ANÁLISIS DEL CLÚSTER DE TURISMO DE NEGOCIOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE MEDELLÍN

Elaborado por:

DEISY MARIBEL MONTOYA ÁLZATE

PAULA ANDREA CARDONA ESCALANTE

Asesor: MARTA IRENE PULGARÍN AGUDELO

Negocios internacionales

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2020

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. **Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria**

Trabajo de Grado. Ciclos Profesionales

ANÁLISIS DEL CLÚSTER DE TURISMO DE NEGOCIOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE MEDELLÍN

Deisy Maribel Montoya Álzate

Estudiante de décimo semestre del programa negocios internacionales

mmharhy@live.com

Paula Andrea Cardona Escalante

Estudiante de décimo semestre del programa negocios internacionales

andre91427@gmail.com

Asesor: Marta Irene Pulgarín Agudelo, Docente trabajo de grado, martairene@gmail.com

Recibido (Fecha recepción)
Revisado (Fecha de recepción revisión)
Aceptado (Fecha de aceptación)

Resumen

El clúster es una apuesta estratégica de Medellín integrada por empresas, estado y gremios alrededor del turismo, adaptada a los cambios tecnológicos, y una oferta complementaria entre negocio y ocio. El presente proyecto analiza el clúster de turismo de negocios en el desarrollo económico de la ciudad de Medellín, mediante las variables determinantes en dicho proceso, por medio de una búsqueda y revisión sistemática de diferentes fuentes documentales primarias y secundarias vía web. Se evidencia que la industria del turismo ha tenido un

crecimiento gracias a las alianzas sólidas con los demás clústeres e inversiones efectuadas que le permite posicionarse como un destino atractivo e innovador, con una constante afluencia de empresarios y turistas, generando procesos de cambio y creando circuitos turísticos que promueven la economía de la ciudad contribuyendo a la generación de empleo, atracción de inversión extranjera e ingreso de divisas.

Palabras clave: clúster de turismo, Medellín, internacionalización, desarrollo económico.

Abstract

The tourism cluster is a strategic commitment for Medellin city created by companies, the state, and all staff around the tourism sector it is adapted to technological changes and a complementary offer between business and leisure. This research analyzes the business tourism cluster on the economic development of Medellin city. This project determines variables related to the event cluster and it is based on systematic research and review of different primary and secondary documentary sources found on the Internet. According to the results achieved, it is evident that the tourism industry has grown due to a solid alliance with some other clusters and as a result of private and public investments that have allowed the city to position itself as an attractive and innovative destination, with a constant influx of businessmen and tourists, generating processes of social and economic change and creating tourism programs that help to promote and sustain the economy of the city, and also contributing to the generation of employment, the attraction of foreign investment and income of foreign currency.

Keywords: tourism cluster, Medellin, internationalization, economic development.

1. Introducción

Durante los últimos años, la globalización ha tomado un papel muy importante en las economías mundiales generando un incremento de la interdependencia de los países en los

ámbitos comercial y cultural. Este fenómeno ha permitido grandes acercamientos y relaciones internacionales duraderas que conforman la integración de las economías, promoviendo el comercio y la adaptabilidad a cambios del mercado y dejando de lado pensamientos arraigados en cuanto al consumo de productos o servicios nacionales para adquirirlos del extranjero.

Como consecuencia del fenómeno de la globalización, la ciudad ha tenido en los últimos años un notorio incremento de visitantes extranjeros al país y un desarrollo altamente competitivo en cuanto a infraestructura, sostenibilidad ambiental, salud, educación, entorno financiero y diversificación, según datos del Sistema de Información Turística de Medellín SITUR (2019). A su vez, debido a la implementación de estrategias en el sector turismo como clúster, se ha tenido un incremento considerable de ingresos a la ciudad para fortalecer su economía, desarrollo, internacionalización y, por consiguiente, se ha incentivado y motivado la inversión extranjera que promueve cambios positivos y beneficiosos tales como nuevos empleos e innovación.

Por otro lado, es relevante analizar factores importantes tales como el bilingüismo y la conservación cultural y de infraestructuras. El personal relacionado con el clúster de turismo debe estar preparado para acompañar y apoyar a los extranjeros de habla inglesa y/o de otras lenguas tales como el alemán o el francés. Así mismo, se debe contribuir a la conservación de los diferentes sitios turísticos debido a que estos juegan un rol importante a la hora de recibir nuevos visitantes.

La importancia de esta investigación radica en analizar el clúster de turismo de negocios en el desarrollo económico de la ciudad de Medellín entre los años 2010 y 2019.

Teniendo en cuenta que es un pilar fundamental en el crecimiento económico de la región incrementando significativamente el número de turistas. En términos generales según el Anuario Estadístico de Antioquia, en el año 2017 se registraron 201.387 entradas de extranjeros por turismo a dicha región, siendo Estados Unidos el principal país de procedencia con 80.817 entradas, seguido de Panamá con 53.947 y, en el tercer lugar, se encuentra México con 13.571.

El incremento en el número de turistas se ha logrado gracias a la constante innovación, nuevas infraestructuras, alianzas comerciales, mejores condiciones en seguridad y estratégica ubicación geográfica. Sin embargo, la imagen de la ciudad se ha visto marcada por circunstancias no tan positivas y que pueden manchar el buen nombre que la ciudad ha conseguido rescatar a través de los años. Tal es el caso del tour de Pablo Escobar, según Giraldo, Van y Posada (2014) "se incluyen recorridos a los lugares más representativos en la vida de este personaje y de los años ochenta" (p.104) lo que promueve el ingreso al país de un gran número de extranjeros por narco turismo, que buscan conocer la historia relacionada con este aspecto de nuestra historia nacional e incluso vivir dichas experiencias.

A pesar de las estrategias utilizadas para dar a conocer los diferentes destinos turísticos del país, aún no se cuenta con aplicaciones tecnológicas adaptadas a las necesidades de los viajeros, donde puedan acceder a toda la información referente a tours, hospedajes, restaurantes, diversión, cultura, entretenimiento, entre otros. De acuerdo con un estudio presentado por la Corporación Ruta N (2015) "no existe, en la actualidad, una propuesta en este sentido para fortalecer y desarrollar el Clúster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones enfocada al desarrollo de apps y no de tecnologías" (p.99), así pues, se pueden

generar retrasos en el servicio recibido debido a la falta de información requerida por los visitantes.

El proceso de investigación del presente proyecto se divide en seis secciones que se mencionan a continuación. La primera sección presenta la introducción general del trabajo en esta se realiza una breve apertura del tema del clúster de turismo, el crecimiento económico y la apertura global que ha presentado la ciudad de Medellín en los últimos años. La segunda sección trata sobre los antecedentes que apoyan el presente proyecto. La tercera sección habla acerca de revisión de la literatura a nivel local, nacional e internacional. La cuarta sección da cuenta de los materiales y métodos usados en el trabajo, la quinta sección trata el análisis y la discusión de los resultados encontrados; y, por último, se encuentran las conclusiones, recomendaciones y limitaciones.

