perspectiva innovadora y de gestión integral, que consolida al empresario como un actor central en el desarrollo empresarial. Asimismo, se distingue entre crecimiento y desarrollo, subrayando que el primero se centra en el aumento cuantitativo y el segundo en la capacidad cualitativa de adaptación e innovación. Las conclusiones destacan la relevancia del empresario en la configuración de empresas sostenibles y competitivas, así como la necesidad de

¹⁷ Corporación Universitaria Rafael Núñez. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9441-5543>
jaime.gonzalezd@campusuninunez.edu.co.

¹⁸ Universidad Tecnológica del Perú – Perú. ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-6409-938X>.
U20224663@utp.edu.pe

¹⁹ Corporación Universitaria Rafael Núñez. ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-3490-4053>
mayerly.parga@campusuninunez.edu.co

²⁰ Corporación Universitaria Rafael Núñez. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8945-4089>
eduardo.cardenas@campusuninunez.edu.co

nuevas investigaciones que exploren el rol del empresarismo en la transformación digital, la sostenibilidad y los retos de la economía global

Palabras claves

Empresario; Emprendimiento; Desarrollo empresarial; Innovación; Teoría económica.

Abstract

This article analyzes the historical evolution of the notion of the entrepreneur and its role in business development, in order to clarify its importance in economic theory and management practice. The research is conducted through a bibliographic review that covers the main schools of economic thought from Cantillon to Schumpeter, as well as contemporary contributions by authors such as Drucker, McClelland, and Varela. The results show that the entrepreneur has been conceived as an innovator, leader, resource organizer, and risk-taker in different historical contexts. A transition is observed from a speculative vision to an innovative and comprehensive management perspective, which consolidates the entrepreneur as a central actor in business development. Furthermore, a distinction is made between growth and development, highlighting that the former focuses on quantitative increase while the latter emphasizes the qualitative capacity for adaptation and innovation. The conclusions underscore the relevance of entrepreneurs in shaping sustainable and competitive companies, as well as the need for new research exploring the role of entrepreneurship in digital transformation, sustainability, and the challenges of the global economy.

Key Words

Entrepreneur; Entrepreneurship; Business Development; Innovation; Economic Theory.

Introducción

El proceso de formación de empresas constituye una pieza fundamental del desarrollo socioeconómico de las naciones. En este contexto, la figura del empresario ha sido objeto de debate

y reinterpretación a lo largo de la historia, adquiriendo distintos significados según las condiciones sociales, culturales y económicas de cada época. Desde la Edad Media hasta la contemporaneidad, el empresario ha sido identificado como comerciante, capitalista, innovador, líder o agente de riesgo, reflejando así la complejidad y polivalencia del fenómeno empresarial (Hébert & Link, 2007).

En América Latina, la noción de empresario ha enfrentado dificultades semánticas y sociales que han limitado su plena aceptación, incluso llegando a sustituirse por términos como “gerente” o “administrador”. Sin embargo, comprender al empresario en su integridad permite reconocer su aporte no solo al crecimiento económico, sino también al desarrollo empresarial, entendido como la capacidad de generar valor sostenible en el largo plazo (Varela & Bedoya, 2006).

Este artículo tiene como objetivo analizar la noción histórica del empresario y su papel en el desarrollo empresarial, articulando aportes teóricos clásicos y contemporáneos para ofrecer una visión integral que contribuya a futuras investigaciones y a la práctica de la administración.

Metodología

El presente trabajo se enmarca en una investigación de tipo cualitativo, desarrollada bajo la estrategia de revisión bibliográfica. La metodología empleada se fundamenta en la exploración, análisis y sistematización de aportes teóricos e históricos sobre la noción de empresario, a partir de fuentes primarias y secundarias que abarcan tanto autores clásicos como contemporáneos. Este enfoque permite comprender la evolución del concepto a lo largo del tiempo, así como su relación con los procesos de desarrollo empresarial.

La revisión documental se estructuró a partir de criterios de pertinencia y relevancia académica, priorizando textos que ofrecen una visión crítica y reflexiva sobre el papel del empresario en la teoría económica y en la administración. Para ello, se consultaron obras de economistas clásicos como Richard Cantillon, Adam Smith, Jean-Baptiste Say y Joseph Schumpeter, quienes aportaron bases fundamentales para la comprensión del empresario como agente económico. Asimismo, se consideraron contribuciones de la escuela austriaca y americana que ampliaron la mirada hacia el riesgo, la innovación y la función empresarial como elementos centrales de la actividad productiva.

En un segundo nivel, se analizaron aportes contemporáneos de autores como Peter Drucker, David McClelland, Albert Shapero, Rodrigo Varela y Alan Gibb, entre otros, con el fin de establecer la vigencia y la transformación del concepto de empresario en el marco de los procesos de innovación, desarrollo organizacional y sostenibilidad empresarial. Estas fuentes, además de ampliar el horizonte teórico, permiten relacionar el empresarismo con dinámicas actuales vinculadas al crecimiento y desarrollo económico, la competitividad y la adaptación a contextos cambiantes.

