

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS CLÚSTER TURISTICOS REGIONALES
EN COLOMBIA ENTRE LOS AÑOS 2005-2020**

MANUELA CORTÉS OROZCO

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Economía, Administración & Negocios

Facultad de Negocios Internacionales

Medellín-Antioquía

2021

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS CLÚSTER TURÍSTICOS REGIONALES
EN COLOMBIA ENTRE LOS AÑOS 2005-2020**

MANUELA CORTÉS OROZCO

Trabajo de grado para optar al título de Negociador Internacional

Asesor

SAMUEL DAVID CEPEDA PALACIO

MSc. Ciencias de la Administración

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Economía, Administración & Negocios

Facultad de Negocios Internacionales

Medellín-Antioquía

2021

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Samuel Cepeda por su acompañamiento constante y su paciencia durante la realización del trabajo.

Al profesor Edwar Tamayo por su dedicación y empeño en la revisión y corrección del trabajo, aportando siempre comentarios constructivos y de mejoramiento.

A la profesora Lady Gaviria por su comprensión y ayuda oportuna para la realización del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	6
Palabras clave.....	6
INTRODUCCIÓN	7
1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	9
1.1.1 CONTRIBUCIÓN DE LAS INICIATIVAS CLÚSTER AL DESARROLLO REGIONAL, CONFECÁMARAS RED DE CAMÁRAS DE COMERCIO	¡Error! Marcador no definido.
1.1.2 CLÚSTER: ALTERNATIVA PARA EL CRECIMIENTO REGIONAL	10
1.1.3 MODELO SISTÉMICO PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CLÚSTER TURÍSTICO REGIONAL DE NATURALEZA SUSTENTABLE	12
1.1.4 LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES	13
1.1.5 TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO	14
1.1.6 APUNTES SOBRE LOS CLÚSTERS TURÍSTICOS	15
1.1.7 MARCO TEÓRICO: EL CLÚSTER TURÍSTICO, SU CICLO DE VIDA Y LA RED DE ACTORES	16
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	18
1.2.1 CONCEPTOS BASICOS.....	18
1.2.1.1 CLÚSTER.....	19
2. MATERIALES Y METODOS.....	20
2.1 Método.....	20
2.2 Enfoque de la investigación	21
2.3 Universo y muestra seleccionada	21
3. RESULTADOS.....	22
3.1 Análisis Cluster Turísticos En Las Regiones De Antioquia y El Caribe	22
3.2 Casos de Éxito Clúster de Turismo en Colombia	30
3.2.1 Clúster de Turismo Medellín	30
3.2.2 Clúster Turísticos Bogotá	32
4. CONCLUSIONES	35
Bibliografía	37

TABLA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Ciclo de vida Clúster	17
Figura 2: Diamante Competitivo	19
Figura 3: Cadena de Valor.....	20
Figura 4: Índices de Informalidad.....	27
Figura 5: Empleo Formal Clúster	28
Figura 6: Estructura de Empleo Formal Clúster de Turismo de Negocios Medellín. 31	
Figura 7: Medellín Destino Éxitos	32
Figura 8: Pilares Estratégicos Clúster Turismo de Negocios y Eventos Bogotá.....	33
Figura 9: Líderes e impacto en el Clúster de Turismo de la Candelaria	34

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad examinar el impacto que tiene la implementación de clústeres turísticos en diferentes regiones, tras una apropiación de diferentes fuentes bibliográficas que estudian el tema y analizan los beneficios de la creación de redes clúster de turismo, encontrando que el turismo se ha convertido en un eje de desarrollo territorial y las redes clúster en uno de los factores claves para su fortalecimiento.

Palabras clave

Clúster, Turismo, desarrollo social, desarrollo regional, competitividad, innovación.

Abstract

The purpose of this research work is to examine the impact of the implementation of tourism clusters in different regions, after an appropriation of different bibliographic sources that study the subject and analyze the benefits of the creation of tourism cluster networks, finding that tourism has become an axis of territorial development and the cluster networks one of the key factors for its strengthening.

Key words

Cluster, tourism, social development, regional development, competitiveness, innovation.

INTRODUCCIÓN

La constante transformación de la economía colombiana ha posicionado su sector turístico como uno de los más fuertes y con mayor auge en los últimos años, esto, soportado en la afirmación de la Organización Mundial de Turismo (OMT), quien sostiene que entre los años 2005 y 2016 el crecimiento promedio anual de dicho sector en Colombia fue del 12,2 % mientras en el mundo alcanzo un 3,9% (Camara de Comercio de Bogotá, s.f.). El turismo comprende uno de los agentes de integración económica con mayor capacidad de potencializar el desarrollo territorial y mejorar la calidad de vida de las comunidades, además de crear un escenario favorable para la cohesión de diferentes agentes económicos que comparten un mismo espacio geográfico. En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos (Verdugo & Orgaz Agüera Francisco , 2013).

La riqueza natural de los territorios colombianos demuestra su potencial como receptor de actividad turística, evidenciando crecimientos favorables para dicho sector, no obstante, como cualquier otra industria el sector turístico se enfrenta grandes retos que requieren de su atención. Según la OCDE los retos más importantes para el sector del turismo hacen referencia a “el rápido crecimiento de los flujos del turismo”, “la adaptación al cambio climático”, “las nuevas tendencias de consumo”, “la seguridad” y “la digitalización de la economía (como se citó en Semana, 2016).

El éxito de cualquier organización, empresa o actividad económica dependerá, en gran medida, de la capacidad de generar estrategias que le permitan afrontar los diferentes retos que la actividad demande, razón por la cual en el siguiente trabajo se plantean los beneficios que puede obtener el sector turístico tras la implementación de clúster, definido por Porter(1998) como “un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones conectadas, pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarias entre sí” (como se citó en Bao Cruz &Blanco Silva, 2014), esto mediante la recolección de datos de

diferentes fuentes teóricas que defienden la creación de redes clúster como alternativas al crecimiento colaborativo.

El presente proyecto de investigación pretende determinar si los clústeres turísticos generan un impacto positivo en las regiones, incentivando el crecimiento económico, la educación y mejores condiciones de atención en salud para los habitantes de una comunidad que por medio del turismo consiguen una mejor calidad de vida. Por esto, para el desarrollo del objetivo principal, se debe abordar el marco teórico, el cual comprende los diferentes estudios que se han realizado sobre el tema trabajado y se han tomado como referencia, además de brindar una aproximación literaria a las temáticas trabajadas con el fin de generar mayor apropiación en el lector, sucesivamente se encuentra el marco conceptual, donde se desarrollan los términos más importantes del tema para una mayor comprensión del análisis que se realizará.

En la segunda parte del presente trabajo encontrara el apartado metodológico, donde básicamente se expone la metodología utilizada para llevar a cabo el estudio, posteriormente encontrará una tercera parte que se compone de los resultados obtenidos tras la investigación realizada y un acercamiento a algunos casos de éxito que se han encontrado en el país.

Finalmente, se exponen las conclusiones derivadas del trabajo realizado tras el análisis de las diferentes fuentes consultadas.

CAPITULO 1

1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 ESTADO DEL ARTE

1.1.1 CLÚSTER Y DESARROLLO REGIONAL

La red de Cámaras de Comercio (Confecámaras) hace referencia a los impactos positivos derivados de la formación de redes clúster, enfatizando principalmente como la unión de diferentes empresas e instituciones interrelacionadas se refleja en un aumento de la productividad y competitividad regional, enfocando el estudio principalmente al caso colombiano, quien en particular ha implementado las iniciativas clúster de forma ascendente en los últimos años (Confecámaras, 2017).

Además de esto, dicha investigación busca dar a conocer la importancia de implementar buenas prácticas colaborativas con el fin de obtener un mejor desempeño del tejido empresarial de cada región, generando así un punto de referencia que sirve de guía a las diferentes organizaciones que desean adentrarse en la iniciativas clúster para identificar oportunidades de crecimiento y lograr la focalización de los recursos externos en su región.

Según el estudio, para el año 2017 Colombia contaba con más de 87 iniciativas clúster en diferentes regiones del país, y más de 20 Cámaras de Comercio aliadas que brindaban apoyo dichas iniciativas, entre ellas la Cámara de comercio de Bogotá, Medellín para Antioquia, barranquilla, Bucaramanga y Cartagena (Confecámaras, 2017). Resaltando casos exitosos como el de Bogotá, donde las redes Clúster concentraron el 55% del PIB y se obtuvo un crecimiento anual promedio de 5.1% del tejido empresarial o Cartagena, donde las iniciativas clúster aportaron el 25% del PIB industrial del Departamento de Bolívar, y uno de sus mayores protagonistas, el Clúster petroquímico el cual fue responsable del 80% de las exportaciones del departamento.

