



Artículo Científico

Política de Clusters, Una Ruta Efectiva Hacia la Consolidación de Destinos MICE

Autora

Ingrid Liliana Delgado Bohórquez (Bogotá)

Directora

Natalia Berti

Título a obtener

Magister en Gestión Cultural

Escuela de Ciencias Humanas

Maestría en Gestión Cultural

Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia

2023

POLÍTICA DE CLÚSTERS, UNA RUTA EFECTIVA HACIA LA CONSOLIDACIÓN DE DESTINOS MICE¹

ABSTRACT

This article is about the high impact that public cluster policies have on the development and effective management of MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) tourist destinations.

It includes a comparative analysis of three tourist destinations positioned in the ICCA ranking, Spain, Italy and Brazil, based on three (3) variables: the cluster public policy directly related with the models, the governance schemes of these agglomerations and the competitiveness of the selected destinations, to identify advantages, disadvantages and challenges in these fields.

The above, with the aim of identifying relevant elements for the formulation of a public cluster policy in Bucaramanga, which allows positioning the city as a MICE tourist destination and guaranteeing the sustainability of its management model.

Keywords: MICE Tourism, Diagonal Cluster, Governance, Public Policy, Tourism Competitiveness.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente artículo es mostrar la alta incidencia que tienen las políticas públicas de clusters en el desarrollo y la gestión efectiva de destinos asociados al turismo de negocios, incentivos, convenciones y eventos.

Se plantea, un análisis comparativo de tres (3) destinos turísticos posicionados en el ranking ICCA², España, Italia y Brasil, a partir de tres (3) variables: la política pública de clúster subyacente a los modelos, los esquemas de gobernanza de estas aglomeraciones y la competitividad de los destinos seleccionados, para identificar ventajas, desventajas y retos en estos campos.

Lo anterior, con el ánimo de identificar elementos relevantes para la formulación de una política pública de clúster en Bucaramanga, que permita posicionar la ciudad como destino MICE y garantizar la sostenibilidad de su modelo de gestión.

Palabras Clave: Turismo MICE, Clúster diagonal, Gobernanza, Política pública, Competitividad turística.

1. INTRODUCCIÓN

La pregunta de investigación que se aborda en el presente artículo es ¿Cómo la competitividad, el esquema de gobernanza y la política pública de clúster favorecen el turismo de eventos? Y determinar a partir de allí, ¿Qué aprendizajes generan para el caso de Bucaramanga?

¹ Turismo de Negocios, Incentivos, Convenciones y Eventos. (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions - MICE).

² La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones es una comunidad global y un centro de conocimiento para la industria de reuniones de asociaciones internacionales (ICCA, 2023), que realiza anualmente un reporte denominado ICCA, Statistics Report Country & City Rankings, que incluye 165 naciones, posicionándolas de acuerdo al número de eventos que logran captar.

Y la problemática que se busca resolver es la baja efectividad del modelo de gestión turística actual para definir ¿Cómo desarrollar y fortalecer el clúster turístico de Bucaramanga y posicionar la ciudad como destino MICE?

El impulso del turismo de negocios, ha cobrado gran relevancia en las dinámicas de desarrollo de los países latinoamericanos, dada su contribución económica e impacto en la sostenibilidad de los destinos turísticos. Los eventos aumentan el volumen de pasajeros y atraen divisas a los países, minimizan la estacionalidad del turismo, tienen un impacto transversal en otros sectores, generan mayor derrame económico por el nivel de gastos superiores de sus participantes, y aumentan la visibilidad y el posicionamiento del destino turístico (Carneiro, 2011).

En Colombia varias capitales como Bogotá, Medellín o Cartagena alcanzaron posiciones importantes en el ICCA. Bucaramanga, sin embargo, a pesar de lograr ubicarse en tercer lugar en el Índice de Ciudades Modernas (DNP, 2021), por su desempeño territorial en los ámbitos social, económico, tecnológico, ambiental, institucional y de seguridad, no ha logrado ingresar en este prestigioso ranking. (ICCA, 2022 citado en Turismo Hoy, 2023).

Esta situación da cuenta de una problemática de poca efectividad y eficiencia del actual modelo de gestión turística en Bucaramanga, si se considera el amplio potencial de la ciudad como destino MICE, en atención a su vocación para eventos científicos, empresariales, comerciales y culturales, y otros factores de competitividad, como su oferta cultural, natural, red de servicios, ubicación geográfica y servicios vacacionales complementarios (Vanguardia Liberal, 2023).

El caso de estudio de Bucaramanga, resulta relevante, pues se trata de una ciudad intermedia Latinoamericana, que cuenta con capacidad instalada en infraestructura y a nivel organizacional, posee un Centro de Convenciones y un recinto mundial de talla mundial, NEOMUNDO, y CENFER, e integra dinámicas del Bureau de Convenciones y de clúster de turismo de aventura, así como hoteles y actividades de apoyo que permiten pensar en dinámicas tipo clúster.

Uno de los factores importantes, en tal sentido, puede estar dado por la ausencia de una política pública de clúster turístico, que oriente y regule las acciones de los agentes público privados que integran la cadena de valor del segmento MICE, de una forma más estructurada y planificada a largo plazo.

Este es el punto de partida del presente estudio, a través del cual se busca identificar las potencialidades y obstáculos en la formulación de la política pública de clúster para posicionar a Bucaramanga como destino MICE, y se sugieren algunas conclusiones para fortalecer y promover tal segmento a través de dicha estrategia.

El presente artículo realiza un análisis descriptivo comparativo entre los factores de éxito de las políticas de clúster implementadas por Brasil, Italia y España, países que lideran el ranking ICCA (ICCA, 2022 citado en Report News Colombia, 2023), en sus respectivas geografías.

