

Artículo de revisión



Complejidad de la responsabilidad social empresarial del turismo en el ámbito de la construcción de paz en Colombia

Complexity of corporate social responsibility of tourism in the field of peacebuilding in Colombia

Carlos Arturo Tellez Bedoya¹

1. *Magister en administración de la Universidad Nacional de Colombia*. Profesor en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. <https://orcid.org/0000-0002-4568-0690> carlosarturo156@hotmail.com

Clasificación JEL: **M14, L83**

Recibido: **17/01/22** Aprobado: **15/03/22**

Cómo citar este artículo

Tellez-Bedoya, C.A. (2022). Complejidad de la responsabilidad social empresarial del turismo en el ámbito de la construcción de paz en Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. 18(34) <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i34.3867>

Resumen. El objetivo de este artículo es analizar la producción académica, reflexionando acerca de cómo las empresas turísticas colombianas pueden realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) orientadas a la construcción de paz a partir de la complejidad. La metodología empleada fue primordialmente de carácter cualitativo, aproximándose a través del método inductivo al análisis de la literatura con base en la propuesta de Morin, en especial, los principios propuestos desde el pensamiento complejo. Se evidenció que la complejidad es un concepto con capacidad de contribuir a la integración de las nociones de RSE y paz, por ende, las organizaciones pueden aportar a la construcción de paz en la medida en que: comprenden su relación e impactos en el entorno; afianzan una cultura organizacional basada en valores identitarios; comprenden los cambios como parte de la naturaleza en la evolución de la empresa, y reconoce que el resultado de ellos se manifiesta en la organización informal y las relaciones dialógicas de la estructura formal.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, turismo, complejidad, paz, cultura de paz.

Abstract. The objective is analyze academic production, reflecting on how Colombian tourism companies can carry out Corporate Social Responsibility (CSR) actions aimed at building peace, based on complexity. The methodology used was primarily qualitative in nature, approaching through the inductive method the analysis of the literature based on Morin's proposal, especially, the principles proposed from complex thought. It was evidenced that complexity is a concept with the capacity to contribute to the integration of the notions of CSR and peace, therefore, organizations can contribute to the construction of peace to the extent that: they understand their relationship and impacts on the environment; they strengthen an organizational culture based on identity values; They understand changes as part of nature in the evolution of the company, and recognize that the result of them is manifested in the informal organization and the dialogic relationships of the formal structure.

Keywords: Corporate social responsibility, tourism, complexity, peace, culture of peace.

Introducción

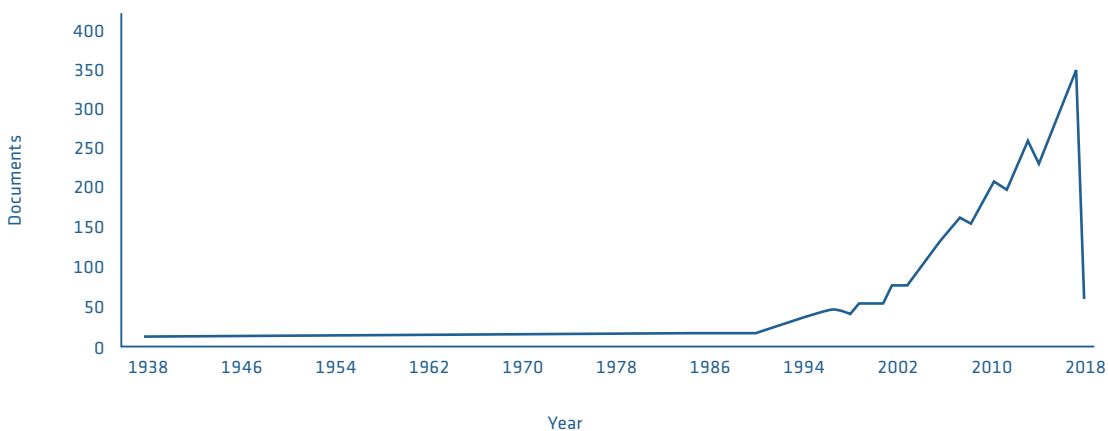
El turismo es un fenómeno social, económico y cultural complejo y multideterminado. Involucra el relacionamiento con diversos actores de la sociedad, al igual que comprende el impacto con variables como la violencia y la paz. Es claro que la paz dinamiza diversas actividades y el turismo posee una relación intrínseca con ella, por un lado, aporta a la reconstrucción de los Estados así como se requiere de un contexto seguro (en paz) para que los viajeros lleguen a sus destinos y puedan disfrutar los diferentes atractivos que tienen dichos espacios. En este sentido, Sharma et al. (2018) enuncian que los turistas eligen su destino vacacional teniendo en cuenta que este no se encuentre en un entorno violento que les genere preocupaciones.

Desde el punto de vista económico, en un contexto de paz el impacto en el crecimiento turístico es positivo, tanto por la generación de divisas como de empleo. Organismos multilaterales como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Mundial del Turismo (OMT), el programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Unión Europea (UE) asumen el turismo “como una herramienta potencialmente importante para la diversificación y regeneración económica, la reducción de la pobreza, la estabilidad (en el) posconflicto, (la) recuperación socioeconómica e integración y paz multilateral” (Novelli et al., 2012, p.1447). Asimismo, el turismo, especialmente la hotelería y los restaurantes, podrían haber ganado hasta USD 742.000 millones en 2008 si hubiera existido paz (Prandi y Lozano, 2010). Estos resultados también han sido reafirmados por el estudio econométrico de Neumayer (2004), quien mostró la incidencia de las violaciones a los derechos humanos, los conflictos y otra violencia política en la llegada de turistas.

Llama la atención que aún hoy se presentan diversos casos donde las empresas prefieren continuar en contextos de violencia y no aportar a la construcción de paz. En este sentido, Mueller-Hirth (2017) ilustra como las multinacionales han exacerbado conflictos armados al financiar ciertos movimientos políticos, comerciar bienes y subcontratar empresas de seguridad, así como, las empresas extractivas han sido acusadas de intensificar guerras civiles, desplazar comunidades, ocasionar graves impactos ambientales y sociales. Las razones por que las empresas prefieren apoyar la violencia tienen que ver con la percepción de la paz como una amenaza para sus ingresos por posibles acciones de redistribución de la tierra, internalización del conflicto y la existencia de oportunidades de seguridad más lucrativas en un entorno violento (Observatorio de Construcción de Paz, 2012).

La RSE en una oportunidad para las empresas, en especial del turismo, para demostrar que son actores sociales proactivos que contribuyen al desarrollo y que no solo son agentes de derechos, sino también de deberes, aportando más allá del cumplimiento de la ley, y actuando de conformidad con los impactos que tienen en el entorno. En el contexto actual de Colombia, luego de la firma del “Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera”, el rol empresarial es más destacable, ya que, a pesar que desde los ochentas han existido antecedentes de movilizaciones, iniciativas y políticas empresariales por la paz (Ramírez, 2011; Rettberg, 2019) este tema ha evolucionado durante los últimos años y hoy es vital para que las zonas más afectadas por el conflicto armado no retornen a la violencia.

Por otro lado, la complejidad es un concepto, que, si bien puede tener interpretaciones heterogéneas, aporta al desarrollo del conocimiento como una perspectiva científica y metodológica que facilita la integración de diferentes campos disciplinares al análisis de un objeto de estudio. Morin (1981) entiende la complejidad como una “ciencia de la ciencia (...) no busca el conocimiento general ni la teoría unitaria” (p. 28), por ende, facilita la aproximación a nociones como la RSE y la paz a través de una perspectiva holística. Este campo de estudio posee pocas publicaciones en revistas de alto impacto (figura 1) y alguna de la documentación muestra cierta confusión refiriendo a la complejidad sólo como sinónimo de algo difícil o heterogéneo, más no como un campo que aborda el estudio de los sistemas y que propende por la comprensión de las interrelaciones que se presentan en los mismos a partir de sus componentes orden-desorden-organización.

