

**CLUSTER DEL ECOTURISMO: UNA PROPUESTA PARA PARA EL
DESARROLLO LOCAL DEL MUNICIPIO DE PAMPLONA, NORTE DE
SANTANDER, COLOMBIA**

JAZMÍN SOLANGE ORTIZ FLÓREZ

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS
PAMPLONA**

2018

**CLUSTER DEL ECOTURISMO: UNA PROPUESTA PARA PARA EL
DESARROLLO LOCAL DEL MUNICIPIO DE PAMPLONA, NORTE DE
SANTANDER, COLOMBIA**

JAZMÍN SOLANGE ORTIZ FLÓREZ

**PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MAGISTER EN CIENCIAS ECONÓMICAS**

TUTOR:

Mg. SUSAN ELSA CANCINO

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS
PAMPLONA**

2018

Contenido

Pág.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	10
1. EL PROBLEMA	15
1.1 Planteamiento del problema y justificación	15
1.1.1 Formulación del problema	18
1.1.2 Sistematización del problema	19
1.2 Objetivos de la investigación	19
1.2.1 Objetivo General	19
1.2.2 Objetivos Específicos	20
1.3 Justificación de la investigación	20
1.4 Delimitación de la investigación	22
2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1 Bases teóricas	¡Error! Marcador no definido.
2.1.1 Desarrollo Económico Local	38
2.1.2 Turismo	46
2.1.2.1 Tipos de turismo	47
2.1.2.1.1 Turismo de sol y playa (tradicional)	47
2.1.2.1.1.2 Turismo de Negocios	48
2.1.2.1.1.3 Turismo LGBT	48
2.1.2.1.1.4 Turismo de Naturaleza	48
2.1.2.1.1.5 Turismo de salud	49
2.1.2.1.1.6 Turismo cultural	49
2.2 Marco Legal de la actividad turística en Colombia	50
2.3 Ecoturismo	51
2.3.1 Concepto de Ecoturismo	51
2.4 Clúster	55

2.4.1 Antecedentes del Clúster.	55
2.4.2 Origen	56
2.4.3 Definición.	57
2.4.4 Teorías del clúster.	58
2.4.4.1 Teoría de la localización y de geografía económica	59
2.4.4.2 La teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia delante.	59
2.4.4.3 La teoría de la interacción y los distritos industriales	60
2.4.4.4. El modelo de Michael Porter.	61
2.4.4.4.1. Análisis estructural de la industria.	61
2.4.4.4.2 Teoría del Posicionamiento	64
2.4.4.4.3 Actividades de la firma	65
2.4.4.4.4. Teoría de las Directrices.	66
2.4.4.5 Economías a escala.	67
2.4.4.6. Teoría de los recursos y capacidades	68
2.4.4.7 Las referidas al sustrato común	70
3. MARCO METODOLÓGICO	73
3.1 Enfoque	73
3.2 Tipo de investigación.	74
3.3 Diseño de la investigación.	75
3.4 Población y muestra	75
Población.	75
Muestra.	76
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	80
Validez y confiabilidad.	80
Validez del constructo.	81
Análisis de los datos.	82
Procedimiento de la investigación.	82
4. ANÁLISIS DE LOS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL ECOTURISMO	83
5. PROPUESTA DE LA FORMACIÓN DEL CLÚSTER DEL ECOTURISMO PARA EL MUNICIPIO DE PAMPLONA, NORTE DE SANTANDER, COLOMBIA	109
5.1 Proceso de formación del clúster	110

5.2 Condiciones para la conformación del clúster ecoturístico en el Municipio de Pamplona	122
5.2.1 Potencial ecoturístico.	122
5.2.2 Potencial operativo	138
1. Potencial recurso humano	138
5.3 Pasos para la conformación del clúster del ecoturismo en el Municipio de Pamplona	140
5.4 Definición y delimitación del clúster:	143
5.4.1 Mapa de actores del clúster del ecoturismo	144
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	157

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Participación del Turismo en el PIB mundial 2010.....	27
<i>Figura 2. Empleo en el sector de turismo, 2011.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 3. Actividades conexas al sector turismo, 2011.....</i>	<i>29</i>
<i>Figura 4. Conformación mercado de turismo.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 5. Tendencia destinos turísticos.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 6. Corrientes del Desarrollo Social.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 7. Cinco fuerzas resumen de los conductores claves.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 8. Red de valor.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 9. Cadena de Valor.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 10. Distribución normal.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 11. Cadena productiva del clúster del Ecoturismo.....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 12. Tipo de actividad.....</i>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 13. Antigüedad de las empresas del Sector Turismo en el Municipio de Pamplona</i>	¡Error!
Marcador no definido.	
<i>Figura 14. Potencial turístico en el Municipio de Pamplona.....</i>	<i>89</i>
<i>Figura 15. Puntos débiles del Sector Turístico en el Municipio de Pamplona.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 16. Turismo como fuente de desarrollo económico para el Municipio de Pamplona.....</i>	<i>91</i>
<i>Figura 17. ¿A quién le compete generar desarrollo en la actividad turística?.....</i>	<i>92</i>
<i>Figura 18. ¿Cómo es la gestión de la administración municipal en la actividad turística?.....</i>	<i>93</i>
<i>Figura 19. ¿Qué calificativo tiene del Municipio de Pamplona como destino turístico?.....</i>	<i>94</i>

<i>Figura 20.</i> ¿Qué obstáculo tiene su actividad?	95
<i>Figura 21.</i> ¿Qué tipo de turistas visita su establecimiento?	96
<i>Figura 22.</i> ¿Qué rango de edad son los turistas que visitan su establecimiento?.....	97
<i>Figura 23.</i> ¿Nivel socioeconómico de los turistas?	98
<i>Figura 24.</i> ¿Dónde adquiere los insumos?	99
<i>Figura 25.</i> ¿Los empleados de su empresa son de origen?.....	100
<i>Figura 26.</i> ¿Ha desarrollado alguna actividad en conjunto para fortalecer su actividad con otras empresas en el último año?	101
<i>Figura 27.</i> Y con el sector Público?	101
<i>Figura 28.</i> ¿Qué institución lo representa?.....	102
<i>Figura 29.</i> ¿Participación alguna institución local?	103
<i>Figura 30.</i> ¿Los ingresos de los últimos años corresponden al rango?	104
<i>Figura 31.</i> ¿Está conforme con la rentabilidad de la empresa?	105
<i>Figura 32.</i> ¿Ha participado en alguna actividad para fortalecer su actividad?.....	106
<i>Figura 33.</i> Foto laguna del seminarista	123
<i>Figura 34.</i> Mapa satelital Laguna el Peñón	124
<i>Figura 35.</i> Mapa satelital Ruta del Artillero.....	125
<i>Figura 36.</i> Fotos Ruta del Artillero	125
<i>Figura 37.</i> Mapa satelital Ruta Sendero los Arrieros	126
<i>Figura 38.</i> Fotos Sendero del Arriero.....	127
<i>Figura 39.</i> Ruta Laguna del Borrero.....	128
<i>Figura 40.</i> Foto panorámica Laguna del Borrero	129
<i>Figura 41.</i> Ruta Vereda el Rosal- Pinatar.....	130

<i>Figura 42.</i> Foto panorámica del Municipio de Pamplona desde la Ruta del Rosal.....	131
<i>Figura 43.</i> Foto centro experimental de la Universidad de Pamplona	132
<i>Figura 44.</i> Ruta el Rincón de Joel	133
<i>Figura 45.</i> Ruta Laguna la Negra- Laguna la Elísea	135
<i>Figura 46.</i> Foto panorámica del Municipio de Pamplona desde las tres cruces.....	136
<i>Figura 47.</i> Ruta Cerro de las Tres Cruces	137
<i>Figura 48.</i> Organigrama	143
<i>Figura 49.</i> Ficha técnica ruta las tres cruces.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Figura 50.</i> Mapa relación actores clúster del Ecoturismo	147
<i>Figura 51.</i> Cadena de valor del Ecoturismo para el Municipio de Pamplona.....	148
<i>Figura 52.</i> Tipo de Actividad	150

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Población de estudio</i>	76
Tabla 2. <i>Resumen de población y muestra</i>	79
Tabla 3. <i>Composición de la muestra</i>	76
Tabla 4. <i>Hoteles</i>	100
Tabla 5. <i>Restaurantes</i>	102
Tabla 6. <i>Empresas de Transporte</i>	104
Tabla 7. <i>Agencias de viajes</i>	105
Tabla 8. <i>Operador Turístico</i>	106
Tabla 9. <i>Actividades ecoturísticas</i>	107

Resumen

El presente trabajo tiene como propósito realizar una propuesta para implementar un clúster en el sector turístico del municipio de Pamplona, aprovechando el potencial ecoturístico y representando una oportunidad de desarrollo local. Se toma como base teórica algunas postulaciones de grandes escuelas como la neoclásica, y algunas teorías modernas: Modelo CEPAL, Teoría de la dependencia, Teoría de los polos de desarrollo, entre otras. Así mismo se analizó la teoría de los clúster y la contribución al desarrollo local.

La investigación presenta un estudio descriptivo-interpretativo, apoyado en el enfoque cualitativo de investigación, partiendo con la aplicación de encuestas a las empresas del sector turístico legalmente constituidas y vigentes en la Cámara de Comercio de Pamplona.

Como resultado se obtiene que existen condiciones favorables para el ecoturismo, con debilidades en el sector turístico pero con grandes oportunidades a desarrollar. El sector turístico se consolida como la gran base para alcanzar desarrollo económico, su capacidad de generar empleo, conlleva a hacer fuente de ingresos alternativos, y a mejorar las condiciones de vida de toda la sociedad. Por último se hace una propuesta para implementar el clúster del ecoturismo en el municipio de Pamplona, obteniendo como beneficio aumento de la productividad del sector turístico, notables avances en la calidad del servicio, innovación y generación de nuevas alternativas turísticas para aumentar el flujo de turistas en toda época del año.

Palabras claves: Desarrollo económico, clúster, ecoturismo.

Summary

The purpose of this paper is to make a proposal to implement a cluster in the tourism sector of the municipality of Pamplona, taking advantage of the ecotourism potential and representing an opportunity for local development.

Theoretical basis is taken by some postulations of great schools such as the neoclassical one, and some modern theories: ECLAC Model, Dependency Theory, Theory of development poles, among others. Likewise, the theory of clusters and the contribution to endogenous development was analyzed

The research presents a descriptive-interpretative study, supported by the qualitative research approach, starting with the application of surveys to companies in the tourism sector legally constituted and in force at the Chamber of Commerce of Pamplona.

As a result, there are favorable conditions for ecotourism, with weaknesses in the tourism sector but with great opportunities to develop. The tourism sector is consolidated as the great base to achieve economic development, its capacity to generate employment, leads to make source of alternative income, and to improve the living conditions of the whole society.

Finally, a proposal is made to implement the cluster of ecotourism in the municipality of Pamplona, obtaining as a benefit increased productivity of the tourism sector, notable advances in the quality of service, innovation and generation of new tourism alternatives to increase the flow of tourists at all times of the year.

Keywords: Economic development, cluster, ecotourism.

Introducción

El turismo se ha consolidado a nivel mundial como elemento dinamizador del desarrollo económico y ha jalonado el crecimiento en un sector tradicional como es el de servicios, permitiendo la creación de nuevos empleos, generando ingreso y disminuyendo la pobreza, específicamente en aquellas personas de bajo nivel económico. En América Latina, particularmente en Colombia, el crecimiento económico no ha sido incluyente, es decir desigual, creando diferencias estructurales entre todos los sectores productivos que participan en la producción nacional, desfavoreciendo algunos sectores económicos, esto como consecuencia de una planeación productiva territorial con inequidad.

Por otra parte, existen estudios como los de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Instituto de Investigación Económica Aplicada (IPEA), los que han concluido que la falta de aprovechamiento no sustentable de los recursos naturales y la anarquía en el desarrollo de los espacios territoriales con potencial turístico, no han dejado avanzar la implementación de estos modelos, basados en otros renglones de la economía no extractiva.

Sustentado en la iniciativa de la Organización Mundial del Turismo (OMT), donde sostiene que si un territorio aprovecha sus recursos naturales, involucrando todos los actores locales y potencialidades de recurso humano, el clúster del ecoturismo en el municipio de Pamplona, podrá generar un modelo de desarrollo sostenible y sustentable, que permita alcanzar mejoramiento en la calidad de vida de todos los habitantes.

Este trabajo se centra en analizar los enfoques sobre el desarrollo; por lo que iniciamos con una revisión general sobre las teorías del desarrollo, hasta llegar a las teorías del

desarrollo local basado en el turismo, de la misma manera se profundiza la base conceptual del clúster pues existe una gran conexión entre esas cadenas productivas y el desarrollo local.

Se busca proporcionar a los estudiosos del turismo, algunos elementos teóricos que les permita entender los problemas del desarrollo, así como generar algunas reflexiones para comprender el camino que, como hasta ahora, han seguido muchos de nuestros destinos turísticos, consolidándose como polos de desarrollo.

Igualmente, se encuestaron actores estratégicos, con el fin de conocer su grado de disposición, capacidad y pertinencia para desarrollar la actividad turística.

Con el fin de lograr exponer la metodología y los resultados obtenidos en esta investigación se realizó un trabajo dividido en las siguientes etapas:

El capítulo I Planteamiento del problema. Se encuentra formulación del problema; los objetivos de la investigación generales y específicos; la justificación de la investigación y la delimitación de la misma.

El capítulo II Marco teórico. Se presenta los antecedentes, bases teóricas de las variables del estudio: Desarrollo Económico, clúster, ecoturismo.

El capítulo III Marco metodológico. Contiene el enfoque epistemológico de la investigación, tipo de investigación, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas de instrumentos de recolección de datos, diseño del instrumento, validez y confiabilidad del instrumento, validez del constructo, análisis de datos y procedimiento de la investigación.

El capítulo IV Resultados de la Investigación. El diseño de la investigación toma forma mediante la definición de la población, la determinación de la muestra y la formulación de las preguntas del instrumento que se aplicó al sector turismo en el Municipio de Pamplona.

Dentro del análisis se aplicó una metodología: cualitativa – descriptiva – analítica, y para la recolección de datos encuestas estructuradas, como instrumento para determinar potencialidades del sector turístico en el Municipio de Pamplona, de esta manera se abordó las opiniones, percepciones y valoración de la implementación de un clúster ecoturístico como modelo de desarrollo donde la relación entre lo social se toma desde la optica de: encadenamiento productivos basados en relaciones comerciales, asociatividad, liderazgo y sistemas de poder.

El capítulo V Propuesta del Clúster del Ecoturismo para el Municipio de Pamplona.

Este capítulo contiene la propuesta para la implementación del clúster del ecoturismo para el Municipio de Pamplona. Pretende: diseñar estrategias y metodologías, dentro del municipio, orientadas al desarrollo del ecoturismo, especialmente si se constata aglomeración de empresas del sector turístico y así constituir un clúster turístico; demostrar la importancia socio económica del ecoturismo para el Municipio de Pamplona.

Se finaliza con las **conclusiones y recomendaciones**

1. El Problema

En este capítulo se describe y formula el problema de estudio en cuanto al diagnóstico y diseño de una propuesta para la construcción de un clúster ecoturístico para el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia como una alternativa para la generación de valor agregado al sector turístico, y desarrollo local.

1.1 Planteamiento del problema

El turismo como renglón importante del sector terciario de la actividad económica desde la revolución industrial se consolidó como un gran aportante a la producción, cuantificado en el producto interno bruto (PIB) de los países. La Organización Mundial de Turismo, OMT (2015), considera que el turismo se ha convertido en estrategia para mejorar los ingresos de los países y de su población, cuando este se hace a través de desplazamiento a otros países una fuente generadora de divisas. Tanto así, el incremento presentado por ese sector, que toma el nombre de “exportación invisible”, generó 7,2 millones de empleos nuevos en 2015 a nivel mundial, según el Informe Anual de Impacto económico elaborado por la Asociación Empresarial (World Travel & Tourism Council, 2015). La definición del autor Ceballos-Lascurain (1996) sobre turismo expresa lo relevante que es el turismo para el desarrollo económico:

(...) el turismo es considerado como una actividad importante para el desarrollo económico y social de un país y debe beneficiar a todos los agentes involucrados.

Igualmente, es una fuente fundamental de inversión y empleo y el sector ha mostrado un constante crecimiento en la búsqueda de nuevos destinos y potenciando nuevos mercados emisores”. (p.4)

Sustentado en las teorías de desarrollo local y amparado en Ley 300 de 1996 el Ministerio de Comercio (2017), afirma que “el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que además cumple una función social”. (P. 2)

Por otro lado Leno Cerro, R. (1993, p. 20) establece que “los recursos turísticos constituyen la base fundamental del turismo, siendo imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de una zona y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad”.

El municipio de Pamplona cuenta con un gran potencial ecoturístico aun sin explotar, actualmente goza de reconocimiento turístico, por su composición del patrimonio material e inmaterial, se busca aprovechar el posicionamiento turístico del municipio y ampliar su oferta turística, que sea generador de ingresos, disminuyendo el desempleo y la informalidad característica del municipio ante la falta de empresas de esta manera mejorar la calidad de vida de toda la población.

En este sentido, la presente investigación está contextualizada en la necesidad de establecer un nuevo modelo productivo local como es el clúster del ecoturismo, para el Municipio de Pamplona, que pretende identificar sus potencialidades turísticas como: los recursos naturales y patrimonio histórico, el factor humano y las instituciones públicas y privadas, aumentando las alternativas y diversidad ofreciendo al mercado del turismo nacional e internacional una nueva opción en destino turístico, constituyendo una alternativa de desarrollo local para la región, amparado en el gran auge a nivel mundial de esta actividad. Esta actividad económica podría sin duda, jalonar de manera contundente el desarrollo integral del Municipio de Pamplona, con equidad social y respeto por nuestro patrimonio natural en armonía con el medio ambiente.

Por consiguiente, el clúster del ecoturismo es una posibilidad cierta de diversificar las actividades que genera ingresos para los habitantes del Municipio de Pamplona y su sector rural, en especial para mujeres y jóvenes, por lo que “es vital que estos emprendimientos tengan efectivamente impacto en las familias urbanas y rurales, incluyendo a la comunidad local en las diversas etapas de desarrollo de los productos turísticos” (Herrera, 2009, p. 230). En este sentido, este pasa a ser un importante factor dinamizador para el desarrollo urbano-rural, no como el único motor de desarrollo, sí no como elemento adicional a las actividades propias de la localidad, de carácter tradicional como es la manutención y alojamiento para los 12.000 mil estudiantes de la Universidad de Pamplona, sector comercial y financiero, sector artesanal refiriéndose al contexto urbano y en el contexto rural se desarrolla actividades agroalimentaria: producción de frutas, hortalizas, papa, y un pequeño sector de ganadería.

Por todo lo expuesto se considera que el Municipio de Pamplona cuenta con las condiciones necesarias para la implementación del clúster del ecoturismo, su ubicación estratégica dentro del departamento del Norte de Santander, tradicionalmente punto conector, para poder dirigirse a la zona centro, oriente, norte del país, que propicia un flujo bastante alto de turistas que van de paso a otros destinos turísticos. Sin embargo, es precisamente este potencial lo que se quiere aprovechar para generar un clúster ecoturístico y así beneficiar a los habitantes del Municipio de Pamplona, quienes deberán involucrarse en la ejecución de cada una de las cadenas productivas, que generará la implementación del clúster ecoturístico, cuyos beneficios se traducirán en la generación de fuentes de empleo e ingresos económicos, estabilidad laboral y calidad de vida.

Igualmente, se busca generar expectativas financieras para los inversionistas privados y la comunidad internacional, que ayuden a impulsar proyectos relacionados con el medio ambiente y/o desarrollo local. La presente investigación busca involucrar la población vulnerable como

son los estudiantes de la básica secundaria y terciaria, involucrándolos en el clúster, como guías turísticos, suministrando información y orientando a los turistas por los atractivos turísticos con los que cuenta el Municipio de Pamplona y sus diferentes actividades a desarrollar.

Se percibe como un imperativo, la necesidad de que el Municipio de Pamplona pueda aprovechar sustentablemente en el corto plazo su infraestructura, y su potencial para desarrollarse como un polo turístico, con diversos destinos de patrimonio histórico, naturaleza, cultura, academia y negocios que atraiga turistas de toda clase. Sin embargo, según análisis realizados por la Corporación de Turismo del Norte de Santander (2014), se detectó la falta de organización y capacitación de la cadena productiva que hacen parte de este sector “turismo”.