Para ello, se realizó una revisión de la literatura sobre turismo MICE, que permitió identificar temas de interés y relevancia para los investigadores, y problemáticas de investigación para el campo de la gestión cultural sin profundizar. El alcance del presente trabajo se reorientó hacia las políticas públicas de clúster, sus enfoques y herramientas exitosas, la diferenciación de clusters por sus ciclos de vida y la competitividad de los destinos, receptores de eventos.

Dada la relevancia que las políticas públicas de clúster han tenido en la creación, posicionamiento y sostenibilidad de los principales destinos MICE de Europa y Latinoamérica, resulta prioritario identificar las ventajas, desventajas y retos del fenómeno de clusterización en el posicionamiento de destinos para eventos, focalizando la atención en las variables de política pública de clúster, gobernanza y competitividad del destino.

2. TEMAS VACANTES EN LA INVESTIGACIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS

En la literatura de investigación sobre el turismo de eventos se han abordado cuestiones de epistemología y ontología del turismo de eventos (Getz y Page, 2016), impacto económico de los eventos (JRB Ritchie, 1984; Coopers and Lybrand Consulting Group, 1989; Scotinform Ltd., 1991), gestión de eventos (Uysal, Gahan y Martin, 1993; Bos, 1994; Crompton, 1999; Faulkner et al, 2000; Page y Connell, 2012; Getz, 2013), política y economía turística (Dwyer, Forsyth y Dwyer, 2010), impactos del turismo MICE (Dwyer, 2002; Foley, Schlenker, Edwards y Lewis-Smith, 2013), motivaciones, inhibidores y facilitadores para asistir a conferencias internacionales (Ramirez, Laing & Mair, 2013; Ngamson y Beck, 2000), toma de decisiones para elegir destino desde la perspectiva de la oferta y la demanda (Oppermann y Chon, 1997), segmentación de eventos (Tkaczynski y Rundle-Thiele, 2011), planificación, desarrollo y comercialización del turismo de eventos (Bramwell, 1997), estrategias para el turismo de eventos (Stokes y Jago, 2007), política de apoyo a captación de eventos internacionales (Carneiro, 2011), entre otras. Tales investigaciones han contribuido a comprender y mejorar el turismo de eventos, para avanzar en su desarrollo como campo de conocimiento.

Sin embargo, hay algunos temas relevantes que han sido explorados en menor proporción y que son relevantes al campo, entre ellos Mair (2013) recomienda el estudio comparativo entre destinos. Getz y Page (2016) sugieren las siguientes preguntas, en términos de política pública ¿qué justificaciones para la participación pública en el turismo de eventos se apoyan y por qué?, ¿cuáles son los fundamentos ideológicos de la política de turismo de eventos? En términos de gobernanza invitan a indagar ¿cómo se puede hacer que funcione la formulación de políticas público-privadas?, ¿cuáles son las formas en que las partes interesadas ejercen el poder y negocian para desarrollar el turismo de eventos y las políticas relacionadas?, ¿quién queda excluido o marginado? Finalmente, en términos de evaluación, indican estudiar sobre ¿cuándo las políticas de turismo de eventos son efectivas y se administran de manera eficiente?

Este artículo se ubica en este campo y ahonda alrededor de estas cuestiones, organizadas en tres variables: política pública de clusters, gobernanza y competitividad.

3. CLÚSTER DIAGONAL, COMPETITIVIDAD, POLÍTICA PÚBLICA Y GOBERNANZA EN EL TURISMO MICE

El turismo de reuniones o turismo MICE, por su sigla en inglés “Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions”, fue oficializado a mediados del 2007 por la OMT (Organización Mundial del Turismo), en referencia a los cuatro tipos de eventos que se consideran para su realización, reuniones, viajes de incentivos, conferencias y ferias y/o exhibiciones (Zazueta & Velarde, 2022).

Y puede ser definido como, el flujo de turistas hacia una destinación específica, motivado por reuniones de negocios, congresos, convenciones, encuentros, cursos, etc. (Rodríguez, J., Macedo, L., Costa, A., (2019).

Este sector, es uno de los segmentos del turismo del mundo con mayor crecimiento. (Moreno y González, 2022)., razón por la cual ha cobrado tanta importancia su estudio a nivel global.

En el presente estudio centraremos la atención en la competitividad y gobernanza de los destinos turísticos de eventos, y la incidencia de la política pública de clusters, para incentivar este segmento económico.

Sobre la competitividad del destino se ha conceptualizado alrededor de diferentes variables. Porter (1998) plantea un modelo de competencia en forma de diamante, que se centra esencialmente en cuatro componentes de la ventaja competitiva: (1) condiciones de la demanda en términos de calidad, nivel y naturaleza del interés turístico; (2) las condiciones de los factores locales, como los recursos naturales y la ubicación de una región; (3) industrias de apoyo y relacionadas con el turismo, incluidos establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, atracciones turísticas, el sector del transporte y varias agencias gubernamentales; (4) política gubernamental que apoye a las comunidades con información e infraestructura, facilitando insumos tales como una fuerza laboral educada, manteniendo un marco apropiado para la regulación de estándares y asegurando la estabilidad macroeconómica y política. Tal modelo conceptual puede aplicarse de manera útil a los destinos turísticos y de convenciones.

En relación con esta variable, Bucaramanga ha buscado posicionarse durante los últimos 5 años, dentro del ranking del turismo de reuniones, a través del fortalecimiento del Centro de Convenciones, el Recinto Ferial CENFER y la gestión del Bureau de Convenciones. Ha realizado inversiones importantes en infraestructura, ha desarrollado modelos de gestión mixtos para administrar, intervenir y garantizar la sostenibilidad de las entidades consideradas de forma independiente. Al mismo tiempo, ha gestionado la apertura de nuevas rutas de conectividad aérea nacional e internacional, pero ha fracasado en el intento de promover una dinámica de clúster, que permita encadenar a los diversos agentes del turismo de la ciudad y proyectar el turismo fuera de lo local. (Vanguardia liberal, 2022).