El procedimiento metodológico incluyó tres fases complementarias. En primer lugar, se llevó a cabo la identificación y recopilación de la literatura académica relevante, a partir de bases de datos científicas, repositorios institucionales y textos especializados en emprendimiento y desarrollo empresarial. En segundo lugar, se realizó un análisis crítico de los contenidos, identificando categorías recurrentes como innovación, liderazgo, riesgo, organización de recursos y papel del empresario en el desarrollo económico. Finalmente, se integraron los hallazgos en una narrativa analítica que articula las perspectivas históricas con las contemporáneas, para mostrar la evolución conceptual y destacar las principales implicaciones del empresarismo en la gestión moderna de las organizaciones.

Esta metodología permite, por tanto, ofrecer una visión integral que no solo rescata la historicidad del concepto de empresario, sino que también lo vincula con las discusiones actuales en torno al desarrollo empresarial, aportando elementos de análisis que pueden ser útiles tanto en el ámbito académico como en la práctica de la administración.

El empresario en la historia económica y empresarial

El proceso de formación de empresas, pieza básica del desarrollo socioeconómico de una comunidad, tiene como uno de sus pilares fundamentales al hombre o a la mujer con espíritu empresarial, conocidos tradicionalmente como empresarios. Este concepto ha venido cambiando de significado y de alcance a lo largo del tiempo. En muchas ocasiones, ha llegado hasta a desaparecer de la terminología del desarrollo socioeconómico y aun de las ciencias económicas y administrativas. En otros casos, se ha asociado erradamente con los conceptos de gerente o de administrador, o de ejecutivo, o de inversionista, o de inventor.

Incluso, por razones sociales, culturales e intelectuales, los empresarios no se identifican como tales y parecería no existir la profesión empresario. Se desconoce, así, todo el beneficio económico y social que éstos aportan a la comunidad. En América Latina y, en general, en el idioma español, se han presentado tendencias académicas y políticas que han tratado de implantar el uso de nuevos vocablos para no utilizar la palabra ‘empresario’, bien sea por un intento de hacer diferencias o para no comprometerse con el significado amplio y pleno que la lengua española ofrece para el término empresario. En otros idiomas no se ha presentado esta dificultad, pues todos se refieren al empresario con una sola palabra. Bien decía Veciana (1997), citado por Varela (2008): “Llamemos las cosas por su nombre, a los que crean empresas y están al frente de ellas, denominémoslos empresarios y dejémonos de eufemismos”.

La función, si no el nombre, del emprendedor es probablemente tan antigua como las instituciones de trueque e intercambio. Pero solo después de que los mercados económicos se convirtieron en un elemento intrusivo de la sociedad, el concepto adquirió una importancia fundamental. Muchos economistas han reconocido el papel fundamental del empresario en una economía de mercado. Sin embargo, a pesar de su importancia central en la actividad económica, el empresario ha sido una figura sombría y difícil de alcanzar en la historia de la teoría económica (Hébert y Link, 2007).

Las primeras formas de organización empresarial

En los mundos ambulante y medieval, el comercio tuvo lugar en una escala relativamente pequeña, sin embargo, los requerimientos de capital fueron primordiales. El vínculo entre el capitalista y el comerciante aventurero dependía del contrato que firmaron. A partir de alrededor de 1000, se hizo costumbre prestar dinero con un interés del 20 por ciento en contratos llamados mutua, en los que los préstamos estaban estrechamente asegurados por bienes inmuebles.

A fines del siglo XII, la forma más común de inversión comercial era el préstamo marítimo (societas maris), un acuerdo cooperativo entre un socio viajero y otro inversor en el que el interés pagado era generalmente mayor, pero los riesgos de naufragio y piratería eran asumidos por el prestamista en lugar del comerciante. En Venecia, la sociedad comercial más activa de Europa en el siglo XIII, el contrato más frecuente se conocía como colleganze (en otro lugar llamado commende).

En el siglo XIV, los comerciantes y aventureros podían asegurar los fondos en condiciones que dependían de la tasa de interés del mercado bajo una forma de contrato conocida como la ‘colleganza local’. Los escritores económicos durante la Edad Media fueron principalmente teólogos escribiendo bajo los auspicios de la Iglesia. Duns Scotus y San Bernardino fueron excepciones. Acordaron que los comerciantes tenían derecho a una compensación por el riesgo y la recompensa por su trabajo, aunque en cantidades limitadas por ‘justicia’ (Hébert y Link, 2007).

La escuela francesa

Richard Cantillon (1680-1734). Cantillon se refirió a "empresarios de su propio trabajo que no necesitan capital para establecerse", usando ejemplos del comercio (deshollinadores, transportistas acuáticos), arte (pintores) y ciencia (médicos, abogados). Incluso incluyó mendigos y ladrones como empresarios. Establece las diferencias entre capitalista (inversionista) y empresario, al definirlo como “alguien que realiza actividades de empresa, con un nivel de incertidumbre, y que espera lograr utilidades de ello”. (Hébert y Link, 2007).

Tarapuez y Botero (2007), Concibe al empresario como un agente que compra medios de producción a precios que son inciertos en el momento en que se compromete a sus costos. Además, reconoce la actividad económica que lleva a cabo y destaca los elementos de la dirección y especulación que entran de algún modo en la actividad empresarial. En este sentido, para Cantillon, una de las funciones del entrepreneur es la de crear empresa o poner en marcha la actividad empresarial en un ambiente de incertidumbre.