2. Antecedentes del problema

Medellín es una de las ciudades que se ha posicionado en el tema de innovación y desarrollo, ha trabajado en temas como "promoción de la cultura en barrios de escasos recursos, transporte público, clústeres empresariales, fortalecimiento de la educación con eventos como la Fiesta del Libro y la Cultura" (Vidrio, Sapien, Piñon y Gutiérrez, 2019, p.15-16). Eventos de tal magnitud han generado un buen estatus y reconocimiento de personas, empresas e instituciones tanto a nivel nacional como internacional. Tal ha sido este reconocimiento que se le ha podido comparar con ciudades como "Paris, caracterizada por su alta densidad y potente aire cultural, y New York, es reconocida por su diversidad étnica, cultural y religiosa. Su fisonomía es la del mundo entero reunido en una ciudad" (Quiroga, 2017, p.124-126).

El clúster de turismo de negocios, fomenta en la ciudad de Medellín el trabajo colaborativo y la integración entre la industria turística y otras industrias del país, con el fin de contribuir al crecimiento de esta región para posicionarla como un territorio innovador. Analizar la participación de este clúster en el desarrollo económico de la ciudad de Medellín entre los años 2010 y 2019, permitirá conocer diferentes alianzas e iniciativas que promueven el progreso económico y social de la ciudad, y los empresarios locales. Si bien este clúster es de gran importancia para el desarrollo de la ciudad y su economía, poco se ha analizado y considerado su participación al respecto. Se puede evidenciar una escasez de información relacionada con este tema que se ha abordado de manera general y básica.

3. Trabajos teóricos y aplicados en el estudio de turismo de negocios

Para el presente proyecto se realizó una búsqueda y revisión sistemática de diferentes artículos de revistas, trabajos y tesis de grado, páginas web especializadas, bases de datos, entre otros, tanto nacionales como internacionales. Dicha búsqueda se realizó tanto en idioma inglés como español y se limitó a los años 2010 al 2019 para obtener información reciente y actualizada. La información analizada se encuentra a continuación detallada en tres apartados. En la primera sección se encontrarán las definiciones básicas; en la segunda sección, se encontrarán las teorías que soportan el tema de investigación del presente proyecto; y, en la tercera sección, se encontrará la revisión de literatura a nivel regional, nacional e internacional.

3.1 Definiciones básicas

La Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía manifiesta que el clúster, es una “concentración geográfica de compañías interconectadas, proveedores especializados,

empresas relacionadas e instituciones asociadas alrededor de una actividad económica en particular, que compiten y al mismo tiempo cooperan.”. De igual manera, implementan estrategias para fortalecer su economía y así lograr ser cada vez más fuertes tanto en el ámbito nacional como internacional, partiendo de la premisa de prevalecer los intereses colectivos ante los individuales.

Según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por fines personales o comerciales / profesionales”. Por lo tanto, se deben implementar diversas estrategias con el fin de atraer la mayor cantidad de personas tanto de otros países como de otras regiones; así mismo, es importante elaborar planes para incentivar el turismo local, puesto que Antioquia es una región con habitantes que no conocen su propio territorio, y que en ocasiones optan por viajar a destinos fuera del país sin descubrir las oportunidades que su propia región les ofrece. Este fenómeno causa que los ingresos que podrían permanecer en la región, se destinen a fortalecer económicamente hablando otras regiones ajenas al país.

3.2 *Teorías soporte*

Los clústeres incentivan el comercio en el territorio donde se establecen permitiendo ampliar el desarrollo a nivel nacional e internacional, siendo uno de los objetivos incrementar la oferta exportadora de productos y/o servicios, para generar un mayor equilibrio en la balanza comercial lo que se ve reflejado en la economía del país. (Iordache, Ciochină & Asandei, 2010). Así mismo, se crean estrategias con el objetivo de sostenerse en el tiempo, con precios accesibles a la comunidad, con ideas innovadoras las cuales generen valor

agregado y motivación de compra, y se generan alianzas con el fin de disminuir los costos e incrementar la rentabilidad mediante las tácticas empleadas.

Por su parte, Barrientos (2011) argumenta que el objetivo del clúster es la colaboración entre sí, brindándoles diferentes experiencias a los clientes por medio de productos diferenciadores que sean ofertados en igualdad de condiciones. Así mismo, satisfacer sus necesidades y deseos con miras al bienestar además de percibir resultados reales en un periodo de tiempo determinado, donde las empresas asociadas a la estrategia clúster trabajan por un objetivo común, prima la confianza y las relaciones estrechas entre los miembros del clúster con el propósito de ser más competitivos y sostenerse a través del tiempo.

Medellín ha presentado cambios estructurales en cuanto a políticas públicas para mejorar en infraestructura, logística y transporte con el objetivo de promover la ciudad mediante convenciones, eventos y ferias, ello le ha permitido consolidarse en la industria del turismo y obtener reconocimiento a nivel nacional e internacional. Por otro lado, existe una brecha marcada por la desigualdad de clases sociales "generando un imaginario de ciudad muy diferenciado a la realidad existente, realidad marcada por una alta inequidad urbana" (Pineda, 2016, p.86).

Tomando como base los datos estadísticos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (CITUR), en el país se han recibido miles de turistas provenientes del extranjero, registrados por puntos de control migratorio principalmente aéreo, lo cual se ha convertido en un punto de apoyo para la economía colombiana. Así lo demuestran cifras recopiladas desde el año 2015, en las cuales se puede evidenciar el constante crecimiento en

la industria del turismo. Según (CITUR), Para el año 2018, se registraron 2.709.043 visitantes extranjeros no residentes en el país, siendo esta la cifra más alta registrada hasta el momento según el análisis del presente proyecto.

El país es un referente de turismo a nivel internacional, según Mincomercio (2019) "En 2018 el valor agregado del turismo fue de 17.657 miles de millones creciendo 6,4% frente a 2017" (p.20), el gobierno se dedica a generar una percepción positiva de la ciudad, debido a las estrategias implementadas que permiten el ingreso a la ciudad de diversas empresas del sector. Por lo tanto, es necesario contar con un equipo de trabajo comprometido a mejorar las estrategias actuales, e implementar nuevas con el propósito de ser más competitivos por medio de la estrategia clúster.

En el tema del clúster de turismo se han realizado varias investigaciones debido a que en la actualidad la internacionalización de las empresas, la integración de las economías y la necesidad de globalización de los individuos, ha obligado al desplazamiento no solo de personas sino también de empresas y organizaciones hacia el exterior. Por tal razón, el turismo se ha convertido en un sector indispensable para la sociedad otorgando así competitividad y sostenibilidad a las ciudades. Se analizaron varias investigaciones realizadas anteriormente en temas relacionados con el clúster sector turismo, la competitividad global y el desarrollo económico; las cuales se detallan a continuación.

3.3 Estudios aplicados a nivel regional y nacional.

A nivel regional, Vieira (2011) estudia la trasformación que ha tenido la ciudad de Medellín de acuerdo con los planes de desarrollo municipales en los años 1995–1997 y 2008-2011, incluidas las políticas públicas implementadas, "principalmente para definir sus niveles

de productividad y competitividad" permitiendo la apertura de mercados e internacionalización de Medellín, con la oportunidad de adquirirlos de una manera más rápida y sencilla. Concluye que, la ciudad se ha convertido en un referente en gestión pública e internacional gracias a los aportes de los gobiernos y la continuidad que les han dado a proyectos existentes.