Figura 1. Publicaciones sobre complejidad en violencia-paz 1938-2022

Nota. Datos extraídos de la base de datos Scopus (ELSEVIER, 2022) a partir de la ecuación de búsqueda: (complejidad OR "Pensamiento complejo" OR complexity OR "Complex thinking") AND (paz OR violencia OR peace OR violence). Fuente: elaboración propia.

Teniendo esto en cuenta, este trabajo busca analizar la producción académica, reflexionando acerca de cómo las empresas turísticas colombianas pueden realizar acciones de responsabilidad social orientadas a la construcción de paz, a partir de la complejidad. Para ello, a continuación, se presenta un breve contexto teórico que expone la relación entre el turismo y paz, la propuesta de diseño metodológico y, posteriormente, los resultados y conclusiones.

El nexos entre turismo y paz

Frecuentemente, el turismo ha sido impactado por la violencia. Según la OMT, en Europa durante 1985 se produjeron pérdidas en 105.000 millones de dólares, además, el 54% de los turistas a este continente canceló su reserva por dicho motivo. En el Tíbet, se redujo en 95% las visitas entre 1989 y 1990, luego de que un turista fue asesinado en Katmandú. En San Cristóbal de Chiapas para 1994 disminuyó el turismo en 70% después del levantamiento indígena en protesta contra el NAFTA, que produjo 500 muertes. En Sri Lanka, el conflicto con los Tigres de Liberación de Tamil Eelam, conllevó entre 1983 y 1995, la disminución en la llegada de al menos un 20% de visitantes extranjeros. En Gambia, tras el golpe de estado en 1994, se produjo una caída en las llegadas de visitantes del 94%; y en medio de la guerra civil de Irlanda el turismo cayó 80% entre 1967 y 1976 (Buultjens et al., 2016; Ryu, 2019; Khalid et al., 2020; Nelson, 1999; Sharma et al., 2012; Sönmez, 1998; Wohlmuther y Wintersteiner, 2013).

Del mismo modo, la información de seguridad que proviene de los medios de comunicación, las agencias de viaje y diversos entes gubernamentales y no gubernamentales influyen en que el turista decida viajar a ciertos destinos, sin embargo, también es relevante el poder de estas organizaciones a la hora de efectuar cambios importantes en las percepciones de los visitantes acerca de los Estados en posconflicto. Este tipo de información influye en la reputación de un país, ya que "los mercados emisores analizan los riesgos que implica viajar a territorios con conflicto armado o actos violentos en general, y realizan instrucciones a determinados destinos" (Menchero, 2018, p. 418). Por ejemplo, en Sri Lanka, tras un bombardeo en el aeropuerto internacional de Colombo se generaron advertencias de viaje masivas con el subsecuente impacto negativo; en Reino Unido, luego que la Unidad de Asesoramiento de Viajes del Extranjero emitiera varias advertencias de viaje rigurosas contra este país, disminuyó la cantidad de visitantes. De manera opuesta, en Turquía, luego que se

firmara un alto al fuego con el Partido de los Trabajadores de Kurdistán (PKD), logró recuperarse la disminución de visitantes extranjeros que se había originado por el enfrentamiento (Sönmez, 1998; Wohlmuther & Wintersteiner, 2013).

No solo la paz es un requisito para que el turismo se desarrolle, sino que el turismo puede conllevar que se motive la construcción de paz desde su influencia en el ámbito cultural. El turismo aporta a la paz a través de la sensibilización en tópicos como el respeto a los derechos humanos, el entendimiento de las diferencias interculturales, la comprensión de los problemas globales y la abolición de cualquier forma de violencia, aumentando los niveles de cooperación internacional, al tiempo que fomenta la integración entre la ciudadanía, especialmente, turistas y comunidades (Mishra & Verma, 2017; Sharma et al., 2018). En otras palabras, el turismo impacta directamente la construcción de una cultura para la paz.

Siguiendo esta perspectiva, históricamente se vienen haciendo una serie de eventos que proponen la discusión en cuanto a los aportes del turismo a la paz mundial. El primero de ellos data de 1929, donde se propuso como temática central “viajes por la paz” por parte de la Asociación Británica de Viajes y Vacaciones; luego, en 1967, la Organización de Naciones Unidas (ONU) planteó como lema del año “Turismo: pasaporte a la paz”. En 1980, la Organización Mundial del Turismo (OMT) hizo una declaración en Manila resaltando el rol del turismo como fuerza vital para la paz mundial; en 1988, se llevó a cabo la primera Conferencia Mundial “El turismo: una fuerza vital para la paz” y, en 2008, se creó el Centro Internacional para la Paz a través de la Investigación del Turismo y la primera revista sobre el tema denominada “Revista de Investigación sobre el Turismo y la Paz” (Carbone, 2017; Mishra y Verma, 2017; Wohlmuther y Wintersteiner, 2013). Sin duda alguna, uno de los eventos que quizás tiene mayor recordación fue la Campaña de Paz Olímpica durante el 2012 en Londres, que se creó para gestionar una tregua olímpica a través de iniciativas como: un minuto de silencio por la paz mundial, patrocinio a un joven por cada una de las 40 zonas en conflicto, y una caminata por la paz, que a pesar de no ser tan exitosa se consideró como un esfuerzo de carácter simbólico útil para la reconciliación global (Wohlmuther y Wintersteiner, 2013).

El turismo depende de la paz. En palabras de Rueda y Bonilla (2017) la relación entre el turismo y la paz es explícita y transdisciplinar, abordando la paz en el turismo y el turismo de paz. La interacción entre estas nociones también está dada a través de diversas iniciativas de RSE como museos de paz, rutas de paz y acciones directas enfocadas al tejido social por parte del empresariado. Específicamente, en estos dos primeros puntos sobresalen como casos: la ruta de paz que recuerda las atrocidades de la Primera Guerra Mundial en Italia, Austria y Eslovenia y las giras conmemorativas con este mismo motivo visitando los campos en Francia y Bélgica; la ruta de paz en los campos donde se presentó la guerra de los treinta en Alemania y de los ochenta entre España y los Países Bajos, dando origen a la Paz de Westfalia; el Museo Internacional de la Paz de Dayton, que muestra el proceso de negociaciones que concluyó con el Acuerdo de Paz entre Bosnia y Herzegovina; la apertura de museos de paz y parques de paz en Hiroshima y Nagasaki (Wohlmuther y Wintersteiner, 2013). Todos estos lugares tienen en común la emisión de un mensaje al turista y a las comunidades locales de reconciliación entre los actores y, por ende, perdón a los victimarios.

A partir de esta promoción del turismo como constructor de paz han surgido como tendencias vinculadas al tema el turismo negro y el turismo fénix. El primero también se denomina tanatoturismo, fue conceptualizado en los noventa y comprende los traslados a un destino para conocer el contexto en el que se han efectuado crímenes y muertes, especialmente a través de la visitas a cementerios, campos de batalla, mausoleos, sitios donde tuvieron lugar masacres u hogares de celebridades fallecidas (Kelly, 2002; Rueda y Bonilla, 2017). Dicha mirada ha sido criticada, ya que se ha entendido que, generalmente, se actúa morbosamente frente a la situación violenta y se usa como herramienta de mercantilización de la muerte. En segundo lugar, el turismo fénix o también conocido como turismo

de memoria hace énfasis en la posibilidad de reconciliación basándose en un doble enterramiento, donde el primer enterramiento se considera un proceso triste, mientras que el segundo contribuye a movilizar a la persona a la tierra de los ancestros, consolidándose como un proceso festivo porque la persona trasciende a convertirse en un ancestro familiar (Rueda y Bonilla, 2017).