Jean-Baptiste Say (1767 – 1832). Say formaliza la diferenciación de Cantillon entre el empresario y el capitalista, al afirmar: “Empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y recursos financieros) para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que él emplea, de los gastos en que incurre y de la utilidad que busca. Es el punto de apoyo (pivot) sobre el cual gira toda la empresa. Para ser exitoso, debe tener juicio, perseverancia y un conocimiento tan bueno del mundo como de su empresa. Debe poseer el arte de la superintendencia y de la administración” (Hébert y Link, 2007).

La escuela inglesa

Adam Smith (1723-1790). Smith discutió sobre los tipos de emprendedores: el aventurero, el proyector y el empresario de pompas fúnebres. Smith habla despectivamente de los dos primeros; y con aprobación no calificada solo del empresario de pompas fúnebres, a quien identificó con ‘el hombre prudente’, un concepto desarrollado extensamente en Sentimientos morales.

Jeremy Bentham (1748-1832). La idea del emprendedor como innovador fue propuesta por Jeremy Bentham, pero la idea de Bentham no se arraigó entre otros economistas clásicos. La obra de Smith-Ricardo-Mill, que dominó el pensamiento económico clásico inglés, esencialmente conservó una noción un tanto estéril del espíritu empresarial.

David Ricardo (1772-1823). No solo es el término empresario está ausente en los escritos de Ricardo, sino que no hay concepto de líderes empresariales como agentes de cambio (que no sean sombríos portadores de mejoras tecnológicas) ni se incluye en su tratamiento de los principios económicos. Es de destacar que en la correspondencia entre Say y Ricardo, ni la naturaleza ni el papel del empresario se menciona una vez en su discusión habitual, centrándose en cambio en el tema del valor (Hébert y Link, 2007).

La escuela austriaca

Carl Menger (1840-1921). Se estableció como el fundador y primer líder de la escuela austriaca. Menger estableció que la actividad emprendedora incluye (a) obtener información sobre la situación económica; (b) cálculo económico: todos los diversos cálculos que deben realizarse para que un proceso de producción sea eficiente; (c) el acto de voluntad por el cual los bienes de mayor orden se asignan a un proceso de producción particular; y (d) supervisar la ejecución del plan de producción para que pueda llevarse a cabo de la manera más económica posible.

Friedrich Wieser (1851-1926). Definió al emprendedor de una manera ‘legalista’ pero, por lo demás, arrolladora: afirmó que el empresario es el director de la empresa económica por derecho legal y, al mismo tiempo, en virtud de su participación activa en la economía. Administración de su empresa, al desempeñar las diversas funciones de representante legal, propietario, empleador, acreedor y deudor, y arrendador o arrendatario; el empresario comienza con el establecimiento de

la empresa; no solo proporciona el capital necesario, sino que origina la idea, elabora y pone en funcionamiento el plan, y colabora con los colaboradores.

Leon Walras (1834-1910). Consideraba al empresario una figura importante; delineó cuidadosamente cuatro clases de factores productivos, estableciendo así el modo de la práctica moderna. Hizo la diferenciación de terratenientes, trabajadores y empresarios, con la importante diferencia que reconoció al capitalista aparte del terrateniente o el empresario. Sostuvo que, si bien en la práctica las funciones de capitalista y emprendedor pueden fusionarse con frecuencia, en teoría deben tratarse por separado a fin de promover un pensamiento claro sobre la naturaleza y las consecuencias de cada uno.

Alfred Marshall (1842-1924). Describió los elementos del ‘genio empresarial’ como el estado de alerta, el sentido de la proporción, la fuerza del razonamiento, la coordinación, la innovación y la disposición a asumir riesgos. Sostuvo que esta combinación de habilidades podría ser adquirida a través de la experiencia, pero no enseñada por la educación formal. La observación y la experiencia le dijeron que el ‘genio de los negocios’ estaba distribuido de manera desigual, y que las habilidades únicas recibían una especie de excedente, o renta. Pero a veces trataba a los empresarios como miembros de una clase y algunas veces como individuos (Hébert y Link, 2007).

La escuela americana

Francis A. Walker (1799 – 1875). Hizo hincapié en el hecho de que el empresario, como distinto del capitalista, es el principal agente de producción. Representó al empresario como un empleador de otros recursos económicos.

Frederick Hawley (1843-1929). Insistió en la separación funcional de empresario y capitalista. Afirmando que los hombres no arriesgan su capital por una cantidad de ganancias anuales que en un largo plazo de años simplemente establecerán sus pérdidas.

John Bates Clark (1847-1938). Presento la noción del empresario como la fuerza dinámica que mueve a la economía de regreso al equilibrio después de algunas perturbaciones todavía está muy viva en las teorías contemporáneas. Destaco la habilidad del empresario para asumir riesgos, incluso desarrollo una categorización de los riesgos que puede asumir un emprendedor.

Herbert J. Davenport (1861-1931). Reveló el primer intento cuidadosamente orquestado y sostenido de entender la economía desde el punto de vista del emprendedor. Sostuvo que la economía consiste en analizar y explicar las acciones de empresarios. En el análisis final, el empresario es un empleador de los factores de producción. Su recompensa, debería considerarse una subcategoría de salarios. Estrictamente hablando, se beneficia de un arreglo de alerta, no de pago por la labor de la superintendencia. Es un pago al emprendedor por la actividad emprendedora como tal. Este beneficio le va, verdaderamente, a quien asume el riesgo, pero no lo hace, por lo tanto, como compensación por el riesgo o en proporción a él.