Por otro lado, Novoa (2013) analiza el turismo de eventos, congresos y convenciones de la ciudad de Cartagena y su aporte a diferentes sectores de la economía, relacionados con la industria turística tales como, hoteles, restaurantes, logística, transporte y comercio en general. Para ello, realizó una revisión documental en fuentes primarias y secundarias, además de desarrollar 219 encuestas a turistas de eventos en donde encontró que durante los periodos 2010 – 2012, el sector representó un crecimiento del 16,1% anual, gracias a la realización de 223 eventos en el año 2012 de los cuales el 46,6% corresponde a eventos nacionales. Concluye que, dicho turismo es una de las actividades más importantes del sector por la generación de empleo y reconocimiento que le proporciona a la ciudad.

Por su parte, Acevedo (2015) en su trabajo de grado, el cual tuvo como objetivo realizar "un análisis de la competitividad del Clúster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones de Medellín utilizando el modelo del diamante competitivo de Michael Porter", mediante recolección de datos en fuentes secundarias, encontró que en el 2014 la ciudad de Medellín fue el segundo destino más visitado por turistas extranjeros después de Bogotá, lo que se debe a los lineamientos implementados por los mandatarios locales, mejoras en la infraestructura y sectores complementarios principalmente el centro de convenciones plaza mayor y el transporte incluidos los dos aeropuertos; convierten a la ciudad en un destino atractivo para eventos. Por último, concluye que, el clúster no se ha consolidado por la poca

existencia de diversidad en los servicios ofrecidos y la similitud de los precios, convirtiendo al talento humano en un factor diferenciador para atraer turistas e inversión.

Así mismo Brida, Rodríguez, Mejía & Zapata (2017) evidencian la importancia del turismo para el crecimiento y desarrollo económico de la ciudad de Medellín, conocido como un sector con gran cantidad de MI PYMES, se reconoce al turismo como un sector de desarrollo socioeconómico relevante para la planificación, gestión y posicionamiento de la ciudad como un destino turístico sostenible, los principales impactos económicos positivos del turismo están relacionados con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos; la generación de empleo, y diversas oportunidades de negocios.

Finalmente Bustamante (2018) realiza una investigación que consiste en el "Análisis sobre el comportamiento del turismo de negocios en la Ciudad de Bogotá desde la creación del Viceministerio de Turismo", la metodología empleada es una revisión documental de páginas oficiales al igual que estudios económicos y datos estadísticos relacionados con la evolución del turismo, el autor resalta los acuerdos comerciales firmados por Colombia en el periodo 2006-2016 con Canadá, Costa rica y la Alianza del pacífico donde se implementan estrategias para incrementar los eventos realizados, así mismo el número de turistas e intercambio de conocimientos, que contribuyen a fortalecer dicha industria. De igual modo destaca los logros obtenidos en educación, infraestructura, logística y transporte enfocados en convenciones, eventos y ferias realizadas en la ciudad con el fin de generar mayor desarrollo y crecimiento económico.

En síntesis, los clústeres son un factor fundamental para el progreso de la región donde se establecen, gracias a las oportunidades que generan mediante la obtención de resultados

positivos para la comunidad en general, y por medio de los ingresos que se reciben por la actividad económica de dichos sectores. Pineda (2019) concluye: "(…) Es aquí donde toman fuerza las denominadas estrategias de competitividad y se convierten en guía para los procesos de especialización productiva y el diseño de políticas económicas" (p.141). Ser competitivo termina siendo la supuesta vía para lograr un desarrollo, bajo la premisa de que mejores formas de inserción en la economía global representa mayores niveles de calidad de vida para los habitantes.

3.4 Estudios aplicados a nivel internacional.

A nivel internacional, Argueta, Marquina y Vásquez (2013) abordan el tema en el proyecto de investigación denominado "formación de un clúster turístico para lograr ventaja competitiva de la ciudad Apastepeque, departamento de San Vicente, el Salvador". Utiliza el método científico, encuestas, entrevistas, información bibliográfica, se obtuvieron resultados reflejados entorno a que los operadores de turismo de la ciudad tienen la disposición y disponibilidad para integrarse y fortalecer el sector, sin embargo, no se han dado las condiciones necesarias para hacerlo. En vista que la falta de organización es un problema que limita el buen desempeño de las actividades, se propone la estrategia del clúster, el cual busca unir voluntades del sector público y del sector privado, para crear sinergia entre los sectores y suplir la falta de conexión entre los distintos operadores de turismo de dicha ciudad.

Así mismo, Perles, Ramón y Sevilla (2014) con el fin de estudiar la competitividad como un concepto relativo y multidimensional, se conoció la validez y limitaciones de la cuota de mercado como indicador de la competitividad de los destinos turísticos, lo cual está relacionada con ventajas comparativas en cualquier índole, estrategias empresariales, el

enfoque socio-cultural, competitividad de los precios y desarrollo de indicadores de competitividad nacional. En dicha investigación se analizaron 93 países, siendo el 66% de los países catalogados en el ranking de competitividad del *Word Economic Forum*, para encontrar la relación existente entre los indicadores de competitividad y el nivel de bienestar o desarrollo de los residentes del destino turístico, finalmente se recolectan algunos resultados importantes; existe una relación positiva entre la cuota de mercado que presenta un país y su posición en el ranking de competitividad, se puede decir que existe relaciones con el desempeño de los destinos en el mercado y los niveles de bienestar de los residentes en los mismos.

Complementando los estudios relacionados en la industria del turismo, Morozova (2013) analiza el impacto de la industria de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones (*MICE - Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions)* a nivel mundial mediante la internacionalización del turismo y los efectos colaterales que genera en el sistema económico. Debido a que éste es uno de los sectores que proporciona mayores beneficios e ingresos a la economía gracias a la generación de empleo tanto a personal nacional como extranjeros. Concluye que, la capacidad instalada de los aeropuertos y hoteles son fundamentales en el turismo de negocios en el contexto de la globalización.

Por su parte, Kozak, Aksoz & Özel (2015) desarrolla una investigación cuyo objetivo es determinar la importancia de los hoteles de convenciones nacionales e internacionales que operan en Ánkara, Turquía, la influencia que tienen los planificadores en dicha decisión, se emplea la técnica Delphi para desarrollar un cuestionario con el fin de recopilar información de forma grupal, de igual modo analiza literatura de 15 expertos en el área. concluye que, los principales criterios de selección de los organizadores de eventos al momento de adquirir un

hotel son instalaciones locativas, precio y accesibilidad, es decir, aquellos hoteles que cuentan con amplia infraestructura y capacidad para adaptar personal están en las primeras opciones de selección gracias a los márgenes de utilidad que representan para la realización de eventos sin disminuir los estándares de calidad.

Por su parte, Margina (2017) realiza una investigación basada en "justificar las orientaciones estratégicas y la operación efectiva de los arreglos institucionales de la industria de Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exposiciones (MICE), debido a la transformación global." Para ello realiza un análisis de las variables relacionadas con la industria del turismo principalmente en aquellas innovadoras, que a su vez desarrollan procesos de cooperación empresarial, con el propósito de identificar las falencias existentes e implementar correctivos para su mejora mediante el trabajo en equipo. Se determina la importancia de efectuar estrategias para promover el turismo a nivel internacional por medio de programas estatales, debido a que éste permite interconectar las economías a nivel mundial y promueve desarrollo económico, social y cultural.