Luego del análisis realizado y después de evidenciar diferentes casos de éxito el estudio “Contribución de las iniciativas clúster al desarrollo regional”, Confecámaras, (2017) revela que factores que atienden al buen desempeño de una iniciativa clúster en Colombia son:

1. La inclusión de la visión clúster en una agenda de desarrollo productivo integrada.
2. La construcción de un modelo de gobernanza sólido.
3. La consolidación de una hoja de ruta y un portafolio de proyectos que responda a las necesidades específicas del clúster, previamente identificadas.
4. El logro de una alta participación de empresarios y de empresas ancla.
5. Hacer énfasis en la internacionalización de las empresas.
6. Contar con un sistema de seguimiento y monitoreo de los proyectos ejecutados y sus resultados, así como de los principales indicadores económicos de las empresas – tanto del clúster como de aquellas que participan en la iniciativa.

Bajo la adopción de estos diferentes factores es más probable que una iniciativa clúster tenga éxito y que logre focalizar los esfuerzos hacia la consolidación de vínculos fuertes que permitan elevar la productividad y el crecimiento. Por último, el estudio señala que las redes clúster se consolidan a nivel nacional como excelentes promotores del desarrollo productivo de las regiones, comprendiendo así un importante reto para el País, quien debe adoptar diferentes políticas de desarrollo regional que propicien espacios adecuados de integración, generando nuevas oportunidades de mercado tras la focalización de diferentes esfuerzos empresariales (Confecámaras, 2017).

1.1.2 LOS CLÚSTER Y EL CRECIMIENTO DE LAS REGIONES

El presente artículo tiene como finalidad determinar si los clústeres constituyen una alternativa para elevar los niveles de crecimiento económico para el país y sus regiones. Para ello resalta diferentes aproximaciones teóricas como la teoría de la interacción y los distritos industriales:

que considera la interacción como un proceso continuo de aprendizaje, donde se establecen ciertas condiciones favorables para explicar los distritos industriales, consolidando la confianza entre los integrantes, reduciendo los costos de transacción y coordinación y facilitando la transmisión del conocimiento e innovación (Sarmiento del valle, Santiago,2017).

También hace mención sobre la teoría de la localización y de geografía económica, desarrollada por Alfred Marshall en 1920, cuyas bases se amparan en que el espacio juega un rol muy importante en las decisiones de los productores y consumidores, esto comprendiendo que el precio de los bienes puede variar dependiendo de su ubicación. De allí la importancia de generar esfuerzos conjuntos que deriven en la reducción de costes y en la optimización de los recursos (Sarmiento del Valle, 2017).

El estudio también muestra como las iniciativas clúster han tenido una tendencia de crecimiento a nivel internacional, evidenciando que los países desarrollados adoptaron la creación de clústeres como una estrategia para dar solución a problemas económicos logrando mayor competitividad tras el agrupamiento de empresas, como es el caso de Silicon Valley quienes les apostaron a nuevas oportunidades de mercado y se convirtieron en grandes representantes del desarrollo tras la participación de diferentes empresas que lograron estupendos avances en el sector digital. En el caso colombiano se evidencia que en los últimos años se han realizado diferentes esfuerzos para desarrollar iniciativas clúster locales, aunque, según el estudio existe un alto grado de incertidumbre acerca de lo que significa y la influencia que puede tener un clúster en el desarrollo regional.

Finalmente se plantea que Colombia presenta una serie de características que no favorecen la integración económica mediante redes clúster, encontrando limitaciones en las políticas gubernamentales las cuales deben estar orientadas hacia la facilitación de procesos que permitan tener mercados más competitivos, por lo cual es primordial estimular el crecimiento regional y el trabajo conjunto entre gobierno y empresarios permitiendo que todos los grupos de interés se apropien de las iniciativas clúster y las conviertan en la mejor herramienta de crecimiento regional, a la vez que promuevan el desarrollo social (Sarmiento del Valle, 2017).

1.1.3 EL MODELO SISTÉMICO Y LOS CLÚSTER TURISTICOS SUSTENTABLES

En el estudio realizado por Montaña et al. (2012), sobre un modelo sistémico para la conformación de un clúster turístico regional de naturaleza sustentable, se aborda el modelo sistémico para visualizar y analizar aquellos elementos que componen el turismo sustentable como fundamento del desarrollo regional, mediante la utilización de herramientas exploratorias que permiten identificar los indicadores que potencializan el turismo. Esto entendiéndose que, a lo que va destinado es a focalizar los esfuerzos en una unión de autores, factores, productos y recursos, es de esta manera que forman una cadena que aporta desarrollo y sostenibilidad de los proyectos con atractivos innovadores. De manera que se deben contemplar aspectos tales como la localización, cultura, gastronomía, estos no son más que algunos de los atractivos que hay que contemplar en el proceso de planeación enfocarse en el turismo es buscar que se puede ofrecer, cual es el aspecto de fortaleza sobre el cual se va a centrar el proyecto ofrezca productos o bienes innovadores (Montaña et al., 2012)

Según el estudio, al respecto de los atractivos que puede ofrecer la región en la que se va a realizar el proyecto, es determinante que la comunidad en general esté interesada en participar de manera activa, es decir, contribuir y aprovechar el proyecto para beneficiarse del mismo y ofrecer otros servicios adicionales. Para que se tenga una perspectiva más clara de la participación de los diversos actores y elementos para permitir que el desarrollo de los clúster sean aprovechables y es cuando cuentan con factores que se relacionan de tal manera que sean competitivos y sustentable, por ende se establecen la siguiente cadena de contribución instituciones gubernamentales, asociaciones turísticas y medioambientales, agencias turísticas, etc. Es que esta idea de negocio se involucra en aspectos tales como las vías de acceso, que sean adecuadas, para contemplar el transporte, comercios y servicios a disposición de los turistas o visitantes (Montaña et al., 2012).

Este texto desarrollado por Montaña et al. (2012) ofrece además una propuesta conformada por cuatro niveles que permiten obtener un diagnóstico del potencial turístico:

Nivel micro: Evalúa los atractivos turísticos, donde se determina si un lugar posee las características adecuadas y la diversidad para tornarse como posible objetivo de clúster, entiendo desde atractivos naturales, gastronómicos y culturales.

Nivel meta: Hace referencia a la capacidad organizativa que tiene repercusión directamente en el nivel micro, es decir, la habilidad para coordinar todos los elementos en función de los objetivos establecidos.

Nivel macro: Se refiere al conjunto de entidades supralocales que hacen parte del desarrollo de la actividad turística, desde las responsables de las políticas de turismo, hasta las agencias de viajes

Nivel meta: Este último nivel representa todos los factores externos que pueden representar afectación o beneficio para el turismo local.

1.1.4 LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES

Por un lado, la competitividad está representada por la ventaja que se tiene frente a un oponente en especial, ya que parte de esto lo conforman las características con las que cuenta cada país, pues sus economías y condiciones socio culturales hacen que esta tenga mejores condiciones para cierto tipo de productos o servicios. Partiendo de este factor, se evidencia como los elementos que condicionan y favorecen las actividades alrededor de una industria, empresa o sector determinado hacen que se faculte y capacite mejor al capital humano, y que, por tanto, las políticas públicas beneficien al crecimiento a nivel nacional e internacional de las industrias con mejores ventajas y superen sus límites de manera exponencial y favorable (Porter, 2007).

No obstante, para que un país cuente con un buen crecimiento también necesita del apoyo y contribución de los grandes entes, es por ello que, hablamos de sectores como el turismo, este cuenta con infraestructura a nivel vial que permitan el acceso a los lugares que hacen parte de los atractivos turísticos con los que cuenta el país, además de fortalecer temas como el factor de seguridad, transporte y servicios vitales como acueductos, y fomentar estrategias

y crecimiento de instituciones que se encarguen de velar por la protección de los recursos no renovables, por su parte que las instituciones creadas para vigilar y apoyar el crecimiento de las empresas, estén en pro de la sana competencia. Fortaleciendo características, factores y elementos vitales para el fortalecimiento y contribución en pro de la conservación de los recursos naturales y apoyo al crecimiento de industrias que benefician a la economía interna de los países (Porter, 2007).

En otras palabras, las naciones tienen limitación a la hora de su competitividad en diferentes industrias por los factores que se han mencionado y que no todos los países han desarrollado de manera completa y perfecta, se necesita la experiencia, el conocimiento y la preparación en diferentes aspectos para poder cumplir con los estándares de satisfacción y excelencia y así lograr ser competitivos en una industria a nivel nacional e internacional (Porter, 2007).

1.1.5 TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO

El desarrollo de un país se encuentra en pro de los beneficios que le brindan ciertos sectores en los que se enfocan sus recursos, de este modo, si un país se centra en una actividad como la turística, debe cumplir ciertas condiciones y procesos para beneficiar la actividad como tal.

Igualmente, los países desarrollan procesos, herramientas, y fomentan activamente procesos para que en territorios en los que se desarrolla tal actividad se den las oportunidades y se ofrezcan los instrumentos de diversificación de las estructuras en dichos territorios, permitiendo que a su vez se generen empleos y se contribuya a que los actores participen de manera que favorezcan el fortalecimiento de tales industrias en las estructuras económicas de los territorios.