Frank Knight (1885-1972). Sostiene que la función del empresario se vuelve primordial como agente especializado que reduce la incertidumbre. Esta incertidumbre no se divide fácilmente en compartimentos, ya que impregna todas las decisiones humanas. Pero ayuda a establecer un límite entre la gestión y el espíritu empresarial. La función del gerente no implica en sí misma el espíritu empresarial, pero un gerente se convierte en emprendedor cuando su desempeño requiere que ejerza un juicio que implica responsabilidad por el error (Tarapuez y Botero, 2007).

El renacimiento austríaco

Joseph A. Schumpeter (1883-1950). Distinguió al emprendedor como una figura clave para el desarrollo económico. Destaco la innovación como habilidad dinámica del emprendedor, que depende, por lo tanto, del liderazgo, no de la inteligencia, y no debe confundirse con la invención. La innovación y la invención requieren ‘tipos de aptitudes completamente diferentes’. Aunque los empresarios, por supuesto, pueden ser inventores al igual que pueden ser capitalistas, no son inventores por naturaleza de su función sino por coincidencia y viceversa. Además, la innovación, que es función de los empresarios llevar a cabo, no necesariamente tiene que ser ningún invento.

Ludwing Von Mises (1881-1973). Defendía que el desarrollo empresarial giraba alrededor de los empresarios, como actores principales que contribuye a dinamizar la actividad económica, los ahorradores y los técnicos son los encargados de transformar y perfeccionar los procesos de producción, para que los consumidores disfruten de mejores productos en las economías de mercado (Primo y Turizo, 2017).

Friedrich Hayek (1899-1992). Su teoría no se centra en el empresario en sí, sino en la importancia que tiene el mercado para transmitir la información requerida por los empresarios. El punto clave está en saber cómo los individuos obtienen la información, es decir, la existencia de una tendencia hacia el equilibrio económico implica que las expectativas que se forman los agentes económicos sean acertadas (Primo y Turizo, 2017).

Cuadro 1.

Perspectiva histórica del empresario

Roles del emprendedor	Autores
El emprendedor es la persona que asume el riesgo asociado con la incertidumbre	Cantillon, Thunen, Mangoldt, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole y Shackle.
El emprendedor es la persona que proporciona capital financiero	Smith, Turgot, Bohm-Bawerk, Edgeworth, Pigou y Mises
El emprendedor es un innovador	Baudeau, Bentham, Thunen, Schmoller, Sombart, Weber y Schumpeter.
El emprendedor toma decisiones	Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shackle, Cole y Schultz.
El emprendedor es un líder industrial	Say, SaintSimon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart, Weber y Schumpeter.
El emprendedor es un administrador o superintendente	Say, Mill, Marshall y Menger
El emprendedor es un organizador y coordinador de recursos económicos	Say, Walras, Wieser, Schmoller, Sombart, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter y Coase.

El empresario es el propietario de una empresa	Quesnay, Wieser, Pigou y Hawley.
El empresario es un empleador de factores de producción	Amasa Walker, Francis Walker, Wieser y Keynes.
El emprendedor es un contratista	Bentham.
El emprendedor es un árbitro	Cantillon, Walras y Kirzner.
El emprendedor es un asignador de recursos entre usos alternativos	Cantillon, Kirzner y Schultz.

Fuente. Hébert y Link (2007).

En el cuadro anterior (Cuadro 1), quien investiga, describe los roles que debe cumplir un emprendedor, analizado desde una perspectiva histórica. Así, se puede decir que un empresario entre otras es la persona que asume el riesgo asociado con la incertidumbre, la persona que proporciona capital financiero es un innovador, es quien toma decisiones, es un líder industrial, es un administrador o superintendente, un organizador y coordinador de recursos económicos, el propietario de una empresa, un empleador de factores de producción, un contratista, un árbitro, y un asignador de recursos entre usos alternativos

Contribuciones contemporáneas

Richard T. Elis (1854-1943) consideran que existen cuatro factores básicos de producción: mano de obra, tierra, capital y empresarios; y que a estos cuatro factores les corresponden las cuatro partes de distribución de lo producido: salario, arrendamiento, interés y utilidades. Esta concepción es básica, pues coloca al empresario en el sitio correcto y plantea que los recursos (humanos, físicos y financieros) sólo son funcionales en la medida que exista el empresario que los reúna, los asigne y los opere con conciencia empresarial (Varela, 2008).

Definen al empresario como la persona o conjunto de personas que toman para sí la tarea y la responsabilidad de combinar los factores de producción en una organización de empresas y de

mantener la organización en operación. El empresario organiza y opera una empresa para su utilidad personal; contribuye con su propia iniciativa, habilidad e ingenio para planear, organizar y administrar la empresa; toma para sí la oportunidad de ganar o perder y se enfrenta con circunstancias imprevistas e incontrolables (Varela, 2008).

David C. McClelland (1917-1998), formuló una teoría sobre las motivaciones humanas y las relaciones de éstas con el crecimiento económico. Sus ideas han sido usadas ampliamente, y muy específicamente en el área de desarrollo del espíritu empresarial. Indico que el empresario es alguien que ejerce control sobre los medios de producción y produce más de lo que consume con el fin de venderlo o intercambiarlo y lograr un beneficio propio (Robbins y Coulter, 2014).