Ahora bien, sobre la gobernanza en clave del clúster turístico, este concepto alude a la relación de interacción que valida la acción público - privada entre los agentes privados que integran el clúster de turismo y la institucionalidad pública encargada de implementar la política de turismo. Dicha relación obedece a los roles y dinámicas de poder político y económico que ejercen los diversos actores y que pueden condicionar la toma de decisiones e incidir en el direccionamiento de las acciones hacia intereses particulares, y perjudicar la consecución de objetivos de largo plazo y en el desarrollo equitativo de todos los sectores que hacen parte de la dinámica turística regional.

Para el caso de Bucaramanga, uno de los factores que ha impedido avanzar en la proyección de la ciudad como destino, está dada por el desinterés de la Gobernación de Santander en liderar tal gestión. (La silla vacía, 2020).

De allí, la importancia de incluir este factor en el análisis. Quizá, uno de los puntos más interesantes de abordar en el presente artículo, está dado por la forma como la política pública de clúster puede incidir en la regulación del esquema de gobernanza durante la implementación de la política para garantizar su eficiencia. Los retos en esta línea, orientan la reflexión en torno a las formas de regular las alianzas público privadas dentro del clúster, del clúster hacia los aliados y agentes y la transparencia durante dichas interacciones y relaciones, definiendo los roles y aportes de los cogestores públicos y privados en el modelo.

Frente a la política pública de turismo, entendemos por tal, el conjunto de factores, condiciones y lineamientos básicos que expresan los caminos para lograr los objetivos generales para el turismo del

país. (Beni, 2006, p.103. Citado en Carneiro, 2011, p. 341). La principal dimensión de análisis incorporada en el presente artículo está asociada a las políticas públicas de fomento al clúster turístico en el segmento MICE.

Por otro lado, en el campo del turismo de eventos se ha debatido ampliamente cuál es la noción de aglomeración de agentes, que mejor describe el conjunto de relaciones, interacciones y elementos comunes entre los diferentes agentes de la cadena de valor. La teoría de clusters tiene su origen en los estudios de Porter (1998), quien define clúster como concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios y firmas en industrias relacionadas e instituciones asociadas en campos particulares que compiten pero también cooperan. Aunque el trabajo de Porter se centra principalmente en la industria manufacturera, también se ha extendido y aplicado a industrias de servicios, como el turismo. (Bao & Blanco, 2014).

Los clusters, pueden verse como una herramienta conceptual interesante para comprender la fortaleza económica o la competitividad de un área geográfica. De hecho, mediante el uso de la teoría de clusters, se están desarrollando nuevos servicios y productos y se puede lograr una ventaja competitiva sostenible. Los clusters y las redes también contribuyen al desarrollo local al aumentar la productividad, el rendimiento y el rendimiento de las PYME turísticas, la capacidad innovadora y la masa crítica empresarial local. Además, los clusters podrían beneficiar más a la economía si se introdujeran políticas nacionales que los respaldaran, permitiéndoles ser más competitivos en los mercados turísticos nacionales y mundiales. (Bernini, 2009).

Dado el papel de los clusters en el desarrollo local, es importante identificar quién está actuando en el mercado de destino, y la forma en que se forman las masas críticas empresariales turísticas y las economías de aglomeración. Estos son requisitos previos para el desarrollo exitoso de clusters. Distinguir la combinación de servicios turísticos y productos de convenciones ofrecidos en un destino en particular permite a las autoridades locales y nacionales ya los administradores privados promover los clusters existentes e implementar otros nuevos. (Toledo, 2017).

Un concepto más sofisticado para describir las dinámicas del clúster de turismo, está dada por la noción de clúster diagonal, etiquetado de esta manera, para referirse a la concentración de empresas complementarias (o simbióticas), cada una de las cuales agrega valor a las actividades de otras empresas, aunque sus productos pueden ser bastante distintos. En este sentido, el agrupamiento diagonal reúne empresas que ofrecen productos y servicios separados, creando efectivamente un paquete que se consumirá como si fuera un solo artículo. Para el turismo y otras industrias de servicios, esto suele ser una rutina. Por ejemplo, un destino turístico requiere empresas que suministren la actividad, brinden transporte, hospitalidad, alojamiento, etc. La ubicación conjunta de muchos proveedores complementarios agrega valor a la experiencia turística, y lo contrario también puede ser cierto, en el sentido de que la ausencia de servicios clave restringe el desarrollo de otras empresas” (Michael, 2003).

En esencia, una empresa que produce un producto o servicio complementario no es un competidor, porque sus actividades agregan más valor al producto que el producto por sí solo. Así, la cooperación crea alianzas y redes, aprovecha mejor las capacidades y los recursos y fomenta actividades empresariales innovadoras que mejoran el desarrollo local.

Lograr la sinergia entre los agentes que integran el clúster de Bucaramanga y regular las interacciones entre agentes que lo integran, interactúan y/o invierten es uno de los principales retos de la ciudad.

4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para el análisis del componente de competitividad en el marco del presente artículo fue el Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad, que se define como un enfoque holístico, a partir del cual clúster turístico, se considera como “un sistema abierto homeostático con equifinalidad, configurado para alcanzar la competitividad sustentable” (Toledo, Valdez y Polero, 1998).

Entendido como tal, el análisis comparado de competitividad se realiza a través de cinco (5) variables: masa crítica, aliados e instituciones del clúster, estrategias competitivas, estrategias cooperativas y estrategias de relacionamiento con el cliente implementadas.

5. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS APLICADAS POR ESPAÑA, ITALIA Y BRASIL

A continuación, se presenta un análisis comparativo de los elementos más relevantes de las políticas públicas de clúster de España, Brasil e Italia, casos seleccionados por tratarse de países que actualmente se encuentran dentro del top 5 de las listas de Europa y Latinoamérica en el ranking ICCA, que han implementado políticas públicas de clúster de largo plazo y de forma sostenida, dentro de su estrategia de turismo durante los últimos veinte años, lo que conlleva a identificar un patrón verificable, para dilucidar si existe correlación entre estas dos variables. (Ver Tabla 1).