Ante las circunstancias descritas sería de gran importancia para el desarrollo del municipio de Pamplona hacer un diagnóstico sobre su actividad turística para comprender su situación actual e identificar las posibles potencialidades e igualmente, proponer un clúster ecoturístico con el fin de propiciar el desarrollo de la región.

Se cuenta con el apoyo del sector gobierno mediante la inclusión dentro del Plan de Ordenamiento Territorial con vigencia 2016- 2020 donde se definió propósitos y perfil vocacional para el desarrollo del Municipio de Pamplona, y así constituirlo en un enclave ecoturístico con proyección nacional e internacional.

1.1.1 Formulación del problema

En relación a lo planteado, se concluye que las razones específicas que estimulan esta investigación, se expresan en la siguiente pregunta: ¿De qué manera el clúster del ecoturismo puede contribuir al desarrollo local y mejorar las condiciones sociales y económicas del municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia?

1.1.2 Sistematización del problema

Para diagnosticar los actores que componen la cadena productiva del Clúster del Ecoturismo y elaboración de una propuesta de la implementación en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia, se tienen que responder las siguientes interrogantes:

¿Cómo se puede analizar la importancia de los actores dentro de la cadena productiva del Clúster del Ecoturismo en la generación de ingresos, en el municipio de pamplona, Norte de Santander, Colombia?

¿Cómo se puede diagnosticar el papel de los actores que componen la cadena productiva del Clúster del Ecoturismo para el municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia?

¿Cómo se puede determinar la potencialidad en los recursos ecoturístico en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia?

¿Cómo se puede diseñar una propuesta para la implementación del Clúster del Ecoturismo como estrategia para generar un desarrollo local, en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta para la implementación del clúster del ecoturismo para el Municipio de Pamplona, identificando actores y potencialidades ecoturísticos, que puedan contribuir al desarrollo local, y a la generación de una mayor dinámica y diversidad de sus actividades productivas.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Conceptualizar los fundamentos de las bases teóricas para la implementación del clúster.
2. Identificar los actores de la cadena productiva del sector turístico del Municipio de Pamplona, Norte de Santander.
3. Diagnosticar el estado de interacción de la cadena productiva del Sector turístico con el Municipio de Pamplona, Norte de Santander.
4. Elaboración de una propuesta del clúster del ecoturismo para el Municipio de Pamplona.

1.3 Justificación de la investigación

El turismo se destaca como una actividad económica y cultural con más relevancia, factor diferenciador con la que puede contar un país o una región. El turismo hace referencia a todas las actividades relacionadas con el ocio, o el disfrute de conocer nuevos lugares diferentes al de residencia. Las bondades del sector turismo son la variedad de actividades que se pueden realizar en la estancia, actualmente el turista busca un turismo diferente no convencional, abriendo espacios a aquellas regiones que no tienen playa y mar, permitiendo explotar las potencialidades propias de cada región.

El Municipio de Pamplona cuenta con un gran potencial de atractivos de naturaleza, su belleza paisajística la cual no ha sido mayormente explotada, propiciando una alternativa de consolidar el sector turístico y jalonar crecimiento en los demás sectores.

Precisamente se pretende con esta investigación analizar en el Municipio de Pamplona la interacción de las empresas que hacen parte de esta cadena productiva del turismo, junto con su potencial turístico, aprovechando las ventajas comparativas que la hacen única y que giran alrededor de la cultura, para proponer ideas de negocios que involucren a la comunidad, y así el

ecoturismo se pueda convertir en un medio para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, tarea que contribuiría con el desarrollo local.

La presente investigación pretende plasmar el impacto del ecoturismo como herramienta generadora de otros ingresos, jalonando no solo a los actores directos como son empresas de transporte, hoteles, restaurantes, agencias de viajes, operadores turísticos, comunidad, sino que también impactar otros sectores como es la sector educación, salud, telecomunicaciones, sector de calzado, tejidos y demás que puedan ser un complemento al turismo y que satisfagan con la necesidad propia de la actividad y de las expectativas del turista.

Esta investigación se fundamentó en una metodología basada en un enfoque exploratorio y descriptivo, y a través del proceso investigativo recopila datos de manera sistemática, permitiendo un mejor análisis, Strauss y Corbin (2002, p. 56). El estudio en la cual se apoyó el proceso se basó en un enfoque positivista, la misma busca la validez y el análisis, para cuantificar la condición actual de los actores y sus relaciones sociales con la actividad en general.

Se utilizará herramientas pertinentes para la recolección de información que permita realizar un análisis a los resultados obtenidos, por carecer de estudios previos que sirvan como referente a la presente investigación.

Desde el punto de vista teórico para el análisis de la estructura productiva del potencial ecoturístico del Municipio de Pamplona, se fundamentó en el concepto de clúster permitiendo integrar dos componente esenciales ecoturismo y cluster. Dicha relación permite de manera relevante interpretar el vínculo entre lo sustentable y lo sostenible, desde la óptica de: encadenamiento productivos basados en relaciones comerciales, asociatividad, liderazgo y sistemas de poder.

Desde del punto de vista economico el concepto del cluster turistico constituye un recurso metodológico cuyo fin es analizar las diversas empresas e instituciones que operan en un territorio especifico, articulacion y procesos de innovación.

Amparado ante el interes que ha suscitado a nivel mundial como resultados arrojados por los clusters turisticos en aspectos economicos y sociales, esta investigacion pretenderá analizar la competitividad de la oferta ecoturistica, y como metodologia estudiar la estructura productiva de la actividad.

1.4 Delimitación de la investigación

Según Sabino (2002, p. 65) delimitar un tema quiere decir enfocar en términos concretos las tareas de interés; especificar los alcances del trabajo, determinar sus límites. Para delimitar un trabajo se deben considerar las siguientes modalidades: geográfica, temporal y teórica.

En donde la Delimitación Espacial - Geográfica, indica el espacio físico en el cual se desarrolla la investigación y la ubicación asociada al estudio; la delimitación temporal indica con precisión el periodo de tiempo de la investigación, estas delimitaciones relacionándolas se da como resultado en el desarrollo del presente proyecto de investigación, el mismo ha sido llevado a cabo durante un año y específicamente en las empresas que hacen parte de las actividades como: alojamientos, alimentación, transporte, agencias de viajes, operadores turísticos que se encuentran ubicadas en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander Colombia y que tienen activo su registro mercantil, ante la Cámara de Comercio de Pamplona, con fecha 31 de diciembre de 2017.

En cuanto a la delimitación teórica con el fin de abordar en mejor forma el desarrollo de la presente investigación, se hace necesario delimitar el campo conceptual que le corresponde

abarcando las teorías de Desarrollo Local y su conexión con el turismo, definición y clasificación del ecoturismo, y base teórica del clúster.

2. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes en el proceso de investigación están constituidos por indagaciones previas, las cuales deben ser descritas metodológicamente en un orden lógico, permitiéndole constituirse como el soporte de la presente investigación. (Monje, 2011, p. 154). A continuación, se presentan los antecedentes que hacen parte de la base teórica de este trabajo de investigación, a partir de la variable turismo, y la interconexión con el modelo clúster, se relacionan una serie de estudios previos donde otras instituciones y autores han realizado investigaciones y propuestas sobre esta variable.

El Amazonas se ha convertido en el icono del ecoturismo a nivel nacional y de Latinoamérica, en el artículo “Ecoturismo itinerante en el trapezoidal amazónico colombiano” los autores Fraguell R y Muñoz F (2018), destacan como ha venido cambiando los gustos de los turistas, ya no es solo el turismo de sol y playa la que cuenta con el mayor atractivo, numerosos cambios debido a la conciencia ambiental y a la conservación del medio ambiente ha llevado a los turistas a diversificar sus lugares de estancias, es la naturaleza quien ocupa los primeros lugares de atractivo turístico. Los autores Fraguell y Muñoz (2002) destacan como las Naciones Unidas dan relevancia al ecoturismo, el cual se consolida como un sector de gran potencial de desarrollo económico sin deteriorar el medio ambiente. También destacan la importancia de contar con una cadena de valor definida, donde cada actor tiene su rol, para consolidarse como destino de talla mundial, deben satisfacer y brindar calidad en el servicio. Se aclara que el ecoturismo no puede perder su sentido social y comunitario, convirtiéndose en una actividad comercial más, atentando contra la identidad de su pueblo indígena y sus ecosistemas.

En su artículo Molina (2011) Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural, destaca el crecimiento acelerado del ecoturismo como una actividad económica

en Centro y Sur América, consolidándose en destinos turísticos de talla mundial y permitiendo a los países alternativas de desarrollo y crecimiento económico con conciencia y sostenibilidad, dándole el manejo necesario a los recursos naturales, y generando alternativas de empleo a todas las personas que habitan estas localidades permitiendo cerrar brechas de pobreza que tanto han obstaculizado la calidad de vida digna en todas las regiones de Centro y Sur América. El referente bibliográfico destaca que Colombia ya hace algunos años va en buen camino, pues ha logrado consolidar zonas con vocación ecoturística, mezclando el potencial de los parques naturales ubicadas en áreas protegidas, y han delegado su preservación y mantenimiento a instituciones públicas y privadas.

Por último el artículo augura para Colombia un buen desarrollo del ecoturismo, y hace una recomendación: no salirse de los lineamientos de conservación y sostenibilidad de los ecosistemas así se podrá desarrollar la actividad eficientemente y cumpliendo su propósito social-económico.

Se tomó como referente la investigación realizado por Morales (2008), el cual basa su estudio en hacer un comparativo de tres países Colombia, Perú, Venezuela, en referencia a la experiencia que se tiene sobre el ecoturismo y su pertinencia hacia la mejora de los aspectos sociales y económicos de las regiones. El investigador pretende hacer un levantamiento del modelo aplicado en estas regiones y hacerlo participe a otras regiones con grandes potencialidades ecoturístico y que basado en el emprendimiento se desarrollen cadenas productivas, que sean una alternativa de crear empresa, de incrementar una mayor capacidad de generar puestos de trabajo, y el mercado de trabajo incremento de acuerdo al incremento poblacional , aumento en los ingresos del estado por incremento de productividad y disminución de la brecha entre ricos y pobres.

También se incluye en los antecedentes investigaciones realizadas sobre clúster ecoturístico y sus propuestas de establecer un modelo de desarrollo sustentado en el sector turístico utilizando el potencial ecoturístico de las regiones.

En la estrategia del Turismo para Colombia realizada por el Fondo de Promoción Turística Colombia, bajo la asesoría del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año (2015, p.1) se presentó dicho documento que contiene un informe de la contribución económica al PIB de Colombia, la relación entre los actores del sector turismo y lleva a comprender la importancia de impulsar el turismo como atomizador del desarrollo, aumento del PIB y cambio en las condiciones sociales, y comprender el punto de partida de todas las regiones de Colombia y la luz de experiencias internacionales relevantes.

Es así que, la figura 1 “La participación del turismo en el PIB mundial 2010” permite hacer un comparativo entre la conducta de la tasa de crecimiento del PIB mundial y la tasa de crecimiento del sector turismo durante el periodo 2000 al 2010. Se evidencia el crecimiento del renglón turismo que ha sido del 6,8% en mayor proporción que el del PIB real total mundial que creció al 2%. Además, la participación que tuvo el turismo en el año 2010 a nivel mundial alcanzó una contribución del 1,2% al PIB mundial. El mismo informe predice que se espera que el turismo crezca más que otros sectores que hacen parte de la economía mundial al 2020. Es de resaltar que, en Colombia, el renglón turismo alcanzó un nivel de participación del 3% frente al 6,2% del restante de países latinoamericanos y la demanda por turismo aumenta en los países en la medida que aumenta su ingreso per cápita.

Los ingresos por turismo contribuyen de manera importante al PIB mundial y crece más rápido que el promedio del PIB Mundial

ESTIMADOS

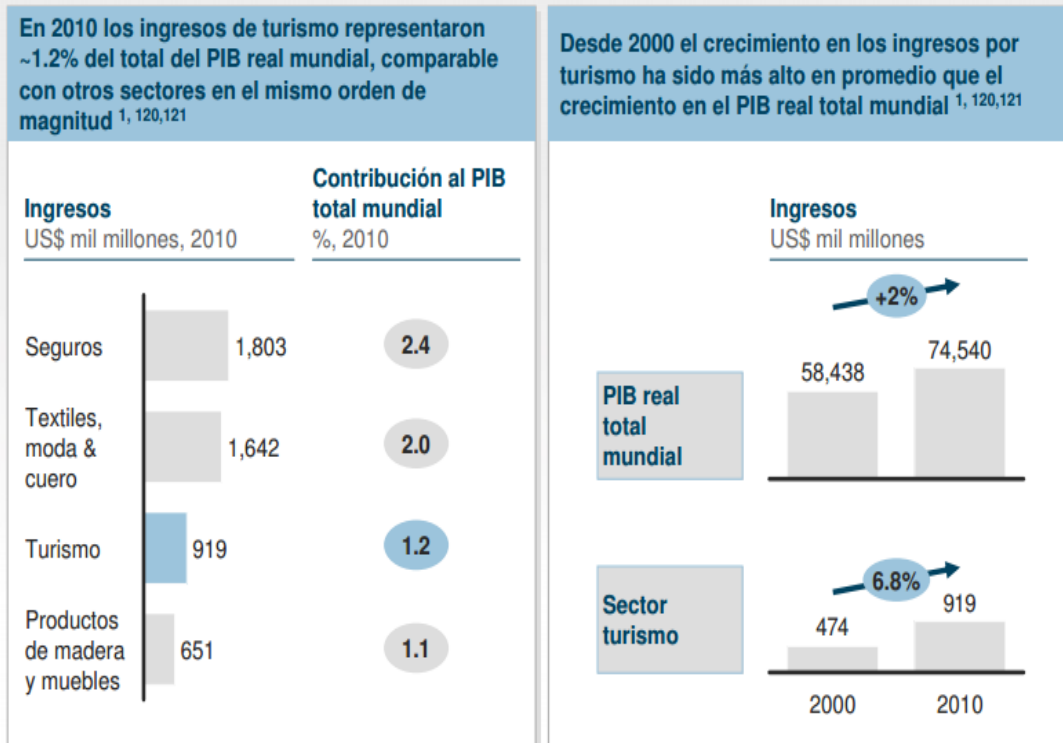


Figura 1. Participación del Turismo en el PIB mundial 2010
Fuente: Fondo de Promoción Turística. Colombia, (2010, p.4)

Tomando los datos de la figura 2 “Empleo en el sector de turismo, 2011”

se concluye que el turismo es un sector generador de bienestar por el impacto en empleo directo e indirecto que genera. Existe una correlación entre valor agregado y empleo generado por el turismo.

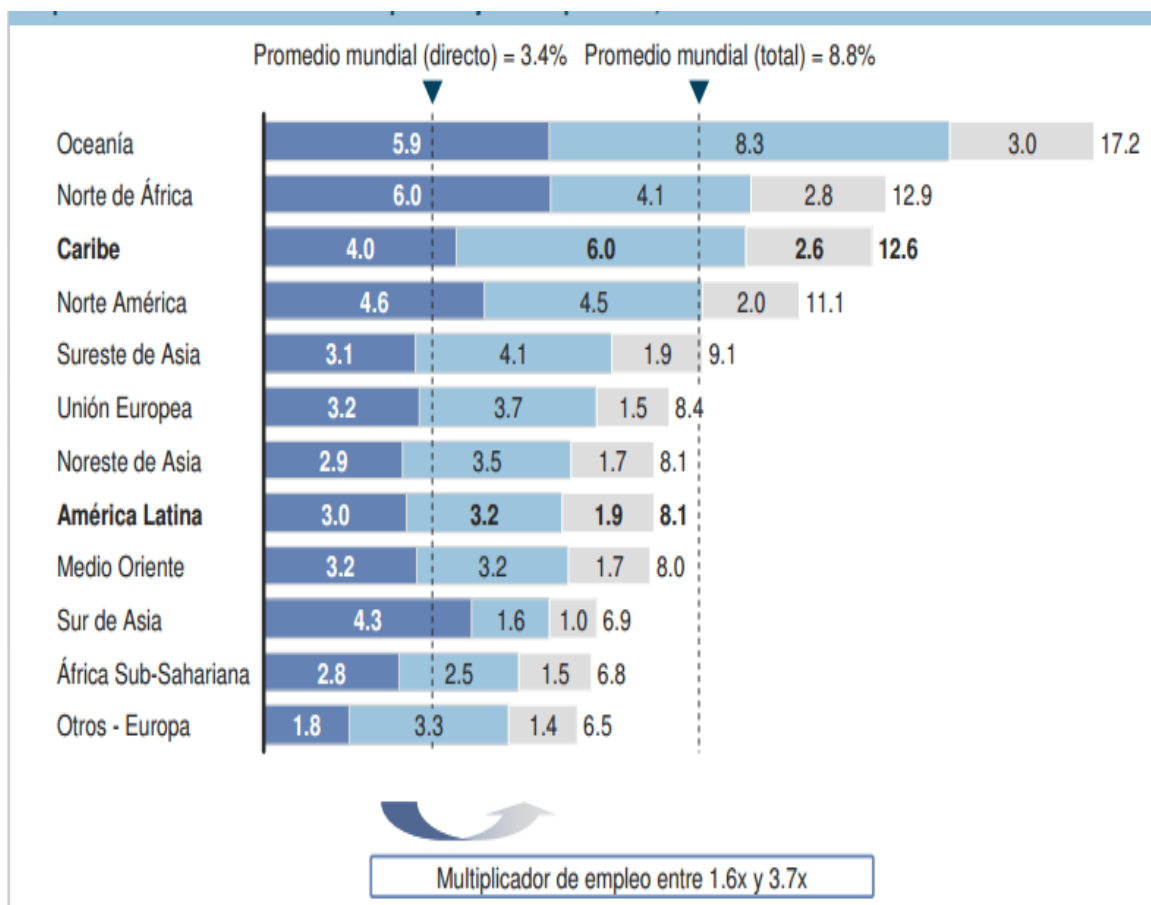


Figura 2. Empleo en el sector de turismo, 2011
Fuente: Fondo de Promoción Turística. Colombia (2010, p, 5)

La figura 3 “Actividades conexas al sector turismo, 2011”, presenta como está compuesta la estructura productiva del turismo, los encadenamientos que se derivan de su ejercicio, en el caso específico se puede observar en los datos que se presentan específicamente en el renglón alojamiento, donde origina otras actividades necesarias para poder satisfacer la demanda del turista. Sin duda alguna el turismo es un sector muy amplio en el mundo, compuesto por diversas industrias, las cuales sobresalen por su tamaño e intensidad de capital humano. A su vez, el sector se descompone en segmentos-productos masivos, de nichos y negocios.