Turismo y paz en Colombia

En el país, es indisoluble el vínculo entre turismo y paz. De hecho, acciones como las caravanas turísticas y el fortalecimiento policial conllevaron un mejoramiento en la percepción de seguridad y, por ende, afectaron positivamente la creencia del viajero, al igual que, la firma del Acuerdo de Paz trajo un crecimiento en el número de visitantes extranjeros del 27% y dio origen a la estrategia de turismo, paz y convivencia que, durante el gobierno de Juan Manuel Santos, vinculó diversas áreas geográficas del país impulsando la reconciliación entre las comunidades, los excombatientes, los turistas y otros actores inmersos en el conflicto armado (Menchero, 2018).

El marco legal en Colombia ha jugado un rol esencial para articular el desarrollo del turismo a la paz. En este sentido, vale la pena resaltar: a) la Política Turística para una Sociedad que Construye la Paz, formulada por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo durante el 2000, buscando la reactivación del sector a través de programas de oferta de las regiones que fueron impactadas por el conflicto armado y que tenían potencial ecoturístico; b) el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 Prosperidad para Todos, que identificó al turismo como un sector potencial para mejorar la competitividad del país y buscó transformarlo en un motor de desarrollo en las regiones a partir de la institucionalidad, el mejoramiento de la calidad, la formalización, el fortalecimiento de competencias en el talento humano, la mejora en infraestructura y conectividad, el desarrollo de productos turísticos especializados, la optimización de la promoción de servicios a segmentos especializados, el desarrollo de iniciativas que promuevan la sostenibilidad, al igual que impulsar la inversión en el sector; c) el “Plan Sectorial de Turismo 2014-2018: Turismo para la construcción de paz”, que se orientó a posicionar al país como destino sostenible y sustentable, con una oferta diversa y servicios altamente competitivos que dinamizan la construcción de paz en el ámbito local (Instituto de Turismo del Meta, 2014); e) el Acuerdo de Paz entre el gobierno y las FARC, que impulsa acciones relacionadas directamente con el turismo como: el desminado de ciertas áreas geográficas que pueden aprovecharse de manera turística, la creación de cooperativas por parte de los excombatientes vinculadas al turismo u otros sectores conexos y la formación y empleabilidad de estos actores, las víctimas y las comunidades en gestión turística.

Como se mencionó previamente, la estrategia gubernamental “turismo, paz y convivencia” sin duda alguna ha sido la más relevante hasta la fecha, buscando replicar soluciones a partir de experiencias exitosas de construcción de paz en las regiones, como el Eje Cafetero e iniciativas como la propuesta por VallenPaz, que trabaja en el desarrollo de los pequeños agricultores en las regiones más impactadas por el conflicto armado del sur occidente del país (Ministerio de Comercio, s. f). Esta estrategia se diseñó a través de una metodología que incorporaba experiencias piloto identificando regiones que tuvieran algún desarrollo turístico –Camino a Teyuna (Santa Marta), la Serranía de la Macarena (Meta), Putumayo y Urabá (Antioquia y Chocó)– con vinculación de las comunidades, donde se pudiera garantizar la prestación del servicio en seguridad, a la vez que se llevaran a cabo actividades que fomentaran la paz y convivencia, posibilitando la reconciliación con la comunidad y la naturaleza (Ministerio de Comercio, s/f). Infortunadamente, el gobierno de Iván Duque no ha avanzado de manera importante en la estrategia, tal como se puede evidenciar en la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

En cuanto a estudios enfocados en el turismo y paz en el ámbito nacional se destacan los realizados, precisamente, en las zonas previamente enunciadas por el gobierno, es decir, en el Urabá, Camino a Teyuna y la Serranía de la Macarena. En relación con la Macarena se documentó que al finalizar

la zona de distensión logró convocar a la ciudadanía para que, a partir del impulso del turismo, se buscara un mecanismo alternativo de desarrollo. Para la época, se capacitaron a 33 guías turísticos y se creó Biomacarena, no obstante, por la ausencia de reglamentación del principal atractivo turístico Caño Cristales, se cerró durante el 2004 (Rueda y Bonilla, 2017). Para el 2009 ya se disponía de dos hoteles, tres restaurantes, 10 guías y tres agencias turísticas; hacia el 2016 estas cifras aumentaron a 20 hoteles, 12 restaurantes, 93 guías y 18 agencias de viaje, vinculando alrededor de 600 familias a esta actividad (Rueda y Bonilla, 2017).

Hoy en día, en la Macarena se realiza un proceso de turismo con participación comunitaria, al cual se han integrado diversos actores de la sociedad, incluyendo excombatientes, que trabajan articuladamente en pro de fortalecer el desarrollo del municipio. Desde allí, incluso se cuenta con apoyo y observación de organismos internacionales, especialmente, con la promoción de Caño Cristales. Otro caso documentado en el país es el de Santa Marta, específicamente, en Teyuna. En este sitio existían diversos grupos paramilitares, que tras su reincorporación han asumido el turismo como una alternativa de empleo, convirtiéndose en guías, cocineros, hoteleros o mototaxistas (Naef y Guillard, 2019).

También se encuentra el caso de Urabá, que ha sido una de las zonas de mayor conflicto en el país por la disputa de varios grupos armados al margen de la ley y, en particular, por la violencia paramilitar, pero hoy en día cuenta con un proceso de reconciliación en marcha donde el turismo ha jugado un rol definitivo a partir de tres proyectos: a) el Centro Ecoturístico y Arqueológico El Carlos, ubicado en Necoclí, logrando vincular a 22 familias, que antes participaban en el narcotráfico y el paramilitarismo; b) Las posadas del Río en San Francisco, ubicadas en Acandí, donde se ha constituido un centro ecoturístico para 35 familias y funciona como un corredor de fauna y flora, hay avistamiento de monos aulladores y titis; c) Playa Caná, ubicado en Acandí es un centro que ha vinculado a personas desplazadas por la violencia, facilitando su retorno a los territorios (Wohlmuther & Wintersteiner, 2013). Actualmente se evidencia la presencia de laboratorios de paz vinculados al turismo en algunas de las regiones más afectadas por el conflicto armado, los cuales se profundizarán en la medida en que sea exitoso el proceso de reintegración de los excombatientes de las FARC y se continúe velando por el establecimiento de modelos que contribuyeron a la reconciliación de todos los actores, poniendo especial relevancia en las víctimas.

De hecho, el 24% de los excombatientes de las FARC mostró interés en ser guía turístico (Van Broeck et al., 2019), aspecto que representa un reto para el gobierno, el empresariado y toda la sociedad en su conjunto y que, tomando como referencia la experiencia de otros países, posibilitaría la inclusión social, incidiendo positivamente en la identidad sociocultural de las regiones, en aras que se transformen las zonas rojas en áreas de desarrollo económico y, por supuesto, de paz (Crespi-Vallbona et al., 2018).