TABLA DE ANÁLISIS COMPARATIVO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE CLÚSTERS DE ESPAÑA, ITALIA Y BRASIL			
VARIABLES	ESPAÑA (Valdueza, 2020)	ITALIA (Bernini, 2009)	BRASIL (Carreiro, 2011)
ENTIDAD RECTORA	Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España	L Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT)	Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) - Ministerio de Turismo
POLÍTICAS CLÚSTER	1990 Inicia la política de clústers. Se fortalece en 2007 1ra Etapa 2007-2013 Arranque, constitución y expansión 2da Etapa 2014-2020 Consolidación y excelencia	1991 Se sanciona la ley de Distritos Industriales 2014 Se sanciona el Decreto Ley de 31 de mayo del 2014 que crea la Agencia Nacional de Turismo de Italia	1996-1999 Se instaura la Política del Consejo Nacional de Turismo (EMBRATUR). 2003- 2009 Política federal de apoyo a captación de eventos internacionales en Brasil
ELEMENTOS CLAVE DE LA POLÍTICA	* Programa de Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI)	*Promover la Marca Italia	*Plan Acuarela.
	** Registro Especial de AEIs	*Portal Italia.it	**Política de apoyo a la recaudación de fondos.
ENFOQUE	Enfoque en consolidar las AEI como estrategia para mejorar la competitividad empresarial colaborativa para el desarrollo de proyectos avanzados y complejos, de elevado coste. Auna esfuerzos con los territorios enfocado en estrategias macro comunes	Concentra acción institucional del gobierno en actividades de promoción de la imagen turística de Italia en el extranjero, estrategias de promoción turística nacional e internacional, apoyos empresas para comercialización de productos turísticos italianos, servicios de consultoría y asistencia, firmar acuerdos en actividad publicitaria y de relaciones públicas	El Estado crea la política de otorgar subsidios y lineamientos a socios para capturar eventos del segmento empresarial sin actuar directamente como ejecutor o regulador de esta actividad en el sector privado.
ACCIONES ESTRATÉGICAS IMPULSADAS	En la Primera Etapa: (2007-2013) Fase 1 Impulsar aforamiento y constitución de clústers en la geografía nacional con apoyo de las Comunidades Autónomas y las Entidades locales. Fase 2 Desarrollo de actuaciones y proyectos colaborativos que revirtieran directamente en beneficio de las PYMES que conforman las AEI o clusters	*Frente a los clústers emergentes, requieren apoyos para empresas de convenciones, capital, alojamiento de calidad, organizadores de convenciones y mano de obra calificada. ** Frente a los clústers en crecimiento, se requieren recursos locales para expansión, como infraestructura, ocio, y actividades recreativas y gestores profesionales.	Apoyos e incentivos a socios en actividades de promoción para captación de eventos internacionales
	En la Segunda Etapa: (2013-2018) Enmarcada en las estrategias de desarrollo de ventajas competitivas de cada región, para liberar su potencial de excelencia. Sello Cluster excellence o etiqueta ECEI GOLD Excel in Cluster Excellence, renovación de registro condicionado a planificación ligada a I+D, industria conectada 4.0	***Para CLSs en etapa de madurez, cuando tienen conferencias que son el punto de referencia y el precio es la clave para la competencia en el mercado, la necesidad es innovar oferta con nuevas tecnologías, nuevos tipos de marketing, nuevos productos y servicios. **Respecto de las CLS exitosas que son las que ya cuentan con concentración de recursos locales necesarios para llevar a cabo los negocios de convención, empresas especializadas y complementarias, que brindan servicios de conferencias, hospitalidad, y actividades posteriores a la conferencia.	Creación de núcleos permanentes con los países iberoamericanos y la península para identificar oportunidades y crear una línea de trabajo continua para generar imagen positiva en audiencias clave e incrementar el interés en la oferta turística a través de campaña comunicacional centrada en periodistas de opinión, visitantes de espacios exclusivos para temas turísticos y opinión pública en general
IMPACTOS/RESULTADOS DESTACADOS	Primera fase alcanzó 160 AEIs registradas con 4000 empresas vinculadas en promedio, con asignación de apoyos por 41,37 millones de euros, 7,4 millones anuales media, iniciativas cofinanciadas por Fondos FEDER de las Comunidades Autónomas Locales. A nivel turismo se apoyaron 33 proyectos por valor de \$1.195.467, enunciadas Madrid y Valencia, las cuales destacan en 2022 por su alto posicionamiento en el ranking ICCA. En la segunda fase bajó a 82 el número de AEIs registradas, que aglomeran 7.500 empresas, dan cuenta de mayor sofisticación y especialización, en actividades de tecnología y transformación digital. Turismo mantuvo el número de proyectos apoyados pero incrementó el monto a \$1.680.646 euros.	Italia consolidó un mapeo de clústers. El clúster de turismo y hotelería es el 4to en el país y cuenta con 125.827 empresas que emplean a 496.001 personas, generando ingresos aproximados por valor de 43.100 millones de euros. Italia ocupa el puesto 2 en el ranking ICCA internacional de las ciudades europeas y el 3ro a nivel mundial	Brasil escaló al puesto 7 en el ranking ICCA en 2010 dándole mayor visibilidad y credibilidad en el mercado internacional de eventos. EMBRATUR ha logrado afianzar la política de turismo de eventos de forma planificada y estructurada, lo que brinda credibilidad, seguridad, organización y percepción de profesionalismo para que el país sea candidato como sede para la realización de eventos internacionales. Las instituciones brasileras de turismo, han ganado posicionamiento político frente a otras entidades internacionales de competencia, por el relacionamiento que han desplegado y el número de asociados que tienen vinculados

Tabla 1. Análisis comparativo de políticas públicas de clúster. (Creación propia, 2023 con base en Bernini, 2009; Carneiro, 2011; Valdueza, 2020)

En la tabla podemos observar, elementos clave de cada una de las políticas públicas, así:

España realizó la implementación de política pública de clúster en dos fases, cada una de las cuales incentivó y estimuló un aspecto diferente de fase de desarrollo de sus clusters. La primera etapa se enfocó en la financiación de creación de clusters y la estrategia de su funcionamiento. La segunda fase enfatizó la creación de un registro que permitiera realizar medición y estimular las estrategias de diferentes agentes de la cadena de valor, principalmente para mejorar las condiciones de infraestructura, marketing y postulación de destino. Actualmente, la tercera fase se encuentra en ejecución y vuelca su interés hacia la integración de innovación y tecnología de cara a la promoción de la sostenibilidad. (Valdueza, 2020).