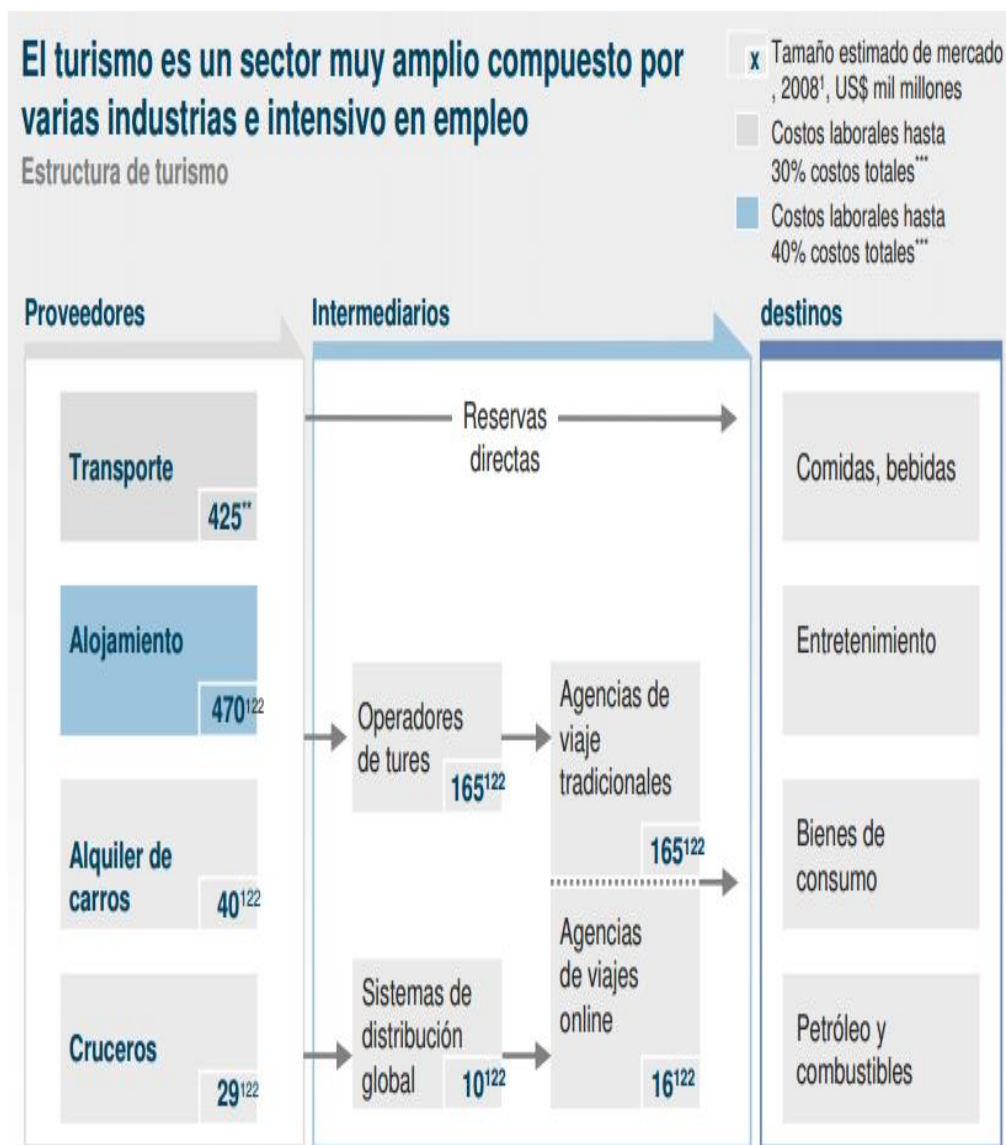


Figura 3. Actividades conexas al sector turismo, 2011
 Fuente: Fondo de Promoción Turística. Colombia. Bogotá 2010

Con respecto a la figura 4 “Conformación mercado de turismo”, la misma, presenta como se ha segmentado la actividad turística y sus diferentes atractivos, donde el ecoturismo hace parte de esta baraja de mercado de turismo. La principal razón de turismo sigue siendo recreacional, sin embargo, en Colombia casi una tercera parte continúa siendo de negocios, esto indica que

aún no se ha explotado el potencial turístico de naturaleza donde el ecoturismo goza de un gran mercado nicho.

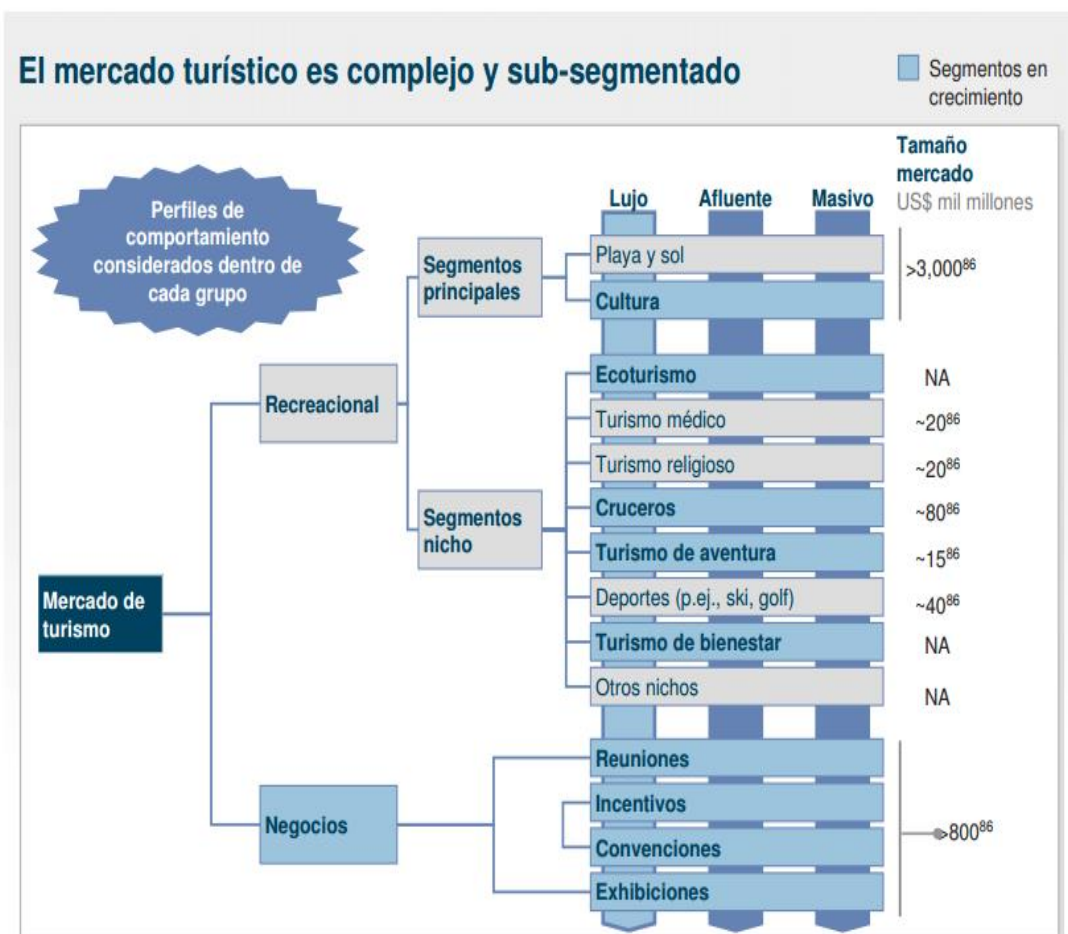


Figura 4. Conformación mercado de turismo
Fuente: Fondo de Promoción Turística. Colombia. (2010, p, 5)

Finalmente, el informe deja ver las siguientes conclusiones en referencia a la oferta:

- Colombia tiene un gran potencial para los destinos de naturaleza los cuales se han comprobado que el consumo de este tipo de visitante es mayor al de un turista de playa y por su geografía le permite que todas las regiones ofrezcan diferentes atractivos.
- El comportamiento a la baja del costo de los pasajes aéreos, demanda más viajes y abren destinos a nuevas fuentes de turistas.

- Nuevos modelos de negocios han sido desarrollados en que operadores de destinos locales están llegando a clientes directamente y las agencias de viaje integrándose verticalmente.

Por el lado de la demanda:

- La mayor conciencia ambiental de los individuos del cual genera preferencia por la protección del medio ambiente. Colombia podría beneficiarse de la preferencia del consumidor exigente internacional mediante la regulación de desarrollo turístico sostenible.
- El envejecimiento de la población de EE.UU. y Europa los cuales cuentan con capacidad de gasto, clientes potenciales.

En referencia a la demanda:

- El aumento masivo de turistas, al territorio nacional, como consecuencia de la buena imagen del país en temas de seguridad.
- La búsqueda de los turistas de hacer turismo no tradicional
- La tendencia de los turistas a conocer y hacer parte de la vida rural.
- Mejoría en las condiciones económicas propias del colombiano, que le permite hacer turismo por todo el territorio nacional.

El presente estudio se encontró que la OMT clasifica el turismo en diferentes tipos, (ver figura 5, Tendencia destinos turísticos); destaca que el turismo de bienestar ha venido en ascenso, igualmente hace parte turistas de alto nivel económico, y por lo cual no es accesible a todos, por eso, presenta lento crecimiento. Caso contrario lo refleja el ecoturismo que se puede desarrollar con presupuestos bajos y con participación del grupo familiar.

NUEVOS DESTINOS INGRESANDO AL MERCADO

1 La Organización Mundial del Turismo reconoce oportunidades de segmentos y destinos en crecimiento

Pronóstico de la OMT de los segmentos en crecimiento

	Propuesta de valor	Segmentos objetivo
Bienestar	Lugares que ofrecen <i>spas</i> y terapias alternativas para consumidores con altos estándares	Personas con altos ingresos económicos y personas mayores
Cultura	Complemento importante para el turismo de sol y playa además de oferta cultural especializada, p.ej., viajes a regiones o países considerados patrimonio mundial UNESCO	Complemento amplio para sol y playa, nicho para oferta especializada
Ecoturismo	Turismo socialmente responsable con un componente de naturaleza y promovido como "socialmente responsable"	Grupo grande de clientes, especialmente familias jóvenes con hijos
Aventura/ extremos	Experiencia que pone a prueba los límites en un mundo donde "la mayoría de los rincones" ya han sido exploradas	Solteros con altos ingresos y parejas con doble ingreso, sin niños
Cruceros	Posibilidad de visitar muchos lugares en poco tiempo con un alto nivel de comodidad	Personas mayores
B2B	Viajes coordinados de una sola parada con instalaciones óptimas y otras cosas	Muy amplio especialmente en salud, tecnología y ciencia

Figura 5. Tendencia destinos turísticos

Fuente: Fondo de promoción Turística. Colombia. (2010, p, 6)

Colombia por tener tres cordilleras, le permite tener una variedad climatológica y gran diversidad de flora y fauna, con capacidad de convertirse en un gran mercado oferente de atractivos para el turismo de naturaleza y el ecoturismo.

En un siguiente antecedente y haciendo énfasis en el clúster basados en la cadena productiva del turismo, se encontró que aún es incipiente ante el gran potencial con que cuenta Colombia, por eso se dice que no hay el suficiente desarrollo de clúster ecoturístico, como referente, entre

algunos se encontró el clúster del turismo del departamento de Antioquia y el clúster del turismo de Casanare, a pesar que no son específicamente ecoturístico, tienen como base el turismo de naturaleza y sus diferentes tipos: ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural.

En el clúster del turismo del departamento de Antioquia se ve como el gobierno ha considerado esta actividad como estratégica para su desarrollo regional. Tanto en Medellín capital del departamento y mayor asentamiento urbano del departamento, como en su zona rural la cual está compuesta por cinco corregimientos: San Antonio de Prado, Altavista, San Sebastián de Palmitas, San Cristóbal y Santa Elena, se han diseñado y llevado a la práctica programas y proyectos con el fin de aprovechar lo que se considera su potencial, asociado con las capacidades humanas, sociales y empresariales, así como la dotación en patrimonio natural y cultural en las subregiones rurales.

La cadena de turismo de naturaleza en Antioquia, tiene como particularidad su regionalismo y sentido de pertenencia de todos sus habitantes. Esto permite que se compagine el producto turístico y las actividades complementarias como es el servicio de alimentación, alojamiento, transporte y guías, converjan y se combinen en áreas geográficas acotadas, dotadas de instituciones y valores culturales e identidades de su población. Esto concluye la Cámara de Comercio de Antioquia en su informe de estudios económicos titulado “Cadena Turismo de Naturaleza en Antioquia” (2012, p. 25), amparado en dicha conclusión se deduce que el turismo de naturaleza, requiere para su desarrollo como cadena la interacción entre agentes y actores, de su cooperación y coordinación en los niveles territoriales de las regiones y las localidades, lo cual siguen trabajando hasta el momento.

En este sentido, se analiza la institucionalidad regulatoria y los servicios de apoyo de la denominada cadena turística en su modalidad de naturaleza. Según el documento del Ministerio

de Comercio, Industria y Turismo (2012), “solo se considera al departamento con potencial en avistamiento de aves y en agroturismo en Urabá”. (p.43). Sin embargo, de acuerdo con los estudios antes señalados y el Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia, existe un gran potencial y se viene desarrollando varias iniciativas locales y regionales en agroturismo, ecoturismo y turismo de aventura. Esto demuestra el desconocimiento del Ministerio acerca de las iniciativas locales, corroborando la ausencia de una visión territorial de la política de turismo.

Otro caso es el del departamento de Casanare, cuya extensión territorial conforma el 10% de la Orinoquía y el 4% del territorio nacional con una temperatura que oscila de 23° a 28° C. posee condiciones climáticas adecuadas para una oferta agropecuaria diversa y es considerado como el de mayor desarrollo agroindustrial sobre el piedemonte llanero (Alcaldía de Casanare, 2016).

El sector agropecuario fue el que inicialmente contribuyó al desarrollo de la infraestructura turística del departamento, donde los agricultores y ganaderos que circulaban en el territorio debido a sus actividades agropecuarias demandaban hospedaje, conformándose así, alojamientos con más de 50 años de experiencia (Secretaría de Turismo Casanare, 2016).

Por otra parte, en los años 90 debido a la actividad petrolera, ocurrió una migración importante de población de diferentes partes de Colombia hacia el departamento de Casanare, lo que generó un incremento del consumo de bienes y servicios, entre los cuales, el hospedaje, restaurantes, y en menor proporción la de recreación. Sin embargo, es necesario mencionar a Yopal, la capital del departamento, que posee “mayormente el 50% de los actores involucrados en la cadena de valor del turismo” (Secretaría de Turismo Casanare, 2016). Esta ciudad ha tenido un desarrollo significativo en Colombia ante otras regiones, como referente, en los 7 últimos años el sector hotelero y comercial ha mejorado para atraer a los inversionistas y visitantes las bondades y confort de una gran ciudad (Cotelco, 2017). Actualmente existen grandes cadenas

hoteleras con estándares de calidad internacionales generando cambios sustanciales en el sector del turístico en la región. Así mismo, se empieza a presentar emprendimiento en el sector turístico de alta calidad en el área rural incentivando el agroturismo, en productos turísticos de naturaleza, y en productos especializados como es el “avistamiento de aves”. Es notable la evolución que empieza a tener la actividad turística, iniciando asentando bases sólidas y afianzándose necesitando la incorporación a este procesos de las instituciones y el gremio en general.

A nivel de departamento del Norte de Santander por intermedio del Fondo Nacional del Turismo (FONTUR, 2015), realizó un diagnóstico turístico que contemplo los 21 municipios incluido Pamplona, donde se realizó un análisis de sector, la capacidad de organización del gobierno, el capital invertido en el sector turístico, los programas de acuerdo a los Planes de Desarrollo Municipal y la apreciación de los integrantes sociales.

La metodología que se utilizó fue consultas a los Planes de Desarrollo Municipal, junto con el Planes de ordenamiento Territorial “POT”, contacto directo mediante charlas tipo entrevista con alcaldes, secretarios de planeación y/o coordinadores locales, también contó con el acompañamiento de la Corporación Mixta de Promoción de Norte de Santander, Pro-Colombia lo cual genero un stock de potencialidades de lugares turísticos fundamentales de los 21 municipios analizados, así determinar las condiciones reales de dichas potencialidades de recursos naturales y culturales, su entrada, potencia y condiciones de calidad. Igualmente, la identificación de las características de la oferta de servicios turísticos.

En este estudio el departamento de Norte de Santander se presentó como un destino turístico de grande importancia para Colombia debido a su relevancia histórica, sociocultural, ambiental y económica. Su astuta ubicación geográfica como país vecino con la república de Venezuela; la

múltiple y diferenciada estructura del patrimonio físico e histórico que posee, y la fuerte determinación de diferentes autoridades e integrantes por seguir afianzando el departamento como centro de desarrollo comercial, industrial y de servicios; permiten percibir lugares que prometen diferentes planos y alcances involucrados directa o indirectamente con el turismo de naturaleza y todos los tipos provenientes de ella: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural etc. El resultado de esta consultoría arrojó 9 paquetes turísticos tal como lo presente el informe de Fontur (2015, p. 4) y se plasma en la presente investigación:

- Clúster Cúcuta. "Una expedición a la cuna de la patria"
- Clúster Chinácota. "Naturaleza, historia y aventura por los caminos Chitareros"
- Clúster Pamplona. "Provincia de Pamplona: crisol de cultura, arte y fe"
- Clúster Pamplona Ruta del Durazno. "Ruta del durazno y el agua: una experiencia de vida"
- Clúster Ocaña-La Playa de Belén. "Ocaña y La Playa de Belén: patrimonio, leyenda y naturaleza"
- ANU los Estoraques. "Área Natural Única Los Estoraques y La Playa de Belén: naturaleza mágica y pueblo patrimonio"
- Clúster de la "Ruta de la Gran Convención: Unidos por la historia y la leyenda"
- Clúster PNR Sisavita, Cucutilla. "Parque Natural Regional Sisavita: aventura, naturaleza y emoción al máximo"
- Clúster PNR Sisavita, Salazar. "Salazar de las Palmas: remanso de paz, destino para el descanso y la religiosidad".

De los paquetes turísticos el Municipio de Pamplona participa con dos posibles clústeres de los cuales se pueden clasificar como un tipo de turismo de naturaleza dentro del subrango de ecoturismo y agroturismo como es la Ruta del durazno y el agua. En este sentido el Municipio de

Pamplona, localizada en el departamento del Norte de Santander, tiene ciertas características especiales para el turismo ya que posee un clima agradable, sitios históricos y religiosos que la ha diferenciado en la región, ciudad fundada en 1549 con una gran tradición religiosa y de gran importancia histórica con importantes edificaciones representativas de la arquitectura colonial, además se encuentra en una región de zona fronteriza, sitios naturales como la laguna de Sisavita y antiguos caminos reales. Sin embargo, el municipio se encuentra dentro de un departamento catalogado como de baja productividad y desarrollo económico, al igual que Choco, y comparado con las demás regiones de Colombia. (Corporación de Turismo del Norte de Santander, 2014).

Al revisar la economía del Municipio de Pamplona, se observa que se concentra en el sector servicios y en la informalidad un desarrollo comercial, debido a la dinámica que genera la Universidad de Pamplona. El 85% de los establecimientos se dedica al comercio empleando el 37% del personal ocupado en el área urbana. La producción manufacturera representa menos del 10% de los establecimientos y del empleo de la ciudad. La tercera parte de la industria corresponde a la producción de tejidos de los cuales la mayoría adelanta procesos en forma manual (Camara de Comercio, 2016, p, 3).

Por lo anterior y en vista de las potencialidades que tiene el municipio se planea hacer un diagnóstico y formulación de un clúster del ecoturismo que permita sacar provecho a sus potencialidades como lo son algunos sitios de interés históricos y religiosos, que podrían ser parte del portafolio de atractivos para incrementar el turismo incorporando la naturaleza como complemento a esta variedad de actividades a desarrollar.

2. Marco Teórico

A partir de las variables establecidas para esta investigación: Desarrollo Económico, clúster, ecoturismo, se realiza la base teórica necesaria con el propósito de vislumbrar la conexión real existente entre todas ellas y determinar como el clúster del ecoturismo puede ser un modelo de desarrollo local. Por ello se revisaron varios autores expertos en el tema de la investigación, con el fin de establecer una base teórica que permita entender el razonamiento de la presente investigación.

2.1 Desarrollo Económico

Las teorías del desarrollo económico se empezaron a consolidar con el aporte de grandes teóricos como fue Adam Smith, John Stuart Mill, Malthus, Carlos Marx, solo por mencionar algunos de los representantes de la escuela moderna. Fueron ellos los pioneros de las teorías del crecimiento económico y que dieron origen a la teoría moderna del desarrollo.

Robert Mier y Joan Fitzgerald (1991), establecen o identifican 3 etapas de evolución de las teorías del desarrollo:

La primera inicia en el siglo XX justo después de la gran depresión de los años 30, el tema central era como cerrar brechas entre los países ricos y pobres. La segunda inicia en la década de los años 60 cuando se añadió un toque más a estas teorías en búsqueda del bienestar de la equidad. La tercera se da en los años 80 con el punto de oír en las áreas locales y sus inconvenientes para lograr incrementos mayores niveles de desarrollo.

2.1.1 Desarrollo Económico Local

El análisis sobre el surgimiento del concepto de desarrollo en la economía se caracteriza por su heterogeneidad y se encuentra enmarcada en diferentes teorías, de los cuales permite establecer los principales enfoques de pensamiento ideológicos, que han sido influenciados por momentos históricos.

En este sentido, durante los años treinta y cuarenta del siglo XX, la aparición del Keynesianismo jugó un papel fundamental en el surgimiento de las teorías de desarrollo.

Maldonado (2007) introduce una perspectiva macroeconómica frente al análisis microeconómico característico del pensamiento neoclásico. Igualmente, se destaca el surgimiento de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina (CEPAL) la cual tuvo como finalidad, “estudiar las condiciones de subdesarrollo y de atraso estructural de los países de la región” (p. 125)

Posteriormente, en la década de los setenta, se presencia un cambio paradigmático en la percepción del desarrollo.