Finalmente, Day (2018) destaca los retos a los que se enfrenta la sostenibilidad en el (MICE), explica la importancia de construir indicadores para medir el impacto del turismo tomando de referencia datos suministrados por individuos u organizaciones dedicadas a la prestación de servicios turísticos, cuyo objetivo es definir los niveles de sustentabilidad, posteriormente se implementan acciones para realizar procesos de mejora continua y adaptabilidad, incluyendo aquellos actores que intervienen en el proceso de abastecimiento, y están directamente relacionados a componentes externos e internos que proporcionan información para realizar mejoras e incrementar la cantidad de visitantes.

4. Materiales y Métodos.

4.1 Método

De acuerdo con las diferentes referencias se identifica la orientación de la investigación en este caso descriptiva de aporte cuantitativo, se realizará un análisis de la demanda, motivo de viaje, ocupación hotelera, PIB y él clúster turismo de negocios. Se pretende realizar una medición de las variables relacionadas con el desarrollo económico de la ciudad y el aporte a la economía tanto a nivel regional como nacional, por medio de cálculos numéricos, una vez obtenida la información se explican dichos resultados en datos estadísticos.

4.2 Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo se analizan diferentes artículos relacionados con el clúster de turismo de negocios con un enfoque de desarrollo económico en la ciudad de Medellín. Se realiza mediante el uso de fuentes documentales primarias y secundarias vía web, de las cuales se busca recopilar información en bases de datos de la ciudad, principalmente suministrados por la Cámara de Comercio de Medellín, MINCIT, Municipio de Medellín y SITUR, así mismo en artículos científicos y proyectos de grado. Finalmente se realiza un comparativo con la ciudad de Bogotá.

4.3 Alcance

Esta investigación consiste en realizar un análisis del clúster de turismo de negocios en la ciudad de Medellín en el periodo 2010 – 2019.

4.4 Variables de estudio

Las variables que servirán como elementos a analizar durante la investigación con el fin de encontrar resultados a nivel nacional, departamental y local, serán las siguientes:

Análisis de la demanda: En este punto se analizará el origen de los visitantes.

Motivo de viaje: Mediante esta variable se podrá conocer porque turistas tanto nacionales como internacionales ingresan al territorio por negocios y motivos profesionales.

Ocupación hotelera: Se analizará el porcentaje de visitantes que optan por alojarse en un hotel al llegar al lugar de destino.

PIB: Permite analizar el crecimiento económico mediante el ingreso de divisas obtenidas por el turismo.

Clúster: A partir del clúster como variable se analizará cómo esta estrategia que se ha implementado a nivel nacional ha contribuido al desarrollo económico y social.

5. Análisis y discusión de resultados

Para la Organización Mundial del Turismo UNWTO (2019) Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos, según cifras de la OMT estima que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo aumentaron un 6% hasta 1.400 millones en 2018, por encima del crecimiento del 3,7% de la economía mundial. Esté, se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

La industria del turismo toma importancia a nivel mundial, según el WTTC - *World Travel & Tourism Council* (2018) en el año 2017 el sector de viajes y turismo contribuyó al PIB mundial con el 10,4% del PIB mundial, generando el 9,9% de los empleos globales. Por su parte Colombia un país con riquezas naturales y biodiversidad cultural se ha convertido en una opción para viajar, conocer sus paisajes e historia, participar en eventos y convenciones al igual que realizar negocios e inversión, contribuye al desarrollo económico en las regiones e incrementa la calidad de vida de sus habitantes por la obtención de recursos derivados de dicha actividad.

De acuerdo con datos suministrados por la Asociación Colombiana de Agencias y Turismo ANATO (2019) la industria ascendió siete puntos en el índice de competitividad en viajes y turismos del foro económico mundial, comparados con cifras recolectadas de 2017, el cual logro pasar del puesto 62 para ubicarse en el puesto número 55 del ranking, en el que fueron analizadas 140 países a nivel mundial, ocupando entre los países de América Latina el segundo lugar de las economías de mayor ascenso para 2019, datos que generan tranquilidad y perseverancia no sólo a cada ciudadano colombiano, sino también motiva a inversionistas, empresarios y turistas extranjeros a visitar el país.

De acuerdo con cifras presentadas por CITUR en el año 2017 ingresaron al país 2.465.815 turistas no residentes, en primer lugar, se encuentra Bogotá con 1.165.977 turistas seguido de Antioquia con 333.463 ingresos, lo que representa un incremento positivo del 24,3% del año 2017 con respecto al año 2015, mejorando la tendencia del turismo, como se muestra en la siguiente tabla.

“Tabla 1”

Turistas no residentes de Colombia y motivo de viaje

Año	turistas no residentes	viajan por vacaciones	viajan por negocios
2015	1.982.966	1.379.549	388.264
2016	2.240.665	1.632.997	384.049
2017	2.465.815	1.837.032	393.297

Fuente: Elaboración Propia basada en datos de (CITUR) MINCIT

En 2017 el 74,5% de los turistas que viajaron a Colombia, principalmente lo hicieron en búsqueda de un destino por vacaciones, ocio y placer, en cuanto a ingreso de visitantes extranjeros por negocios y motivos profesionales se evidencia, en el año 2017 con respecto al año 2015 que ha presentado un aumento constante en los últimos años, esto significa un aumento al desarrollo económico del país, debido al ingreso de divisas que se generan con respecto al gasto que hace cada turista en cuanto a tiquetes terrestres y aéreos, hospedaje, restaurantes y actividades sean recreativas o negocios.

Según datos suministrados por CITUR en el 2017 la ocupación hotelera tuvo un incremento del 4,3% con respecto al año 2015, es decir, las agencias de viajes aumentaron sus ingresos nominales derivado de dicha actividad, este incremento se ve reflejado en la generación de empleo, la ocupación de personal en el sector hotelero registro un aumento de 2,4% frente a 2,1% en julio de 2016, mejorando la calidad de vida de estas personas y a su vez aportando a la economía nacional un incremento significativo. Entre los principales motivadores del incremento de la ocupación hotelera, se destacan el turismo de reuniones, según lo informa (MinCit, 2019).

Además, de acuerdo con el comportamiento anual de ingresos de divisas Colombia por concepto de turismo, muestra una variación positiva pasando de 5.235,8 millones de USD en el año 2015 a 5.782,2 millones de USD en el año 2017 SITUR (2018), lo que significa un incremento de 10,4%

Desde el año 2012 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e impulsa iniciaron el programa rutas competitivas con el fin de promover la industria del turismo mediante la estrategia clúster, se obtuvo impactos positivos en 22 departamentos y más de 500 empresas por medio de capacitaciones, recursos económicos e incentivos a la creación de productos y/o servicios diferenciadores. Así mismo, se creó la Red clúster Colombia para realizar un proceso de seguimiento y evaluación de las iniciativas empresariales, implementando medidas preventivas y correctivas para su correcta ejecución y desarrollo a nivel local, nacional e internacional. MINCIT (s.f)

Actualmente con la iniciativa Red Clúster Colombia que tiene como objetivo contribuir a la cooperación de las empresas del mismo sector económico, para emplear estrategias competitivas y desarrollar beneficios en común, aumentando la competitividad y por ende la rentabilidad de las empresas aliadas se han creado en Colombia 93 iniciativas de clúster según (RED CLÚSTER COLOMBIA) en diferentes regiones del país en los que se integran alrededor de 10.000 empresas, y más de 20 Cámaras de comercio como las de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Cartagena, ciudades que han liderado cerca del 46% de estas iniciativas.