Brasil concentró su política pública en el marketing de ciudades y destinos y en la postulación a congresos internacionales como una herramienta importante de posicionamiento del 2003 al 2009, pero no hay mucha referencia a la estrategia de continuidad que permitió que se mantuviera en el ranking ICCA hasta hoy. (Carreiro, 2011)

Italia logró estructurar la política en función del ciclo de los clusters, diferenciando claramente incentivos, iniciativas y acciones institucionales relevantes en cada fase, así como estableciendo el rol de los agentes públicos y privados frente al fenómeno de clúster y caracterizó el comportamiento de dichos clusters, agrupándolos por características homogéneas según su relacionamiento, interacción y condiciones geográficas y económicas. (Bernini, 2009)

Cabe destacar elementos relevantes de cada política que redundan en resultados de impacto en la efectividad de la política. En el caso de España se destacan las AEI y el registro. El caso de Italia muestra la utilidad del mapeo, la marca país y la estrategia digital. El caso de Brasil revela la importancia del alto relacionamiento internacional y mercadeo especializado de destino desde algunos elementos de competitividad complementarios, como su oferta de turismo de naturaleza e infraestructura, y el aprovechamiento de los macro eventos y la inversión de infraestructura desarrollada en otros sectores de turismo.

Así mismo, luego de realizar la comparación cualitativa de las políticas públicas analizadas podemos concluir, además, algunos elementos comunes importantes:

En primer lugar, no hay un parámetro homogéneo para definir la política pública frente a los clusters, pero hay elementos comunes que se reiteran en los tres casos analizados. Esto se observa con respecto al marketing, el respaldo institucional y técnico para las postulaciones, la necesidad de apalancar la primera fase y la articulación público privada con roles definidos-

En segundo lugar, los clusters se desarrollan de forma disímil dentro de cada contexto territorial y socio cultural. Las políticas deben formularse acorde a las dinámicas y relaciones específicas en que el clúster se desarrolla, su configuración territorial y de gobernanza.

En tercer lugar, cada una de las políticas aborda elementos fundamentales para el desarrollo de clusters, en todo su ciclo de vida, desde su creación, pasando por su fortalecimiento y la sofisticación hacia una competitividad inteligente.

En conclusión, las políticas públicas contribuyen en diferente medida y en diferentes etapas del ciclo de vida de los clusters turísticos a su desarrollo y evolución, permitiendo consolidar los destinos MICE de forma sostenible. Los clusters son una herramienta de apoyo a la innovación y a la competitividad a nivel local y nacional. Son escenarios en los que las empresas, pueden activar y desarrollar redes de innovación entre ellas y con grandes empresas, instituciones, centros de investigación y otros actores, en lógica de cadena de valor, conectando varios sectores entre sí. Los mapeos y sistemas de registro en los clusters, hace posible el monitoreo de especializaciones a nivel regional y municipal.

6. ESQUEMAS DE GOBERNANZA SUBYACENTES A LAS POLÍTICAS

Respecto a los esquemas de gobernanza del clúster y las relaciones entre agentes públicos y privados, tenemos como elementos comunes la diferenciación entre los roles que cumple cada uno de estos bloques, las gestiones conjuntas e independientes que apropiaron y desarrollaron de forma regulada y autónoma.

Resulta interesante evidenciar que las tres políticas analizadas conciben el esquema público privado como un acierto para lograr resultados de mayor alcance y de largo plazo, pero condiciona la interacción de agentes en diferentes instancias de participación reservando roles puntuales a uno y otro aliado.

En el caso de España, en la etapa inicial se concibe una alta inversión estatal que estimule y permita desarrollar planificación técnica y estratégica macro apalancada por incentivos que permitan la estabilidad de los equipos directivos y de innovación, pero luego delega una mayor responsabilidad en la sostenibilidad a los agentes privados, manteniendo el respaldo en temas de mercadeo y promoción, sin entrar a controlar otros ámbitos económicos de la actividad.

En el caso de Italia, la intervención estatal es exclusivamente técnica y de promoción, con menor compromiso en el desarrollo de aspectos clave, como la infraestructura o el apoyo a la creación de clusters, generando una intervención cuando estos ya funcionan o tienen cabida de creación de forma natural, de abajo hacia arriba.

Para el caso de Brasil, la estrategia se centra muy fuerte y marcado en la postulación, participación en redes internacionales y relacionamiento con agentes especializados y cualificados y sofisticación del portafolio y las estrategias de promoción para estimular la visibilidad en ranking ICCA, movilizar el flujo de turistas, divisas y capital y una vez obtenido, realizar inversiones que contribuyen a dar respuesta al evento.

7. COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

Aplicando el método interfuncional Integrado de la Competitividad, se toman 5 factores relevantes de cada uno de los destinos analizados, como muestra la tabla No. 2, y se realiza la comparación de variables.