No obstante la utilización de métodos de política de expansión-aglomeración, que presentaba el modelo de desarrollo exógeno, el alcance positivo en temas del desarrollo económico que aconteció en áreas donde escasean grandes empresas, hace que inicie los cambios en la concepción de puntos de vista económico desde las teorías de desarrollo exógeno a las de desarrollo endógeno (Muñoz de Bustillo, 2000, p.48).

Según Gago (1993)

[...] el desarrollo es un proceso de cambio estructural global (económico, político, social, cultural y medioambiental), tendente a aumentar la calidad de vida de todos los miembros integrantes de una sociedad, para alcanzar una más completa satisfacción de las necesidades colectivas básicas”. (p.38)

En esa línea de pensamiento, se propone analizar algunas teorías del desarrollo asociadas con el turismo, expuestas desde la perspectiva de los cuatro paradigmas principales del desarrollo (Telfer, 1996, p.230).

Teoría de la modernización. Evidentemente la crisis mundial, resultado de la posguerra genera la incorporación de nuevas teorías de desarrollo, introduce planteamientos paradigmáticos Keynesianos amparados en el Plan Marshall, la teoría de la modernización es impartida en los periodos de los cincuenta, sesenta hasta los setenta con múltiples aproximaciones al desarrollo. (Muñoz, 2000, p.67). La modernización contempla el cierre de la brecha entre los procesos tradicionales y modernos, utilizada por los países más desarrollados en las regiones menos desarrolladas.

Es la doctrina de Perroux (1955) quien plantea la relación entre los procesos de desarrollo territorial en turismo. (p.15). Dicha doctrina hace énfasis en los polos de crecimiento, cuando un territorio genera crecimiento de manera simultánea hace que su alrededor también logre crecimiento impulsando a las economías externas a generar desarrollo.

Para Myrdal (1970) la teoría de la modernización se debe implementar de modo que no cause un efecto de difusión con consecuencias negativas una vez que el desplazamiento de la mano de obra de un territorio a otro puede hacer decrecer la economía de los mismos. (p.230). Esta anotación según Muñoz (2009) se ha presentado con cierta continuidad en los lugares turísticos. (p.56).

La modernización ha contribuido enormemente a otros estudios que abordan el sector turístico como la estrategia para aumentar el empleo, generar divisas, aumentar el PIB, atraer capital para el desarrollo, Britton (1987) y Cater (1987), e incentivar estilos de vida

contemporánea asentado en principios morales occidentales (Mathieson y Wall, 1982; Harrison, 1995).

Teorías heterodoxas (dependencia). Como la estructura Bustelo (1998), las teorías heterodoxas, entre ellas el estructuralismo de la Comisión de Estudios para América Latina CEPAL (1945-57), el planteamiento de la dependencia (1957-69), la degradación crítica (1969-76), el planteamiento de la regulación a partir de 1976, el neo estructuralismo latinoamericano (desde 1983) y la economía fundamental del desarrollo de los década de los noventa, de cara a las teorías ortodoxas (pioneros del desarrollo, 1945-57), involución conservadora (1957-69), planteamiento de las necesidades mínimas (1969-78), contrarrevolución antigua (1978-90), perspectiva favorable al mercado (1990-98) y Consenso de Washington (desde 1998) han sumado a los conceptos de desarrollo la presencia de limitaciones para las naciones y sus gobernantes quienes deben velar por la igualdad de condiciones a nivel del mercado internacional, evitando la desigualdad económica y el enriquecimiento desproporcionado de algunos países frente a otros. Las teorías heterodoxas proponen alternativas conceptuales a las múltiples teorías del desarrollo, interponiendo factores sociales ante beneficios económicos en los procesos de desarrollo.

Neoliberalismo y Consenso de Washington. Está ligada íntimamente con las teorías estructuralistas del desarrollo, diferencia el crecimiento entre el desarrollo en función de factores estructurales y del avance tecnológico. Las organizaciones socioeconómicas de las regiones en desarrollo son el resultado del trance histórico de la inclusión en la economía de mercado abierto. Es fundamental la intervención de los gobiernos para promover una transformación estructural apoyada en un sector industrial diversificado (Muñoz, 2009, p.78).

Desarrollo sostenible. Dentro de las teorías del desarrollo en los años 80 prioriza la necesidad de establecer límites al crecimiento basados en los recursos naturales y en el medio ambiente. Iniciando 1972, etapa en el que surge el documento del Proyecto del Club de Roma, Límites al Crecimiento Meadows (1972), continuando por el Informe Brundtland (1987). Nuestra perspectiva común (1987), la Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro (1992), la Conferencia sobre Desarrollo Sostenible en Johannesburgo (2002), y la Declaración del Milenio soportada en una décadas de grandes charlas y cumbres de las Naciones Unidas (2000), múltiples acontecimientos han surgidos en torno a este concepto de desarrollo.

La teoría del desarrollo sostenible en el renglón turismo, ha sido abarcado desde varios puntos de vista, algunos expertos como Inskip (1991), Gunn (1994) y Holden (2000) han centrado sus investigaciones en temas en procesos de participación comunitarios, planificación turística, además autores como Fayos-Solà y Jafari (2012) estas organizaciones vienen desempeñándose como promotores en el área de la sostenibilidad, en este ámbito, tanto especialista como intuiciones nacionales e internacionales, han generado directrices y normativas espontaneas para el renglón del turismo sostenible (Eber, 1992; UNWTO (2005); Solway (2008). Pese a estas iniciativas, el prototipo de la sostenibilidad continua más involucrado con los temas de operaciones a mínima escala y la conservación del medio ambiente, dejando no tan presente los objetivos del desarrollo (Muñoz, 2008, p.132).

El desarrollo desde la perspectiva social. Después de los años setenta se inicia un periodo en el cual las teorías de desarrollo económico empezaron a incorporar a sus temas de estudios el desarrollo comunitario, lo que provoco fue la aparición de actuales angustias tales como el ambiente, los habitantes, apetencia de alimentos, el género femenino, el medio ambiente y la no complacencia de cara a la disminución de la pobreza. La figura 6 resume algunas corrientes

especializadas en el desarrollo social, siendo el Banco Mundial, la UNESCO y su Programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD) organizaciones líderes. Namara durante su periodo en la presidencia del Banco Mundial (1968- 1981) planteó la necesidad de generar un vínculo directo entre el crecimiento económico y el desarrollo amparado en el enfoque de necesidades básicas siendo equitativo la redistribución de los ingresos que permitiera igualmente satisfacer todas las necesidades de la población.

Es así, como los grandes países desarrollados concluyeron que la acumulación de capital no era suficiente para lograr periodos sostenidos de crecimiento y es cuando aparece la importancia de transformar la mano de obra en capital humano. Instituciones tan emblemáticas como la UNESCO y promovido por sus lineamientos se incorporó nociones de desarrollo endógeno para dar herramientas a los sectores pobres y así hacer tránsito a la modernidad y prosperidad, por lo tanto hace parte de un serie organizado para promover el avance de las empresas, servicios comunales y culturales tomando como incentivo sus propios recursos humanos y tangibles. Provocando una lucha a partir de lo autónomo lo que se llama desarrollo endógeno.

Enfoque de Necesidades Básicas	Planteo que no hay un vínculo directo entre el crecimiento económico y el desarrollo, lo que no exigía la redistribución de los ingresos ni mucho menos la satisfacción de necesidades básicas para alcanzar crecimiento en las naciones
Capital Humano	Destaca que si las naciones quieren alcanzar Crecimiento económico no solo deben preocuparse por acumular capital, es necesario cualificar su mano de obra, el estado debe brindar educación y garantizar mejores condiciones de vida
Desarrollo Endógeno	No se debe pretender que las naciones industrializadas se tomen como modelos, hay que potencializar de manera individual esas fortalezas de cada nación o región para alcanzar una meta unificada y homogénea.
Desarrollo Humano	El centro de la teoría es el hombre y plantea un método con el cual se puede medir el nivel de desarrollo humano IDH abarcando no solo las necesidades básicas, incorpora a la medición salud, educación, estándar de vida, permite la comparación entre naciones.
Desarrollo a Escala humana	Son los autores Max- Neef, Elizalde y Hopenhayn quienes proponen salir de los paradigmas de las Teorías del Desarrollo, donde el centro de la investigación es el hombre y lo que se debe hacer para la satisfacción y mejoramiento de su calidad de vida
Enfoque de las capacidades	Su mayor exponente Amartya Sen, su base del enfoque: la libertad económica y política. Es visto el Desarrollo como el ensanchamiento de las potencialidades económicas, culturales, sociales y políticas de la población, continuando o permitiendo elegir qué tipo de vida desean sin involucrar a los demás
Capital social	Es James Coleman quien introduce este nuevo contexto en el Desarrollo, hace referencia a los recursos originados por el hombre y sus lazos sociales. También Putman aprecia conceptos como participación política, asociatividad, compromiso comunitario generando conexión entre la modernización socio-económica y la democracia

Figura 6. Corrientes del Desarrollo Social
Fuente: Elaboración propia a partir de Maldonado, 2007

Es evidente la conexión existente de las teorías del desarrollo con la evolución del renglón turismo, tomado como alternativa del desarrollo centrando sus pilares en los fundamentos del capital comunitario y las hipótesis que otorgan a los establecimientos un papel preferente.

Autores como Butler (1980) y Miossec (1976) plantean el turismo como un camino alternativo que conlleva a los países llamados periféricos a alcanzar modelos de desarrollo que permitan la modernización de sus economías. Es así, como muchos países en vía de desarrollo consideran el turismo como un sector clave, en su poder de transformación, sus bondades potencializadoras de desarrollo económico; que les ha permitido a los países incrementar sus ingresos vía divisas y así permitir mejores condiciones de vida a toda su comunidad.

Es sin duda después de la mitad del siglo XX donde los expertos en desarrollo económico afianzaron sus estudios, se concentraron en los beneficios del turismo, base fundamental del desarrollo en economías emergentes.

Con el pasar del tiempo esta concepción se ha ratificado, actualmente es claro que el turismo al igual que cualquier otra actividad, tiene impactos positivos y negativos, que en la mayoría de casos son positivos beneficiando a los habitantes del destino turístico.

Mathieson y Wall (1982) establecen que la magnitud del impacto económico está condicionada por otros aspectos así:

“(…) la naturaleza de los principales servicios y su atractivo para los turistas, el volumen e intensidad del desembolso de los turistas en el destino, el nivel de desarrollo y la base económica del área del destino, el grado de recirculación del desembolso turístico al interior del área de destino, y el grado de ajuste que ha tenido el destino a la estacionalidad de la demanda turística”. (p.230).

Finalmente se concluye que la conectividad entre el turismo y las teorías del desarrollo cada vez se hacen más fuertes, ante el amplio crecimiento de esta actividad no cabe duda que el turismo dará tema para que los investigadores amplíen las perspectivas y formulen posibles propuestas para mejorar la contribución del turismo en el desarrollo local.

Marco conceptual

2.1.2 Turismo

Se ha considerado el turismo como un fenómeno social y cultural y esta interrelación cultural se afianza como fuente de enriquecimiento mutuo, incidiendo en la actividad económica de una región, fomentando la creación de nuevas empresas, jalonando la demanda de bienes y servicios de diversas actividades locales, lo cual significa generación de riqueza, ingresos e impuestos.

Como dice Maldonado (2006) el renglón turismo como prodigio social involucra la creación de puestos de trabajo, habilidades técnicas para el talento humano y confort para las familias residentes. Altés (1993) afirma que el turismo nace desde la revolución industrial, en el siglo XIX, cuyo propósito es el descanso, la cultura, los negocios, el comercio y la relación familiar. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros desde la edad antigua, media, contemporánea y moderna. Las posibilidades de ocio y descanso para la clase trabajadora en el siglo XIX eran restringidas al día domingo, sin embargo, a partir de los años treinta se establece las vacaciones pagadas originando un importante cambio y un nuevo espacio de desarrollo económico, requiriendo así, nuevas acciones de planificación y gestión según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

La relevancia del turismo en la economía ha llevado a que el presidente y director ejecutivo del World Travel & Tourism Council (WTTC), David Scowsill, comente que: “ Pese a la desasosiego de la economía internacional y de los desafíos determinado para el traslado y el turismo del año 2015, el sector creció en un 3,7%, contribuyendo a un total del 9,8% del PIB global” al cierre del año 2016. La industria del turismo aportó como resultado 284 millones de empleos en 2015, un aumento de 7,2 millones, lo que significa que actualmente representa, entre empleos directos e indirectos, 1 de cada 11 puestos de trabajo del planeta.

Como lo afirma la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) seminario y conferencia N. 17 (2016), en Colombia el turismo participa con el 5,9% en el Producto Interno Bruto, convirtiéndose en uno de los atomizadores fundamentales de la actividad económica de la nación, y una fuente generadora de empleo con una participación del 3,1% de empleos directos, a pesar de las limitaciones existentes en el sector tanto en calidad como en inversiones.

2.1.2.1 Tipos de turismo

A continuación se describirá los tipos de turismo existentes de los cuales se desarrollaron con el pasar de los días, gracias a las nuevas necesidades provocadas por los turistas. Es relevante aclarar que desde cada uno de aquellas necesidades se pueden proponer otros, sin embargo, la presente investigación presenta, los más importantes:

2.1.2.1.1 Turismo tradicional

Se refiere al turismo de masas y consiste fundamentalmente en estar unos días de descanso en un destino de playa, naturalmente con sol y mar. La mayoría de los turistas se hospedan en hoteles de lujo y adquieren los paquetes “todo incluido” (Entorno turístico, 2017).

2.1.2.1.2 Turismo de Negocios

Consiste en el desplazamiento de viajeros en el cual el motivo del viaje se da en un marco laboral. Las empresas envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones y “estos van con los gastos pagados y las condiciones del destino visitado van enfatizadas a colmar las necesidades de un turista que requiere de los servicios posibles de más alta calidad” (Entorno turístico, 2017) .

2.1.2.1.3 Turismo LGBT

Este tipo de turismo se relaciona con la “comunidad gay”, de las cuales incluyen personas bisexuales y transexuales. Es un sector con un crecimiento ascendente y aporta más ingreso económico que el turismo tradicional. Su propósito es buscar espacios aptos para esta nueva condición sexual desean hacer turismo, con los requerimientos necesarios para tener privacidad tranquilidad, donde no sean juzgados ni recriminados haciendo del destino amigables con ellos. (Entorno turístico, 2017).

2.1.2.1.4 Turismo de Naturaleza

Se refiere a un tipo de viajero riguroso donde su propósito y mayor atractivo es en estar en contacto con la naturaleza. Son turistas jóvenes preocupados con el deterioro del medio ambiente y por aspectos como el enardecimiento global, el desarrollo social y el beneficio cultural.

Este tipo de turismo se subdivide en: ecoturismo que se “despliega en zonas naturales con el propósito y finalidad de apreciar y conocer la naturaleza” (Entorno turístico, 2017); el turismo de aventura, que tiene como objetivo motivacional, desarrollar actividades lúdicas que exijan un esfuerzo emocional y físico; y por último el turismo rural “cuyo propósito es buscar interactuar con el contexto íntimo de la localidad a visitar, conociendo su forma de vivir, tradiciones propias de la localidad” (Entorno Turístico, 2017)

2.1.2.1.5 Turismo de salud

Se caracteriza por el turismo médico y de bienestar. Lo clasifican como un “portento que se lleva acabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud. Algunas de las razones para este tipo de viajes es por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia” (Entorno Turístico, 2017).

2.1.2.1.6 Turismo cultural

Los más conocidos en este tipo de turismo son el turismo religioso y el gastronómico y puede desarrollarse en cualquier época del año. El propósito del mismo es aprender algo, ya que realiza por personas con elevado nivel donde buscan monumentos históricos las manifestaciones gastronómicas del sitio y las historias del mismo (Entorno Turístico, 2017).

2.2 Aspecto Legal de la actividad turística en Colombia

La política turística trabajada por Colombia durante la última década, política iniciada a la par con el plan de seguridad democrática con que, a través de una presencia más fuerte de las instituciones de seguridad, se pretendió generar un entorno favorable para la inversión y el turismo. Se relacionan algunos aspectos legales pertinentes al desarrollo de la actividad turística.

Ley 300 de 1996. Artículo 26: establece el ecoturismo como una “forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible”. Esta ley contempla que el ecoturismo desea conectar aspectos como la recreación, la lúdica y la capacitación del turista mediante el análisis, comparación de valores naturales y de las consideraciones culturales propias de ellos.

Es así el ecoturismo, contiene una actividad segura y conducida con responsabilidad, que genera mínimo choque sobre el medio ambiente, conservando el patrimonio cultural, provocando sensibilizar a los agentes implicados con la importancia de la preservación de la naturaleza. El crecimiento de las actividades ecoturísticas debe provocar un aumento de beneficios económicos destinados a afianzar y desarrollar la preservación de las zonas naturales y localidades donde se desarrollan dichas actividades ecoturísticas.

Decreto 2394 de 1999: “Por el cual se reglamenta la Ley en cuanto al pago de contribuciones parafiscal para la promoción de Turismo”.

Decreto 1824 del 2001: “Por el cual se dictan leyes pertinentes con la actividad de los controladores especializados de congresos, ferias y convenios.”

Decreto 1825 del 2001: “Por el cual se dictan disposiciones relacionadas con la actividad de los guías de Turismo”.

Documento de Política CONPES 3296 DE 2004: "Lineamientos para la participación privada en los servicios eco turísticos en los Parques Nacionales Naturales de Colombia".

Resolución 0118 del 28 de Enero de 2005: "la cual determina los fundamentos técnicos de las múltiples actividades o paquetes ecoturístico de conformidad con lo dispuesto en el párrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003".

Ley 1101 del 2006: "Esta ley realiza cambios a la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo) y se establecen otras ordenes al Documento Conpes 3397 Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación".

DECRETO 1036 DEL 2007: "contempla la normatividad el cobro y el recaudo de la cuota parafiscal del fomento al Turismo a que se refiere la Ley.

2.3 Ecoturismo

2.3.1 Concepto de Ecoturismo

El concepto de ecoturismo apareció en la década de los 60, visto como una forma de turismo que se orientaba a promover tanto el desarrollo económico como la conservación y producto de las crecientes preocupaciones ambientales en esa década (Higham, 2007).

Hetzer (1965) introdujo este término y lo asoció a los siguientes cuatro principios: a) un mínimo de impacto ambiental; b) mínimo impacto y máximo respeto sobre las culturas autóctonas; c) máximo beneficio para las comunidades receptoras; y d) máxima satisfacción por la recreación para los participantes (Higham, 2007, p.26).

Existen muchas definiciones de ecoturismo, pero todas tienen en común que es un turismo basado en la naturaleza (Carter, 2007). Esta clase de turismo se construye y se entiende de forma diferente según la sociedad en la que se desarrolle la actividad (Carter, 2007).

La delegación Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1995) define al ecoturismo como:

“(…) una alternativa productiva – no extractiva – que es congruente con las concepciones vigentes sobre el desarrollo sostenible, pues se define como una modalidad de turismo orientado hacia áreas con valores naturales y culturales excepcionales, que sobre la base de las actividades recreacionales y educativas son las, que promueven y contribuyen a la conservación del lugar, es decir, propicia la participación directa y benéfica de las poblaciones locales y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar los impactos tanto ecológicos como culturales”(p.25).

Ceballos (1998) define que el ecoturismo espera una intervención específica basado en el respeto de múltiples fundamentos básicos, resumidos de la siguiente forma: disminuir las afectaciones negativas como para el ecosistema como para los pobladores, incentivando el interés y atención al área del ecosistema y el área histórico-social, resguardar la conservación de los recursos naturales de manera directa o indirecta, permitiendo participar en la toma de decisiones y en los ingresos económicos de las localidades. Igualmente, afirma que el ecoturismo significa

“(…) viajar a áreas naturales, en efecto, es relativamente poco perjudicadas o salpicadas con basura, su propósito particular es analizar, aprovechar, observar sus potencialidades paisajísticas, su biodiversidad, así como, una expresión cultural de lo presente y lo

acontecido, desarrollada en estas zonas. El ecoturismo compromete una estimación científica, filosófica y estética, sin que el visitante sea precisamente un científico, artista o filósofo profesional”. (p.13-14).