La revista de Estudios Empresariales (2008), señala que en los últimos años el turismo se ha presentado como una actividad que reúne importantes características que lo posicionan como eje del desarrollo económico de un país, no obstante, para que se cumpla lo anterior deben existir unas políticas adecuadas que garanticen el ejercicio turístico de forma segura y

constante. La revista sostiene además que es en el ámbito local donde se debe realizar el mayor esfuerzo para lograr un correcto análisis de la oferta y la demanda y así poder diversificar los servicios turísticos de forma asertiva, identificando las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del destino en la actualidad y, a partir de ellas, formular las estrategias y acciones a emprender (Revista de Estudios Empresariales, (2008).

1.1.6 APUNTES SOBRE LOS CLÚSTERS TURÍSTICOS

Para iniciar, la idea sobre la cual giran los clústeres turísticos es aquella en la que se obtienen y visualizan la diversidad de características que poseen los diferentes actores que integra la cadena logística, las cuales concentran ventajas competitivas frente a industrias que se dedican a desarrollar la actividad turística.

Sumado a esto, las condiciones geográficas y de recursos para explotar hacen parte de cadena de desarrollo, pues aquellas ventajas que hacen más llamativo el sector como lo son el medio ambiente, paisajes, aventura, cultura, naturaleza, son factores claves a la hora de considerar la visualización del proyecto turístico competitivo y además sustentable.

De hecho, los operadores turísticos hacen un compendio de todas aquellas ventajas o atracciones que generan un plus o que les ofrece ventaja sobre la competencia y se concentran en organizarse y desarrollarse a nivel profesional en su campo en específico. De una u otra manera, como se menciona anteriormente, en su itinerario y para complementar sus áreas de desarrollo se ofrecen alternativas como excursiones, viajes, alojamiento, transporte, todo esto con los llamados planes organizados, en los que también ofrecen variación en los precios según los planes y paquetes que invitan al consumidor a escoger el que más se acomode a sus gustos.

Justamente a través de este tipo de estrategias es que los clústeres turísticos se fortalecen, y cada uno de los diversos actores, llámense proveedores, o que suministran la cadena logística directa e indirectamente se beneficia del sistema ya mencionado. Es una manera ejemplar de ir implementando y desarrollando a su vez ideas y posibilidad de nuevos empleos que giran alrededor de la industria turística bien implementada. No obstante, es de importante cuidado planear asociaciones y supervisar con frecuencia de aquellos actores con los cuales se hacen alianzas para el apoyo de la cadena logística, este tenga servicios eficientes, cuente con capital humano empático y profesional y con servicios de calidad en cada una de sus áreas, además siempre contemplar los precios, de allí escoger el más pertinente para las partes dentro del proceso (Jaramillo Panesso, s.f).

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace alusión en el texto más concretamente de los eslabones o elementos; es decir, aquellos actores directos o indirectos que ejecutan su función dentro de la cadena que retroalimenta y beneficia con su correcto funcionamiento el clúster, además de fortalecer y acrecentar el producto que se ofrece, posicionando de manera permanente que cuente con sello de garantía, con mejor atractivo y con buenos precios sobre la competencia (Jaramillo Panesso, s.f).

1.1.7 MARCO TEÓRICO: EL CLÚSTER TURÍSTICO, SU CICLO DE VIDA Y LA RED DE ACTORES

Los clústeres turísticos se desarrollan conforme a la actividad que mejor ha implementado la empresa o agencia de turismo, esto mediante una cadena de producción creada con un engranaje coordinado, en el cual quienes son parte de ella son eficaces en su rol. Ahora bien, la organización de la que se habla se encuentra concentrada en una región o territorio que presenta ciertas características que la hacen única ante la competencia siendo así, que sus atractivos son explotados para la actividad turística y los actores que intervienen en la cadena productiva van desde la población o lugareños, empresarios locales o externos, entes

gubernamentales y no gubernamentales que en conjunto se crean redes de cooperación con vínculos directos o indirectos (Silvina & Tuma, 2009).

Cabe resaltar lo siguiente, que el clúster y los intervinientes o que se relacionan en el ciclo de la actividad turística, tiene como participante en ella renuevan sus actividades en este ciclo de producción, además que presenta procesos en las que algunas de ellas se transforman o moldean en pro del crecimiento económico y estructural de las mismas con el fin de obtener un clúster compacto, por ello a continuación en la imagen se explica de manera más clara el ciclo de las ya mencionadas empresas que hacen parte de la cadena productiva (Silvina & Tuma, 2009).

Figura 1
Elementos que califican las etapas del ciclo de vida del clúster

Etapa del ciclo de vida del cluster	Elementos que califican cada etapa
Gestación	Existen ventajas comparativas pero las industrias y empresas existentes no están vinculadas, las empresas aprovechan la oportunidad de negocio
Emergencia	Las industrias, empresas e instituciones tienen vínculos incipientes, generando y aprovechando oportunidades que le brindan las ventajas comparativas. No existe una masa crítica lo que limita las fuerzas de aglomeración, el sector económico se encuentra en la fase de emprendimiento
Expansión	Las industrias, empresas e instituciones presentan vínculos sólidos para complementarse, se desarrolla una imagen, con una connotación de la actividad de negocio que se desarrolla, el sector económico se encuentra en la fase del desarrollo de infraestructura competitiva
Maduración	Existen redes colaborativas de industrias, empresas e instituciones vinculadas a su ecosistema en donde se fomenta la circulación de información y conocimiento a través de colaboraciones informales lo que conlleva a la constante innovación

Fuente: Turismo y teoría de clúster, las potencialidades de la localidad de monte hermoso Silvana & Tauma, (2009).

En la red o engranaje que se crea a partir de la actividad que se desarrolla, lo que concretamente se busca es el trabajo en conjunto de los actores, lo cuales a su paso estén a la

vanguardia de las nuevas tecnologías, desarrollen e innoven de manera que se fortalezcan conforme a ello, cierren las brechas de desventaja que se pueden generar en el mercado competitivo y se establezcan de manera tal que la dinámica del mercado juegue a favor de este y lo posiciones permanentemente (Silvina & Tuma, 2009).

Por otro lado, y de acuerdo con el texto, los aspectos fundamentales en los clúster son la estructura y lo contenido en ella, la estructura centrada básicamente en las asociaciones y conexiones o apoyos que sostiene con los actores interviniente, conforme a ello el otro aspecto es el papel o rol que desempeñan y el nivel de importancia que juega cada uno, la información y la importancia y cercanía que le proporcionan a la cadena de producción, pues de ellos depende el flujo, la coherencia y capacidad de función exitosa (Silvina & Tuma, 2009).

1.2 MARCO CONCEPTUAL

1.2.1 CONCEPTOS BÁSICOS

Desarrollo social: Se entiende como el proceso por el cual un sector, ya sea público o privado, mejora las condiciones de vida económica y social de una población determinada, en general proporcionar el bienestar de la comunidad. La característica principal del desarrollo social se centra en el proceso de desarrollo de las personas, promoviendo la inclusión de los sectores sociales más afectados económica y socialmente, brindando herramientas para surgir y mejorar sus condiciones socioeconómicas. El desarrollo social, abarca temas como, salud, educación, la eliminación de la pobreza, la reducción de la desigualdad, la creación de puestos de trabajo, etc. Por lo tanto, los gobiernos nacionales, departamentales y municipales, implementan políticas públicas para fomentar los proyectos en beneficio del desarrollo colectivo (Mallarino, 2004).

Asociación: Se conoce como un conjunto de personas que despliegan actividades colectivamente y se conformado por personas naturales o jurídicas (ACNUR, 2018).

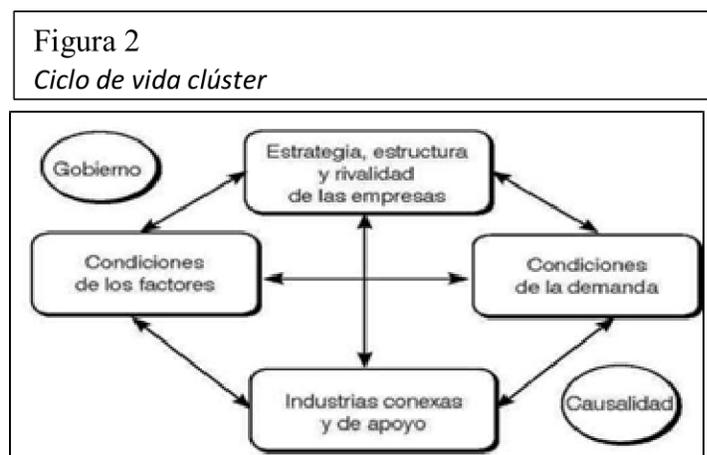
Desarrollo regional: Es un término que se refiere al crecimiento económico de una región, utilizando el potencial que pueda ser desarrollado en el territorio y que conlleva realzar el bienestar de una comunidad (Cepal, 2010).

Competitividad: Se entiende como la capacidad que posee un individuo para desplegar sus ventajas de una manera competitiva con respecto a los otros competidores, obteniendo una posición destacada (Milenio, 2015).

1.2.1.1 CLÚSTER

Se entiende como una concentración geográfica de proveedores en una región determinada, que prestan un servicio específico y que están relacionados entre sí, como socios de servicios e instituciones relacionadas (APD, 2019).