VARIABLES	ESPAÑA	ITALIA	BRASIL
Masa Crítica	Recursos turísticos, humanos, de capital, infraestructura, de conocimiento, seguridad	Recursos turísticos, humanos, de capital, de conocimiento, seguridad	Recursos turísticos, humanos, de capital, infraestructura, de conocimiento
Clúster	Clúster para eventos MICE	Clúster para eventos MICE	Clúster para eventos MICE
Estrategias Competitivas	Atractivos patrimoniales culturales, infraestructura, conectividad aérea, acuerdos y planificación	Atractivos naturales y patrimoniales culturales, conectividad aérea	Atractivos naturales, patrimoniales culturales, alto posicionamiento en ranking internacional, infraestructura para megaeventos, conectividad aérea
Estrategias Cooperativas	AEI / MinComercio, Industria y Turismo	CLSs	Clúster MICE / EMBRATUR
Estrategias de relacionamiento con el cliente	Acuerdos	Acuerdos	Alta asociatividad, mercadeo y postulación en eventos internacionales

Tabla No. 2 Creación propia con base en Mazaro, R & Varzin, G. (Brasil, 2008)

Al contrastar la competitividad interfuncional de los tres destinos, se evidencia que todos poseen los 5 elementos que se toman como variables de análisis, dando cuenta de una alta competitividad frente a las dinámicas del mercado internacional. Sin embargo, hay importantes diferencias, España cuenta con mayor masa crítica, Italia destaca por su distinción de cooperativismo en su sistema de clúster; pero Brasil destaca por sus estrategias competitivas y sus estrategias de relacionamiento con el cliente.

Aterrizado al caso de Bucaramanga, en relación con las ciudades capitales, que ocupan los primeros lugares en Colombia en el ranking ICCA 2022, la tabla No. 3 permite visualizar los resultados de la comparación.

VARIABLES	BOGOTÁ	MEDELLÍN	BUCARAMANGA
Masa Crítica	Recursos turísticos, humanos, de capital, infraestructura, de conocimiento, seguridad	Recursos turísticos, humanos, de capital, infraestructura, de conocimiento	Recursos turísticos, humanos, de capital, infraestructura
Clúster	Clúster para eventos MICE	Clúster para eventos MICE	N.A.
Estrategias Competitivas	Atractivos patrimoniales culturales, infraestructura, conectividad aérea, acuerdos, planificación, promoción, asociatividad y especialización, mercadeo y sofisticación, innovación	Atractivos patrimoniales culturales, infraestructura, conectividad aérea, acuerdos, planificación, promoción, innovación	Atractivos patrimoniales culturales y naturales, gastronomía, infraestructura, promoción, asociatividad
Estrategias Cooperativas	Bureau de Convenciones / Distrito Turístico que integra Centro de Convenciones, Recinto Ferial y cadena hotelera	Bureau de Convenciones / Clúster	Clúster de aventura, Comité de Competitividad - CUEES
Estrategias de relacionamiento con el cliente	Acuerdos, Alta asociatividad con organismos internacionales, postulación en eventos internacionales, mercadeo	Acuerdos, mediana asociatividad con organismos internacionales, postulación en eventos internacionales, mercadeo	Baja asociatividad con organismos internacionales, bajo mercadeo

Tabla No. 3 Creación propia con base en sondeo de páginas web oficiales.

Como se evidencia, en la tabla el nivel de sofisticación integrada e interfuncional de Bogotá es mucho mayor que las otras ciudades, seguida de Medellín y luego de Bucaramanga. Del contraste, además, podemos concluir que por la dinámica de los tres clusters analizados está ligada a su fase de desarrollo, refiriéndose en su orden, Bogotá, Medellín y Bucaramanga.

8. CONCLUSIONES

En este capítulo señalaré las ventajas, desventajas y retos que se identificaron en el campo de la política pública, la gobernanza del clúster y la competitividad, que contribuyen significativamente al clúster de Bucaramanga.

El turismo de convenciones y reuniones, o turismo MICE, es un escenario de oportunidad potencial para Bucaramanga, que se ha mencionado en diferentes escenarios y documentos de planificación estratégica de Bucaramanga y la región. (Índice Departamental de Competitividad, 2022). En efecto, en el fenómeno de clúster ha arrojado importantes resultados para el posicionamiento de destinos en Colombia alrededor del MICE, como el caso de Bogotá, que ocupa un lugar importante en el ranking ICCA en 2022.

Del análisis comparativo de estas políticas públicas se evidencian puntos comunes que pueden resultar relevantes para definir una idónea para el territorio Bumangués.

Tomando como base los ciclos planteados por Bernini, para cada fase de ciclo de clúster, integrando las diferentes acciones planteadas en los tres casos, podemos organizar un esquema de política pública más

estructurado, que contemple 3 momentos, el de creación y planificación, el de madurez y el de consolidación.

Para la primera etapa resulta clave el esquema de registro y planificación, que permite además mapear y dar cuenta de la evolución de las dinámicas internas de los clusters y visibilizar para los diferentes agentes las necesidades comunes y acciones estratégicas de mayor relevancia para ampliar la competitividad del conjunto de agentes, incentivar la planificación y cualificación de la dirección de los clusters, y contribuir a la asociatividad para mejorar productos, identificar potencialidades desde lo que el destino ya ofrece y en lo que es fuerte o puede desarrollar de forma sostenible, y generar acciones de política pública de alta complejidad en sinergia público privada para mejorar la competitividad del destino, principalmente en lo que toca con la infraestructura y conectividad vial y aérea.

En la siguiente fase hay un importante esquema de comercialización, mercadeo y gestión cualificada para lograr desarrollar producto, innovar servicios, crear experiencias y lograr posicionamiento, ampliar la participación en postulaciones, acuerdos, pólizas, cualificación de equipos técnicos, ampliar la cadena de proveedores enriqueciéndola y generando integración cruzada de servicios en función de la hospitalidad, integrar otros sectores de turismo complementarios que hagan más atractivo el destino, y suscribir acuerdos, relacionamientos y fomentar la participación de socios en clúster en asociaciones internacionales.