Durante los últimos 15 años la definición de ecoturismo ha sido un tema debatido y discutido entre los diferentes participantes del sector (Weaver, 1998). Es así como se hizo necesario la creación de una institución que liderara y defendiera los principios fundamentales para establecer el ecoturismo como una actividad económica muy lucrativa y con una gran esperanza de condicionar vidas, impulsando mediante el emprendimiento la creación de mini y medianas pymes, el surgimiento de la Sociedad internacional de Ecoturismo (TIES), instaurada en el año de 1990 y quien establece unos principios de sustentabilidad para el desarrollo del ecoturismo:

- Incrementar el respeto por el medio ambiente
- Reducir los impactos ambientales y sociales
- Brindar experiencias positivas para los turistas y anfitriones.
- Otorgar ganancias financieras para la conservación
- Brindar beneficios financieros para la población local.
- Incrementar la sensibilidad de los viajeros con respecto a las costumbres de los países anfitriones.

En el año 2002 en la ciudad de Quebec, se celebró la Cumbre Mundial del ecoturismo y contó con la asistencia del Programa para el Medio Ambiente (PNUMA), representantes de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Asociación Internacional del Ecoturismo (TIES) establecieron una definición del ecoturismo:

(...) “Aquella actividad de turismo donde el interés principal motivación del turista es la observación y la apreciación de la naturaleza, que contribuyen a la conservación del entorno natural y del patrimonio cultural con el menor impacto negativo posible al medio ambiente. De igual manera debe considerar y respetar los derechos en relación con la tierra y la propiedad”.(p.12)

Según Ceballos-Lascurain (2008) una ventaja del ecoturismo es que la misma no es estacionaria, esto significa que contrario a otros tipos de turismo, que tienen como principal característica un determinado periodo vacacional, el ecoturismo se puede realizar durante todo el año, siendo una alternativa para amortiguar las temporadas bajas del turismo tradicional. (p.123)

Sundstrom (2003) afirma que la topografía y el clima son factores importantes que el turista tiene en la mira al elegir el destino de su viaje. Bolivia no tiene costa, pero Ecuador, Colombia y Perú tienen juntos un litoral extenso hacia el Mar Pacífico. Cada uno tiene una gran parte de la cordillera andina entre sus fronteras con varios picos sobre 5000 metros y muchos volcanes. El interior de estos países forma parte de la cuenca Amazónica. (p.102)

Así que los cuatro países tienen en común un clima variado, debido a la altura de las montañas y también a la cercanía del mar que aporta diferentes vientos y corrientes.

Según Sundstrom (2003) los países vecinos a Ecuador son todos muy ricos en yacimientos y recursos naturales, pero estos son solo parcialmente aprovechados. Bolivia tiene una gran riqueza de metales. Ahora las mayores fuentes de ingresos son el petróleo y el gas natural, pero también el zinc y el oro. En el caso de Colombia casi todos los minerales preciosos esconden en el variado relieve del país y más del 90% de esmeraldas del mundo provienen de Colombia. (p.123)

Sandoval (2004) manifiesta que en el caso de Panamá se encuentra en una etapa de desarrollo basada en eco-circuitos de las Islas de Boca del Toro y del Parque Nacional Darién.

Para Cuadra (2017), algunos aspectos como la posición geográfica y la existencia del canal Interoceánico, no ha existido una presión económica relativa para priorizar el desarrollo ecoturístico como alternativa, como son el caso de países como Honduras y Nicaragua con extrema pobreza y amplia riqueza natural. (p.76). El Corredor Biológico Mesoamericano (CBM) también destaca que el ecoturismo además de ser un renglón de la economía y un tipo de turismo, puede propiciar iniciativas regionales encaminadas a conservar la diversidad biológica y de ecosistemas de forma tal que se fomente un desarrollo social y económico sostenible conservando los lugares principales donde existe mayor biodiversidad, unir estos lugares por medio de corredores dirigidos de tal forma que se admita el movimiento y diseminación de plantas y animales; incentivando formas de desarrollo económico y comunitario dentro y alrededor de estas áreas que conserven la biodiversidad y a la vez sean socialmente equitativas y culturalmente sensibles. Al pasar de los años, el sector del turismo ha vivido importantes alteraciones de concepto estructural y de destino. Las tradicionales estancias en playas totalmente urbanizadas, si bien es cierto, aún gocen de gran interés, paralelamente han estado acompañadas por otro tipo de turismo que proporciona nuevos espacios de tranquilidad, los ecosistemas y las rutas que introducen al turista a entrar en armonía con la naturaleza, es decir, este nuevo ecoturismo contempla relevantes ventajas como el desarrollo económico y comunitario dentro del mundo rural, en efecto, un mejor equilibrio territorial, esto se toma como conclusión del trabajo de grado de (Medina, 2006).

2.4 Clúster

2.4.1 Antecedentes del Clúster.

El origen del clúster, nace como principio de la teoría microeconómica de A. Marshall (Marshall, 1920) mediante de sus clásicas premisas llamadas “economías externas”, señalando a que estas economías externas son:

“ventajas económicas no atribuibles a cada empresa individual, sino que surgen a partir del conjunto del agregado productivo, fruto del constante contacto e intercambio de los agentes económicos y empresas integradas o ubicadas en las concentraciones productivas en el espacio, hoy transformándose el concepto y diferenciándose de éste” (San Román, 2004. p.2)

Hoy por hoy, se han consolidado nuevas apreciaciones enriqueciendo las teorías del clúster en contexto local.

2.4.2 Origen

El origen del clúster nace del agrupamiento natural de las compañías, que se encuentran localizadas en un área geográfica común, y que pertenecen a una misma cadena productiva.

En el trabajo de grado titulado “Delimitación del Clúster de confecciones de la zona cafetera” expresa que existe una relación entre la proporción territorial de una región y su productividad, donde la combinación de los factores de producción trabajo y capital permite el incremento de las cantidades producidas, concluye en zonas donde habitan más de dos millones de habitantes las compañías representa el 8 % más competitivas que en zonas menos profundamente habitadas. Por lo cual se puede comprobar la proporción de duplicar una localidad su densidad, la efectividad laboral individual de los empleados se incrementa al 3 % (Barriga, 2004, p.40). Además, la especialización regional es fundamental para la conformación de clústeres urbanos locales con alcance general. (Solvell, 2008).

Lo diferente de los clústeres con otros tipos de redes reside en que los participantes que hacen parte del proceso no son solamente aquellos que integran los procesos de la cadena de valor. “Los clústeres son sistemas de relaciones verticales y laterales, compuestos de una gran variedad de firmas disímiles pero que comparten complementariedades alrededor de un eslabón productivo o de conocimiento de la cadena de valor” (Barriga, 2004) p.45)

Porter (1998), destacado por su gran conocimiento en la competitividad y la gestión estratégica, afianzó el concepto de que la competitividad industrial tenía un señalamiento en los clústeres, aspecto provocado del análisis de los aglomerados productivos y clústeres, lo cual manifestó en su publicación “Las ventajas competitivas de las naciones” (Solvell, 2008).

2.4.3 Definición.

Porter (1998) al profundizarse en el concepto de clúster, presenta la siguiente definición:

(...) clúster es una concentración geográfica de empresas interconectadas, pertenecientes a un campo concreto, unidas por sus rasgos comunes y complementariedad entre sí, junto a suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas que compiten y cooperan. Por su dimensión geográfica, el clúster puede ser urbano, regional, nacional e incluso supranacional (p.205).

Sáez (2009) afirma que un clúster es:

(...) una forma de organización de la producción basada en la concentración de un determinado territorio de empresas de distintos sectores, complementarios e interdependientes, especializadas en unas determinadas tareas o conocimientos basados en la cadena de valor y actores interconectados que producen bienes y servicios e

innovan. Las interdependencias y alianzas entre empresas son un elemento importante, sin olvidar aquellas con el resto de los actores e instituciones. (p. 59).

Autores como Altenburg, (2001), Meyer-Stamer (2008), McCormick, (1999), Butler (1980), Dierickx & Cool, (1989), basan sus definiciones del clúster en torno a la confianza e interacción social de las compañías y organizaciones involucradas; de tal forma, todas permite analizar las aproximaciones de un mismo método desde todos los diferentes rincones y en diferentes etapas de desarrollo del clúster.

Varios teóricos armonizan en que el factor clave de la definición del clúster es la interdependencia de los cuales son tejidos entrelazados y combinados por compañías o sectores de industria fuertemente interrelacionados en términos de vínculos comerciales y de innovación, fijos de conocimiento y una base común de saber y factores Porter, (2000), Dirven, (2003); Duch, (2003); Humphrey, (1995); Ramos, (1998); Novelli, (2006); Condo, (2002), Varisco,(2007).

2.4.4 Teorías del clúster.

La teoría del clúster contiene que “ésta se centra en incrementar las concentraciones flotantes de las compañías y atomizar el desarrollo de aquellos otros renglones que posean lazos más consolidados con cada clúster o efectos mayores de él” (Porter, 2002, p.213).

Por lo demás, los estudios realizados sobre la economía del clúster se basaron en las economías de aglomeración, del cual se refiere a los beneficios obtenidos por las empresas por situarse cerca de otras (aglomeración); igualmente, conceptualizaron las economías de escala externas como el “ahorro de costos de las firmas, producido por el tamaño o crecimiento del producto de la industria” Weber (1998 , p.132) y Hoover (1937 , p.87).

2.4.4.1 Teoría de la localización y de geografía económica

Esta teoría trata de explicar por qué las actividades suelen concentrarse en ciertas áreas y no se distribuyen en forma aleatoria. Barbosa, (2000) establece que:

(...) este enfoque hace hincapié en el peso relativo del costo de transporte en el costo final, lo que explicaría por qué algunas actividades suelen ubicarse preferentemente cerca de los recursos naturales, y otras se localizan cerca de los mercados que van a abastecer, en tanto que otras pueden establecerse en cualquier lugar. (p. 40).

Igualmente señala que:

(...) “las interdependencias de la materia prima y el producto procesado y también los subproductos, que hacen más fácil coordinar sus movimientos en una sola ubicación como las empresas siderúrgicas y de acero por sus características induce a una integración vertical de producción”. (p.45).

Asimismo, el autor Barbosa (2000) cita otro ejemplo, “las actividades de procesamiento que disfrutan de economías de escala, especialmente los petroquímicos, tienden a quedarse en una nación si se posee un mercado local, o si se está aproximando a relevantes mercados regionales”. (p.76), Por último “la localización debe estar amparada de una legislación que, de claridad, transparencia y defienda los derechos de propiedad, permitiendo incentivar una competitividad y sostenibilidad de la actividad económica”.(p.110)

2.4.4.2 El modelo del enlace hacia atrás y hacia delante.

Esta teoría de Hirschman (1958) se encarga de demostrar que cuando una cadena productiva es competitiva en el mercado, necesita abastecerse de otros sectores para poder satisfacer las

necesidades de su actividad, genera en otras actividades atracción en la inversión para poder suplir esta necesidad, haciendo rentable las otras actividades en la misma región.

Para Hirschmann (1958)

(...) los encadenamientos hacia atrás dependen de los factores de demanda, es decir, la elasticidad de la demanda, así como, de su relación con los factores productivos y tecnológicos (tamaño óptimo de planta). Igualmente, el desarrollo de los enlaces hacia delante depende de manera fundamental de la semejanza tecnológica, una vez que el conocimiento de una tecnología presenta factores externos si la tecnología de transformar no es demasiado distinto (p.245).

2.4.4.3 La teoría de la interacción y los distritos industriales

Para Bianchi (1992) la teoría de la interacción buscar plantear el ambiente propicio donde haya transferencia de conocimiento y retroalimentación entre todos los participantes de la cadena productiva, según este enfoque, es la ventaja que tienen los llamados “distritos industriales” algunos casos se han visto en regiones de Italia y Alemania y en América Latina.

El mismo autor argumenta que:

(...) la interacción da lugar a “juegos repetitivos” que aumentan la confianza y disminuyen, por consiguiente, los costos de transacción y de coordinación. Así mismo, la interacción acelera la difusión del conocimiento y la innovación, lo que es un bien social internalizado por el conjunto de empresas en el distrito. (p.98)

El engranaje de un distrito industrial propiciara inversión en tecnología, jalonando no solo actividades propias si no del crecimiento de los países producto de las economías a escala dentro

del conjunto de empresas del distrito, no tendría sentido y elevarían los costos si lo hacen de manera individual cada empresa.

2.4.4.4. El modelo de Michael Porter.

Porter (1990) sostiene en su obra *La Ventaja Competitiva de las Naciones*

(...) que la diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un complejo productivo y su grado de madurez. Estas relaciones se refieren a los cuatro puntos del diamante, es decir, de las relaciones de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados. (p.90)

A continuación se presenta los determinantes del modelo de Porter

2.4.4.4.1. Análisis estructural de la industria.

La estrategia competitiva de Michael Porter (1980) se basa en el conocimiento de la estructura de la industria, y como ésta cambia. El autor presenta un marco teórico con la finalidad de determinar la estructura de la industria, del cual, construye en torno a cinco fuerzas competitivas (figura 7): advertencia de nuevos competidores, capacidad de negociación de los proveedores, capacidad de negociación de los compradores, peligro de productos sustitutos y competencia entre las compañías existentes. Según Porter (1980) “las acciones conjuntas de estas fuerzas determinan los beneficios potenciales en el sector industrial, en donde el beneficio de utilidades se cuantifica en términos de rendimiento a largo plazo del capital invertido”. (p. 3).

Es de resaltar que las cinco fuerzas competitivas de Porter determinan los costos de producción de la industria, la inversión necesaria para mantenerse competitiva y los precios de los bienes, definiendo así, la rentabilidad de la misma.

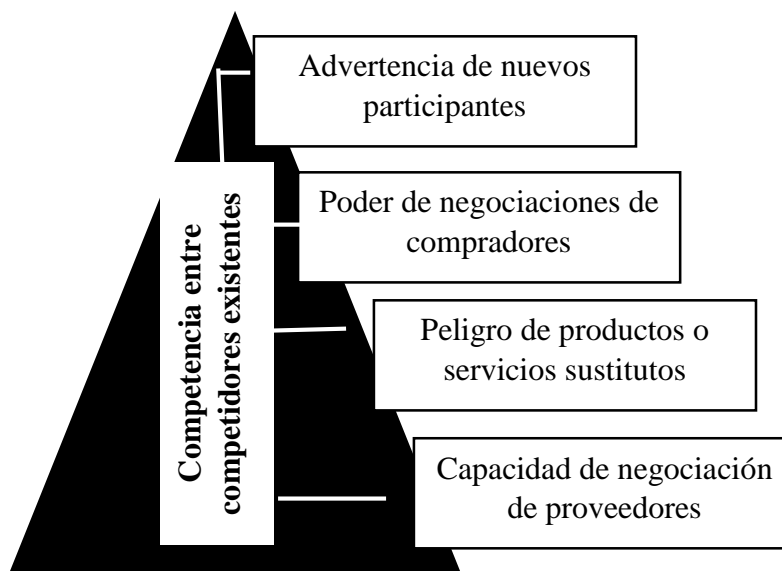


Figura 7. Cinco fuerzas resumen de los conductores claves
Fuente: Elaboración propia apartir de Porter M., 1980, p. 35

a. Variable adicional al marco de las cinco fuerzas

Otras variables han sido incorporadas al marco de las cinco fuerzas desarrollado por Porter por ejemplo, Adam Brandenburger (1998) y Barry Nalebuff CFR en Ghenawat (1999), desarrollaron la red de valor la cual se presenta en la figura 8, se enfatiza el papel de los complementadores y su rol en el éxito o fracaso de la empresa.

Según Butler (1986) los complementadores son aquellos participantes a quienes complementan la oferta de valor de una empresa y a quien los clientes compran productos o servicio complementarios. Se dice que la demanda es susceptible a los complementadores, incentivan al consumidor a aumentar su intención de compra y a destinar más de su presupuesto

por adquirir los productos en cuanto a la demanda, la oferta es regulada por el mecanismo de mercado, obligando a disminuir los precios, y ajustar los costos.

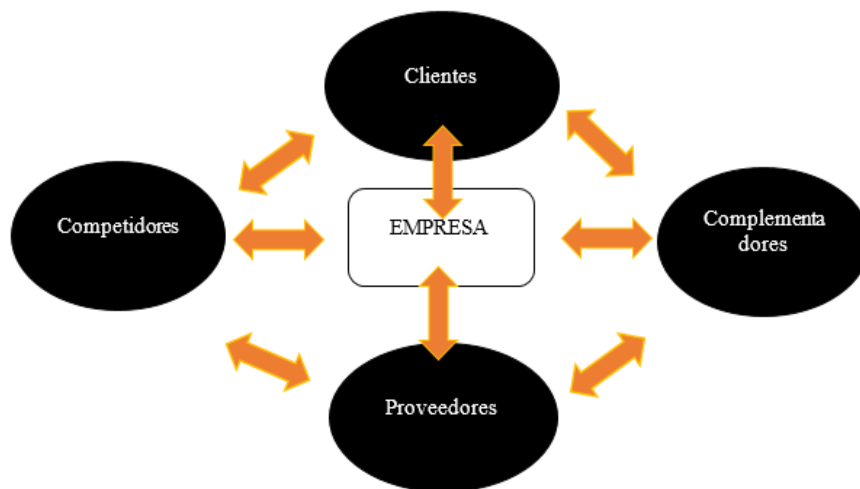


Figura 8. Red de valor

Fuente: Elaboración Propia a partir de Ghemawat, 2000, p.32

El papel de los complementarios es incentivar a la cooperación, al trabajo en equipo para hacer competitiva la actividad, de esta manera incrementaran la demanda incrementando la producción y generando el ingreso de más complementadores.

Butler (1986) clasifica las medidas que determinan el grado en el cual los complementadores permiten aumentar el volumen de la productividad:

- **Concentración relativa:** El éxito del complementador es unir para estar fortalecido ante la competencia en la búsqueda de un objetivo común y no individual.
- **Costos cambiantes del comprador o proveedor:** Si mantienen los mismos proveedores se logrará la especialización de la actividad propiciando disminución en los costos y podrá ofrecer mejor precio que lo haga competitivo ante la competencia.

- **Facilidad de trabajar por separado:** Cuando la actividad se puede ofrecer de manera individual los consumidores tienen la posibilidad de comprar y usar productos independientes de ellos los complementadores tienden a disminuir su interés y esto propicia aumento en los costos.
- **Diferencias en captación:** No es conveniente para la actividad permitir que los complementadores ocupen en la cadena productiva un lugar activo en el manejo de la demanda, tiene que ser exclusividad de la actividad.
- **Amenaza de integración asimétrica:** Si se permite que los complementadores pretendan ofrecer el mismo producto, estarán en riesgo de perder el mercado.
- **Tasa de crecimiento del pastel:** Del crecimiento de la actividad dependerá el interés de los complementadores en hacer más productiva y rentable la actividad, el crecimiento será a la par para ambas partes.

En este sentido, se puede considerar que los complementadores actúan como una sexta fuerza en el marco de referencia de las cinco fuerzas de Porter, entretanto, no como una versión ampliada del modelo, porque se debe tomarse en cuenta tanto las relaciones cooperativas como las competitivas de todos los participantes.

2.4.4.4.2 Teoría del Posicionamiento

Otra teoría que rodea al clúster tiene que ver con la ubicación de la empresa en la actividad económica, donde las capacidades productivas y un producto diferenciador le permitirán tener ventaja sobre sus competidores y garantizar la sostenibilidad y rentabilidad de su desempeño económico. Existen dos tipos básicos de ventajas competitivas: costos más bajos y diferenciación. Sin duda alguna quien ofrece un producto a menor valor tendrá ventaja en la

toma de decisiones de la demanda partiendo de la hipótesis de como toma las decisiones el consumidor, pero también la minimización de los costos permitirá una margen mayor de rentabilidad en el caso que el precio este en equilibrio para todos los ofertantes (Bustelo, 1998).

2.4.4.3 Actividades de la firma

Como aparece en la figura 9, el modelo de la Cadena de Valor de Porter, (1990, p.40) una compañía es la “unión de actividades que se desarrollan para trazar, elaborar, vender, entregar y apoyar a sus productos” Porter, (1985, p.37). El éxito de esta estrategia radica como la empresa planifica su organización operacional y administrativa y comercial, interconectando dicha producción con las demás empresas quienes complementan su actividad, obteniendo una minimización de costos que le permita tener un precio inferior al de la competencia, así estimule la demanda a adquirir su producto y a elevar las cantidades a consumir y esto se convertiría en su ventaja competitiva.