Para el desarrollo de esta investigación es de importancia conocer a profundidad el tema al cual se está refiriendo, para empezar, se define que es un clúster y para esto se tomará la definición dada por el teórico Michael Porter en la década de los 90 “Los clústeres son una concentración geográfica de empresas e instituciones asociadas en un campo particular, vinculadas por características comunes y complementarias, que compiten, pero también cooperan entre sí” (Porter M. E., 1990). Para explicar cómo funciona, plantea un diamante competitivo. Menciona cuatro factores esenciales para que se genere o se obstaculice un entorno competitivo, dichos factores son:



Fuente: *La ventaja competitiva de las naciones.* Porter, M. E. (1990).

Porter también menciona la cadena de valor, que se genera por medio del clúster, esta despliega el valor total generado y se divide en actividades que contribuyen a la creación de un producto o servicio valioso para quien lo adquiere, para Porter (1998), el análisis de la cadena de valor permite examinar la ventaja competitiva al analizar cada parte que genera el valor.

Figura 3
Diamante competitivo



Fuente: *La ventaja competitiva de las naciones.* Porter, M. E. (1990).

CAPITULO 2

2. MATERIALES Y METODOS

2.1 Método

Para el inicio de la presente investigación se tomó en cuenta la literatura existente sobre los clústeres y se desarrollará de una manera descriptiva con una contribución cuantitativa, donde se analizará en primera medida la bibliografía existente sobre el tema y las diferentes estadísticas encontradas.

2.2 Enfoque Metodológico

En el presente trabajo de investigación es pertinente emplear un método cualitativo ya que se decide realizar una revisión bibliográfica que explora diferentes aproximaciones al tema trabajado. Se busca abarcar la realidad desde el análisis de diferentes estudios que han apropiado la temática y permiten conocer mediante su revisión los diferentes hallazgos encontrados.

El enfoque de la presente investigación se basará en las estrategias que se implementan para lograr avances en el desarrollo social de una región que se centra en la creación de herramientas claves dentro de un sistema el cual se llama “clúster”, que integra diferentes empresas, entes y capital social calificado. De manera que, al consolidarse los negocios con diferentes actores con el único propósito de contribuir a que los programas construidos se fortalezcan, encontrándose ante un constante crecimiento, que además contribuye al mejoramiento económico y social de la región en la que se implementan los proyectos.

Por consiguiente, se mencionarán los tipos de “clúster” económicos establecidos, según la página (ABC Finanzas) los cuales son:

- **Integrados verticalmente:** se caracteriza por tener empresas que suministran diversos productos o servicios que son útiles para la realización de algún producto (López, 2017).
- **Integrados horizontalmente:** se caracterizan por ser industrias que tienen un mismo fin, es decir se especializan en manejar, productos, bienes, servicios, etc., lo que contribuyen a la cooperación entre los agentes (López, 2017).

2.4 Universo y muestra seleccionada

Para poder contestar la pregunta de investigación, se debe indagar en las variables del tema y determinar la bibliografía existente que permita proyectar la importancia de los clústeres determinar turísticos para el desarrollo social de las regiones y si estas tienen relación con la innovación, el uso de tecnologías, el mejoramiento de los medios productivos, entre otros

factores. En este punto es pertinente analizar los textos sobre proyectos de clúster turísticos en algunas regionales del país, como por ejemplo en Medellín, donde encontramos “La estrategia clúster en Medellín 15 años de una construcción colectiva” documento de la cámara de comercio de Medellín Antioquia, como también, el artículo de la cámara de comercio de Cali llamado “Iniciativas Clúster, con proyectos de alto impacto para la región” y el documento “Turismo y desarrollo en el Caribe Colombiano” del Centro de Estudios Económicos Regionales (CEER) – Cartagena, Banco de la Republica, entre otros textos que nos han servido de referencia para el análisis de esta investigación.

CAPITULO 3

3. RESULTADOS

3.1 Análisis Clúster Turísticos En Las Regiones De Antioquia y El Caribe

En el texto de Paton, Bercovich y Barroeta (2018), en el cual se hace referencia a “Clústeres y políticas de “clúster”: oportunidades de colaboración entre la Unión Europea (UE), América Latina y el Caribe (ALC)” en este se enfocan en la utilidad que puede traer a los países latinoamericanos a la implementación de estrategias y metodologías para el desarrollo de sus proyectos empresariales, en el cual mencionan las fortaleza y las fallas a tener en cuenta para que los “clúster” lleguen a buen fin y contribuyan con el desarrollo del medio en el que se encuentran.

Ahora bien, además de hacer ciertas recomendaciones, más específicamente en el texto mencionado anteriormente, los autores hacen alusión a un hecho de vital importancia y es el que juega las políticas internas de los países latinoamericanos, en la que se puede plasmar que parte de la poca adecuación, y modificación en pro de fomentar y contribuir al desarrollo de las pymes ha frenado un poco la expansión y crecimiento de las mismas, por lo tanto que las

economías tengan un desacelere en su economía. Además de ofrecer los siguientes criterios que sirve como aporte a las políticas públicas que se deben crear e implementar en los países Latinoamericanos para el fortalecimiento de las economías y realizan la siguiente acotación:

Paton et al. (2018) señalan que las principales lecciones extraídas de la política europea de clústeres son:

- Políticas con un marco estratégico definido para el territorio (Estrategias de Especialización Inteligente), más allá de las actividades de apoyo de las políticas tradicionales.
- Las políticas deben ser consideradas con un horizonte de medio y largo plazo (alta cadencia para la obtención de resultados)
- La promoción de la comunicación y la cooperación entre todas las partes interesadas (generación de capital social y excelencia en su gestión)
- La promoción de la modernización industrial, la colaboración intersectorial, el desarrollo de nuevas industrias, el crecimiento de las Pymes y la promoción de la especialización inteligente a través del desarrollo de clústeres” (pág. 17).

Ciertamente, estos son elementos que benefician al mejoramiento de los “clúster”, entonces depende del fortalecimiento de todos los elementos intervinientes en el engranaje de las estructuras de los “clúster”, ofrecer como estados las condiciones para tal propósito es uno de los primeros actos que benefician el desarrollo socioeconómico, esto visto desde los casos exitosos en países desarrollados, de hecho esto más que favorecer la economía de los dueños de las empresas, lo que hace es activar ciertas industrias y las economías de la sociedad en la que se desarrolle los “clúster”. De manera que, los participantes se benefician y benefician a la estabilidad económica de la región lo que conlleva a ser competitiva en las diferentes esferas, gracias a ello se crean condiciones favorables para la exploración y explotación de más sectores económicos.

Los clústeres regionales, se deberían encontrar la vanguardia de las nuevas tecnologías y la innovación, de la mano de los procesos de producción y de crear nuevos atractivos. Estas

capacidades sin más son herramientas para desarrollar competencias de una región y dinamizar la economía de la misma, si bien es cierto para ser competitivos en una industria a niveles internacionales, los “clústeres” deben afrontar las precarias condiciones con las que cuentan algunos países o ubicación geográfica a nivel política, infraestructura, tecnología y a aprovechar las ventajas disponibles al máximo, de manera que para lograr estimular el desarrollo se creen procesos colaborativos de asociaciones entre compañías que como consecuencia originen trabajo, innovación y aumento del nivel de vida. Por ende, la importancia de crear redes en las que se involucren varios actores y se engrane una especie de maquinaria en pro de su mejoramiento y desarrollo económico de los países.

Por otro lado, teniendo en cuenta lo mencionado por Porter M.E (1998) en su libro “Los clústeres y la nueva economía” donde el autor propone las siguientes variables afirmando que los clústeres son decisivos para la competencia:

Productividad: el uso de recursos disponibles, la cooperación entre empresas facilita el suministro de insumos a mejores costos, acceso a tecnologías, ayudas de entidades gubernamentales para el impulso de los proyectos, control de problemas, disminuye el desempleo, servicios logísticos, entre otros beneficios (Porter M. E., 1998).

Mejor Acceso a Empleados y Proveedores: en este se enumeran las necesidades que pueden cubrirse con las compañías que se desempeñen a producir localmente los insumos, bienes y servicios que sean necesarios y se suplen de manera que no se necesite o en su defecto sea menor la intervención de empresas extranjeras, esto con la finalidad de eliminar costos de importación y demoras. La proximidad disminuye gastos de transporte y demoras o incumplimientos (Porter M. E., 1998).

Acceso a Información Especializada: El manejo de la información de los mercados y del funcionamiento interno de la industria se maneja de manera que sea mucho más fácil transmitirla a quienes hacen parte del “clúster” por ende, el manejo de esta información de

competencias, tecnologías y capacidades pueden fortalecer a las empresas que lo integran (Porter M. E., 1998).

Complementariedades: Entre los bienes y servicios que ofrece un “clúster” se encuentra los aportes de las empresas adheridas a ellas, esto corresponde a aquellos elementos tales como el tiempo de entrega y las condiciones en las que llega el producto, esta es un ejemplo de las actividades que optimizan a un producto frente al cliente (Porter M. E., 1998).