Además, en los Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación (ETCR) se vienen llevando a cabo proyectos relacionados con el turismo y, específicamente, el ecoturismo, resaltando propuestas de senderismo y trekking. El caso más divulgado por los medios ha sido el del ETCR Miravalle, el cual desarrolla un proyecto de rafting con excombatientes capacitados y certificados para liderar expediciones en el río local. Igualmente, en el ETCR Buena Vista y Pondores poseen réplicas de campamentos guerrilleros para aquellos que quieren visualizar la experiencia de cómo vivían estos actores en la época de violencia (Bautista, 2018; Van Broeck et al., 2019). Sin embargo, ya que estas propuestas no han recibido apoyo gubernamental necesario y muchos proyectos ofertados no tienen estudios de factibilidad previos, aún se desconoce si pueden transformarse en experiencias exitosas de construcción de paz desde el turismo.

Hoy por hoy el turismo representa en el país el segundo generador de divisas y en el mediano plazo podría convertirse en el primero, sin embargo, han existido pocas investigaciones que se enfoquen

en conocer la percepción acerca del Acuerdo de Paz y su incidencia en el turismo, orientadas al empresariado. A nivel general, los estudios sobre el tema dan cuenta de que: a) no se ha documentado un porcentaje relevante de empresas turísticas que hubieran recibido un impacto directo del conflicto armado y derivado de esto no se visibiliza mayor proactividad a la hora de actuar en el marco del posconflicto; b) la mayoría de empresarios han afirmado que están de acuerdo con la negociación con las FARC, aspecto que denota un panorama positivo en relación con la implementación del Acuerdo al interior de estas organizaciones; c) parte del empresariado no tiene claridad en cuanto a la conceptualización y acciones correspondientes derivadas del posconflicto y su diferenciación con la construcción de paz, por ende, puede generarse cierta limitación a la hora de llevar a cabo acciones de RSE; d) los empresarios son más proclives a trabajar en alianza con las comunidades locales y en caso de vincular laboralmente a algún actor del conflicto se preferiría a las víctimas y la comunidad local, iniciativas que son loables y que a futuro representan retos destacables en materia de responsabilidad social (Restrepo et al., 2019; Tellez-Bedoya, 2018b; Wohlmuther y Wintersteiner, 2013).

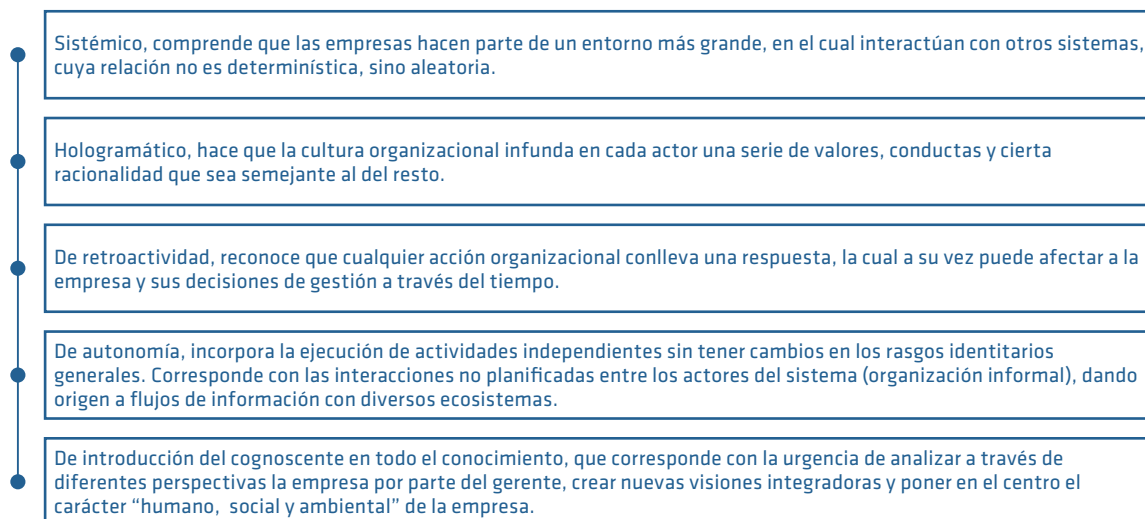
Metodología

El diseño de la investigación tuvo primordialmente un enfoque de carácter cualitativo, sin dejar de lado el análisis de datos cuantitativos que fueran útiles para el estudio. A través del método inductivo se buscó analizar la producción académica de fuentes secundarias como Google Académico, Scopus, Redalyc y Latindex relacionada con: RSE y construcción de paz; turismo y paz; turismo, RSE y complejidad. De esta manera, se consultó documentación como libros, tesis de maestría y tesis de doctorado, publicadas en español, además, se estudiaron artículos escritos en español o en inglés, publicados en revistas indexadas hasta el 2019. Cabe destacar, se empleó como instrumento de recolección de información las fichas RAE y como técnica de análisis de información el análisis de contenido, agrupando la información a partir de la propuesta teórica de complejidad de Morin y, en especial, los principios propuestos desde el pensamiento complejo.

Complejidad: conceptualización y relación con la RSE, el turismo y la paz

Este trabajo comprende la complejidad como un campo disciplinar que aborda el estudio de los sistemas y que propende por la comprensión de las interrelaciones que se presentan en los mismos a partir de sus componentes (orden-desorden-organización). Partiendo de esta definición, las empresas no son ajenas a estudiarse desde esta perspectiva y, por ende, las disciplinas y las teorías que emergen de las mismas tampoco. Sin embargo, la complejidad requiere alejarse de una visión simplificada en la que se ha asumido tradicionalmente el estudio de las organizaciones, en las cuales generalmente, en especial en la administración, solo se ha enfatizado en la variable productividad, ya sea a través de la estandarización, medición e inclusión de tecnologías en el trabajo. De acuerdo con Díaz (s.f), Hernández et al. (2007), Narváez et al. (2011) y Ramírez y Arias (2013), las organizaciones deben superar su estudio centrado en el paradigma mecanicista y lineal, fundado en la ciencia newtoniana, que se centraba en las relaciones de casusa-efecto y la certidumbre, formulando principios deterministas y dejando de lado a los colaboradores, ocasionando a su vez una visión reduccionista que percibía de manera aislada cada parte (proceso-área-actor) de la empresa y que no comprendía al entorno como variable que trasciende la gestión organizacional y que tendía a ser incierto.

Tomando como referencia la necesidad de modificar esta visión desde la cual se perciben las situaciones empresariales, los estudiosos de la complejidad vienen insistiendo en la apertura de nuevos principios. En este contexto, siguiendo la propuesta de Morin y teniendo en cuenta los aportes de Limone et al. (2015), Llano (1989), Narváez et al. (2011), Ramírez y Arias (2013), se proponen los siguientes:

Figura 2. Principios de la complejidad aplicados a la empresa

Fuente: elaboración propia.

Estos siete principios representan una evolución en la manera como se asume la organización y su gestión, transformando su definición misma. La empresa vista desde la complejidad es, entonces, un sistema social compuesto por actores que interactúan de manera inesperada con el entorno, en aras de cumplir sus propósitos individuales y colectivos, en un ambiente abierto de incertidumbre (Hernández et al., 2007; Tellez-Bedoya, 2015). En palabras de Villalba (2012), esta empresa es abierta, flexible, pluralista, inclusiva, solidaria y propende por el aprendizaje, además, se auto-ecoorganiza en torno al mercado y comprende la necesidad de las redes informales, las resistencias a la colaboración, las autonomías y los desórdenes como requisitos para la vitalidad (Morin, s/f).