Del buen desempeño de cada uno de los ítem que conforman la cadena de valor, depende el éxito en el mercado y su sostenibilidad. Porter (1998) dice: “el valor es lo que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona” (p.38). Analizar cómo se separan las actividades primarias: compra de materia prima y manejo del talento humano, con aquellas actividades necesarias y que son el apoyo para la cadena de valor, genera ventajas competitivas, ante un competidor será el diferenciador.

Según Stumpo (1996) considera relevante destacar la conexión que debe existir en la cadena de valor y lo textualiza así:

(...) La cadena de valor de una compañía es la unión de actividades conectadas mediante vínculos, estas conexiones se producen cuando el costo o la efectividad de una actividad

se ven afectados por la manera en que otras actividades se realizan. Los eslabones de la cadena de valor de una compañía pueden vincularse también al exterior de la firma con las actividades de proveedores y compradores” (p.98).



Figura 9. Cadena de Valor

Fuente: Elaboración Propia desde Porter M., 1998, p.41 y 43

2.4.4.4. Teoría de las Directrices.

Tiene su base a la teoría de directrices formulada por Porter M (1998, p.34) que afirma que la ventaja en costo y la diferenciación son los dos modelos de ventajas competitivas desarrolladas por la compañía. La cadena de valor tiene como sustento la ventaja competitiva, creada por la minimización de los costos de producción, logrando un precio atractivo para el mercado de servicios, se habla que algunas empresas sacrifican ya sea salarios o utilidades para

poder establecer esta ventaja competitiva. Sin embargo, no se podrían estandarizar para todas las actividades productivas.

Las principales directrices del costo y de la diferenciación según Porter (1998) son: “economías de escala, aprendizaje, patrón de capacidad de utilización, eslabones, interrelaciones, integración, tiempo, políticas, ubicación y factores institucionales”. (p. 236).

2.4.4.5 Economías a escala.

Según Prentice (2003) es imperativo que las empresas que están desempeñándose en economías de escala, manejen volúmenes considerables por lo cual establece:

(...) Las economías de escala surgen de la capacidad de desempeñar actividades de forma diferente y más eficiente a mayor volumen o de la capacidad de amortizar el costo de los intangibles para un volumen de ventas mayor. Estas pueden resultar de eficiencias en la operación de una actividad a mayor escala, de aumentos en la infraestructura o de gastos necesarios para apoyar el crecimiento de la actividad. (p. 239).

El mismo autor concluye que cuando las empresas o industrias tienen su máxima capacidad productiva no tendrán que sacrificar los costos, pues el volumen generara ese punto de equilibrio. Para Prentice (2003) “al aumentar la escala pueden surgir las des-economías de escala debido a la complejidad y los costos de la coordinación, en otras palabras, que ante un aumento en el volumen los costos se incrementan en lugar de disminuir”. (p. 240).

Las economías a escala tienen como pilar la producción en volumen, sin volumen no se podría cumplir el objetivo de establecer diferenciación ante los competidores. Alguna de las

desventajas de esta producción es estandarizar el producto hasta el punto de no tener diferenciación o distinción en el mercado.

2.4.4.6. Teoría de los recursos y capacidades

Esta teoría ha sido abordada por varios autores, permitiendo tener una gran variedad de definiciones, y enfoques diferentes desde la óptica de cada uno de ellos, no existe una definición estándar aplicable a cualquier situación, lo que no aporta soluciones a la hora de resolver un problema. Un concepto a referenciar es dado por el autor Barney (1991), quien conceptualiza que los recursos de la empresa son: “los activos, habilidades, métodos planificadores, potencialidades empresariales, información, conceptos, etc. Dirigidos por una compañía que la forme para engendrar y establecer estrategias que potencialicen su productividad y eficacia” (López & Sabater, 2010, p. 8).

Sin embargo, el autor no diferencia conceptualmente los recursos y las capacidades, se considera necesario hacer una línea divisoria para poder extraer las ventajas y el aporte de cada uno de ellos, donde los recursos teóricamente son los que cuentan siempre la industria y son controlables.

Para algunos autores: “los recursos comprenden el aspecto estático e incluyen el stock de factores productivos que la empresa posee o controla. Así, se pueden distinguir diferentes tipos: financieros, físicos, humanos, organizativos y tecnológicos”. (Grant, 1992, p.40).

“También los recursos son aquellos activos que pueden ser utilizados para implementar estrategias generadoras de valor” (Wernerfelt, 1995, p. 172).

Por otra parte, según Amit & P (1993, p.35) “Las capacidades tienen la consideración de flujo, es decir, representan el aspecto dinámico y definen la forma como la empresa emplea sus

recursos”. Además, “dado su carácter dinámico, no pueden ser consideradas con independencia de su uso”. (Penrose, 1962, p.50)

Teece, Pisano, & Shuen (1997) afirman que “en los mercados con un contexto cambiante, las habilidades clasificadas dinámicas, por medio de las cuales la gerencia integran, edifican y reconfiguran habilidades tanto endógenas como exógenas para actuar rápidamente entornos cambiantes” .(p.520).

Es necesario resaltar la interdependencia entre los recursos y las capacidades, el pilar de las capacidades son los recursos y dependiendo de las capacidades se podrá aumentar productividad, o como dice Dierickx & Cool, (1989): “las capacidades contribuyen a aumentar el stock de recursos”. (p.76).

Conner (1991), resalta que no se debe dejar confundir por la múltiples apreciaciones que se encuentren sobre la interdependencia aclara que:

(...)esta interdependencia es tal que pueden llegar a confundirse ambos conceptos, por lo que se manifiesta la necesidad de establecer una jerarquía que permita delimitar con precisión cuáles son unos y otras, lo que se traducirá en un mayor poder explicativo de tales conceptos (p.102).

La perspectiva basada en los recursos y capacidades está estrechamente relacionada con el enfoque de las competencias Hamel y Prahalad, (como se citó en Alegre y La piedra 2010); Hamel & Heene, (1994), muy parecido con la definición de competencias básicas de la compañía Prahalad & Hamel, (1990). El concepto resalta los activos intangibles (capacidades) como fuente de ventajas competitivas. La teoría del clúster tiene unión directa con el modelo de los recursos y capacidades. Se habla que es típico de los clúster desarrollar tácticas colectivas, que acepten la conformación de una estructuración superior al de la empresa y al conjunto de negocio y que

sería dividió entre las compañías de un mismo sector, se refieren como una implementación de políticas de cooperación y solidaridad por parte de las compañías involucradas y que comparten de tal forma recursos y formación en dicho clúster.

La asociatividad donde existan objetivos comunes permitirá garantizar el éxito del desempeño en el mercado de dichas empresas y será el fin último de la implementación de un clúster para su actividad económica.

“Esta perspectiva teórica ha permitido una nueva forma de entender las relaciones entre competidores a partir de la combinación entre cooperación y competencia”. (Bresser y Harl, 1986, citados en Molina, s. f.; Bresser, 1988). Así como para la demanda su objetivo es comprar más cantidades con un mismo presupuesto, para la oferta es aumentar los beneficios minimizando costos. Existe también otras fuerzas que pueden conllevar a genera más rentas como son “aquellas ventajas derivadas de la existencia de economías externas o de la localización, las derivadas de la eficiencia de su estructura de gobierno y las derivadas del stock y flujos de recursos y capacidades que se desarrollan en determinado clúster”. (Bresser y Harl, 1986, citados en Molina, s. f.; Bresser, 1988)

2.4.4.7 Las referidas al sustrato común

Todas las teorías, conceptos, enfoques que se han escrito sobre los clústeres tienen un objetivo común: aumentar la productividad de la compañía, sustentada en la competitividad de todas las empresas que conforman el clúster, y están jalonadas por factores externos, economías de concentración, derroche tecnológico e innovaciones, resultado de la especialización del trabajo y del nivel de colaboración y apoyo entre las empresas que hacen parte de este sistema productivo. Como resultado de esta unión sale la unificación de la planeación grupal,

elaboración de actividades comunes, capacitaciones y transferencia de conocimientos entre las empresas que componen el clúster, aprovechamiento de nuevas alternativas productivas, lanzamiento de nuevos productos, que benefician a toda la cadena. “La fuerte competencia de precio, calidad y variedad da lugar a nuevos negocios, fortalece la rivalidad entre empresas y contribuye a mantener la diversidad”. (Ferro, 2003, p.23)

Los clústeres fueron diseñados para ser implementados y a obtener resultados a largo plazo, no solucionan problemas operativos ni de rentabilidad específicos, la unión entre las empresas fortalecerá comúnmente, nunca se destacará una empresa más que la otra el crecimiento será paralelo y equitativo. Se habla que los clústeres tienen un ciclo y se puede comparar con el ciclo económico.

Para Solvell (2008) dichas fases son: nacimiento: cuando se da la unión y la planeación de objetivos comunes para un grupo de empresas, dicha unión depende de posición geográfica, localización y desarrollo empresarial en un campo específico. Se dice que para dar inicio a la siguiente fase se necesita contar con unas especificaciones: capital social, liderazgo, conexiones con otros mercados, tanto locales como internacionales, formulación de proyectos que les de visibilidad ante los inversionistas. Así podrán llegar a la fase de madurez: donde la especialización del trabajo, implementación de economías de escala, llevarán a la cúspide productiva de dicha aglomeración industrial. Existen externalidades no controlables que lleven a la posibilidad de entrar en la fase declive del clúster: estas pueden ser provocadas por leyes, reglamentaciones impuestas por parte del estado, y de su institucionalidad, también se puede dar por cambios tecnológicos aplicado por otros clústeres dedicados a la misma actividad, pero localizados en otras regiones que desvíen el flujo de la demanda y disminuya la productividad.

Solvell, (2008) determina que el declive de un clúster puede dar el nacimiento de otro, bajo los mismos objetivos, pero con innovación e incorporación de nuevas empresas, también cuentan con el apoyo de la región quien está interesado en sacar adelante este sistema productivo beneficiando a toda la población y su sector comercial. “El Observatorio Europeo de Clúster, ha podido documentar en la presente década la conexión entre conformación de clúster y la cantidad de patentes por innovaciones” (Solvell, 2008).

“Este incremento del desempeño innovador está relacionado con el mayor desarrollo técnico y económico, la interacción entre organizaciones, la transferencia de tecnología y talento implícito, y la facilidad para reorganizar y reorientar recursos que brinda la estrategia clúster”. (Solvell, 2008, p 245).

Una vez implementado el clúster en la localidad, y ante el crecimiento de la demanda que origina puede despertar el emprendimiento de otros sectores que quieran brindar sus servicios a alternos y esto impulse el crecimiento en la región.

No podrá existir un eficiente desarrollo del clúster si no se cuenta con el apoyo estatal y del acompañamiento de su institucionalidad, también es necesario que se sume la academia donde la investigación innovara y desarrollara nuevos productos que impacten el mercado y le de sostenibilidad al clúster.

Dicha unión debe ir encaminado a satisfacer los siguientes objetivos:

- a. Incrementar la calificación del nivel del talento: recreación, capacitación administrativa, consolidación profesional y técnica.
- b. Aumentar el clúster: incentivando el aumento de la compañía, sustentada principalmente en generar emprendimiento.
- c. Aumento de los establecimientos: promover exportaciones.

- d. Colaboración comercial: las compañías se apoyan para desarrollar actividades como adquisiciones colectivas y también para dividir servicios que contribuyen a la disminución de los gastos.
- e. Propuestas de innovación. Incentivar la innovación y el esfuerzo entre empresas; como también estrechar la cooperación entre compañías e instituciones de educación superior que permitan la venta de las investigaciones formativas.
- f. Propósitos para la atmosfera del negocio. Mediante el actuar del contexto y de los aspectos microeconómicas, consolidando el mejoramiento de las externalidades de las compañías para los negocios en dos contextos fundamentales: primeramente la infraestructura físico-técnica, y segundo, en un límite legal institucional predeterminado (Solvell, Lindqvist, & Ketels, The Cluster initiative Greenbook. 1a ed. , 2003) (Solvell, Lindqvist & Ketels, 2003).

3. Marco Metodológico

3.1 Enfoque

Para la presente investigación se aplicó una metodología que permitiera dar cumplimiento en especial a los objetivos 2 y 3, el cual tiene como propósito identificar y diagnosticar las principales empresas que participan en la actividad turística que intervendrán en el clúster del Ecoturismo para el Municipio de Pamplona objeto de estudio.

Para esta investigación es importante tener en cuenta el enfoque epistemológico, así como también sus aspectos metodológicos, al momento técnico operacional del proceso investigativo,

se expone el conjunto de métodos, técnicas e instrumentos que permitirán obtener la información requerida para el estudio propuesto.

Según Tamayo (1997) el marco metodológico como definición es “el sistema, proceso, técnica e instrumentos empleados para la confirmación y medición de las variables”. (p.32)

De acuerdo al tipo de investigación el tratamiento metodológico para encontrar las respuestas y generar recomendaciones difiere enormemente. Es por ello, que en este se definirá detalladamente el diseño, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la técnica de tratamiento y su análisis.

La investigación conduce a análisis de la participación de estos actores en el Clúster del Ecoturismo como estrategia para la conformación de una cadena productiva, siendo viable explicar o predecir fenómenos, en este tipo de investigación cuantitativa, según lo mencionan Hernández, Fernández y Baptista (2014) se parte por una realidad dada, de la objetividad, utilizando para ello la recolección, el análisis de datos para responder preguntas de investigación, sobre la base de la medición numérica, del conteo de los hallazgos localizados, ayudándose con el uso de la estadística inferencial implantando patrones de comportamiento de la población de los gerentes y analistas a ser encuestados.

3.2 Tipo de investigación.

Por ser un trabajo de campo y de acuerdo a los objetivos específicos propuestos la investigación será descriptiva y explicativa, el cual se trabajará sobre “el porqué de los hechos, por medio de la relación existente entre causa- efecto”. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.84), “los estudios explicativos o correlacionales van más allá de la descripción de

conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, está dirigido a responder las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables”.

3.3 Diseño de la investigación.

Balestrini (2002, p.131) refiere el diseño de estudio es “el plan global de investigación integrando un modo sensato, propio, de manera correcta en las técnicas de recolección de datos a emplear, previo análisis y objetivos, arriesgándose a dar respuestas contundentes y no ambiguas a los interrogantes planteadas de la misma”.

Así la presente investigación se cataloga de campo o de investigación directa, se efectúa en el lugar y tiempo en el cual ocurren los fenómenos objeto de estudio, es decir, en sus condiciones naturales. En cuanto a la recolección de datos, éstos se recogieron en forma directa se realiza en el lugar de estudio. Al respecto afirma Sabino (1992) , que las investigaciones de campo garantizan un mayor nivel de confianza para recoger la información, permite cerciorarse de las verdaderas condiciones de los datos en el mismo lugar de los hechos (p.12).

3.4 Población y muestra

Población. Una vez ha definido cuál fue la cantidad de análisis, se prosigue a poner techo a la población a ser observada y sobre la cual se quiere obtener los resultados. La población es el universo de personas con características en común, la cual es susceptible de ser estudiada. En tal

sentido, Hernández *et al* (2010, p.174) “la población es el conjunto total finito o infinito de elementos o unidades de observación”.

Según Tamayo (1997) la población se define como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.114).

Para Chávez (2004, p.111) “la población es la unión de elementos o situaciones afines en una o más características tomadas como una totalidad y sobre el cual se generalizan las conclusiones de una investigación” Bajo estos parámetros, la población para la presente investigación está conformada por las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico del Municipio de Pamplona.

Tabla 1. *Población de estudio*

Unidades Informantes						
Industria	Hoteles	Restaurantes	Empresas Transporte	Agencias de Viajes	Operadores turísticos	Total
Población	29	81	18	4	1	133

Fuente: Cámara de Comercio de Pamplona

Muestra. Según Hernandez-Sampieri (2014) la muestra es un sub conjunto de la población, es decir un subconjunto de partes que conforman esa unión conceptualizado en sus propiedades al que llamamos población (p.207).

Para Sierra Bravo (1988), la muestra es una elección de unidades de la población, es decir un subconjunto heterogéneo que generalice todas las características a observar dentro de la

población. Para esta investigación se utilizará la muestra probabilística con el fin de que no exista mucha variabilidad y sesgo en la información. (Hernandez Sampieri, Baptista, & Fernandez Collado, 2010).

Para definir la muestra se requiere del cálculo estadístico correspondiente,

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N-1)+Z^2pq} \quad (2)$$

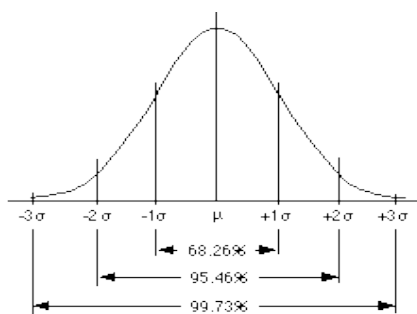


Figura 10. Distribución normal

Z = Grado de confianza. Para esta investigación, el valor de Z corresponde a 1,96; con una confiabilidad del 95%

e = Margen de error: es un estadístico que expresa el error de muestreo aleatorio aceptado el resultado de una encuesta. Para este proyecto el margen utilizado es del 6%.

N = Tamaño de la población

p = Probabilidad de éxito, será igual 0,9. Valor correspondiente a una prueba piloto para establecer la probabilidad de éxito de la presente investigación.

q = probabilidad de fracaso, será igual 0,1.

Sector turismo

Hoteles

$$p = 0.9 \quad q = 0.1 \quad e = 6\% \quad Z = 1.96 \quad N = 29$$

Reemplazando los valores en la ecuación (2), se tiene:

$$n = \frac{(29)(1.96)^2 (0.9)(0.1)}{(0.06)^2(28) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

$$n = 22$$

Restaurantes

$$p = 0.9 \quad q = 0.1 \quad e = 6\% \quad Z = 1.96 \quad N = 81$$

Reemplazando los valores en la ecuación (2), se tiene:

$$n = \frac{(81)(1.96)^2 (0.9)(0.1)}{(0.06)^2(80) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

$$n = 44$$

Empresas de Transporte

$$p = 0.9 \quad q = 0.1 \quad e = 6\% \quad Z = 1.96 \quad N = 18$$

Reemplazando los valores en la ecuación (2), se tiene:

$$n = \frac{(18)(1.96)^2 (0.9)(0.1)}{(0.06)^2(17) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

$$n = 15$$

Agencias de Viajes

$$p = 0.9 \quad q = 0.1 \quad e = 6\% \quad Z = 1.96 \quad N = 4$$

Reemplazando los valores en la ecuación (2), se tiene:

$$n = \frac{(4)(1.96)^2 (0.9)(0.1)}{(0.06)^2(3) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

$$n = 4$$

Operadores Turísticos

$$p = 0.9 \quad q = 0.1 \quad e = 6\% \quad Z = 1.96 \quad N = 1$$

Reemplazando los valores en la ecuación (2), se tiene:

$$n = \frac{(1)(1.96)^2 (0.9)(0.1)}{(0.06)^2(0) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

$$n = 1$$

Tabla 2. *Resumen de población y muestra*

Unidades Informantes						
Industria	Hoteles	Restaurantes	Empresas Transporte	Agencias de Viajes	Operadores turísticos	Total
Población	29	81	18	4	1	133
Muestra	22	44	15	4	1	86

Fuente: Elaboración propia a partir del censo empresarial Cámara de Comercio 2017

Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Según Sampieri y Collado (2014) una vez seleccionado el diseño de la investigación y determinada la muestra adecuada, la siguiente etapa consiste en la recolección de los datos pertinentes relacionados con las variables e indicadores seleccionados para la investigación. En esta investigación se aplicó un cuestionario a cada una de las organizaciones que conforman la cadena productiva del ecoturismo, ubicadas en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander y que harían parte de la propuesta del Clúster del Ecoturismo. La aplicación de estos instrumentos se realizará mediante la técnica de la encuesta con tipo de pregunta cerrada. En el anexo 1 se presentará el modelo del cuestionario diseñado para esta investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen un instrumento de medición como “aquel que registra datos observables que representan verdaderamente conceptos o variables que el investigador ha considerado”. (p.354)

Validez y confiabilidad. Con el fin de validar el instrumento se utilizó el método conocido como validez del contenido, que definen Sampieri y Collado (2006) como “el grado en que la medición representa el concepto medido” (p.236), se hace necesario contar con la colaboración de algunos expertos en la materia. Para esta investigación se contó con el apoyo de expertos en metodología de investigación y en el tema objeto de estudio.

Según Hurtado (2010), la validez hace referencia al nivel por el cual la metodología realmente cuantifica lo que quiere medir, establece lo que el investigador quiere medir. La validez está en relación directa con el objeto del instrumento, existiendo varios tipos de validez según la manera en que ésta es evaluada: criterio, contenido y constructo.