Acceso a Instituciones y Bienes Públicos: El compromiso de los entes gubernamentales a la hora de implementar no solo políticas, sino ayudas en temas de capacitación gratuita y entes especializados para el desarrollo de algún bien, que consecuentemente mejore la adquisición de insumos a menores costos y capital humano competitivo, el mejoramiento de la infraestructura para que el ingreso y salida de mercancía por la región sea más segura y rápida son un factor fundamental que coadyuva a la operación de los “clústeres” (Porter M. E., 1998).

Mejor Motivación y Medición: La competencia sana entre las empresas dedicadas a la misma actividad económica motivan el crecimiento y la implementación de nuevas estrategias para avanzar de manera exponencial y comparar el crecimiento de sus compañías (Porter M. E., 1998).

Innovación: De la disponibilidad y las posibilidades de innovación y creación de nuevos y mejorados productos, de allí que se fortalezca en el día a día en el mercado dichas empresas, de la capacidad de innovar catapulta a la compañía a tener éxitos constantes y vigencia recurrente (Porter M. E., 1998).

Desde el punto de vista de la competitividad según Paton et al. (2018) se debe enfocar más en las ventajas acumulativas que comparativas, se debe enfocar el análisis regional en las capacidades y competencias que lleven a un crecimiento productivo. Los clúster son agrupaciones de empresas que promueven un determinado de negocio, en este caso del sector turístico, donde normalmente los clúster se crean desde las entidades públicas como políticas

de inversión en proyectos turísticos tanto públicos como privados, para incentivar el turismo en una región y el desarrollo social del mismo, por medio de la innovación y en la cadena de proveedores que ofrezcan un mejor servicio al cliente, con más fuerza que las cadenas productivas, pues los clúster se componen de confianza entre empresas, promoción entre las mismas y el conjunto de proyectos colectivos, que aportan desarrollo social a las regiones por medio de empleos formales.

En relación con lo anterior, según cifras del Ministerio de Comercio, industria y turismo, Antioquia es uno de los departamentos que refleja más empleos en el sector turismo, seguido por Bolívar, Caldas y Magdalena (Paton et al., 2018). Así las cosas, según cifras de turismo internacional, el mayor atractivo turístico para los extranjeros es Medellín y Antioquia, donde la estrategia de clústeres no solo se basa en turismo clásico, sino también en el turismo de negocios, protagonizado por la participación de personas de otros países en ferias, convenciones o congresos, ya sea de temas de salud, energía, ingeniería, entre otras (Paton et al., 2018). No por esto el turismo vacacional deja de ser importante, pues es un complemento del clúster turístico de la región. Sin embargo, Medellín se ha proyectado con una visión de un turismo de negocios y así mismo con una visión del turista que quiere recibir, ofreciendo diversos servicios sofisticados, como en gastronomía, hotelería y cultura. El estudio de mercado que implica el conocimiento del turismo de negocios no es a corto plazo, pues implica un cambio cultural entre lo que anteriormente se ofrecía y la innovación de los nuevos servicios, capacitando además a la comunidad sobre sus derechos y deberes, como también los de los turistas, brindando capacitaciones en atención al cliente, en gastronomía, entre otros servicios.

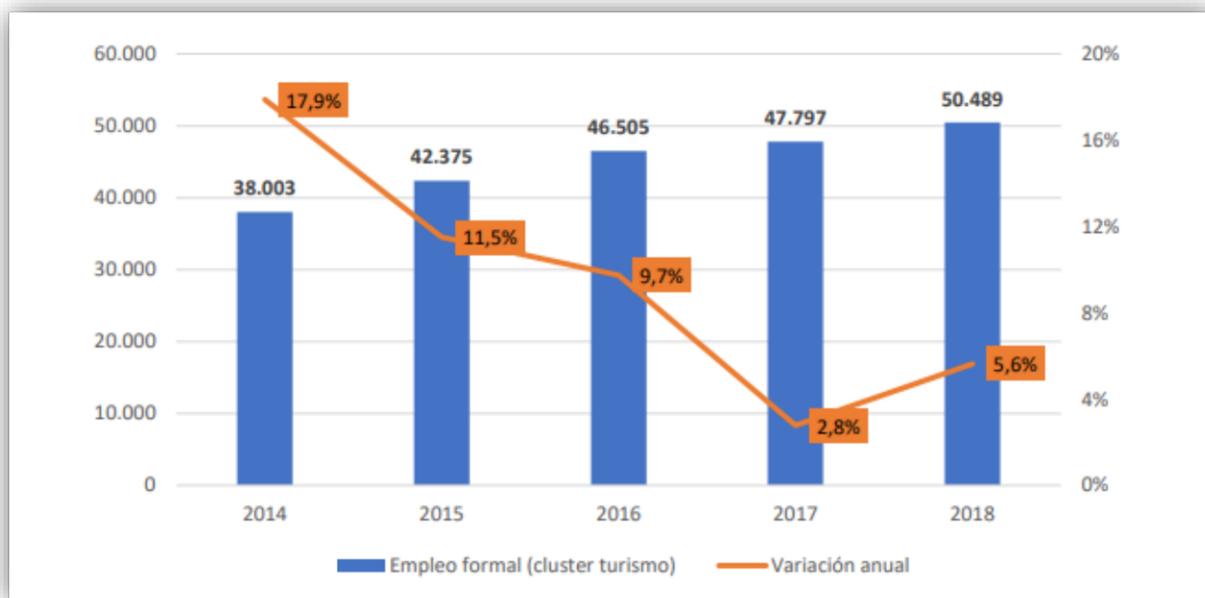
Figura 4
Índices de informalidad

id	Departamento	Formales	Informales	Informalidad departamental	Informalidad a nivel nacional
3	ANTIOQUIA	2735	2793	50.52 %	15.47 %
6	BOLIVAR	1485	922	38.3 %	5.11 %
8	CALDAS	419	145	25.71 %	0.8 %
22	MAGDALENA	1565	738	32.05 %	4.09 %
27	QUINDIO	1032	256	19.88 %	1.42 %
28	RISARALDA	575	216	27.31 %	1.2 %
29	SANTANDER	1225	310	20.2 %	1.72 %
31	VALLE DEL CAUCA	1342	2300	63.15 %	12.74 %

Fuente: Mincit, (2017)

Teniendo en cuenta las cifras, es evidente la importancia que se le ha dado al turista en los clúster desarrollados en Antioquia y Medellín, en este último, han optado por un enfoque de negocios, donde aportan servicios con un grado alto de sofisticación y exigencias, dentro de esta óptica han logrado incentivar el desarrollo social de la región, por medio de mejor calidad de vida, empleo, salud, educación y estabilidad económica para sus habitantes o para quienes desempeñan sus funciones en base al turismo, que para el año 2014, se contó con una ocupación hotelera anual de 65% para Medellín, siendo este el segundo destino turístico más elegido después de Bogotá. El fortalecimiento del turismo por medio de clúster se ha visto reflejado en las cifras de empleo en Medellín (Avedo, 2015).

Figura 5
Empleo formal clúster



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín, (2017)

El documento analizado, es la proyección de una investigación realizada por la cámara de comercio de Medellín, la cual establece ciertos enfoques o atributos que han aportado al éxito de los clúster turísticos en Medellín y Antioquia, entre ellos, la sostenibilidad, al evitar el impacto negativo y generando ingresos y empleos formales; la innovación, que incrementa la competencia por medio de un turismo innovador que llame la atención del turista; La accesibilidad lo que significa que los turistas pueden acceder a los servicios sin distinción alguna. Estos atributos han convertido a Medellín en un destino turístico destacado por el servicio que presta, donde se resaltan las estrategias que se han implementado para ser un atractivo turístico, como lo son el cambio cultural, la innovación, la especialización del servicio y el mercado al cual se dirige (Camara de Comercio de Medellin , 2020).

Por otro lado, los clústeres turísticos desarrollados en el caribe colombiano, como en las ciudades de Barranquilla y Cartagena, se han basado principalmente en el turismo recreativo y nacional, por lo cual el desarrollo de las estrategias turísticas de estas zonas se basa en cambiar la mentalidad del conformismo, con un servicio de baja calidad y solo enfocado en

el turista nacional y por el contrario incentivar la creación de clúster turísticos, que se configuren como un servicio sofisticado y con un atractivo que llame la atención de los extranjeros que deseen realizar una actividad ya sea vacacional o de negocios. El desarrollo de un clúster turístico debe contener una investigación de mercados, tendencias, desarrollo de productos innovadores y programas de capacitación para las comunidades. El gran inconveniente que encuentra la creación de clúster, aparte del conformismo, es la infraestructura, pues para prestar un buen servicio turístico, es necesario contar con hoteles confortables, restaurantes novedosos y centros de entretenimiento, todo esto de alta calidad para llamar la atención del cliente (Mendoza et al., 2017) a inversión en el turismo por medio de políticas públicas regionales que brinden apoyo a los proyectos turísticos de la región, incentivan el empleo y brindan un desarrollo socioeconómico en la región, en este caso para el Atlántico y Bolívar, las cuales son regiones que cuentan con una tasa de pobreza alta, que se ven muy beneficiadas con la formalización del turismo, por medio de empleos estables que proporcionen una mejor calidad de vida (Mendoza et al., 2017).