Ahora pues, para algunos autores estas propiedades solo se pueden asemejar a ciertas empresas comprendidas como sistemas complejos adaptativos. De acuerdo con Limone et al. (2015) y Narváez et al. (2011) las organizaciones complejas son las que tienen propiedades como: relaciones no lineales, autorregulación, no equilibrio, inestabilidad limitada (de la que depende la dinámica organizacional y autoorganización espontánea) y representan sistemas caóticos, cuya complejidad puede ser de origen (basada en la tecnología, la organización y el mercado), residual (aparece cuando la variedad demandada excede a la variedad del sistema) y provocada (surge de la toma de decisiones inconsistente) (Villalba, 2012).

A pesar de lo anterior, este trabajo no está enmarcado únicamente en los fenómenos lineales, sencillos, predecibles o aquellos no lineales, dinámicos y caóticos, sino que precisamente se reconoce que el propósito del pensamiento complejo está en la capacidad de concebir de manera interconectada a los diversos componentes del sistema y a los sistemas entre sí, por ende, el estudio de las empresas no puede aislarse de buscar una conciliación entre dichos aspectos. Además, la complejidad empresarial está dada por la heterogeneidad cada vez mayor en cuanto a: la división del trabajo (número de objetivos, áreas, roles, espacios-, los procesos cognitivos -conocimientos, habilidades, experiencias y tareas de sus miembros) y las relaciones sociales –que depende de la interdependencia de los cargos y la capacidad de coordinación entre estos– (Zapata y Caldera, 2008).

Ello se presenta en cualquier organización independiente de la actividad que desempeña. No obstante, al hablar de turismo es una concepción que va más allá de una perspectiva simplista o una aproximación netamente económica, no solamente confluye el pago por un servicio, o política,

estrategia de crecimiento y desarrollo humano (Vázquez et al., 2013). Aunque para algunos autores, el turismo es un proceso cíclico cuyo propósito está en “la dislocación identitaria y desplazamiento físico a un espacio ajeno al lugar de residencia o habitual con fines recreativos para una posterior reinserción cumpliendo temporalmente las necesidades psíquicas de evasión, curiosidad y extraordinariedad” (Korstanje, 2013, p. 17), ha sido claro que las motivaciones que orientan el desplazamiento son numerosas y variables.

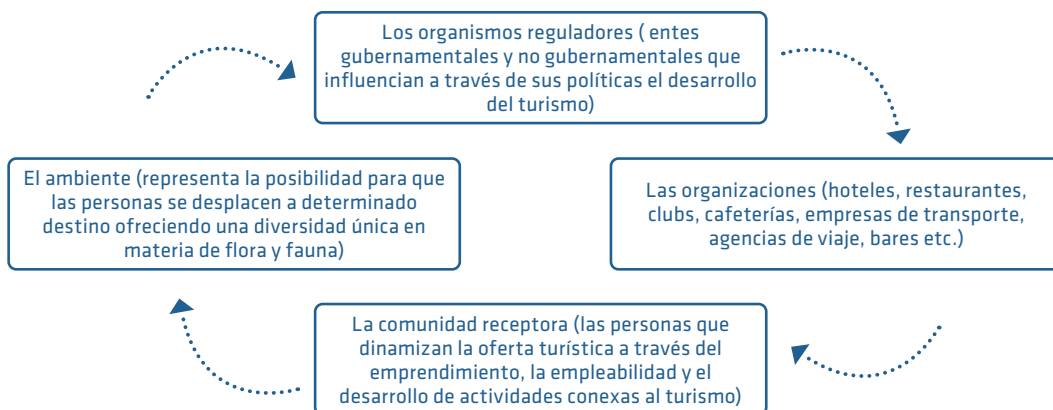
De hecho, recientemente, Andrade-Matos, Richards y Azevedo (2022) destacan cómo la autenticidad de las experiencias turísticas puede integrar las diferentes motivaciones de ellas a través de la complejidad, mezclando los elementos de las experiencias (iniciativas gubernamentales, acciones de marketing, construcción de marcas de destino y aspectos coyunturales y contextuales) en el mundo real. Además, paulatinamente, la complejidad en el turismo ha correspondido con un refinamiento conceptual que facilita comprender este fenómeno, dejando de lado el pensamiento lineal y el positivismo, al igual que, trascendiendo sobre aplicaciones metodológicas que permitan aplicaciones en fenómenos sociales concretos (Stevenson, Airey y Miller, 2009).

En este escenario, el turismo representa más que el análisis aislado del sistema hotelero, gastronómico o de transporte, un fenómeno sociocultural que comprende diversas categorías (producto, infraestructura, atractivos, motivaciones, publicidad, etc.) relacionadas entre sí, se integra a diferentes macrosistemas (económicos, político, cultural, ambiental, social y tecnológico) e interactúa constantemente con todos los actores que participan en el proceso (Osorio, 2004).

Esta visión es similar a la que previamente han llegado otros autores, que han venido estudiando al turismo desde perspectivas sistémicas y complejas. Las investigaciones a partir de perspectivas sistémicas del turismo iniciaron en los años sesenta con el estudio de análisis de sistemas de Raymundo Cuervo, posteriormente, en los setenta Osorio avanzó con trabajos en el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (IMIT), al igual que Greenwoods, Noronha, Stansfield y Leiper diferenciaron las etapas de evolución del sistema turístico, con énfasis en aspectos derivados de la geografía, economía y antropología. Más recientemente se ha empezado a plantear algunas posturas que comprenden al turismo como sistema complejo con aportes de Cruz, Gómez, Ricaurte, Osorio, Jiménez, Sánchez y Serrano- Barquín (Serrano-Barquín et al., 2012).

En la medida en que se ha venido abordando al turismo desde esta perspectiva compleja, se comprende la multiplicidad de actores que se relacionan con este fenómeno. Los actores más relevantes de estas organizaciones se identifican a continuación:

Figura 3. Actores presentes en la realidad social del turismo



Fuente: elaboración propia

En la medida en que se reconocen los múltiples actores a los que impacta el turismo también se identifica en el su carácter transdisciplinar. De tal forma que se ha evolucionado de la aplicación de campos disciplinares en sus trabajos investigativos (Campodónico y Chalar, 2011) hacia una perspectiva integradora que integra los conocimientos, afrontando un objeto de estudio. En este sentido, el estudio del turismo a partir de la complejidad incluye los principios previamente enunciados, por ejemplo empleando la dialógica al considerar el argumento de las diferentes disciplinas que lo abordan, entendiendo que el servicio ofertado trae ingresos a la empresa y al mismo tiempo genera empleos y causa otra serie de impactos en el entorno (Palmas et al., 2011). Igualmente, tal como se enunció existen diversas categorías sin las cuales no podría desarrollarse el turismo, entendiéndolas desde el punto de vista de oferta y demanda, estas son:

Figura 4. *Demanda y oferta del turismo*



La demanda (visitantes nacionales y extranjeros) que tiene en cuenta: a) el tiempo, construcción social que lleva a distinguir el turismo en virtud de la actividad que se lleve a cabo, por ejemplo, tiempo de descanso, de trabajo, etc; b) el espacio, que es el sitio donde se llevará a cabo la interrelación entre el visitante y las comunidades locales; c) las motivaciones, dinámicas que posee cada actor influenciado por diversos procesos sociales y psicológicos; d) las actividades, que tienen que ver con los atractivos, el tipo de turismo y las motivaciones individuales, además, ellas influyen en el tipo de productos que se ofertan en cada región (Campodónico y Chalar, 2011; Korstanje, 2013; Osorio, 2000; Varisco, 2016)