Por su parte, De Pelekais (2010), se refieren a la validez del instrumento, como el nivel en que la metodología cuantifica la variable que quiere analizar, el cual cuenta con el siguiente procedimiento:

- Selección de expertos: en el área temática en estudio
- Cada uno de los expertos deberá recibir información acerca de: título de la investigación, objetivos, operacionalización de las variables, dimensiones, subdimensiones e indicadores, para conocer el barómetro teórico que sirve de sustento al estudio
- Presentar un formato de validación que le permita a cada experto, describir las observaciones o recomendaciones en cuanto a congruencia de cada ítem con indicadores, variables, con los objetivos. Además de la redacción de los ítems.

Validez del constructo. Un constructo es una construcción teórica desarrollada para resolver un cierto problema científico.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) la validez del constructo puede considerarse la más pertinente, enfocado desde una perspectiva científica, y hace alusión al nivel de medición se conecta permanentemente con otros resultados, según con hipótesis producto teóricamente y que se refiera a las definiciones o (constructos) que quieran cuantificarse. Un constructo es una variable medida y que tiene lugar dentro de una teoría o esquema teórico.

Como establece Morales (2006) la validez del constructo delimita las nociones tradicionales de la validez de contenido y de validez predictiva (o de criterio en términos más generales). En este sentido la validez del constructo se observa hoy, como el concepto integrador de todos los tipos de validez, y al que hace referencia más directa la definición común de validez (medir lo que pretendemos).

Análisis de los datos. Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) el análisis de datos se refiere en un primer paso realizar un estadístico descriptivo para observar el comportamiento de los datos y relacionar las variables y en un segundo paso análisis de las causas y efectos de los datos a través de la estadística descriptiva e inferencial. Para esta investigación el análisis de los datos se realizará mediante la utilización del software estadístico SPSS v23.0 con el propósito de lograr los resultados de la investigación.

Procedimiento de la investigación. Esta investigación comienza con un análisis de la situación actual, con base a referencias bibliográficas que describen el clúster del ecoturismo como una alternativa potencializadora del desarrollo local para el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, lugar del presente estudio. Continúa con la selección del objeto a estudiar, en este caso referido al “Diagnostico y diseño de una propuesta estratégica para la construcción de un clúster ecoturístico para el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia”. Una vez seleccionado el tema de investigación, se determinaron las dimensiones base para determinar los indicadores.

Para complementar el diagnóstico y análisis de la relación entre las variables establecidas y las dimensiones propuestas se acudió a recursos bibliográficos, infografía e internet para elaborar un marco teórico, que sustente el estudio, así como el proceso de medición de la realidad prevista. Se definió el modelo a utilizar para la recolección de la información y la técnica estadística para su procesamiento.

El procedimiento señalado, logrará alcanzar los objetivos específicos de este estudio para conseguir las conclusiones pertinentes y sus respectivas recomendaciones.

4. Resultados y Discusión

4.1 Análisis de los actores de la cadena productiva del turismo

Este capítulo busca identificar aspectos relevantes de las empresas que conforman el sector turismo en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander y que permitirán servir como base para establecer el clúster del ecoturismo. La presente investigación pretende analizar la cadena de valor para desarrollar el clúster del ecoturismo en el municipio de Pamplona, es considerado como una herramienta eficaz para contextualizar la creación y la conformación del valor entre los agentes productivos que hacen parte del sector turismo. Para lograr el objetivo se inicia con el concepto de cadena productiva. Para Mitnik (2011) la cadena productiva debe incluir la ubicación y descripción del rol que cumple cada empresa, cada institución que está involucrada en la cadena productiva. Kaplinsky y Morris (2010) definieron “una cadena de valor como el conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio desde su concepción” (p.76), abarcando las múltiples fases productivas tanto las que son de transformación a partir de la materia prima es decir desde el insumo, que al aplicar un procesos industriales o de transformación se logra generar un nuevo producto, el cual tiene como objetivo satisfacer una necesidad del consumidor. Analizar la cadena de valor permite ver el comportamiento de los actores que hacen parte de la cadena de valor, su aporte individual y colectivo. Según Gereffi and Kaplinsky (2001), “La idea de la cadena de valor es similar a la de las cadenas globales de valor” (p. 30).

A continuación, se presenta un esquema en versión simplificada de la cadena del clúster del ecoturismo (figura 11).

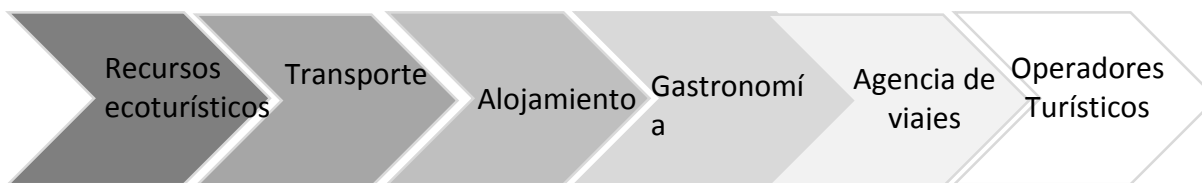


Figura 11. Cadena productiva del clúster del Turismo

Fuente: Elaboración propia

La cadena del turismo la conforman en su mayoría empresas del sector servicios, los cuales tiene la particularidad de ser complementarios y simultáneos, es decir se necesita de la producción de cada uno de ellos para poder ofrecer el “servicio turístico”.

Se inicia con el análisis de la cadena de valor con su ubicación geográfica el cual es en el municipio de Pamplona, conformado por todas las empresas que suministran de bienes y servicios para la prestación del servicio turísticos a los turistas, la figura 11 “Cadena productiva del Clúster del Turismo”, está conformada por empresas de recursos ecoturístico las cuales no están presentes en esta cadena, está por constituir e incorporarse a la cadena, empresas de transporte terrestres que son las que brindan el servicio de traslado del turista desde su lugar de origen hasta el lugar turístico a visitar, incluyendo el traslado dentro de la zona turística hasta los lugares ecoturístico a visitar, este eslabón es tan amplio que no solo el transporte terrestre hace parte también el transporte aéreo tiene su participación. En cuanto al eslabón alojamiento lo conforman los hoteles destacándose el Hotel Cariongo, quien cumple con estándares de calidad y pertenece a una cadena internacional, cuenta con alianzas con otros hoteles y operadores turísticos de esta manera aumentan la ocupación hotelera. El municipio de Pamplona presenta una aglomeración de residencias y hoteles familiares que brindan el servicio de hospedaje a los

turistas. Esta diversidad del eslabón alojamiento da la oportunidad para que cualquier turista y según su presupuesto puedan visitar el municipio. El eslabón gastronomía se considera como una ventaja competitiva con otros destinos turísticos, el municipio de Pamplona es destacado y goza de buen reconocimiento, sus productos de panadería, repostería, y cafés una tendencia que a nivel mundial se posesiona en este renglón, permite tener un gran portafolio a disposición de los turistas. Según la Cámara de Comercio el municipio de Pamplona cuenta con 4 agencias de viajes quienes prestan los servicios de transporte aéreo y la conexión con operadores turísticos, promocionando las fortalezas turísticas con las que cuenta la ciudad. Por último el eslabón operador turísticos que es considerado primordial en la cadena productiva, solo se tiene una empresa, para el presente estudio es considerado como una debilidad que se puede volver en oportunidad , una oportunidad de emprendimiento, alternativa de generar ingresos.

Se destaca de la cadena de valor del turismo genera encadenamientos hacia atrás, permitiendo que otros sectores o dentro del mismo, hagan parte del suministro del servicio turísticos. Algunas actividades son la venta de suministro para los hoteles, gastronomía, como el sector construcción, confección de muebles, equipos, sector textil elaboración de uniformes dando oportunidad a la localidad de incorporarse en la cadena productiva por eso “el turismo es considerado como motor de desarrollo económico, goza de un elevado efecto multiplicador en la economía local, mediante externalidades del consumo directo a lo largo de cadena de valor.” (Kaplinsky, 2010).

También, la cadena de valor del turismo genera encadenamientos hacia adelante a través de la producción de bienes y servicios adquiridos por los turistas como suvenires, artesanías, actividades culturales, guías turísticos, entre otros.

Tabla 3. *Composición de la muestra*

Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Transporte	15	17,4	17,4	17,4
Hotelería	22	25,6	25,6	43,0
Restaurante	44	51,2	51,2	94,2
Agencia de turismo	4	4,7	4,7	98,8
Operadores turísticos	1	1,2	1,2	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados Cámara de Comercio de Pamplona.

Como se observa en la tabla 3 Composición de la muestra, la actividad de restaurante tiene una participación del 51,2% , dentro de la cadena productiva, conformado por medianas y pequeñas empresas, lo que genera gran variedad de alternativas gastronómicas para los turistas y una capacidad instalada para un creciente aumento en la demanda turística, le sigue el sector hotelería con un 25,6%, conformado por un total de 22 empresas, clasificadas en la mayoría en pequeñas empresas, un número muy pequeño de medianas, y escasamente 1 empresa grande, aportando más de 350 habitaciones disponibles para atender la demanda turística. El sector de transporte ocupa el tercer renglón con una participación del 17%, comprendido por un total de 15 empresas, hay escasez de empresas dedicadas a ofrecer servicio de transporte interno a los atractivos ecoturístico, las empresas existentes son aquellas de servicio intermunicipal y en otros casos Nacional. Por último, se encontró que, entre agencias de viajes y operadores turísticos, no alcanzan a más del 5% de participación en la cadena productiva turística, dejando ver la incipiente y sub aprovechado la actividad (Tabla 3).

En la figura 12 nos determina el rango en el cual se encuentran las empresas que hacen parte de la cadena productiva del clúster del ecoturismo, en el rango de 1 a 4 años de antigüedad que corresponde al 39,5% del total de la muestra, lo sigue el rango de 13 años en adelante con un 24,4% seguido por el rango de 7 a 10 años con un 16,3%, rango de 4 a 7 años con un 12,8%, y en última participación el rango de 10 a 13 años con un 7%. Esto significa que pese a la estacionalidad de la demanda turística las empresas de la cadena productiva se han logrado sostener y perpetuar, logrando especialización y calidad en la prestación de sus servicios.

Entre estas empresas se destaca el Hotel Cariongo con más de 40 años de servicio al turista y que demanda empleo a más de 100 personas. Cootranal como empresa del sector transporte quien cuenta con una flota de más de 80 vehículos, Restaurante el solar quien da a conocer nuestra variedad gastronómica y de alto estándar de calidad, Agencia de viajes Albornoz Espinel Ltda., muestra de la perseverancia y credibilidad en el sector turístico.

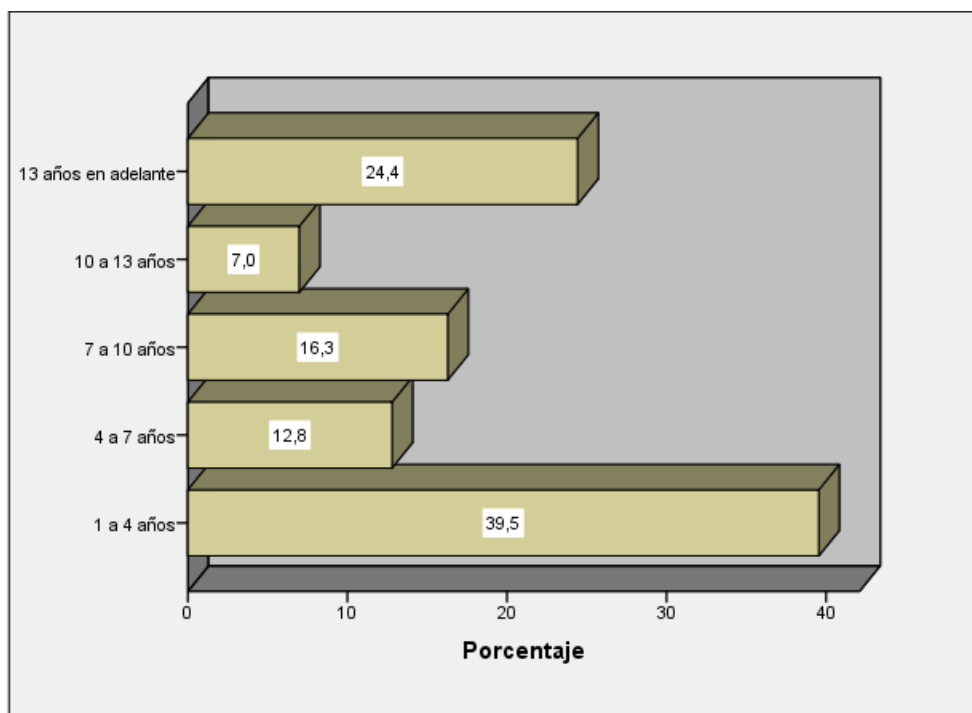


Figura 12. Antigüedad de las empresas del Sector Turismo en el Municipio de Pamplona

Fuente: Elaboración propia.

La figura 13 contienen las potencialidades vistas por parte de las empresas que harían parte de este clúster, las 86 empresas encuestadas consideran en un 33,7% que el mayor potencial turístico está representado en el atractivo de las festividades religiosas principalmente en la semana santa, lo sigue el potencial histórico y cultural en un 27,9%, el potencial de naturaleza participa en un 25,6%, y el potencial académico en un 12,8%.

La encuesta deja ver que hay desconocimiento del potencial ecoturístico con que cuenta el Municipio, causa por el cual no se han realizado campañas de difusión o planes turísticos que inciten a la práctica del ecoturismo en el Municipio de Pamplona, esto originaría una ruptura en la estacionalidad de los periodos turísticos ya identificados.

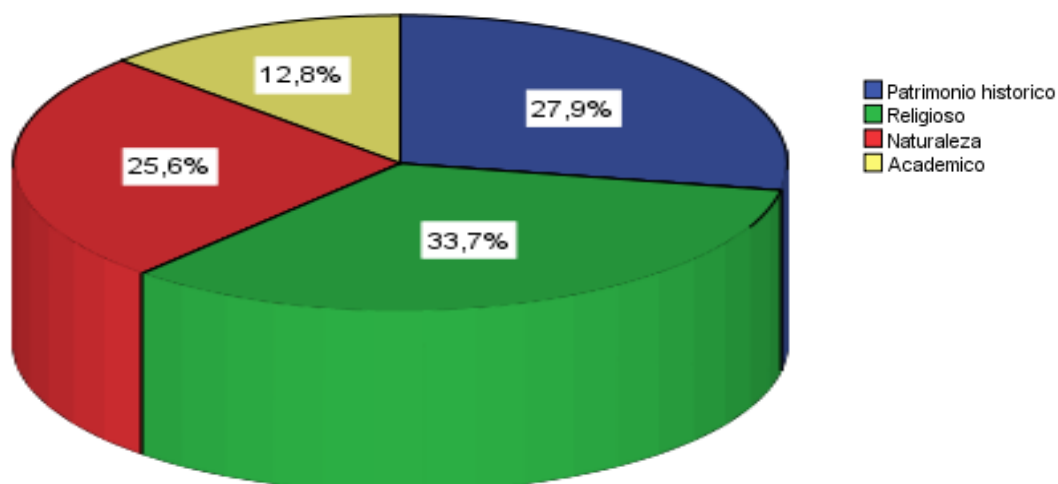


Figura 13. Potencial turístico en el Municipio de Pamplona

Fuente: Elaboración propia

Las empresas consideran que existen barreras en la actividad turística que impide el crecimiento del sector, la figura 14 deja ver con un 34,9% el mayor punto débil es el cultural, seguido por un 32,6% la no asociatividad, 17,4%; el no apoyo estatal, y con un 15,1% las fuentes de financiación. Es sin duda la falta de capacitación, concientización de la calidad del servicio, barreras al trabajo en equipo lo que no ha permitido generar proyectos colectivos en búsqueda de mejorar la oferta turística que con lleve al incremento de la demanda turística.

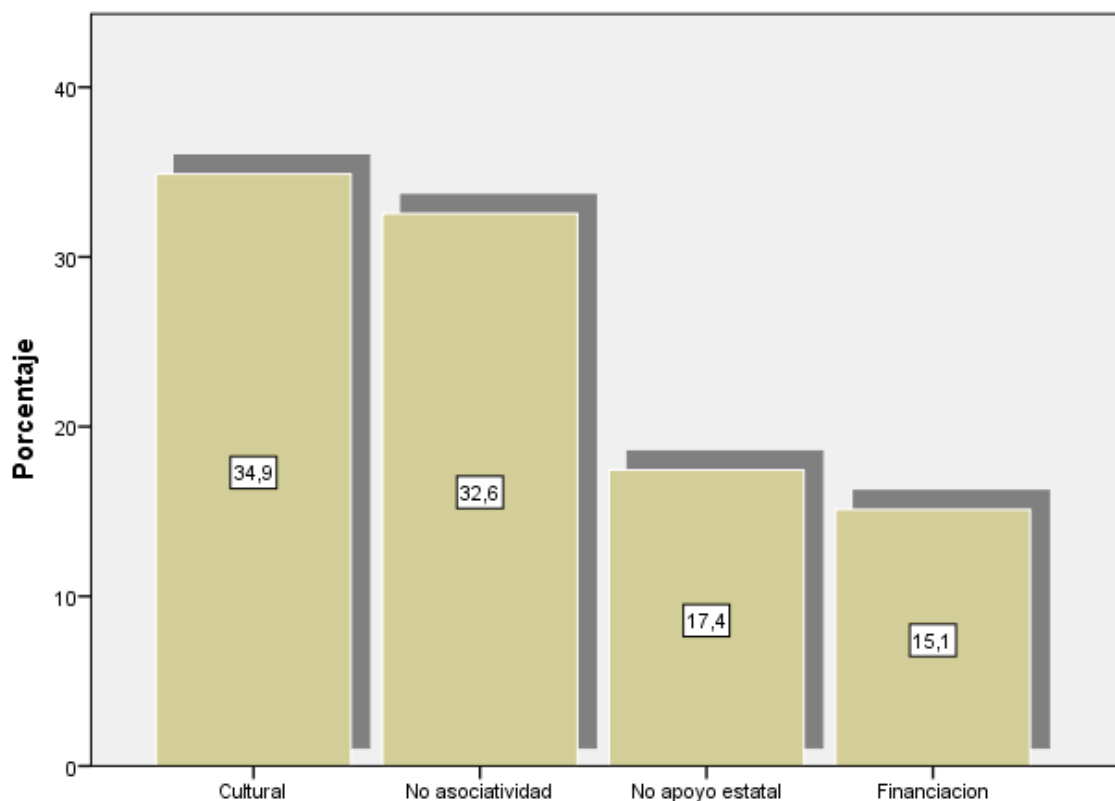


Figura 14. Puntos débiles del Sector Turístico en el Municipio de Pamplona

Fuente: Elaboración propia

Para las empresas el turismo es base de desarrollo y crecimiento económico, la figura 15 presenta el nivel de objetividad de las empresas encuestadas hacia la pregunta, indican que el 53,5% es altamente generadora de crecimiento, mientras que el 29,1% piensa que medianamente y en un 17,4% poco. Esto es reflejo del buen desempeño que ha alcanzado el renglón turismo en el Municipio de Pamplona, pero es necesario que todos los participantes de la cadena productiva tengan credibilidad en lo que hacen y pueden hacer.