Peter F. Drucker (1909-2005). Propuso que el trabajo del empresario es la maximización de oportunidades y, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia), más que el efectuar las actividades bien hechas (eficiencia), que es la labor fundamental de los gerentes; y se deben concentrar los recursos y los esfuerzos más en esas oportunidades empresariales que en los problemas gerenciales (Formichella, 2004).

Albert Shapero 81921-1985), Según él el proceso de formación de empresas ocurre en todos los países. Pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y del comienzo de otra. Pero aun dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso, que, aunque multivariado y complejo, también es reconocible y descriptible; pero no es posible manipularlo en formas simples, pues en este proceso intervienen muchas variables.

Aquí es donde muchas personas se equivocan, pues creen que tocando activamente una o dos variables se promueven el proceso empresarial. Para darle más solidez a su teoría, se aleja del análisis del empresario en sí y aborda un sistema que él denomina ‘evento empresarial’, y hace de éste la variable dependiente y deja como independientes al individuo o grupo empresarial y a los factores sociales, económicos, políticos, culturales y situacionales que afectan el proceso de formación de una empresa.

Operacionalmente, indica que el evento empresarial está marcado por las siguientes características: Iniciativa: la decisión de un grupo para identificar y llevar a cabo la oportunidad de empresa. Acumulación de recursos: el proceso de determinar las necesidades, conseguir y asignar los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios. Administración: la capacidad de

dar una organización y una dirección (gerencia) a la nueva empresa; o sea, aquellos que toman la iniciativa la convierten en realidad. Autonomía relativa: la libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización. Y Toma de riesgos: la disposición para enfrentar las recompensas o las pérdidas que la empresa produzca.

Shapero sostiene que el empresario debe tener como atributos toma de iniciativa; organización o reorganización de los mecanismos sociales y económicos para convertir los recursos y situaciones en hechos prácticos; capacidad de riesgo; autoconfianza (Varela, 2008).

Karl Vesper (1932), establece definiciones del empresario según distintos profesionales: para un economista, es alguien que reúne recursos, mano de obra, materiales y otros activos para generar unos productos de mayor valor mediante cambios, innovaciones y nuevos ordenamientos; para un empresario, es un competidor agresivo y una amenaza, mientras que para otro empresario, es un aliado, un cliente, un proveedor y un buen prospecto de inversión; para algunos políticos, el empresario es un rebelde, descarriado y muy difícil de controlar; pero otros lo ven como una persona que logra que las cosas se hagan; para un filósofo capitalista, es una persona que crea riqueza para él y para otros, que encuentra las mejores formas de utilizar recursos y reducir desperdicios, alguien que produce trabajos que otros están felices de conseguir (Vesper & Gartner, 1997).

Gordon Baty, define la función empresarial como la planeación, el montaje, el desarrollo, la motivación y el éxito de la empresa. Posteriormente, plantea que el éxito empresarial requiere un catalizador que él llama mente empresarial, y caracteriza a esta última como actitud poco compasiva pero no feroz; confianza en la intuición pero también en la racionalidad; capacidad de pensar táctica y estratégicamente; actitud que promueve la acción en el momento oportuno usualmente basado en información incompleta; conjunto mental que integra muchos hechos en un plan de acción; actitud que en definitiva indica: no vine sólo a jugar, vine a ganar (Baty, & Sommer, 2002).

Robert Ronstadt, describe el espíritu empresarial como el proceso dinámico de crear riqueza incremental. La riqueza es creada por individuos que asumen los principales riesgos en términos de capital, tiempo y compromiso personal para proveer valor incremental a sus productos o servicios. Este producto o servicio puede o no ser nuevo o único, pero el valor debe ser de alguna

forma infundido por el empresario, consiguiendo y asignando los recursos y las habilidades necesarias (Varela, 2008).

Jeffrey Timmons (1941), afirma que el espíritu empresarial es la habilidad de crear y construir algo a partir de casi nada; es un acto creativo propio del género humano. Es liberar la energía personal en el inicio y construcción de una empresa u organización, más que mirar, analizar o describir una. Es tomar riesgos calculados y luego hacer todo lo que sea posible para evitar la falla. Es la habilidad de constituir un grupo empresarial fundador que complementa las habilidades y los talentos del empresario líder. Es la destreza para percibir una oportunidad donde otros ven caos, contradicciones, confusiones y peligros.

Es poseer los conocimientos para identificar, acumular y controlar los recursos (a menudo propiedad de otros) y garantizar que no me falten cuando más los necesite. Los empresarios trabajan muy duro, impulsados por una sensación de compromiso muy intensa y una perseverancia muy alta. Ven la copa medio llena en vez de medio vacía. Luchan por la integridad. Se entusiasman con el deseo de compartir y ganar. Usan los fracasos como herramientas de aprendizaje y prefieren eficacia a perfección. Tienen enorme confianza en sí mismos, lo cual les permite creer que pueden afectar los resultados finales de las empresas y de sus vidas (Varela, 2008).

H. Stevenson (1941), plantea que el proceso empresarial es la búsqueda de una oportunidad, sin preocuparse de los recursos que se tienen actualmente bajo control. Afirma que es un estilo administrativo que engloba la búsqueda y el aprovechamiento de la oportunidad sin preocuparse de los recursos que se controlan en la actualidad. El empresario identifica oportunidades, reúne los recursos requeridos, implementa un plan de acción práctico y cosecha las recompensas en una forma flexible y oportuna (Stevenson, Roberts, & Grousbeck, 1994).