Los clústeres turísticos en estas regiones han logrado un gran impacto en el desarrollo social, pues ha incentivado el empleo formal, por medio del mejoramiento de su infraestructura hotelera, de transporte, cultura y gastronomía. No obstante, aunque Barranquilla es un atractivo natural cuenta con ciertas falencias para incentivar el turismo extranjero y una de ellas es las conexiones internacionales casi nulas de su aeropuerto. Sin embargo, Barranquilla se ha destacado por su carnaval y la cultura del mismo, así como, la capacitación de sus habitantes en carreras profesionales de turismo, que ocasionan que los clústeres turísticos se creen festivales folclóricos y centros de entretenimiento de calidad, con capacidad de negocios o comercio turístico, entre otros. En las regiones, las Cámaras de Comercio son un aliado en la conformación de Clústeres turísticos, por ejemplo, en el caso de Barranquilla, la cámara de comercio lidera un proyecto de fortalecimiento competitivo del clúster de turismo para negocios, ya que este ha tenido bastante éxito en el desarrollo social y económico de Medellín, que hoy se cataloga como un destino de turismo de negocios. La idea que brinda la cámara de comercio es fortalecer el turismo con un modelo de negocio, con un modelo de trabajo en red (Camara de Comercio de Barranquilla, 2020).

Por su parte, Cartagena siempre se ha destacado por ser una región turística con alta capacidad hotelera y gastronómica, sin embargo, se ha fortalecido siendo según las cifras aportadas por MinCIT uno de los sectores turísticos que genera mayor número de empleos formales en la región. En el mismo sentido, la cámara de Comercio de Cartagena, describe el clúster de esta región como de turismo de reuniones, orientado a la atracción para congresos, ferias y festivales, moviéndose entre diferentes interés, conformado en la actualidad por 192 empresas y 11 actores institucionales, que tienen como enfoques, como los cliente, donde se determina el tipo de cliente dependiendo el evento a realizarse y la importancia de este (influenciadores, farándula, políticos, empresarios) , la organización de eventos profesionales (empresas de eventos), la oferta (hoteles, bares, restaurantes), el entorno (universidades, gobierno central y regional, gremios y entidades) y la infraestructura hotelera y de transportes, donde Cartagena, se diferencia de Barranquilla al contar con diferentes líneas aéreas directas entre otros países y su aeropuerto (Aguilera et al., 2006).

3.2 Casos De Éxito Clúster De Turismo Colombia

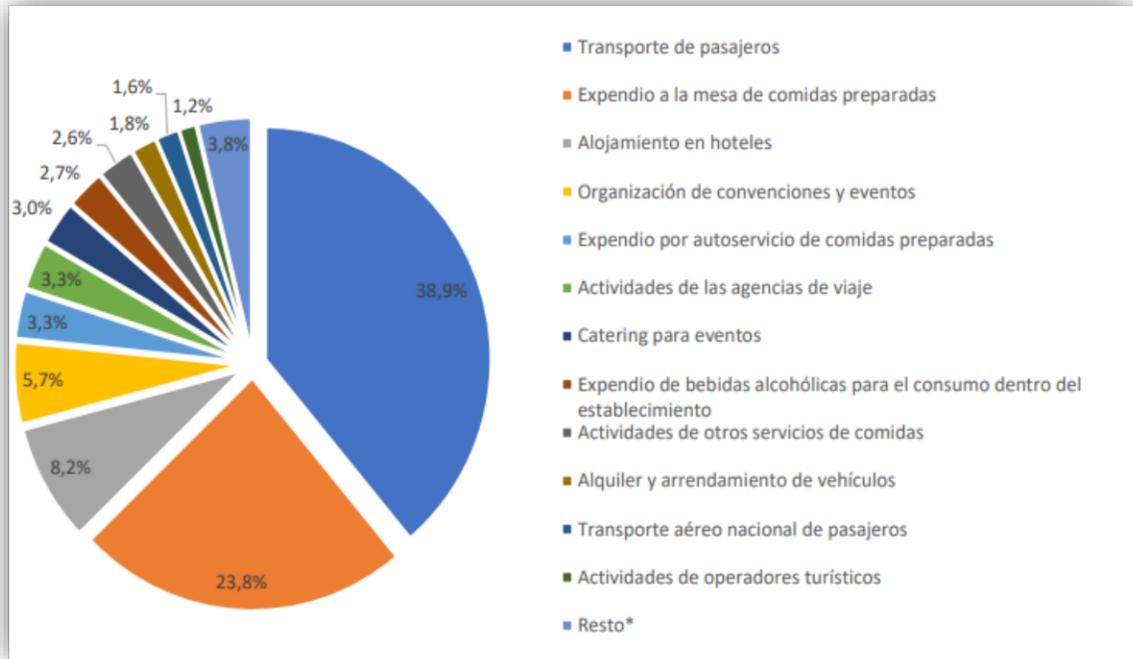
3.2.1 Clúster De Turismo Medellín

El clúster de Turismo de Negocios de la Ciudad de Medellín fue una iniciativa concebida en el año 2008. Según la Cámara de Comercio de Medellín, esta iniciativa asienta sus ejes estratégicos en la necesidad de concebir a Medellín como un destino de negocios y diferentes eventos, permitiendo de este modo el ofrecimiento de servicios complementarios, pues según la CCM la clave para convertirse en receptor de eventos es la oferta complementaria, en otras palabras, lo que denominan como Bleisure, una combinación entre Negocios y Ocio (Camara de Comercio de Medellín Para Antioquia, s.f.).

Según cálculos realizados por la Unidad de Investigaciones Económicas de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, para el año 2018 el Clúster Turismo de Negocios representó aproximadamente el 4,4% del PIB de Antioquia, esto teniendo en cuenta que dicho clúster es una agrupación de diferentes productos y servicios que están a disposición del turismo (Clúster Turismo de Negocios Medellín y Antioquia, 2020).

Figura 6

Estructura del empleo formal en las empresas relacionadas con el Clúster de Turismo de Negocios, según actividad económica (2018)



Fuente: Confecámaras, datos de PILA – RUES. Recuperado de Cifras Clúster Turismo de Negocios, (2020).

De acuerdo con el Documento Comunidad Clúster No 10 (2020), el Clúster de Turismo de Negocios de Medellín ha facilitado el trabajo conjunto entre industrias, lo que ha favorecido el posicionamiento de la región como destino inteligente y de negocios, además de generar un valor agregado para la industria turística, sumado a esto, el documento señala unos atributos estratégicos que van acorde con la definición de un destino de turismo inteligente y creativo:

Sostenible: Generación de empleo disminuyendo al máximo los impactos negativos hacia la naturaleza y el medio ambiente, además que impulsa el respeto hacia el destino y sus habitantes.

Innovador: Impulsa el mejoramiento de las experiencias vivenciales de los viajeros a través de la capacidad de cambio e innovación.

Accesible: Adecuación de los espacios de forma incluyente para que cualquier turista sin importar su condición pueda disfrutar de los espacios turísticos.

Tecnología: Alinear los productos y servicios ofrecidos a las nuevas necesidades de los turistas, impulsando nuevos estilos de consumo, negocios y productos (Pág. 96)

Los atributos anteriormente mencionados se convierten en una ventaja competitiva que impacta directamente en la mejora de la oferta turística y por ende en el ofrecimiento y una excelente experiencia al visitante (Comunidad Clúster Medellín y Antioquia, 2020).

Figura 7
Medellín, destino Exitoso

	Business (MICE)	Leisure	Bleisure
	Meetings → Reuniones y congresos	Naturaleza	
	Incentives → Incentivos. Viajes de placer llevados a cabo como premio para los empleados o clientes	Cultura	
	Conventions → Convenciones. Reuniones formativas de la propia empresa o gremio	Gastronomía	
	Exhibitions → Eventos o ferias	Ocio y compras	

Fuente: Comunidad Clúster Medellín y Antioquia, (2020)