Por su parte Medellín es una ciudad que recibe viajeros de distintas nacionalidades, entre los países que más se destacan en cuanto a emisores de turistas se encuentran Estados

Unidos con una participación del 13,7%, Francia el 9,36% y México 8,83%, SITUR (2019), es decir, la demanda turística se encuentra definida por extranjeros y nacionales, por lo tanto es preciso efectuar progresos en cuanto al servicio ofrecido a los turistas por medio de personal bilingüe y mayor promoción en redes sociales para facilitar la comunicación y mejoras en los servicios ofrecidos; en cuanto a visitas de turistas se nota un crecimiento del 20,9% en el año 2017 con respecto al 2015, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

"Tabla 2"

Número de visitantes de Medellín nacionales e internacionales y motivo de viaje

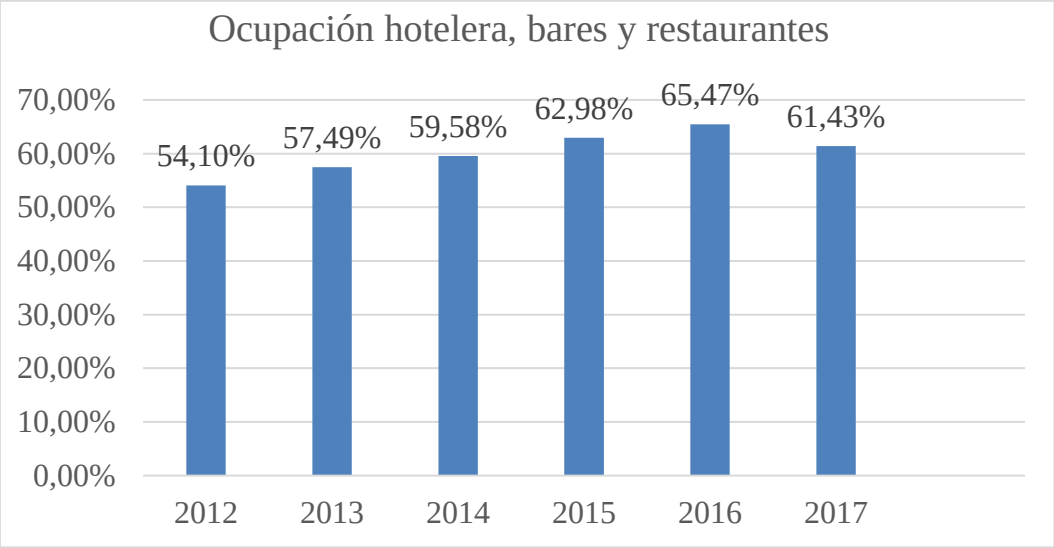
Año	Visitantes internacionales	Motivo de Viaje		Visitantes nacionales	Motivo de Viaje	
		Personales	Negocios		Personales	Negocios
2015	781.899	766.104	15.794	16.230.192	15.152.507	1.077.684
2016	773.123	676.019	97.104	16.248.080	13.251.934	2.996.146
2017	675.417	616.791	58.626	11.071.816	9.200.679	1.871.136

Elaboración propia, tomado de (BEREAU) (SITUR)

La ciudad es reconocida como un importante centro de negocios, con una considerable y constante afluencia de empresarios y ejecutivos. Esto, además del turismo, la variada y permanente programación de ferias y eventos académicos, culturales, deportivos y de negocios, o el sólo placer de conocer la ciudad, hacen de Medellín un destino turístico atractivo; siendo los principales motivos de viaje el ocio, la recreación y "(…) experimentar nuevos o diferentes estilos de vida", seguido de "conocer gente nueva" y "conocer tanto como sea posible" (Ocampo y Negrettte, 2017, p,36).

En el gráfico 1, se puede apreciar que el PIB de servicios de hotelería y restaurantes del país presentó una tendencia creciente desde el año 2012 hasta el año 2017, esta tendencia creciente del PIB de turismo se puede decir que se debe en gran parte al fortalecimiento del turismo interno y la promoción constante al turismo externo, el comportamiento de esta variable muestra que el sector está contribuyendo al desarrollo de la economía del país, debido a que genera empleo e ingreso de divisas por el gasto per cápita de los turistas, tanto a la ciudad como al país en general.

"Grafico 1"



Elaboración propia, tomado de SITUR (2018)

De esta manera el aporte del turismo al PIB de la ciudad de Medellín en el periodo 2015 fue de 8,29% representando un incremento del 1,7% con respecto al año anterior SITUR (2018), el gasto per cápita de los turistas que viajan a Medellín se realiza con la segmentación de los turistas nacionales y extranjeros, de acuerdo con la metodología propuesta por la Organización Mundial del Turismo, de esta manera según (SITUR) el gasto per cápita de cada

turista depende si este es de nacionalidad colombiana o extranjera como es expresa en la tabla a continuación.

"Tabla 3"

Gasto per cápita de los turistas que visitan Medellín

GASTO PER CÁPITA	Nacionales	Extranjeros
Transporte Aéreo Internacional	$ 0	$ 2.390.969
Bienes de consumo duradero (Ropa, calzado, artículos electrónicos, etc.)	$ 721.276	$ 596.595
Transporte aéreo nacional	$ 301.005	$ 324.894
Alquiler de Vehículo	$ 67.619	$ 261.563
Asistencia a Conferencias, Seminarios, Congresos, Ferias Comerciales y Exposiciones	$ 200.491	$ 239.194
Alojamiento	$ 183.898	$ 231.267
Objetos valiosos (joyas, obras de arte)	$ 1.333.333	$ 220.000
Servicios médicos (incluye la cirugía estética)	$ 80.500	$ 200.000
Transporte Terrestre de Pasajeros desde una ciudad de Colombia a Antioquia	$ 163.853	$ 166.055
Alimentos y Bebidas	$ 0	$ 155.907
Actividades Recreativas, Culturales y Deportivas	$ 52.573	$ 96.600
Transporte Terrestre de pasajeros para movilizarse dentro de Antioquia	$ 58.837	$ 79.711
Artesanías (Incluye Ropa y/o Calzado Artesanal) y Recuerdos	$ 44.105	$ 63.105
Combustible	$ 73.544	$ 47.668
Cursos / Talleres de Enseñanza	$ 1.000.000	$ 0

Elaboración propia, tomado de (SITUR)

Se puede ver en el grafico anterior como el turismo extranjero lidera el gasto público en cuanto al turismo en Medellín, en primer lugar, por la compra de tiquetes aéreos tanto nacionales como internacionales, en segundo lugar, la compra de bienes de consumo con un gasto per cápita por personas extranjeras de $596.595, cifras que demuestran que el turismo internacional es una oportunidad para la ciudad de Medellín para aumentar su competitividad y rentabilidad.

Comparativo Medellín-Bogotá:

Bogotá como capital de Colombia y Medellín como una de las ciudades más atractivas y pobladas del país cautivan miles de turistas cada año, a través de la implementación de estrategias competitivas para lograr competitividad y rentabilidad para el sector, han sido para el país dos de las ciudades que los turistas extranjeros y nacionales prefieren visitar, por tanto, es importante analizar como el turismo en Medellín se ha fortalecido comparándola con la capital del país.