Venkataraman, considera que un líder empresarial es aquel que es capaz de imaginar una posibilidad futura de empresas dentro de una estructura de macrofuerzas y tendencias, toma las acciones necesarias para convertir ese futuro en una realidad actual y lo hace con un sentido de urgencia, sin limitarse por el conjunto de recursos que tenga a su disposición, con compromiso y flexibilidad durante el proceso de creación y con el propósito de hacer utilidad en el proceso. Asimismo, considera que la creación empresarial es el proceso de extractar y volver realidad una idea de una nueva empresa del entorno amplio de factores y de tendencias sociales, económicas,

tecnológicas y políticas con la ayuda de los recursos de que generalmente disponemos: talento, imaginación, energía, educación, tiempo y contactos (Venkataraman, 1997).

Kuratko y Hodgetts, definen al empresario como la persona que lidera el proceso dinámico de visión, cambio y creación. Para ello requiere la aplicación de toda su energía y su pasión hacia la creación e implementación de nuevas ideas y de soluciones creativas. Sus ingredientes especiales son: deseo de asumir riesgos calculados en tiempo, capital y carrera; la habilidad de conformar un equipo empresarial; las capacidades creativas para conseguir los recursos necesarios; la capacidad de desarrollar un plan de empresa integral; y, finalmente, la visión para reconocer la oportunidad donde otros ven caos, contradicción y confusión (Kuratko & Hodgetts, 1995).

Alan Gibb (1939), El componente 'motivación y determinación' se relaciona con todo el concepto de factores culturales y de entorno que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. Aspectos como el apoyo que se pueda obtener de la familia, de los socios, de las entidades de apoyo; la actitud de la sociedad frente al proceso empresarial; los objetivos personales; las políticas de gobierno; las facilidades para el establecimiento de la empresa; los logros que a lo largo de su carrera ha alcanzado el empresario, sus experiencias y, sobre todo, su compromiso integral en el proceso empresarial son elementos fundamentales (Gibb, 1990).

Rodrigo Varela (2008), señala que la formación de un empresario es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que contribuyen, con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida.

Un empresario posee dos tipos de competencias: las competencias de conocimiento, relacionadas con los conocimientos requeridos para el desarrollo de la empresa; y las competencias personales entendidas como las habilidades, comportamientos, actitudes y valores necesarios para convertirse en un empresario exitoso a lo largo del tiempo.

Adicionalmente el modelo contiene seis etapas en el proceso: la de formación en espíritu empresarial la de formación en generación y evaluación de ideas de negocio, la de evaluación de oportunidad de negocio, la de elaboración del plan de negocio, la del proceso de arranque y la de

crecimiento y desarrollo, cada una de ellas apoyadas en un proceso educativo y con recursos especialmente asignados, y todas interrelacionadas.

Para que el empresarismo funcione se necesita que las personas, los líderes empresariales, dispongan de unas competencias básicas en lo personal, o sea un conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción y de acción, que se denominan: el Espíritu Empresarial. Algunos autores estudiados por Varela y Bedoya (2006), señalan que las características de los empresarios exitosos son:

- Fuerza vital. Entendida como energía, fuerza, coraje, dedicación, emoción para sacar adelante sus ideas.
- Deseo de superación y progreso. Entendido como el principio de mejoramiento continuo, que los lleva a buscar siempre un estadio superior en sus actividades.
- Capacidad de identificar oportunidades. Entendido como la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural, comercial, tecnológico, etc. para poder encontrar nuevas oportunidades.
- Visión de futuro. Entendido como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.
- Habilidad creadora e innovadora. Entendida como la habilidad de encontrar múltiples formas de solución a los problemas.
- Aceptación y propensión al cambio. Entendida como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno dispone.
- Iniciativa. Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes que otros lo hagan.
- Libertad / Autonomía / Autogobierno. Entendidos como la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables. Es el no estar pensando en culpables o en benefactores.
- Capacidad de toma de decisiones con información incompleta. Entendida como la habilidad de aceptar que en la vida casi nunca se tienen a mano todos los datos, y que especialmente el cambio exige decisiones bajo incertidumbre.
- Convicción de confianza en sus facultades. Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.

- Actitud mental positiva hacia el éxito. Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.
- Compromiso / Constancia / Perseverancia. Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos.
- Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos. Entendida como el valor y el arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios riesgosos.
- Capacidad de realización. Entendida como el pragmatismo necesario para llevar a cabo los proyectos.
- Capacidad de administrar recursos. Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos de que se disponga.
- Practicabilidad y productividad. Entendida como hacer bien lo que se debe hacer.
- Capacidad de control. Entendida como la capacidad de supervisión y de control de los recursos y las situaciones.
- Inconformismo positivo. Entendido como el aceptar que lo existente es bueno, pero que es sujeto de mejora, es decir, que hay camino de progreso y mejoramiento.
- Soluciones y no problemas. Entendida como la capacidad de pasar de la problemática a la solución ática, del diseño al hecho, de la teoría a la práctica.
- Responsabilidad / Solidaridad / ética. Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza, que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente al egoísmo que a veces nos cobija.
- Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Entendida como la capacidad de percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.
- Liderazgo. Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.