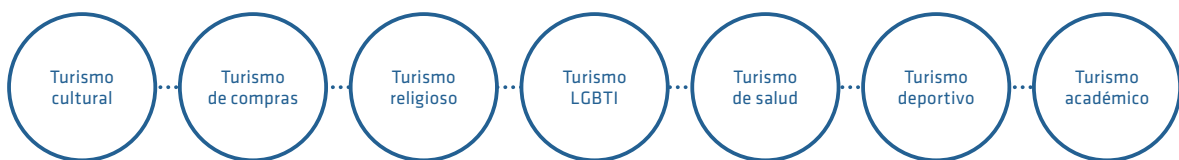


La oferta, es decir, la infraestructura en términos de carreteras, redes de transporte, atractivos naturales y culturales, u otro tipo de servicios que dan soporte a esta actividad, incluyendo el trabajo individual y cooperativo entre hoteles, restaurantes, agencias, guías, aerolíneas, etc. (Campodónico & Chalar, 2011; Korstanje, 2013; Osorio, 2000; Varisco, 2016)

Fuente: *elaboración propia.*

La relación entre los diferentes componentes de la demanda y oferta son los que permiten que el turista haga el desplazamiento en ciertas condiciones, por ende, de fallar una variable puede que no se motive a viajar nuevamente a dicho destino (Vázquez et al., 2013). Por otro lado, en la medida en que el turismo se asocia con diversos macrosistemas, ha generado diversas tipologías enmarcadas en el turismo masivo, distanciándose de otras ópticas alternativas que buscan reducir el impacto de los turistas en el destino y que vienen incorporándose al estudio de este fenómeno como el turismo responsable o sustentable.

Figura 5. *Tipologías de turismo*



Fuente: *elaboración propia a partir de Osorio (2004).*

Ahora pues, tanto en el turismo como en otras actividades empresariales, el trinomio orden-desorden-organización influyen en las decisiones de los gerentes, quienes para mejorar su gestión podrían incorporar la complejidad como una competencia clave en su accionar (Maznevski et al., 2007). Ello representaría en la práctica: diversificar los flujos de información y conocimiento, aceptar la naturalidad del conflicto, fortalecer la capacidad de autoorganización, simplificar normas y reglas, crear un ambiente liberador y creativo, eliminar herramientas compulsivas de control, fomentar la diversidad, la responsabilidad individual y la asunción de un enfoque centrado en el equilibrio con la sociedad y la naturaleza (Narváez et al., 2011).

En la medida en que la empresa es consciente de su rol en el entorno, siguiendo la perspectiva compleja, significa que ella .es “holística, compleja, caórdica, contextualizada, ecocentrista y responsable, en resumen ambiental” (Ramírez y Arias, 2013, pp. 238-239). Por lo tanto, la visión de responsabilidad social empresarial que presenta la complejidad comprende la interacción dialógica entre la empresa y el entorno. Dicho entorno reconoce a las organizaciones como partícipes y contribuye a que sea aprehendido parcialmente (Bustamante y Opazo, 2004), además, como respuesta a la crisis ambiental cada vez es más importante en la gestión y ha conllevado que la organización se empiece a entenderse como un sistema social vivo (Ramírez y Arias, 2013).

En las organizaciones turísticas se aplica este mismo análisis, sin embargo, es destacable enunciar que la RSE puede ser más importante para el turismo que para otros sectores. Por un lado, la RSE puede ayudar a fundamentar al turismo, especialmente teniendo en cuenta que, a pesar que se perciben en algunos momentos como nociones opuestas, su integración propicia asumir el estudio de este como un fenómeno social, facilitando el desarrollo de una epistemología que dé un sentido al turismo y una mayor claridad conceptual (Condiza, 2015; Serrano-Barquín et al., 2012). En segundo lugar, la RSE facilitaría desligar al turismo de perspectivas hegemónicas, conllevando la aparición de nuevas visiones reflexivas y críticas que lo reinterpreten desde la complejidad del ambiente y la evolución de este como sistema (Palmas et al., 2011).

Finalmente, la RSE del turismo analizada desde la complejidad contribuye a un fin ético, es decir, la dignificación del turista y de las comunidades locales. Lo anterior, mediante el reconocimiento de sus necesidades, así como, la de los demás actores vinculados al proceso, la trascendencia de los servicios ofertados más allá de la mercantilización y la eliminación de los imaginarios contruidos que dan lugar a la discriminación y señalamiento .cultural (Condiza, 2015).

En cuanto a las teorías de RSE, necesariamente la asunción de la complejidad incluye que no solamente se cumplan con iniciativas por la ley, presiones de ciertos actores, inquietudes morales o interés en los derechos humanos, sino que advierte la asunción de las teorías de carácter político, es decir, el reconocimiento de la empresa como un actor social sujeto no solo de derechos, sino también de “deberes naturales”, derivados de su poder en la sociedad (Tellez-Bedoya, 2018a). En otras palabras, las empresas reconocen la presencia de sistemas sociales, culturales, políticos, económicos, legales y tecnológicos en su entorno (Morandín et al., 2018), los cuales se asumen como una dimensión de gestión propia de la RSE, influenciándolos positivamente a partir de prácticas como: propiciar un ambiente sano y la vida de la fauna y flora a través del cuidado ecosistémico; la búsqueda de la solidaridad social, en particular con los más vulnerables; la articulación con otros actores de la cadena, propiciando el desarrollo local endógeno; el énfasis en la diversidad y multiculturalidad, prefiriendo la participación y el colectivismo, en vez del individualismo y el etnocentrismo; la búsqueda de la equidad y el respeto por el otro; y la implementación de tecnologías armónicas con el entorno (Colom, 2007; Tellez-Bedoya y Bernal-Rodríguez, 2019).

Pensar en responsabilidad social empresarial desde la complejidad significa transitar hacia una bioética global, que enfrente los problemas de todas las sociedades de manera conjunta y que requiera de procesos de interlocución y decisiones colegiadas y equitativas con los gobernantes.

Ello requiere de voluntad política de estados y organizaciones, emprendiendo una tarea que dé respuesta a los complejos problemas de la humanidad actual (Lolo, 2012) y que, por ende, concluya con la reforma de las estructuras de poder afirmadas en los organismos multilaterales.

Este camino no está alejado de la incorporación de la empresa en entornos con mayor volatilidad y riesgos, que generalmente crean mayores dificultades a la hora de decidir efectuar una práctica en favor o en contravía de dicho contexto (Machado y Gil, 2012). En este sentido, un entorno de posconflicto corresponde con menores niveles de riesgo y, por ende, ajustes en la operación del negocio con respecto a lo que se presentaba en la etapa de violencia, lo cual conlleva estrategias dinámicas, incluyendo tácticas de RSE, para enfrentar los cambios correspondientes con la complejidad del entorno, más aún cuando la sociedad varía continuamente sus relaciones, decisiones y comportamientos en cuanto a la construcción de paz.