En la fase de consolidación, se debe direccionar la inversión hacia estrategias de innovación, marketing digital, mejoramiento y sofisticación de los sellos singulares y especializar los territorios, fomentando la integración i+D y spin off.

De otro lado, la política pública permite evidenciar que ésta trasciende los intereses particulares económicos, políticos y sectoriales, contribuyendo a mejorar la gestión del destino, brindando factores de sostenibilidad para el clúster considerado en su conjunto. Además, de esclarecer las jerarquías, relaciones y marcos de acción de los agentes público privados de los clusters.

Las limitantes del turismo MICE de Bucaramanga, están ligadas a factores de competitividad de Bucaramanga, en las que es importante direccionar desde la política pública, asociada a la inversión y alianza público privada de los agentes del clúster, tales como conectividad vial y aérea, cualificación y especialización de actores del clúster, regular gobernanza y gestión de marketing hacia el posicionamiento internacional del destino.

Un factor determinante que obstaculiza la eficiencia del clúster es su enfoque en dinámicas locales y no regionales, dado el direccionamiento estratégico condicionado por el poder político, con intereses no ligados a la sostenibilidad y competitividad del destino.

El clúster de turismo en Santander es vacacional y ha estado liderado por la Gobernación de Santander, con interés en el desarrollo e impulso del turismo vacacional y de aventura para favorecer a las provincias y ayudar a la promoción de los parques temáticos de la región, que han sido financiados por la Secretaría de Cultura y Turismo de Santander, que capitalizan el ámbito de influencia de gobierno con continuidad durante los últimos tres periodos de gobierno regional, pero que presentan déficit para el Departamento. “El legado de su papá fue el Parque Nacional del Chicamocha, conocido como PANACHI. El de su hermano El Santísimo y el Aquaparque de PANACHI. Ahora Mauricio, el tercer gobernador del clan Aguilar, está promocionando la construcción de ocho parques temáticos y otras cuatro mega obras turísticas. Sin embargo, esa visión de turismo, con la que quiere reactivar económicamente a Santander,

no responde ni a la realidad financiera de los parques que ya existen en el departamento ni a las tendencias de turismo actuales”. (Silla vacía, 2020).

Finalmente, cabe destacar, que Bucaramanga, cuenta con alto potencial y requiere inversiones importantes para incrementar su competitividad, mejorar el esquema de gobernanza del clúster y generar una política con mayor planificación, apelando al grado de madurez como ciudad intermedia.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Bao Cruz, S., & Blanco Silva, F (2014). Modelos de formación de clusters industriales: revisión de ideas que los sustentan. *Revista Gallega de Economía, Universidad Santiago de Compostela*, vol. 23, núm. 2, pp. 179-198
- Bernini, C. (2009). Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy. *Tourism Management*, 30(6), 878–889. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.004> Disponible en <https://www.sciencedirect-com.ez.urosario.edu.co/science/article/pii/S0261517708001970?via%3Dihub>
- Bos, H. (1994). *Festival Management and Event Tourism*. Volumen 2, Número 1. Pp. 55-58(4)
- Bramwell, B. (1997) Strategic planning before and after a mega-event. *Tourism Management*, 18(3), 167-176.
- Brent Ritchie, J. R. (1984). Evaluación del impacto de eventos distintivos: cuestiones conceptuales y de investigación. *Revista de investigación de viajes*, 23(1), 2-11.
- Carneiro, L. (2011). POLÍTICA DE APOIO À CAPTAÇÃO DE EVENTOS INTERNACIONAIS NO BRASIL: ANÁLISE DO RANKING ICCA ENTRE 2003 E 2009. (Portuguese). *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 5(3), 338–355.
- Crompton, J. L. (1999). Measuring the economic impact of visitors to sports tournaments and special events. Division of Professional Services, National Recreation and Park Association.
- Dwyer, L. (2002). Contribución económica del turismo de convenciones: cuestiones conceptuales y empíricas. En *Turismo de convenciones: investigación internacional y perspectivas de la industria* (pp. 21-36). Haworth Hospitality Press.
- Dwyer, L., Forsyth, P. (2009) Apoyo del sector público para eventos especiales. *Eastern Econ J* 35, 481–499. <https://doi.org/10.1057/eej.2009.31>
- Faulkner, B., Chalip, L., Marrón, G., Jago, L., Marzo, R., Woodside, A (2000) *Event Management*, Volumen 6, Número 4. Pp. 231-246 (16)
- Foley, C., Schlenker, K., Edwards, D., & Lewis-Smith, L. (2013) Determining business event legacies beyond the tourism spend: an Australian case study approach. *Event Management* 17(3) 311-322.