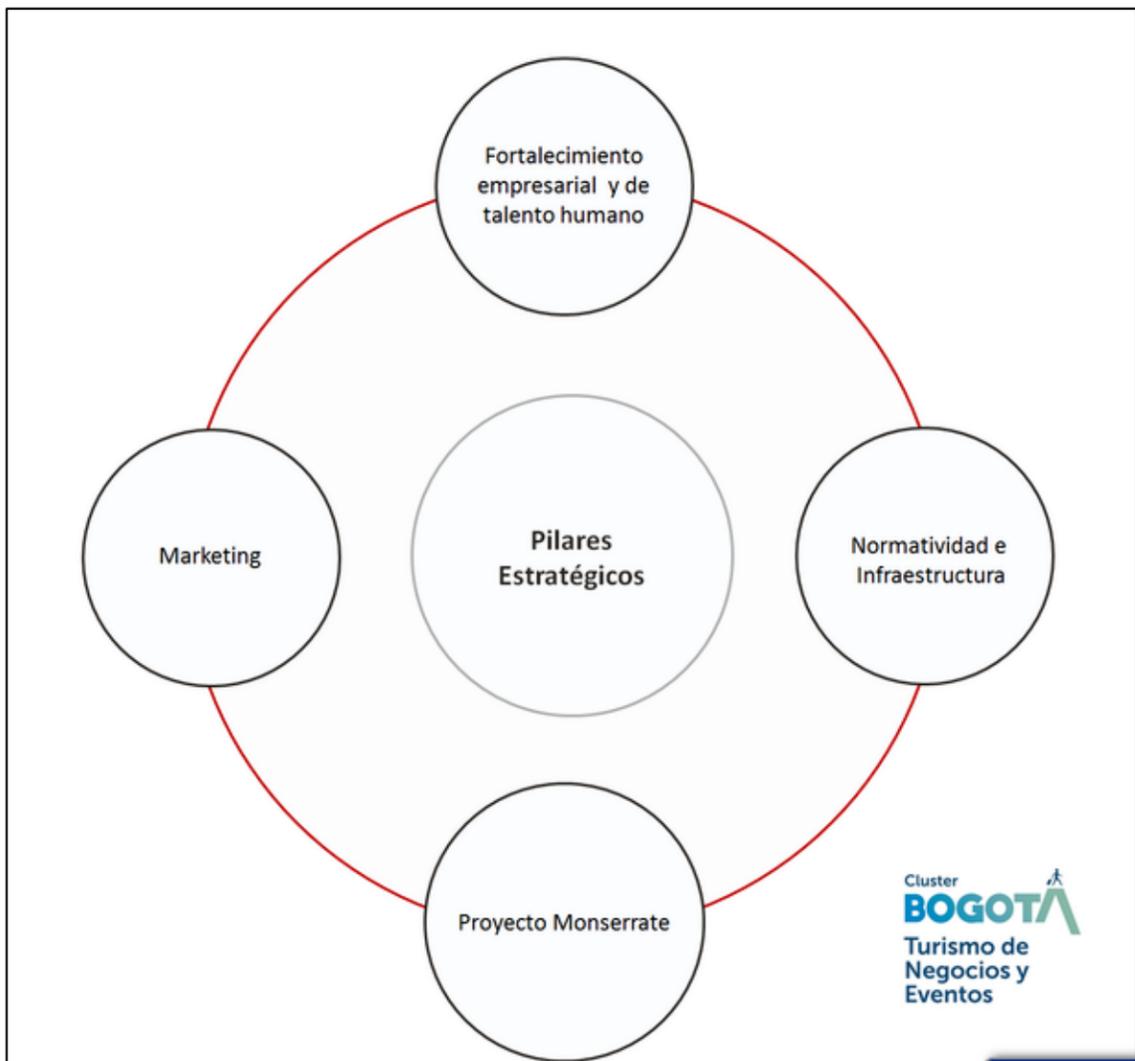
3.2.2 Clúster Turísticos Bogotá

A diferencia del Clúster de Turismo de la Ciudad de Medellín, en Bogotá no existe solo una red clúster, por el contrario, existen diferente micro clúster conformados por localidades que deciden implementar planes estratégicos para el impulso del turismo local. No obstante, todas

estas estas redes se encuentran apoyadas por la Iniciativa Clúster de Turismo de Negocios y Eventos de Bogotá. Según la Cámara de Comercio de Bogotá, dicho clúster se compone entre líderes empresariales, gobierno y otras entidades que trabajan de forma colectiva en aras de mejorar la productividad del sector (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

Figura 8

Pilares Estratégicos Clúster de Turismo de Negocios y Eventos de Bogotá



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

En la actualidad, y acorde con los lineamientos planteados por el Clúster de Turismo de Negocios y Eventos de Bogotá este se fundamenta en cuatro pilares estratégicos que componen sus principales objetivos:

- **Fortalecimiento empresarial y talento humano:** Su principal objetivo es el mejoramiento de las cualidades que hacen competitivas a las empresas del sector y a sus empleados.
- **Marketing:** Su enfoque principal es la promoción del clúster y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.
- **Normatividad e Infraestructura:** Su objetivo es propender al mejoramiento de los espacios y el ambiente de negocios
- **Proyecto Monserrate:** Enfocado principalmente en convertir a Monserrate como un lugar icónico de la ciudad de Bogotá.

Como ya fue mencionado anteriormente, en la ciudad de Bogotá existen diferentes clúster de turismo independientes, uno de ellos es el Clúster Turístico de la Candelaria, una asociación constituida formalmente, denominada “Asociación Centro Histórico Clúster Turístico La Candelaria”, la cual, para el año 2015 estaba conformada por aproximadamente 7 gremios en los que se encontraban hoteles, restaurantes, joyerías, agencias de viajes, museos, artesanos entre otros (Universidad Distrital Francisco José de Caldas; Alcaldía Mayor de Bogotá, 2015).

Figura 9
Líderes e impacto en el Clúster de Turismo de la Candelaria

CLÚSTER	EMPRESA	PERSONAS BENEFICIADAS
CANDELARIA	Asacan (16 hostales)	64
	Tranvía de Bogotá SAS	2
	Solcrystal Viajes y Turismo	3
	Ulucaho - Hostal	3
	Asociación Clúster de La Candelaria (146 afiliados)	480
	IED La Candelaria	60
	Asociación Zona C	90
	Hostal Platypus	6
	Restaurante Sahara	4
	Turismo Grupo Cóndor	3
	Turismo de Aventura Lamesa.com.co	5
	Bogotá Pass	1
	Total 12 organizaciones con personas beneficiadas	721

Fuente: Clúster Turísticos en Bogotá: Experiencia y estudio de casos, Universidad Distrital Francisco José de Caldas; Alcaldía Mayor de Bogotá, (2015)

Según el Clúster de Turismo de Negocios y Eventos de Bogotá (2019), el viceministro de Turismo del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, otorgó la certificación NTS-TS-001-1 al área de turismo de la Candelaria, generando un compromiso directo con el desarrollo de acciones en pro del fortalecimiento del turismo en sector de la Candelaria, acciones que deben ser apoyadas por la Cámara de Comercio de Bogotá y la Iniciativa Clúster de Turismo de Negocios y Eventos (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

4. CONCLUSIONES

El crecimiento de una región está conectado con su capacidad de desarrollo en cierta industria o producto, donde factores tales como el de inversión en la capacitación de mano de obra, innovación, procesos más rentables, asociación con otras empresas, la intervención de entes gubernamentales y no gubernamentales, inversión extranjera directa o indirectamente propicien un ambiente apto para un desarrollo gradual del nivel del “clúster” que se está desarrollando.

Además, podemos mencionar el tema del atractivo alrededor del producto debe existir, pues de este depende el trabajo y la consolidación en el mercado, por ende, el uso eficiente de los recursos a disposición contribuye a que el producto se cree o se ofrezca acorde con las expectativas de los consumidores o clientes, de manera que permitan reducir las barreras del mercado en otras regiones

Como se indicó en el párrafo anterior, la competitividad es uno de los factores de mayor relevancia en proceso que lleva a cabo los “clúster” y es que, el desarrollo de los potenciales de las regiones en las que se emplean los “clúster” son vitales, pues a partir de estos se puede desarrollar una maquina bien complementada y ordenada, donde cada engranaje hace lo suyo. Así también, donde nunca existió un sector empresarial fuerte, ni fuentes de ingreso estables,

ahora si lo harán y todo contribuyendo al beneficio de todos los intervinientes dentro y fuera de los “clústeres”. Por ende, inicia una industria en la cual se destaca un producto turístico bien constituido y organizado que además tiene un plus con el cual no cuentan otras industrias de la competencia y obtendrá el aval y la preferencia por lo que se consolidara en el mercado y esta vigencia logra a quienes trabajan para que tal hecho se cumpla una economía estable y sólida.

No cabe duda de que, la colaboración a la que hacíamos mención anteriormente entre los actores o intervinientes de los “clúster”, además de un efectivo proceso para fomentar, alentar la cooperación e iniciativas creativas para la creación y desenvolvimiento de las industrias que se encuentran en marcha. Dicho de otra manera, la consolidación de las cadenas productivas para generar empresa no es algo sencillo de conseguir, se debe disponer no solo de capital monetario, sino que además se debe contar con capacidad humana, colaboradores, insumos y políticas que posibiliten a las nuevas empresas el alcance de sus metas y el desarrollo de las mismas, a tal fin que el proyecto sea tan exitoso que se consolide como tal y tenga continuidad prolongada, de manera que se expanda y produzca una economía circulante y estable en la región que la rodea. De ahí que, en los países europeos en su implementación de los “clústeres” ha prosperado y contribuido al mejoramiento de las regiones en las que se ha llevado a cabo estos proyectos.