En el cuadro siguiente (Cuadro 2), se presenta tres facetas históricas del emprendedor, el emprendedor especulador, el cual según este enfoque se destacaba por la ambición, la toma de

riesgos, y por ser quien aprovecha las oportunidades. El emprendedor Innovador, según este enfoque además de las habilidades del especulador, este emprendedor se caracteriza por la innovación. Y un último enfoque que es el del proceso empresarial, el cual tiene todas las habilidades relacionadas, pero, además, posee capacidad administrativa.

Cuadro 2.

Evolución histórica de la noción de empresario

Enfoque Emprendedor Especulador 1755-1873		Enfoque Emprendedor Innovador 1873-1950	Enfoque del proceso empresarial 1950-1985
Richard Cantillon François Quesnay Nicholas Baudeau Adam Smith	Jean Baptiste Say Antoine Destutt de Tracy Henri de Saint- Simon David Ricardo Jeremy Bentham John Stuart Mill	Johann Heinrich von Thünen Hans von Mangoldt Leon Walras Alfred Marshall Joseph Schumpeter	David McClelland Peter F. Drucker Albert Shapero Robert Ronstadt Jeffrey A. Timmons Rodrigo Varela
Asumir riesgos Ambición	Ambición Tomar riesgos Aprovecha oportunidades	Ambición Innovador Tomar riesgos Aprovecha oportunidades	Ambición Innovador Tomar riesgos Aprovecha oportunidades Capacidad administrativa

Fuente. Realización propia.

Desarrollo empresarial

Etimológicamente desarrollo es una palabra que se forma a partir del prefijo des- que indica la aplicación de una acción, y del verbo enrollar. Por lo tanto, desarrollar implica la acción contraria a enrollar, como desplegar o extender. El desarrollo es la sucesión, el desenvolvimiento o la evolución de un fenómeno de acuerdo con sus posibilidades y potencialidades. El desarrollo se refiere a la acción de ir de un punto de partida a un punto meta en un periodo de tiempo, siendo el punto meta un estado superior y cualitativamente mejor al punto de partida.

Para el tema que nos compete el fenómeno es la empresa; así pues, el desarrollo empresarial implica la creación de la empresa, y luego del nacimiento de esta, involucra todas aquellas estrategias y acciones que se proponen y ejecutan, para el crecimiento y la mejora en cualquier factor crítico de éxito de esta. El logro de este objetivo va a requerir de las fortalezas del empresario y su personal, para poder alcanzar mejores resultados y sostenibilidad para la compañía. Igualmente, el desarrollo empresarial enfrenta el entorno de la empresa apoyándose en la innovación, para encontrar soluciones a las situaciones que pueden representar una oportunidad o amenaza.

Por otro lado, el desarrollo empresarial implica acción, cambio, y mejora. Es decir, busca implementar acciones que impliquen la óptima administración de los recursos, la capacitación del personal, aumento de la productividad, mejora de procesos, y aumentar la presencia de esta en el mercado a través de cambios en sus productos, servicios y procesos; de manera que fomenten cambios innovadores, que fortalezcan la empresa e incrementan su desempeño, y crecimiento sostenible, generando capacidades para la adaptación de las empresas a diversos cambios que presenta un escenario competitivo incierto (Varela y Bedoya, 2006; Gonzalez, 2014; Ortiz, et al 2020).

Se puede decir entonces que el desarrollo empresarial implica creación, acción, cambio, y mejora, es llevar la empresa desde la iniciativa de un emprendedor a un estado superior cualitativa y cuantitativamente. Involucra también, la formulación e implementación de todas aquellas estrategias y acciones que hagan posible el crecimiento y la mejora en cualquier factor crítico de éxito de esta, y en el marco del entorno empresarial.

Es importante destacar, que el crecimiento empresarial está más ligado al aumento en tamaño, al aumento cuantitativo, y pone el acento en lo tangible; las cantidades; el corto plazo; los resultados; y la productividad. Por su parte el desarrollo empresarial es el aumento de la capacidad funcional, es un mejoramiento, un aumento cualitativo, que se enfoca más en aspectos intangibles; pone el énfasis en la calidad; el largo plazo; el proceso; y la creación de valor.

Así pues, el desarrollo empresarial involucra innovación, gestión del cambio, y mejora continua, es llevar la empresa desde la iniciativa empresarial plasmada en la idea de negocio, a un estado superior cualitativa y cuantitativamente. Implica igualmente, el diseño y ejecución de estrategias

y acciones que hagan realidad el crecimiento y la mejora en cualquier de los recursos y las capacidades de la vida empresarial (Díaz, 2014).

A partir de lo anterior, se pudiera decir que no existiría crecimiento sin desarrollo empresarial, y que incluso el uno depende del otro. O como lo plantea Folch (1999. Citado por Ortiz, et al. 2020), el crecimiento económico es un factor clave que permite generar las condiciones para el desarrollo, si el objetivo del crecimiento fuera el crecer en sí mismo, el desarrollo no estaría asegurado, puesto que existen límites físicos del crecimiento que ponen en riesgo el desarrollo; pero así mismo, el desarrollo en algún momento requerirá de un tamaño (de mercado, musculo financiero, capacidad de planta, plataforma tecnológica) que le permita generar algunas condiciones necesarias para la innovación y la sostenibilidad.

Igualmente, habría que entender que estos no son procesos estáticos que se dan una vez en el ciclo de vida de la empresa. Sino más bien, son procesos dinámicos que se van rotando de forma permanente el discurrir de la existencia de la empresa, generando lo que se podría denominar un continuo de crecimiento desarrollo, o viceversa un continuo desarrollo crecimiento. Que debe ser gestionado por las figuras del gerente y el emprendedor.