Conclusiones

El objetivo fue analizar la producción académica, reflexionando acerca de cómo las empresas turísticas colombianas pueden realizar acciones de responsabilidad social orientadas a la construcción de paz, a partir de la complejidad. Teniendo en cuenta ello se recomienda a dichas organizaciones:

- Aplicar los principios enunciados, comprendiendo a la empresa turística como sistema social integrado por diversos actores. Dicha comprensión tiene en cuenta aspectos como el afianzamiento de la cultura organizacional, la comprensión de los cambios del entorno y el ajuste a los mismos, y el reconocimiento de la organización formal e informal como guía para desarrollar prácticas de RSE.
- Propiciar la relación íntegra y participación de los actores inmersos en los sistemas internos y externos de la empresa, es decir, los colaboradores, directivos, propietarios, proveedores, clientes, competencia, gobierno, ONG y la academia. Del mismo modo, reconocer el impacto en el ecosistema y la relevancia del accionar en los biomas, buscando no solo su cuidado y defensa, sino el mejoramiento de sus condiciones actuales.
- Involucrar actores inmersos en el proceso de construcción de paz y que previamente pudieron ejercer un rol en el conflicto armado del país. Es decir, ofertar alternativas como la capacitación, acompañamiento a proyectos productivos, empleabilidad, financiación, auditoría en el cumplimiento del Acuerdo de Paz, propiciar la solución de los orígenes del conflicto y promover la reconciliación y el rescate de la memoria colectiva en excombatientes, guerrilleros, paramilitares, víctimas, exmilitares, militares, víctimas y comunidad.
- Trabajar mancomunadamente con actores inmersos en el sistema turístico o en otros sistemas organizacionales, forjando alianzas estratégicas para ejecutar proyectos en las zonas más impactadas por el conflicto armado, que posean ventaja comparativa en el turismo y que promuevan valores como el perdón, el respeto y la democracia, básicos para forjar una cultura para la paz.
- Promover la sensibilización en valores, comprendiendo las diferencias entre actores del posconflicto. Además, rescatar la verdad de cada actor a través de iniciativas como museos de paz que pueden ubicarse de forma esporádica en la infraestructura de las empresas turísticas. Dichas iniciativas también pueden recibir aportes del contexto internacional, ya que otros escenarios de conflictos armados pueden conllevar el entendimiento de la paz desde miradas alternativas.
- Aportando a los Laboratorios de Paz que se han venido edificando como producto de la Estrategia de Turismo, Paz y Convivencia planteada por el gobierno nacional en zonas como la Macarena, Urabá, Santa Marta y Putumayo. En estos espacios también es vital el apoyo que se le puede brindar a los ETCR, ya que estas zonas son estratégicas para la construcción de paz y que los actores que en el pasado fueron violentos no retornen a dicho accionar.

En Colombia, el proceso de construcción paz facilita que se siga el ejemplo de diversos países que, tras el fin del conflicto, tuvieron crecimientos económicos con el turismo. A partir de esto es necesario que la producción académica relacionada con la RSE del turismo en el ámbito de paz sea fortalecida y, por ende, urge que internamente las instituciones de educación superior aporten a la investigación y educación en el tema. Dichas investigaciones pueden contribuir a conocer las interpretaciones de los actores, proponer estrategias de fortalecimiento de su accionar y resaltar las mejores prácticas que puedan ser replicadas por el empresariado. Sin duda alguna, estos estudios también podrían cumplir con el rol de sensibilizar y educar a los diversos actores del tejido social en relación con este tópico, de tal manera que no se perciba como algo ajeno a la gestión empresarial.

Adicionalmente, para el estudio de las empresas, especialmente del turismo, desde la complejidad urge el abandono de la visión simplificada de la administración. En procesos de investigación aplicada se pueden emplear los siete principios propuestos por Morin, comprendiendo a las organizaciones como un sistema y a la responsabilidad social como una noción que facilita la comunicación con el entorno. Ahora pues, la relación entre RSE y turismo a partir de la complejidad es más estrecha que en otros fenómenos sociales, ya que se trata de un campo transdisciplinar que ha recibido aportes de diversos campos de estudio, su interrelación posibilita mayor claridad conceptual sobre ambos tópicos y corresponde con la aparición de nuevas visiones críticas que se alejen del tradicional turismo de masas y que, por ende, pueden aportar a la construcción de paz.

En conclusión, la temática propuesta se consideró innovadora en el país por su forma de abordarse y agrupar las categorías enunciadas, además, producto de su análisis este trabajo facilita que se lleven a cabo investigaciones posteriores. Se recomienda como futuras líneas de estudio abordar la complejidad en la RSE en el ámbito de la construcción de paz en otros sectores económicos, al igual que profundizar la aplicación de la propuesta de Morin en el contexto latinoamericano. Del mismo modo, en el turismo se pueden desarrollar trabajos aplicados identificando el conocimiento que tienen diversos actores del tejido social de la RSE y la paz, al igual que, se puedan llevar a cabo dinámicas de investigación acción participativa que promuevan la sensibilización y capacitación del empresariado y los diversos actores del sistema turístico en aras que desarrollen una cultura para la paz.

Referencias

- Andrade-Matos, M., Richards, G. & Azevedo, M. (2022). Rethinking Authenticity through Complexity Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 92, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103348>.
- Bautista, C. C. (2018). Diario “en las botas de un excombatiente” por la paz, un turismo comunitario de calidad, sostenible y amigable con el ambiente [Trabajo de grado, Universidad Pedagógica Nacional]. Repositorio institucional. <https://bit.ly/3ueFBeG>
- Bustamante, M. A., y Opazo, P. A. (2004). Hacia un concepto de complejidad: sistema, organización y empresa. *Serie Documentos Docentes*, 3(2), 1-21.
- Buultjens, J. W., Ratnayake, I., & Gnanapala, A. C. (2016). Post-Conflict Tourism Development in Sri Lanka: Implications for Building Resilience. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 355–372. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.1002760>
- Campodónico, R., & Chalar, L. (2011). Hacia la construcción del conocimiento en turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(6), 1307-1323.
- Carbone, F. (2017). International Tourism and Cultural Diplomacy: A New Conceptual Approach Towards Global Mutual Understanding and Peace Through Tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(1), 61–74. <https://hrcak.srce.hr/178623>
- Colom, A. J. (2007). La complejidad del desarrollo sostenible. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 65(126), 511-534.

- Condiza, W. (2015). Aportes de la teoría de la complejidad a la investigación en turismo. En Simposio internacional de investigación en turismo y nacional de semilleros de investigación. UPTC. <https://bit.ly/3qjiL4x>
- Crespi-Vallbona, M., López, M. A. y Galeas Sofia Alexandra. (2018). Desarrollo turístico inclusivo socialmente. El caso de los desmovilizados en la región del Chocó, Colombia. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 58(1), 158179.
- Díaz, A. (s/f). Complejidad y administración. En XV Congreso internacional de contaduría, administración e informática (pp. 1-27). UNAM. <https://bit.ly/3ueSgy7>
- Hernández, A. G., Saavedra, J. J., y Sanabria, M. (2007). Hacia la construcción del objeto de estudio de la administración: una visión desde la complejidad. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 15(1), 91-112.
- Instituto de turismo del Meta. (2014). Política pública de turismo del Meta. <https://bit.ly/3CUYBmi>
- Ryu, S. (2019). Political Instability and its Effects on Tourism. *Building Excellence in Sustainable Tourism Education Network*. <https://bit.ly/3lwmAK4>
- Kelly, I. (2002). Peace Through Events: A Swot Analysis. *Journal of Sport and Tourism*, 7(3), 11-17. <https://doi.org/10.1080/10295390208718730>
- Khalid, U., Okafor, L. E., & Aziz, N. (2020). Armed Conflict, Military Expenditure and International Tourism. *Tourism Economics*, 26(4), 555-577. <https://doi.org/10.1177/1354816619851404>
- Korstanje, M. E. (2013). Empistemología del turismo: teoría del sistema onírico. *Palermo Business Review*, 10, 7-20. <https://bit.ly/36aQB4Q>
- Limone, A., Ganga, F. A., y Valdivieso, P. (2015). Empresa y complejidad: una aproximación teórica-conceptual. *Opción*, 31(78), 11-30.
- Llano, A. (1989). La empresa ante la nueva complejidad. *Cuadernos empresa y humanismo*, 15, 2-16. <https://bit.ly/3ilEOTN>
- Lolo, M. A. (2012). El desarrollo sostenible y el nuevo pensamiento de la complejidad: un modo nuevo de pensar la sostenibilidad. <https://bit.ly/3CXDIMI>
- Machado, F., y Gil, M. (2012). Lo sostenible desde lo responsable: teoría de sistemas y responsabilidad social de la empresa (pp. 339-358). <https://bit.ly/3L2csub>
- Maznevski, M., Steger, U., y Amann, W. (2007). La gestión de la complejidad en las organizaciones globales. *Harvard Business Review* (pp. 56-68).
- Menchero, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria*, 20(39), 415-438. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6389580>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s/f). Documento base de Turismo, Paz y Convivencia. <https://bit.ly/3wio5ZK>
- Mishra, P. K., & Verma, J. K. (2017). Tourism and Peace in Economic Development Perspective of India. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(4), 927-934.
- Morandín, I., Contreras-Hernández, A., Ayala Ortiz, D. A., & Pérez-Maqueo, O. M. (2018). Complexity and Transdiscipline: Epistemologies for Sustainability. *Madera y Bosques*, 24(3), 1-18. <https://doi.org/10.21829/myb.2018.2431673>
- Morin, E. (s/f). La complejidad y la empresa. <https://ecologia.unibague.edu.co/complejidad.pdf>
- Morin, E. (1981). El Espíritu Del Valle. En *El Método 1, la naturaleza de la naturaleza* (pp. 21-39). Ediciones Cátedra.
- Mueller-Hirth, N. (2017). Business and Social Peace Processes: How Can Insights from Post-conflict Studies Help CSR to Address Peace and Reconciliation? En S. Vertigans y S. Idowu (Eds.), *Corporate Social Responsibility. Academic Insights and Impacts* (pp. 137-153). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-35083-7_8