"Tabla 4"

Comparativo Medellín y Bogotá

CIUDAD	VARIABLES	2015	2016	2017	2018
Medellín	Visitantes	608.525	702.086	735.570	823.270
	Ocupación hotelera	62,98%	65,47%	61,43%	60,25%
	Empleabilidad	23.899	23.822	22.278	30.581
Bogotá	Visitantes	990.829	1.066.111	1.165.977	1.254.657
	Ocupación hotelera	57,44%	55,46%	58,31%	59,69%
	Empleabilidad	277.004	269.769	274.858	315.796

Elaboración propia basado en datos de (SITUR) (SITBO) (BUREAU)

Se concluye que, aunque Bogotá tiene un mayor porcentaje en cuánto a visitantes, éstos llegan a la ciudad de forma transitoria, mientras esperan el medio de transporte para salir al destino final; en cambio, los visitantes que arriban a Medellín lo hacen como destino final. De acuerdo con lo anterior la ciudad de Medellín cuenta con una mayor ocupación hotelera

gracias a las inversiones realizadas en transporte público, infraestructura, capacidad instalada y personal capacitado para la atención de turistas.

En la ciudad de Medellín existen 7 clústeres enfocados en un sector específico los cuales se relacionan entre sí para mejorar el desarrollo económico de la ciudad, los cuales son; "energía sostenible, moda y fabricación avanzada, hábitat sostenible, turismo de negocios, Medellín *health city*, Negocios digitales, y café Medellín y Antioquia" como lo expresa la Cámara de Comercio de Medellín es una estrategia creada para fomentar el desarrollo de la ciudad, "Estas acciones han aportado en la construcción de una marca de ciudad, la "Marca Medellín", que, le ha permitido un reconocimiento tanto nacional como internacional, logrando consolidar una nueva percepción de la ciudad en diversos escenarios globales" (Pineda, 2016, p.86).

Según datos entregados por la alcaldía de Medellín & Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia -CTA (2015) citados anteriormente por Mejía (2018), en el año 2000 se construyó el primer Plan de Desarrollo Turístico para la ciudad de Medellín, especialmente de negocios, permitiendo la creación del Medellín *Convention and Visitors Bureau*, Plaza Mayor en el 2006 y el Sistema de Información Turística - SITUR en el 2007, de igual manera se consolida para 2018 la creación del Clúster de Turismo, Negocios, Ferias y Convenciones, convirtiéndose en una gran estrategia que fortalece y encadena a las empresas de turismo dedicadas a eventos y negocios, se crea el Parque Arví como propuesta de la ciudad para la creación de turismo de naturaleza.

El clúster de turismo es una apuesta estratégica de Medellín, que permite posicionar la ciudad como un destino atractivo e innovador; logrado gracias a la integración y visión

compartida de la ciudad, proyectada por la Alcaldía de Medellín, Cámara de comercio, Red clúster y SITUR como una ciudad inteligente, adaptada a los cambios tecnológicos, y una oferta complementaria entre (negocio y ocio) ofreciendo a la población centros de convenciones con capacidad de infraestructura para la realización de eventos nacionales e internacionales al igual que, turismo complementario a los negocios, tales como: gastronomía, compras, biodiversidad y hábitat; permitiendo un mayor ingreso de divisas a la ciudad gracias a la gestión realizada por el clúster. Alcaldía de Medellín (2018-2024).

Por otro lado, la ciudad ha experimentado un crecimiento y se ha consolidado como un destino para el turismo de negocios (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions)* Plaza Mayor de Medellín en el año 2017, representó un aumento del EBITDA del 103%, así mismo, generó un incremento del 3% en comparación con los datos obtenidos durante el año 2016 en el total de la ocupación del lugar, un aumento del 6,3% para la ejecución de eventos y del 10% de visitantes. (Plaza Mayor, 2017), quienes además de utilizar el recinto para eventos empresariales adquieren algún tipo de servicio adicional al turismo (hoteles, restaurantes, transporte, ocio).

De igual forma, contribuye al desarrollo social y cultural, por la integración con otros sectores que generan procesos de cambio y crean circuitos turísticos que promueven la economía de la ciudad, tal es el caso de “ El grafitour, es una de las principales actividades turísticas y lúdicas que se desarrollan en la Comuna 13 de Medellín, la cual surgió a raíz del conflicto armado y las problemáticas sociales” (Peña, 2018, p.19) dicha iniciativa ha permitido posicionar a Medellín como un referente de turismo y cambiar la imagen de ciudad insegura y violenta proyectada en los años ochenta, generando ingreso por narco turismo “se tiene conocimiento de la existencia de algunos turistas que quieren conocer la historia

completa de Medellín, y específicamente en lo que hace referencia a Pablo Escobar. (Giraldo, Van y Posada, 2014, p.106)

La industria del turismo integrada por empresas, estado y gremios relacionados con dicha actividad ha mejorado debido a las alianzas sólidas con los demás clústeres e inversiones efectuadas; de acuerdo con la Alcaldía de Medellín para el año 2018 el "presupuesto para turismo es de $32.160.000.000 destinados a implementar políticas públicas de turismo, fortalecimiento del tejido empresarial e institucional turístico, enlaces competitivos para el turismo" p.17 de igual modo, ha mejorado por la red vial; compuesta por dos aeropuertos, un sistema de transporte público y conectividad para viajes intermunicipales donde se tiene la posibilidad de conocer jurisdicciones con atractivos turísticos culturales, religiosos, de salud y aventura.

6. Conclusiones, recomendaciones y limitaciones

En la presente investigación se analizan diferentes métodos y variables relacionados con el clúster de turismo de negocios; a nivel local, nacional e internacional, posteriormente se establecen las variables de estudio directamente relacionadas con el desarrollo económico de la ciudad de Medellín. Se hallan similitudes con diferentes ciudades alrededor del mundo las cuales buscan competitividad, liderazgo y desarrollo tecnológico para ser reconocidas a nivel mundial, de acuerdo a un enfoque económico, cultural y social; donde la industria del turismo toma importancia por la interacción con otros sectores de la economía y su estrecha relación al crecimiento de las regiones.

La estrategia utilizada por el clúster de turismo de negocios es la asociatividad entre la cadena de valor, con los diferentes actores conexos en el sector; y las alianzas intersectoriales

con los demás clústeres para atraer un mayor flujo de divisas, por medio del encadenamiento con otros clústeres, accediendo a la atracción de turistas desde el arribo a la ciudad; generando una trazabilidad durante su estancia e incluidos todos los servicios utilizados hasta su regreso, con el fin de capitalizar la industria, lo que permite una mayor competitividad y fortalecimiento de la economía.

Medellín en los últimos años ha presentado una constante evolución en cuanto al turismo en general, el sector de hoteles, restaurantes, bares y similares muestran diferentes cambios entre los años 2012 a 2017, siendo el 2017 en cuanto a la variable de ocupación hotelera, el año que presentó un descenso en la curva de crecimiento, pasando en 2016 de 65,47% de ocupación a 61,43% en 2017, situación relacionada con factores económicos como las tasas de interés y las cargas tributarias que llegaron con la nueva Reforma para el mismo año, el incremento del IVA y el incremento de la tasa de inflación.

La capital antioqueña tiene un alto potencial para seguir atrayendo turismo no sólo de recreación sino también de eventos y negocios, gracias a nuevas iniciativas turísticas e iniciativas para el desarrollo sostenible que le han permitido posicionarse como una de las ciudades más visitadas del país, teniendo en cuenta que en el año 2017 ingresaron al país 2.465.815 visitantes, con destino final en primer lugar Bogotá con 1.165.977, en segundo lugar Antioquia con 333.463 visitantes, lo que representó un incremento del 24,3% del año 2017 con respecto al año 2015, mejorando la tendencia del turismo.