Finalmente, de los ejemplos anteriores mencionados en los resultados de un estudio bibliográfico, se muestra que las regiones que han visto en el clúster turístico una alternativa para fomentar el desarrollo de la región, han ido progresando paulatinamente y mejorando en conjunto, por tanto, es evidente que la organización de clúster que incentiven el turismo en las regiones, incrementa las plazas de empleos formales, así como el desarrollo social, por medio de una mejor calidad de vida, reflejada en salud, educación y sostenimiento económico.

Referencias

- Acevedo, M. G. (2015). *UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA*. Recuperado el 12 de marzo de 2021, de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2423/Competitividad%20del%20CI%3%BAster%20Turismo%20de%20Negocios%20Ferias%20y%20Convenciones%20de%20Medell%C3%ADn-%20Mario%20German%20Ac.pdf?sequence=1>
- ACNUR. (2018). Obtenido de https://eacnur.org/blog/que-tipos-de-asociaciones-existen-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/
- Aevedo, M. G. (2015). *upb*. Recuperado el 10 de Mayo de 2021, de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2423/Competitividad%20del%20CI%3%BAster%20Turismo%20de%20Negocios%20Ferias%20y%20Convenciones%20de%20Medell%C3%ADn-%20Mario%20German%20Ac.pdf?sequence=1>
- Aguilera Diaz , M., Bernal Mattos, C., & Quintero Puentes, P. (2006). Banco de la Republica. *Centro de Estudios Económicos Regionales*, 79, 64. Recuperado el 01 de mayo de 2021, de https://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-79.pdf
- Aguilera Diaz, M., Bernal Mattos, C., & Quintero Puentes , P. (2006). *Banco de la República* . Recuperado el 15 de mayo de 2021, de <https://www.banrep.gov.co/es/turismo-y-desarrollo-el-caribe-colombiano>
- APD, R. (2019). ¿Qué es un clúster empresarial y cuáles son sus objetivos? *apd*. Obtenido de <https://www.apd.es/que-es-un-cluster-empresarial/>
- Bao Cruz, S., & Blanco Silva, F. (2014). MODELOS DE FORMACIÓN DE CLÚSTERS INDUSTRIALES: REVISIÓN DE LAS IDEAS QUE LOS SUSTENTAN. *Revista Galega de Economía*, 179-198.
- Camara de Comercio de Barranquilla. (24 de enero de 2020). Obtenido de <https://www.camarabaq.org.co/convocatoria-consultores-cluster-ten/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (Abril de 2019). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Certificación La Candelaria como Área Turística Sostenible: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2019/Abril-2019/Certificacion-La-Candelaria-como-Area-Turistica-Sostenible>
- Camara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Camara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Las razones del boom del turismo que vive Colombia: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Febrero-2018/Las-razones-del-boom-del-turismo-que-vive-Colombia>

- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Clúster, una Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Sobre-el-Cluster/Quienes-somos>
- Camara de Comercio de Cali. (12 de diciembre de 2018). *CCC*. Recuperado el 01 de mayo de 2021, de https://www.ccc.org.co/categoria_articulo/iniciativas-cluster-proyectos-alto-impacto-la-region/
- Camara de Comercio de Medellín . (junio de 2020). *Camara de Comercio de Medellín*. Recuperado el 15 de Mayo de 2021, de <https://www.camamedellin.com.co/biblioteca/la-estrategia-cluster-en-medellin-15-anos-de-trabajo-colectivo>
- Camara de Comercio de Medellín. (2020). *Camara de Comercio de Medellín*. Recuperado el |15 de mayo de 2021, de <https://www.camamedellin.com.co/comunidad-cluster/comunidad-cluster/cluster-turismo-de-negocios>
- Camara de Comercio de Medellín Para Antioquia. (s.f.). Recuperado el 2021, de Clúster Turismo de Negocios: <https://www.camamedellin.com.co/comunidad-cluster/comunidad-cluster/cluster-turismo-de-negocios>
- Cepal. (Junio de 2010). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/4817-desarrollo-regional-politicas-promocion-desarrollo-economico-local-la-experiencia>
- Clúster Turismo de Negocios Medellín y Antioquia. (2020). *Cifras Clúster Turismo de Negocios*. Medellín.
- Comunidad Clúster Medellín y Antioquia. (2020). *La Estrategia Clúster en Medellín: 15 años de una construcción colectiva*. Medellín: Tragaluz Editores.
- Confecámaras. (Noviembre de 2017). *Camara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 01 de 04 de 2021, de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19831/Contribuci%c3%b3n%20de%20las%20iniciativas%20cl%c3%b3ster%20al%20desarrollo%20regional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez Díaz, J., Torres Valdez, J. C., & Miguel Velasco, A. E. (2017). *revistas.um.es*. Recuperado el 26 de 03 de 2021, de [revistas.um.es: https://revistas.um.es/turismo/article/download/290531/212111/](https://revistas.um.es/turismo/article/download/290531/212111/)
- Jaramillo Panesso, S. R. (s.f). *revistas.uexternado.edu.co*. Recuperado el 28 de 03 de 2021, de [revistas.uexternado.edu.co: https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2206/1950](https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2206/1950)
- Mallarino, C. U. (2004). Desarrollo social y bienestar. *Universitas Humanistica*, XXXI(58), 11 - 25.
- Medellín, C. d. (junio de 2020). *Camaramedellin*. Recuperado el 01 de mayo de 2021, de <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/que-es-la-estrategia-cluster>

- Mendoza Guerra, J. M., Mulford Hoyos, M. D., & Barrios Hernandez, K. (2017). *unisimon*. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2620/Cap_1_Competitividad.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Milenio. (23 de Junio de 2015). Competitividad, concepto e importancia. *MILENIO*. Obtenido de <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- MinCIT. (2017). *MinCIT*. Recuperado el 13 de mayo de 2021, de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental/mastersample#gsc.tab=0>
- Montaño-Arango, O., Corona-Armenta, J. R., Garnica-González, J., Heriberto Niccolas-Morales, P. M.-C., & Ortega-Reyes, A. O. (2012). Modelo sistémico para la conformación de un cluster turístico regional de naturaleza sustentable. *Economía, sociedad y territorio*, 12(39). Recuperado el 21 de marzo de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212012000200009
- Naveda, A. S., Colina, J., Marin , F., & Perozo, B. (2012). *Visión complementaria entre los métodos cualitativos y cuantitativos en la investigación social. Una aproximación teórica*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/904/90431109017/>
- Paton, J., Bercovich, N., & Barroeta, B. (10 de 2018). <https://eulacfoundation.org>. (F. EU-LAC, Ed.) Recuperado el 16 de 04 de 2021, de <https://eulacfoundation.org/es/system/files/clusterses.pdf>
- Porter, M. E. (12 de 1998). <https://hbr.org>. Recuperado el 10 de 04 de 2021, de <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition?language=es>
- Porter, M. E. (2007). *Dialnet*. Recuperado el 16 de marzo de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2469800>
- Semana. (2016). Las claves y recomendaciones para impulsar el turismo. *Revista Semana*.
- Silvina , E., & Tuma, C. (2009). TURISMO Y TEORÍA DE CLUSTERS, LAS POTENCIALIDADES DE LA LOCALIDAD DE MONTE HERMOSO. *Sistema de Información Científica*, 13(1), 67 - 92. Recuperado el 06 de abril de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27621944004.pdf>
- Universidad Distrital Francisco José de Caldas; Alcaldía Mayor de Bogotá. (2015). *Clústeres Turísticos en Bogotá: Experiencia y Estudio de Casos*. Bogotá.
- valle, S. S. (2017). CLÚSTER: ALTERNATIVA PARA EL CRECIMIENTO REGIONAL. *Dimensión empresarial*, 15(2), 169 - 187. Recuperado el 13 de 03 de 2021, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-85632017000200169&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Verdugo, M. C., & Orgaz Agüera Francisco . (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *Turydes*, 6(14). Obtenido de <https://idus.us.es/handle/11441/94696>

ANEXOS

Nota: Entrevista formulada a diferentes entidades de las cuales no se recibió respuesta

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	
ENTREVISTA ESCRITA	
Estudiante: Manuela Cortés Orozco	
Programa: Negocios Internacionales	
Fecha: 06/04/2021	
Tema	Clúster de Turismo Regionales
Personaje	
Objetivo	Obtener de parte de un experto, una visión general sobre la temática de redes clúster turísticas en Colombia y sus diferentes regiones

PREGUNTAS:

1. ¿Qué son las Iniciativas de Desarrollo de Clúster?
2. ¿Cuáles son las principales redes clúster turísticas del país?

3. Para el sector turístico en Colombia, ¿cuáles son las ventajas y/o desventajas de participar en redes clúster a nivel regional?
4. ¿Identifica usted potencial turístico en Colombia y sus diferentes regiones?
5. ¿Constituyen las iniciativas clúster de turismo una oportunidad para incentivar el desarrollo social en las regiones de Colombia?
6. ¿Cuáles son los principales elementos para conformar un clúster turístico?
7. ¿Qué sectores pueden hacer parte de una red clúster de turismo?
8. ¿Cuáles son las recomendaciones para aquellas empresas o sectores que están interesados en pertenecer a una red clúster de turismo?