- Naef, P., & Guillard, M.-L. (2019). Los retos del turismo en la construcción de la paz en Colombia. <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:129017>
- Narváez, M., Gutiérrez, C., y Senior, A. (2011). Gestión organizacional. Una aproximación a su estudio desde el paradigma de la complejidad. *Revista venezolana de análisis de coyuntura*, 17(2), 27-48.
- Nelson, J. (1999). The Business of Peace. The Private Sector as a Partner in Conflict Prevention and Resolution. <https://bit.ly/36yrlQf>
- Neumayer, E. (2004). The Impact of Political Violence on Tourism. *Journal of Conflict Resolution*, 48(2), 259–281. <https://doi.org/10.1177/0022002703262358>
- Novelli, M., Morgan, N., & Nibigira, C. (2012). Tourism in a Post-Conflict Situation of Fragility. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1446–1469. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.03.003>
- Observatorio de Construcción de Paz Universidad Jorge Tadeo Lozano. (2012). *Cuadernos de Paz No.3: Empresa y Construcción de Paz*. Universidad Jorge Tadeo Lozano. https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/cuaderno3.pdf
- Osorio, M. (2004). La complejidad del turismo. En *VI Congreso nacional de investigación turística* (pp. 1–18). Secretaría de turismo y Centro de Estudios Superiores en Turismo. <https://bit.ly/350siGk>
- Palmas, D., Serrano-Barquín, R. del C., Cruz, G., y Gutiérrez, J. G. (2011). Enfoques teóricos para aplicaciones concretas: complejidad y turismo. *Gestión turística*, 15, 99-125. <https://bit.ly/3InLbk8>
- Prandi, M. y Lozano, J. M. (2010). La RSE en contextos de conflicto y postconflicto: de la gestión del riesgo a la creación de valor. En M. Prandi y J. M. Lozano (Eds.). *Escola de cultura de Pau, Instituto de Innovación Social (ESADE)*.
- Ramírez, L., y Arias, A. A. (2013). Complejidad y pensamiento administrativo-organizacional: la empresa viviente. *Ensayos: Revista de Estudiantes de Administración de Empresas*, 6, 231-241. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/49796>
- Ramírez, L. C. (2011). Iniciativas ciudadanas de construcción de paz en Colombia: ¿entre el dinamismo y la dispersión? En Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (Ed.), *Estado y ciudadanía para la paz*. (pp. 231–276). Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. <https://bit.ly/36zOojn>
- Restrepo, J. J., Losada, N. A., Claros, P. A., y Castro, A. (2019). Percepción del clúster hotelero de Florencia Caquetá sobre la fiscalidad turística como fuente de financiación del posconflicto en Colombia. *Aglala*, 10(1), 37–66.
- Rettberg, A. (2019). The Role of Business in Peace Processes in Latin America. *Oxford Encyclopedia of Latin American Politics*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3339346>
- Rueda, N. R., y Bonilla, J. (2017). Turismo y Posconflicto en el municipio de la Macarena, Meta - Colombia. *RITUR*, 7(1), 114–134.
- Serrano-Barquín, R., Cruz, G., Arguello, F., Osorio, M., y Sánchez, R. (2012). La complejidad, expresión de nuestro tiempo: el turismo desde los sistemas complejos. *Revista de Cultura e Turismo*, 6(1), 4-24. <https://bit.ly/3wmoXwr>
- Sharma, P., Charak, N., & Kumar, R. (2018). Sustainable Tourism Development and Peace: A Local Community Approach. *Journal of Hospitality Application and Research*, 13(1), 36-56.
- Sharma, R., Sharma, V. K., Inder, V., & Waris, S. (2012). Impact of Peace and Disturbances on Tourism and Horticulture in Jammu and Kashmir. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(6), 1-7.
- Sönmez, S. F. (1998). Tourism, Terrorism, and Political Instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 416-456. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00093-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00093-5)
- Stevenson, N., Airey, D. & Miller, G. (2009). Complexity Theory and Tourism Policy Research. *Journal of Tourism Policy*, 2(3), 206-220.

- Tellez-Bedoya, C. A. (2015). Aproximación a la Responsabilidad Social Empresarial Hotelera en Colombia: reflexiones a partir de la perspectiva cualitativa [Trabajo de grado, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio institucional. <https://bit.ly/36qEQXL>
- Tellez-Bedoya, C. A. (2018a). *Administración humanista: la reafirmación del rol de las empresas en la sociedad*. Editorial Bonaventuriana.
- Tellez-Bedoya, C. A. (2018b). *Empresas, responsabilidad social y postconflicto en Colombia*. Editorial Bonaventuriana.
- Tellez-Bedoya, C. A., & Bernal-Rodríguez, E. A. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial en el sector calzado: Estudio de caso en Bogotá, Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), 101–117. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5209>
- Van Broeck, A. M., Guasca, M., & Vanneste, D. (2019). Tourism Initiatives as a Lever for Reintegration of Former FARC Combatants in Colombia. *Via Tourism Review*, 15. <https://doi.org/10.4000/VIATOURISM.3551>
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A., & Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, 5, 1–28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4276706&info=resumen&idioma=SPA>
- Villalba, M. E. (2012). Gestión con base en las ciencias de la complejidad: las organizaciones como estructuras disipativas. *Revista Universidad y Empresa*, 14(22), 11-42. <https://bit.ly/3IsOGWi>
- Wohlmuther, C., & Wintersteiner, W. (2013). *International Handbook on Tourism and Peace*. Centre for Peace Research and Peace Education of the Klagenfurt University/& the World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9783854357131>
- Zapata, G., y Caldera, J. (2008). La complejidad de las organizaciones: aproximación a un modelo teórico. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 46–53.