Medellín mediante la integración de las pequeñas, medianas y grandes empresas por medio del clúster de turismo de negocios desde el año 2008 con la estrategia *Bleisure*, ha permitido al sector turístico crear ideas y estrategias que otorgan beneficios a corto, mediano

y largo plazo; como por ejemplo el aumento de visitantes, ocupación hotelera, bares y restaurantes de la ciudad, así como el gasto per cápita y el aumento del PIB en los últimos años, por ende promueve el desarrollo económico y social de la ciudad.

Medellín requiere de una estrategia estable en el tiempo, que permita incrementar un mayor volumen de visitantes, tanto nacionales como extranjeros. En este sentido las estrategias deben ser integrales, es decir, se requiere de un esfuerzo conjunto y compartido por parte del gobierno y de la inversión privada para desarrollar las estrategias, estimular a turistas de negocios con una diversidad de servicios adicionales que los motiven a prolongar sus estadías, a recomprar el destino y recomendarlo, implementar estándares pro-mejora e innovación y hacerlos asequibles a los visitantes.

MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*) es uno de los pilares del plan de gobierno formulado por la Alcaldía en su Plan Estratégico de Turismo a 2024, dedicado a planificar, reservar y facilitar conferencias, seminarios y otros eventos en la ciudad de Medellín requiere que el sector público como el privado trabajan de la mano para el desarrollo satisfactorio del proyecto, lo cual puede contribuir al desarrollo y competitividad de la ciudad, siendo un generador de dinero en la industria de turismo.

Las exigencias y gustos de los visitantes benefician a la industria del turismo de negocios, obligando el fortalecimiento de la calidad y la diversidad de los servicios prestados para satisfacer a los clientes, disminuir el grado de dependencia con países frecuentes debido a la nueva variedad de origen de los turistas. Por lo tanto, esta responsabilidad obliga a la ciudad de Medellín a crear las condiciones indispensables para que los visitantes satisfagan sus necesidades, y a su vez creen vínculos estables y duraderos, que permitan atraer nuevos

turistas e inversionistas a la región mediante las experiencias vividas en los eventos de negocios.

El clúster de turismo de negocios, debe desarrollar al máximo su potencial para contribuir al proceso de internacionalización de la ciudad de Medellín, por medio de estrategias sólidas para dar a conocer el clúster y los beneficios que esté proporciona a sus miembros debido a que se ha centrado en el Valle de Aburra, dejando por fuera a otros municipios con potencial turístico, los cuales sí se articulan y trabajan en conjunto pueden generar un mayor desarrollo a la comunidad y atraer una mayor cantidad de turistas, no sólo a conocer el territorio sino también a realizar negocios e inversión.

Es fundamental desarrollar aplicaciones tecnológicas con el fin de promocionar el clúster de turismo de negocios para que los turistas encuentren información referente a su viaje y servicios complementarios en un solo lugar, de una manera organizada y sistematizada, además de personal calificado con dominio de otros idiomas teniendo en cuenta que la ciudad es visitada por personal de diferentes nacionalidades.

La recolección de datos constituye una limitación para el presente proyecto, debido a que no se encuentra en páginas oficiales, y la información existente es antigua para el alcance del estudio, lo que dificultad el proceso de investigación en busca de resultados sólidos y confiables.

BIBLIOGRAFIA

Acevedo, M. (2015). Competitividad del clúster turismo de negocios y ferias y Convenciones en Medellín (Trabajo de grados para optar al título de economista). Universidad

Pontificia Bolivariana. Recuperado de https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/2423

Alcaldia de Medellin (2018) p.17. Plan operativo anual de inversiones 2018. Recuperado de https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlaneacionMunicipal/Publicaciones/2018/Shared%20Content/Documentos/Inversiones%20P%C3%BAblicas/Plan%20Operativo%20Anual%20de%20Inversiones%202018.pdf

ANATO. (2019). "Aumento endivisas ratifica al turismo como importante jalonador de la economía del país" Recuperado de https://anato.org/noticias/aumento-en-divisas-ratifica-al-turismo-como-importante-jalonador-de-la-economia-del-pais-anato/

Argueta, Marquina y Vásquez, (2013). "Formación de un clúster turístico para lograr ventaja competitiva de la ciudad Apastepeque, departamento de san Vicente, el salvador". (Trabajo de grado) Universidad De El Salvador. Recuperado de http://sb.ues.edu.sv/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=35366

Anuario Estadístico de Antioquia (2017) Capítulo: cultura y turismo, tema: Migración por turismo, Ítem: Entradas de extranjeros por turismo a Antioquia, según Puesto de Control Migratorio (PCM) y país de procedencia. Recuperado de http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/2-5-entradas-de-extranjeros-por-turismo-a-antioquia-segun-puesto-de-control-migratorio-pcm-y-pais-de-procedencia-ano-2017

Barragan, E., Carvajal, D., & Torres, D. (2015). Internacionalización de la ciudad de Medellín por medio del clúster de turismo de negocios, ferias y convenciones (trabajo de grado). Institución Universitaria Esumer, Medellín, Colombia. Recuperado de http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/handle/esumer/1343

Barrientos, P. (2011) El clúster en la estrategia de Marketing Internacional. Universidad de Medellín. (28),49-66. ISSN: 0120-6346. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1650/165022468004

Brida, J., Rodríguez, M., Mejía, A., & Zapata, A. (2017). La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia: Análisis por ramas características del sector

utilizando la Cuenta Satélite de Turismo - CST. Revista de Estudios Regionales, (109),121-138. ISSN: 0213-7585. Recuperado de http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf-articulo-2522.pdf

BUREAU. (2018). La región Medellín - Antioquia, epicentro de grandes eventos internacionales para el país. Recuperado de https://bureaumedellin.com/greater/la-region-medellin-antioquia-epicentro-de-grandes-eventos-internacionales-para-el-pais/

BUREAU. (s.f.). Antioquia y Medellín lideran crecimiento nacional en llegada de extranjeros y registran la ocupación hotelera más alta en 10 años. Recuperado de https://bureaumedellin.com/greater/antioquia-y-medellin-lideran-crecimiento-nacional-en-llegada-de-extranjeros-y-registran-la-ocupacion-hotelera-mas-alta-en-10-anos/

Bustamante, D. (2018). Análisis sobre el comportamiento del turismo de negocios en la ciudad de Bogotá desde la creación del Viceministerio de Turismo (trabajo de grado). Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/18013/BustamanteCastrill%C3%B3nYuliana2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Cámara de comercio de Medellín para Antioquía. ¿Qué es la estrategia clúster? Recuperado de https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/que-es-la-estrategia-cluster

CITUR. (2019). Estadísticas Nacionales - Turísmo Receptor - Motivo de viajes. Recuperado de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje/all/6

CITUR. (s.f.). Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor. Recuperado de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0

Day, J. (2018). Challenges for MICE Sustainability: Complexity and Changing Adaptative Systems. Events and Tourism Review, No. 1, pp. 4-12. https://doi.org/10.18060/22833

Corporación Ruta N (2015). p.99 Observatorio CT+i: Informe No. 1 Área de oportunidad en Turismo de negocios, ferias y convenciones. Recuperado de

https://www.rutanmedellin.org/images/biblioteca/observatoriocti/2015/6_TURISMODENEGOCIOS/VT_TURISMO_DE_NEGOCIOS_UDEM.pdf

Giraldo, Velásquez, C., Van, Broeck, A., & Posada, L. (2014). p.104-106 El pasado polémico de los años ochenta como atractivo turístico en Medellín, Colombia. Revista *Turismo Y Sociedad*, *15*, 101-114. Recuperado de https://doi.org/10.18601/01207555.n15.06.