- Gil Goledo, J. J. (2017). El clúster como modelo de red empresarial, una opción relevante para la competitividad del subsector del turismo en Colombia. *Tendencias*, 18 (1), 101-117. <https://doi.org/10.22267/rtend.171801.67>
- Getz, D. (2013). Turismo de eventos: conceptos, estudios de casos internacionales e investigación. Corporación de comunicación de Cognizant.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*, 52, 593-631. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715000679?via%3Dihub#bib60> Consultado el 01 de Mayo del 2023
- Mair, J. (2013). *Conferences and Conventions: A Research Perspective* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203121740>
- Mazaro, R., & Varzin, G. (Brasil, 2008) Modelos de Competitividad para Destinos turísticos en el marco de la Sostenibilidad. *Revista de Administración Contemporánea*, Vol. 12, núm. 3, jul-set, 2008, pp. 789-809
- Michael, E.J. (2007a). Development and cluster theory. En: Michael, E. J. (ed.) *Micro-clusters and networks. The growth of tourism*. Elsevier, Amsterdam, p. 21-32
- Moreno Ortiz, R., & González Cárdenas, J.A. (2022). Turismo de negocios, aproximación conceptual a su desarrollo, contextualización y beneficios. Un caso de éxito en la Ciudad de Guadalajara, México. *Revista Expresión Económica Journal* volume & issue No. 48
- Morgan, A & Condliffe, S (2006). Midiendo los impactos económicos de los centros de convenciones y el turismo de eventos, *Journal of Convention & Event Tourism*. 8:4, 81-100, DOI: 10.1300/J452v08n04_06 Disponible en https://www-tandfonline-com.ez.urosario.edu.co/doi/abs/10.1300/J452v08n04_06 Consultado el 19/Feb/23
- Ngamsom, B, MHM & Beck, J (2000) A Pilot Study of Motivations, Inhibitors, and Facilitators of Association Members in Attending International Conferences, *Journal of Convention & Exhibition Management*, 2:2-3, 97-111, DOI: 10.1300/J143v02n02_09
- Oppermann, M., & Chon, K. (1997) Convention participation desition-making process. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 178-191.
- Page, S.J., & Connell, J. (Eds.). (2012). *Routledge handbook of events*. London: Routledge.
- Ramírez, D., Laing, J., & Mair, J. (2013). Exploring intentions to attend a convention: a gender perspective. *Event Management*, 17(2), 165-178.
- REINO UNIDO, S. T. B. (1991). Estudio de festivales de Edimburgo 1990-91: encuesta de visitantes y evaluación del impacto económico. Informe final e informe resumido. Estudio de festivales de Edimburgo 1990-91: encuesta de visitantes y evaluación del impacto económico. Informe final e informe resumido.

- Rodrigues Soares, J. R., Macedo Castro, L. P., Costa Perinotto, A. R. (2019). La Competitividad del turismo MICE en Galicia: un estudio comparativo con Catalunya y Madrid. *Revista Turismo em Análise – RTA*. Volumen 3, p. 307-326.
- Stokes, R. y Jago, L. (2007). El entorno del sector público de Australia para dar forma a la estrategia de turismo de eventos. *Revista Internacional de Investigación de Gestión de Eventos*, 3(1), 42-53.
- Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, SR. (2011) Event segmentation: A review and research agenda, *Tourism Management*, Volume 32, Issue 2, pp. 426-434. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.010>.
- Toneleros y Lybrand. (1997). Coopers and Lybrand: a case study of a professional services firm. *Fecha comercial*, 5(4), 1-4.
- Uysal, M., Gahan, L. y Martin, B. (1993). Un examen de las motivaciones del evento: un estudio de caso. *Gestión de festivales y turismo de eventos*, 1(1), 5-10.
- Valdúeza, E. G. (2020). La Política De Clústers Del Ministerio De Industria, Comercio Y Turismo: Evolución, Resultados Y Perspectivas. *Economía Industrial*, 416, 163–175.
- Zazueta Hernández, M. G., & Velarde Valdez, M. (2022). Investigación sobre turismo de reuniones en el período 2000-2019: una revisión de literatura. (Spanish). *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 779–796. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.052>

WEBGRAFÍA:

https://www.bureaumedellin.com/wp-content/uploads/2023/05/ICCA_Rankings-22_ICCA-Rankings_170523b.pdf Consultado el 4/06/2023

<https://www.ccb.org.co/Clústers/Clúster-de-Turismo/Noticias/2019/Mayo-2019/Colombia-esta-en-el-top-30-del-turismo-de-reuniones> Consultado el 19/05/2023

<https://clustersantander.com/clúster-turismo> Consultado el 16 de mayo del 2023

<https://colombia.ladevi.info/icca/bogota-el-top-5-america-latina-segun-ranking-icca-n22382> Consultado el 19/05/2023

<https://colombia.reportnews.la/blog/2023/05/30/icca-revelo-su-ranking-para-2022/> Consultado el 4 de junio de 2023.

https://www.dnp.gov.co/Prensa/_Noticias/Paginas/29-departamentos-mejoraron-su-desempeno-en-el-indice-de-ciudades-modernas-dnp.aspx#:~:text=El%20C3%8Dndice%20de%20Ciudades%20Modernas%20mide%20seis%20dimensiones%3A%20Gobernanza%2C%20Participaci%C3%B3n,dominios%20y%2036%20indicadores%20principales. Consultado el 4/06/2023

<https://www.enit.it/it/chi-siamo> Consultado el 13 de junio de 2023

<https://eventoslatam.com/icca-publica-su-ranking-2019/> Consultado el 19/05/23

<https://www.eventoplus.com/noticias/ranking-icca-espana-sigue-en-el-top-five-pero-desciende-un-puesto/> Consultado el 19/05/2023

<https://forbes.co/2022/08/29/actualidad/colombia-el-mejor-de-la-region-en-recuperar-sus-eventos-aplazados-por-la-pandemia> Consultado el 2 de mayo del 2023

<https://italiacompete.it/clúster/turismo-e-ospitalita/> Consultado el 13 de junio de 2023

<https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/276/314> Consultado el 13 de Junio del 2023

https://compite.com.co/wp-content/uploads/2022/04/CPC_IDC_2022.pdf Consultado el 14 de junio del 2023

<https://www.lasillavacia.com/historias/silla-nacional/una-obsesion-familiar-que-le-puede-salir-cara-a-santander> Consultado el 16 de mayo del 2023

<https://www.redalyc.org/pdf/840/84012309.pdf> Consultado el 14 de junio del 2023

<https://turismohoy.com/bogota-en-el-top-5-de-america-latina-segun-ranking-icca/> Consultado el 2 de mayo del 2023

<https://m.vanguardia.com/especiales-vanguardia/contenido/centenario/turismo-y-medio-ambiente/clúster.html> Consultado el 5 de junio del 2023

<https://www.vanguardia.com/economia/local/conexiones-aereas-y-vias-los-pendientes-del-turismo-en-santander-LX6321926> Consultado el 12 de junio del 2023

<https://www.vanguardia.com/opinion/editorial/la-nueva-y-exitosa-identidad-de-neomundo-FA6299263> Consultado el 12 de junio del 2023