Las responsabilidades de la gerencia se enfocan en actividades administrativas y empresariales. Las actividades administrativas se refieren a aquellas que favorecen la disminución de costos o el evitar pérdidas; mientras que las empresariales hacen referencia a aquellas que generan un mayor valor, como la creación de nuevos negocios, productos o servicios (Chandler, 1991; Foss, 1997).

El equipo de alta dirección en el nivel corporativo desempeña tres tipos de funciones corporativas: definición del portafolio, gestión interna y gestión externa. La definición del portafolio se refiere a la manera en que se compone el conjunto de negocios, es decir, se centra en preguntas como ¿en qué negocios estamos?, ¿en cuáles queremos estar? La gestión interna se refiere a la definición de la estructura, la asignación de recursos, el control del desempeño, la centralización de actividades y la participación en la definición competitiva de los negocios. Mientras que la gestión externa se refiere a las actividades definidas por ley y a las de representación ante diferentes grupos de interés (Londoño, 2003; Montoya, 2015).

Emprendimiento, ciclo de vida, y desarrollo empresarial, tiene una clara vinculación. mientras que el crecimiento empresarial está más ligado al aumento en tamaño, al aumento cuantitativo, y pone

el acento en lo tangible; las cantidades; el corto plazo; los resultados; y la productividad. Por su parte el desarrollo empresarial es el aumento de la capacidad funcional, es un mejoramiento, un aumento cualitativo, que se enfoca más en aspectos intangibles; pone el énfasis en la calidad; el largo plazo; el proceso; y la creación de valor. En especial el desarrollo empresarial se visibiliza muy claramente mediante la metáfora del ciclo de vida de la empresa, donde se puede ver la evolución de una compañía desde la introducción, el crecimiento, la madurez, y el declive.

Por otro lado, el desarrollo necesita del crecimiento empresarial y viceversa; sin embargo, estos no son fenómenos estáticos, sino más bien representan un continuo donde los dos procesos se retroalimentan; los cuales requieren ser planificados o al menos gestionados y es aquí donde la gerencia y el emprendimiento juegan papeles determinantes. Por su parte el gerente procura evitar las pérdidas y es quien coordina para que el sistema (modelo de negocio), este funcionando; mientras el emprendedor es quien evita la etapa de declive y realiza el pivotaje al modelo de negocio identificando nuevas oportunidades de mercado.

Discusión y Conclusiones

El análisis permite concluir que el empresario es una figura indispensable en la teoría económica y en la práctica de la gestión empresarial. Lejos de ser un concepto estático, su definición ha evolucionado en función de los retos históricos y de las transformaciones del sistema productivo. La revisión muestra que, si bien el crecimiento empresarial se centra en indicadores cuantitativos, el desarrollo empresarial implica una visión cualitativa orientada a la innovación, la sostenibilidad y la creación de valor social (Díaz, 2014; Ortiz et al., 2020).

En este sentido, el empresario contemporáneo debe ser entendido como un agente estratégico capaz de articular recursos, generar innovación y liderar procesos de cambio. La transición de la visión especuladora a la innovadora, y de esta a la orientada al proceso empresarial, refleja la necesidad de un empresarismo que responda a los desafíos actuales de la globalización, la digitalización y el cambio climático.

Como líneas futuras de investigación se sugiere profundizar en el papel del empresarismo en el contexto latinoamericano, explorando sus vínculos con la sostenibilidad, la transformación digital y las nuevas dinámicas de competitividad global.

Referencias

- Baty, G., & Sommer, B. (2002). True then, true now: A 40-year perspective on the early-stage investment market. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 4(4), 289-293.
- Chandler, A. (1991). The Functions of the HQ Unit in the Multibusiness Firm. *Strategic Management Journal*, 12, 31-50.
- Díaz, J. G. (2014). Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial. *Aglala*, 5(1), 86-106.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.
- Foss, N. J. (1997). On the Rationals of Corporate Headquarters. *Industrial and Corporate Change*, 6(2), 313-338.
- Gibb, A. (1990). Entrepreneurship and intrapreneurship – exploring the differences. In *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship*. Aldershot: Gower.
- Hébert, R., & Link, A. (2007). Historical perspectives on the entrepreneur. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 2(4), 261-408.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (1995). *Entrepreneurship: A contemporary approach*. Dryden Press.
- Montoya, L. M. R. (2015). El equipo de alta gerencia en una empresa multinegocios. Caso Suramericana SA. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23(33), 121-133.
- Ortiz, L., Sánchez, L., Ferrer, N., & Angulo, R. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 233-253.
- Primo Tapia, W., & Turizo Tapia, H. (2017). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), 15-52.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Pearson.

- Stevenson, H., Roberts, M., & Grousbeck, H. I. (1994). *New business ventures and the entrepreneur*. Irwin.
- Tarapuez Chamorro, E., & Botero Villa, J. J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, julio-diciembre, 39-63.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 91-111.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas* (3.^a ed.). Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3(1), 119-138.
- Vesper, K. H., & Gartner, W. B. (1997). Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 403-421.



Universidad
del Tolima

Construimos la universidad que soñamos



ACREDITADA
DE ALTA CALIDAD

**Instituto de Educación
a Distancia**



@idead.ut



@ideadUT



@idead_ut



@idead.unitolima