Iordache, C., Ciochină, I., & Asandei, M. (2010). Clusters – Tourism Activity Increase Competitiveness Support. P.2 Theoretical and Applied Economics, Volume XVII (2010), No. 5(546), pp. 99-112. Recuperate of https://www.researchgate.net/publication/46567413_Clusters_-_Tourism_Activity_Increase_Competitiveness_Support

Kozak, M. A., Aksoz, E. O., & Özel, Ç. H. (2015). An Analytic Hierarchy Process Model for Understanding Convention Planners' Prior Factors of Convention Hotel Selection. International Journal of the Analytic Hierarchy Process, 7(2), 256-272. Vol. 7 Issue 2 2015 ISSN 1936-6744 http://dx.doi.org/10.13033/ijahp.v7i2.283

López, M., Valencia, P. (2012) Rol del clúster de turismo en la competitividad y productividad del sector turístico de Antioquia. Artículo de investigación. Revista Méthodos No. 10, ISSN. 1692-2875 Recuperado de http://colmayorbolivar.edu.co/sitios/OpenJournalSys/index.php/Methodos/article/view/47

Margina, N. (2017). The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions- and Exhibitions- (MICE) industry: Its Influences on the Actors in the Tourism Business Activity. Journal of Economics and Management (27) 96-113 https://doi.org/10.22367/jem.2017.27.06

Migracion Colombia. (2019). Boletin anual de estadisticas. Recuperado de https://www.migracioncolombia.gov.co/documentos/estadisticas/publicaciones/Bolet%C3%ADn%20Estad%C3%ADstico%20Flujos%20Migratorios%202018_032019.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) (2018) p.50 El turismo en cifras noviembre 2019. Recuperado de https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2019/noviembre/oee-turismo-enero-noviembre-21-01-2020.pdf.aspx

Mincomercio. (2019). *En 2019*, el turismo en Colombia rompio record. Recuperado de https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records

MinCit. (2019). En julio, aumento de la ocupación hotelera y de los ingresos reales confirman que el turismo es un dinamizador del crecimiento. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/turismo-protagonista-del-desempeno-de-la-economia

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – CITUR. Estadísticas-nacionales-flujo de turistas. Recuperado de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2

Morozova, N. (2013). The Impact of Internationalization on the Business Tourism in the Regions of Russia: Challenges and Opportunities in the Beginning of 21st Century. Chorzowskie Studia Polityczne (6), 261-268. Recuperado de http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171341679

Novoa, D. (2013). El turismo de eventos, congresos, reuniones y convenciones en Cartagena de Indias: un sector de gran dinamismo en la economía local. Desarrollo Regional y Competitividad, 123-135. Recuperado de http://www2.cccartagena.org.co/sites/default/files/revistas_pdf/articulo_4_1.pdf

Ocampo, Z. & Negrette, R. (2017). Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín. Artículo resultado de investigación, Tecnológico de Antioquia. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=motivaciones+de+viaje+del+turista+que+visita+Medell%C3%ADn&btnG=

Organización Mundial del Turismo (UNWTO) Recuperado de https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms

Perles, Ramón, & Sevilla (2014) market share as a tourist destinations competitiveness measure: sense and limitations. Universidad de Alicante. *Cuadernos de Turismo, nº 34, (2014); pp. 423-425, ISSN: 1139-7861*. Recuperado de https://revistas.um.es/turismo/article/view/203151/164411

Pineda Gómez, H. (2016) p.86. Clúster, política de internacionalización y promoción de la ciudad de Medellín. *En-Contexto / ISSN: 2346-3279, 5*(5), 83-98. Recuperado de https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/366

Pineda, H. (2016). Clúster, política de internacionalización y promoción de la ciudad de Medellín. *En-Contexto, 4*(5), 83-98. Recuperado de https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/366/383

Pineda, Gómez, H., (2019). p.141. Clúster, infraestructura y mercadeo de ciudad. Medellín 1995-2013. Revista Universidad Nacional de Colombia. *Bitácora Urbano Territorial, 29*(1), 139-146. https://doi.org/10.15446/bitacora.v29n1.62983

Plaza Mayor (2017) creció financieramente y en eventos en su gestión de 2017 e impulsará importantes proyectos para 2018. Recuperado de https://plazamayor.com.co/boletinesdeprensa/plaza-mayor-crecio-financieramente-y-en-eventos-en-su-gestion-de-2017-e-impulsara-importantes-proyectos-para-2018/

Quiroga (2017) p.124-126. Ciudades inteligentes, una modernización de políticas de desarrollo a la luz de los principales casos de éxito. (Tesis doctoral) Universidad de Buenos Aires. Recuperado de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/econ/collection/tesis/document/1501-1290_QuirogaO

Rengifo, S. (2017). Internacionalización de Medellín: 2013-2016 (trabajo de grado). Universidad EAFIT, Medellín, Colombia. Recuperado de

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12501/Borman_RengifoSuaza_2017.pdf?sequence=2

Ruta N Medellin Centro De Innovacio y Negocios. (s.f.). CLÚSTER. Obtenido de https://www.rutanmedellin.org//es/recursos/abc-de-la-innovacion/item/cluster

SITBO. (s.f.). Tasa de Ocupación en Bogotá. Recuperado de http://sitbog.gov.co/es/pagina/tasa-de-ocupaci-n-en-bogot

SITUR.(2018) Medición del impacto económico y social del Turismo en la ciudad de Medellín. Recuperado de http://situr.gov.co/upload/publications/documents/20190520090505000000Medici%C3%83%C2%B3n%20del%20Impacto%20Econ%C3%83%C2%B3mico%20y%20Social%20del%20Turismo%20en%20Medell%C3%83%C2%ADn.pdf

SITUR. (2019). Pais de residencia de los turistas extranjeros. Recuperado de https://situr.gov.co/estadisticas/DfPaisTuristaCol/general

SITUR. (s.f.). Numero de empleados en el sector turistico en Antioquia. Recuperado de https://situr.gov.co/estadisticas/df_emp_num_empleados/general/2015

SITUR. (2019). Pais de residencia de los turistas extranjeros. Obtenido de https://situr.gov.co/estadisticas/DfPaisTuristaCol/general

SITUR. (s.f.). Gato per cápita de los turistas que visitan Antioquia. Obtenido de https://situr.gov.co/estadisticas/df_gasto_turistas/general/2017

Vieira. (2011). La política de internacionalización de Medellín. Red de Ciencia política y Administración pública. Recuperado de http://gecipap.blogspot.com/2011/04/la-politica-de-internacionalizacion-de.html

Vidrio, S., Sapién, A., Piñón, L y Gutiérrez, M. (2019) p. 15-16 Tendencias de marketing contemporáneo. ISBN: 978-607-98089-5-2

WTTC - World Travel & Tourism Council. (2018a). World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2018 World, 20. Recuperate de https://wttc.org/