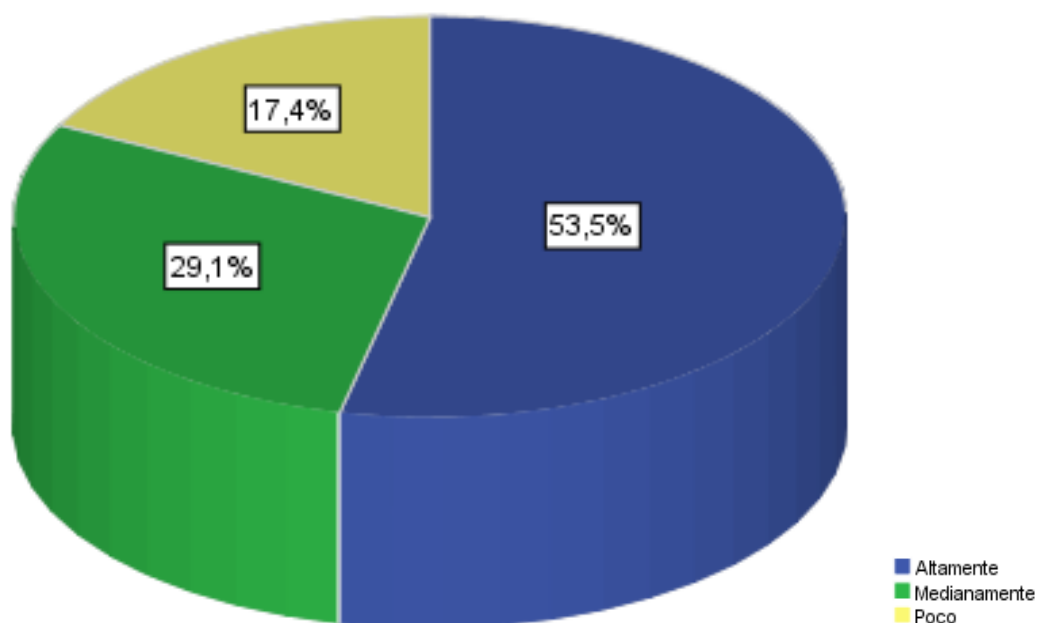


Figura 15. Turismo como fuente de desarrollo económico para el Municipio de Pamplona

Fuente: Elaboración propia

Las empresas consideran que la responsabilidad de generar desarrollo en la actividad turística es del mismo sector la participación sectorial se visualiza en la figura 16, Sector turístico con un porcentaje del 37,2%, seguido por el sector público en un 33,7%, sociedad civil 19,8%, sector privado 9,3%, esto confirma la necesidad de fortalecer el Ministerio de Comercio, Industria y turismo, y las secretarías de turismo presenten en cada región que tomen la iniciativa de liderazgo hacia el emprendimiento de estrategias turísticas para aumentar la demanda no solo en el Municipio de Pamplona si no a nivel nacional. Se debe sumar la necesidad de aumentar la inversión extranjera en las regiones turísticas, siendo Pro Colombia una institución encargada de dar a conocer a la Colombia productiva y turística ante el mundo.

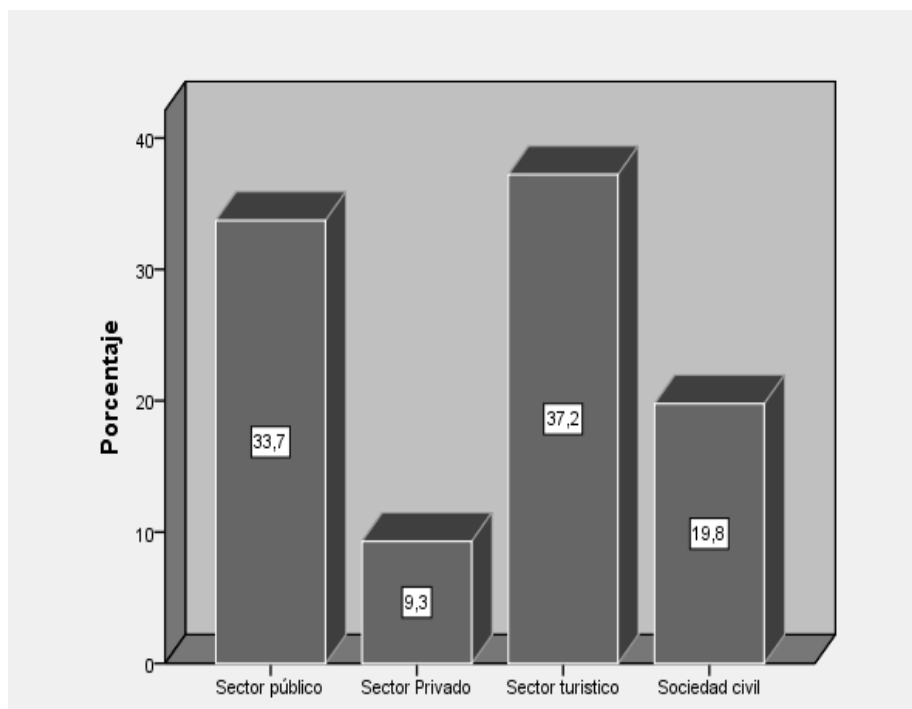


Figura 16. ¿A quién le compete generar desarrollo en la actividad turística?

Fuente: Elaboración propia

En referencia con la apreciación que tiene las empresas encuestadas con la gestión de la administración municipal, se piensa en un 47,7% es regular, mala en un 32,6% buena en un 15,1% y excelente en un 4,7%. La figura 17 permite interpretar que el resultado está influenciado o va de la mano con los escándalos de corrupción que atraviesa el país, no solo en el municipio, la baja credibilidad antes las instituciones públicas y sus dirigentes.

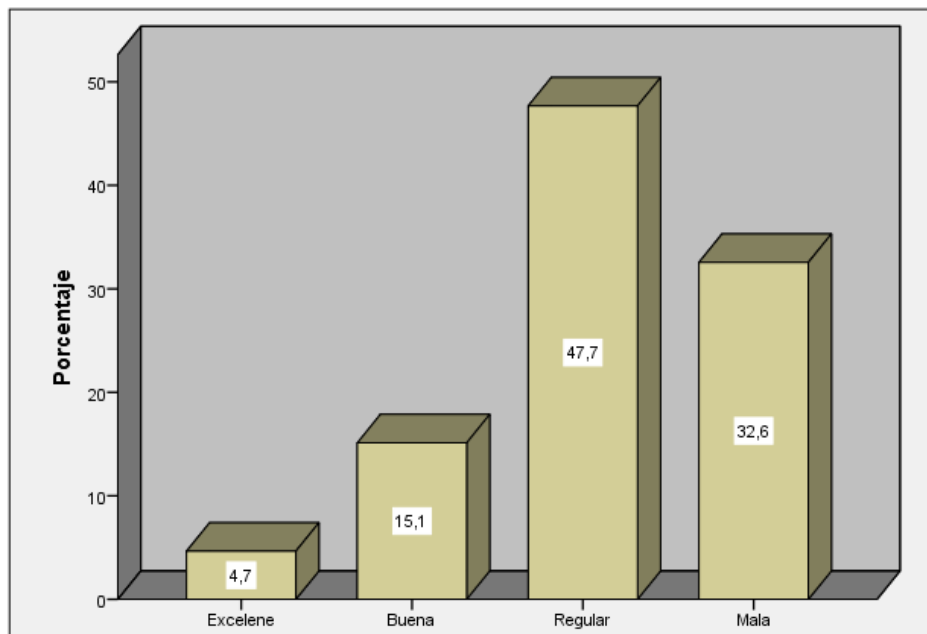


Figura 17. ¿Cómo es la gestión de la administración municipal en la actividad turística?

Fuente: Elaboración propia

Las empresas determinaron que el calificativo del Municipio de Pamplona como destino turístico es muy atractivo en un 50%, medianamente en un 31,4% y nada atractivo en un 18,6%, los turistas expresan que el factor clima, hospitalidad de la población, variedad gastronómica hacen del Municipio de Pamplona un lugar muy atractivo de visitar, esto se puede observar en la figura 18.

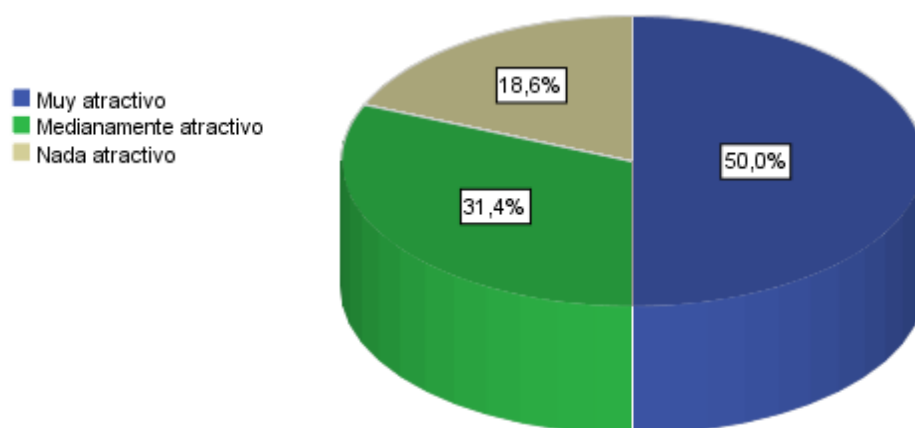


Figura 18. ¿Qué calificativo tiene del Municipio de Pamplona como destino turístico?

Fuente: Elaboración propia

En la figura 19 plasma la respuesta obtenida en la pregunta ¿qué obstáculos tiene su actividad? La encuesta reflejó que los obstáculos de la actividad turística están representados en el municipio por no contar con mano de obra calificada, que les permita ampliar su portafolio, en un 40,7%, por otro lado, los altos impuestos en un 31,4%, que afectan los costos y la utilidad de la actividad, y el 27,9% la infraestructura que impide mejorar la calidad de los atractivos turísticos.

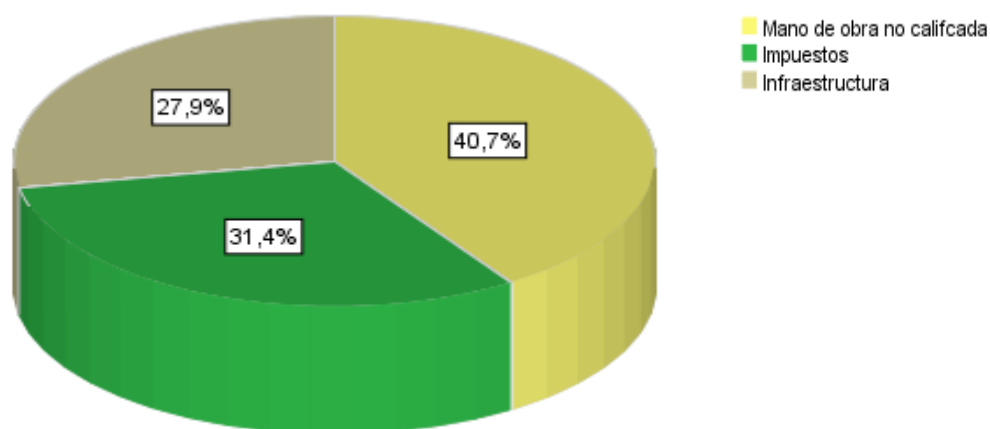


Figura 19. ¿Qué obstáculo tiene su actividad?

Fuente: Elaboración propia

El objetivo de la pregunta ¿Qué tipo de turistas visitan su establecimiento? va encaminado a conocer el tipo de cliente, para la realización de paquetes turísticos adecuados a la población que frecuenta el municipio.

La encuesta arrojó que en un 40,7% son familias, 24,4% adultos jóvenes, 19,8% adultos mayores, y 15,1% parejas como se puede observar en la figura 20. Para implementar como potencialidad el ecoturismo es necesario que exista un nivel de población joven que pueda o encuentre atractivo hacer caminatas u otras actividades al aire libre, se cuenta con un gran porcentaje de población turística para el desarrollo de esta actividad.

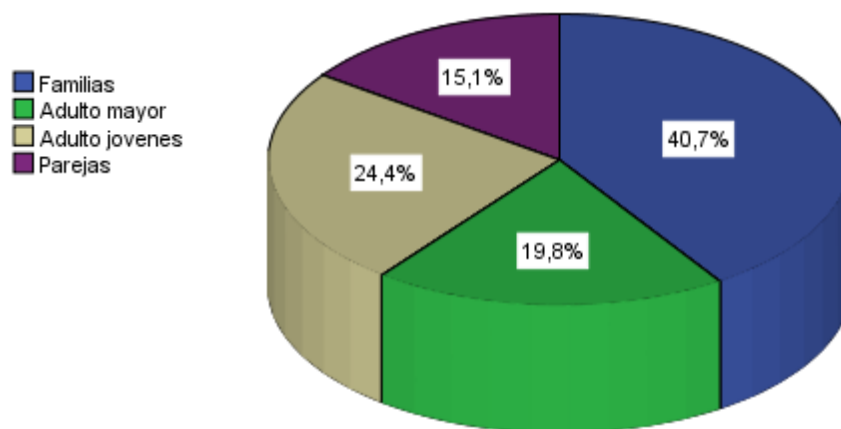


Figura 20. ¿Qué tipo de turistas visita su establecimiento?

Fuente: Elaboración propia

La figura 21 contiene los rangos de edad que visitan los establecimientos turísticos en el Municipio de Pamplona. Este resultado refleja que el tipo de turista que visita el municipio son familias entre los 30 a 50 años en un 40,7% y que vienen acompañados de sus hijos que están en un rango de 0 a 18 años. También se interpreta que los adultos mayores se encuentran en el rango de 50 años en adelante con una proporción del 27,9%, esta población amerita un tipo de plan con menos exigencia física, son aspectos importantes a la hora de planificar.

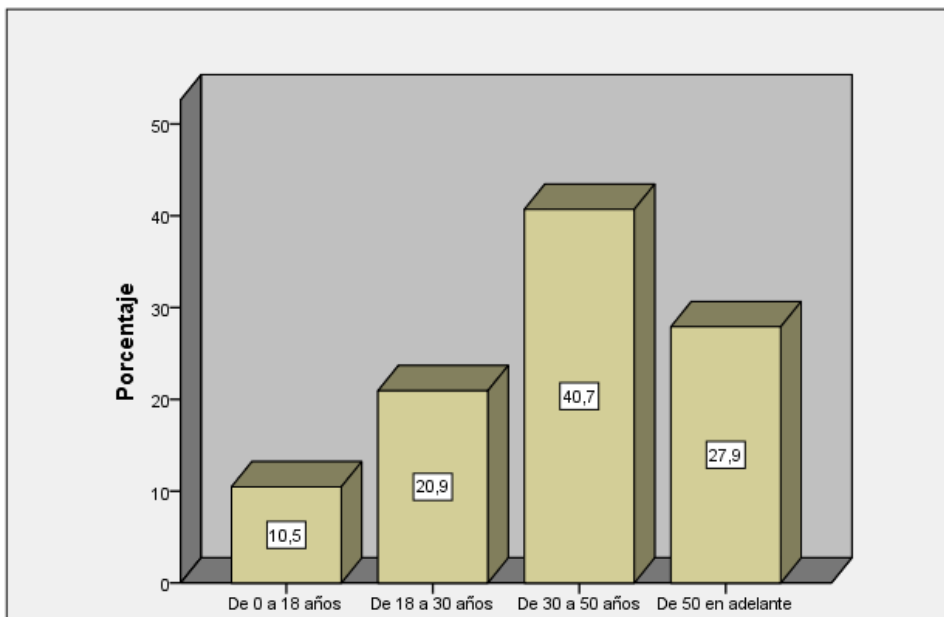


Figura 21. ¿Qué rango de edad son los turistas que visitan su establecimiento?

Fuente: Elaboración propia

Es necesario para la implementación del clúster saber el nivel socioeconómico de los turistas que visitan el Municipio de Pamplona, una vez puesto en marcha el clúster, se debe realizar una campaña de mercadeo y la figura 22 suministra el mercado nicho al cual se debe apuntar. Quedando como principal cliente el nivel medio alto con un 33,7%, seguido del 32,6%, medio bajo, 17,4% alto y 16,3% bajo. Claramente al diseñar portafolios de servicios turísticos las empresas deben tener en cuenta que los costos de la visita y actividades a realizar no tengan grandes valores, puede convertirse en un obstáculo al buen incremento de la demanda turística.

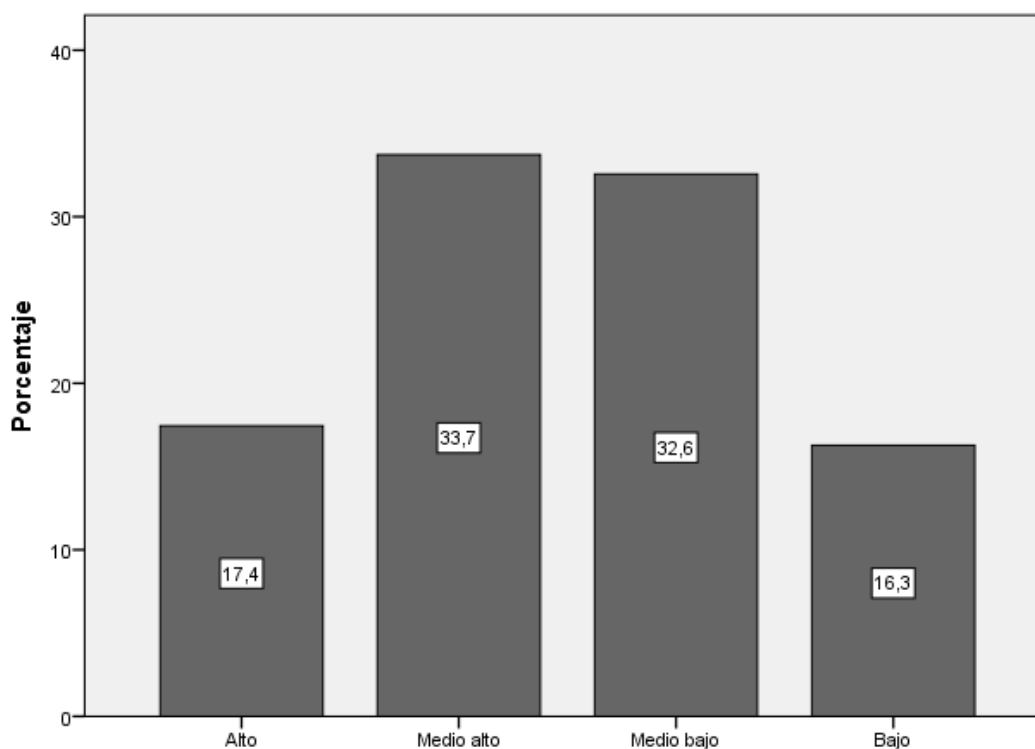


Figura 22. ¿Nivel socioeconómico de los turistas?

Fuente: Elaboración propia

Para poder establecer la endogeneidad de la cadena productiva del turismo en el Municipio de Pamplona se indago en qué lugar se provisiona de los insumos, existiendo la tendencia de abastecerse fuera de la ciudad. En la figura 23, se demuestra que del total de las 83 empresas encuestadas el 52,3% se abastece fuera de la ciudad, tan solo el 47,7% apoya el comercio local. Es un aspecto a trabajar pues la falta de cooperación y trabajo en equipo conlleva a que la cadena de consumo no se dé al 100% dentro del municipio.

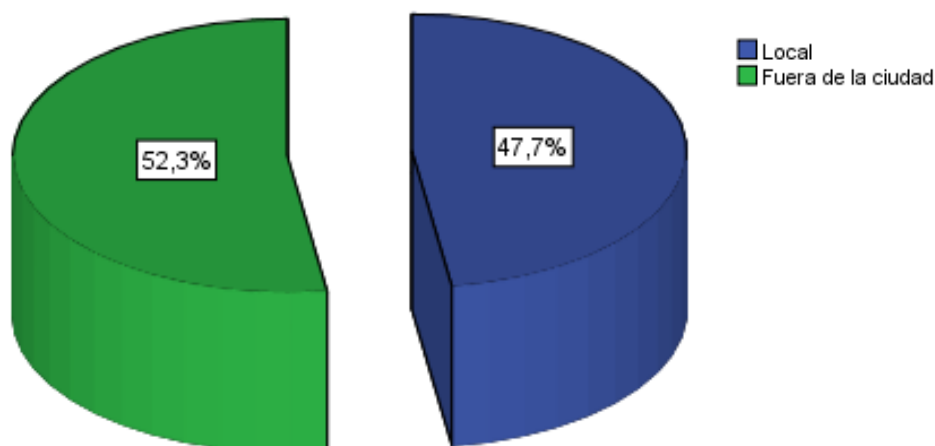


Figura 23. ¿Dónde adquiere los insumos?

Fuente: Elaboración propia

El sector turismo se ha convertido a nivel mundial en un dinamizador de la economía, para el Municipio de Pamplona se ha vuelto una fuente de ingresos mediante la generación de empleo para sus habitantes, la figura 24 determina la procedencia de esta mano de obra el cual está representado en un 61,6% de estas empresas utilizan la mano de obra local, pero también se ve que el 33,7% se contrata personas de otras regiones del departamento, fenómeno presentado por el traslado del sector urbano a lo rural, o sencillamente buscando mejores condiciones de vida. Igualmente, se observa que un 4,7% se emplean mano de obra proveniente de otros departamentos por la el alto volumen de estudiantes y sus familias que vienen hacer parte de esa formación académica y buscan como solventarse en el municipio.

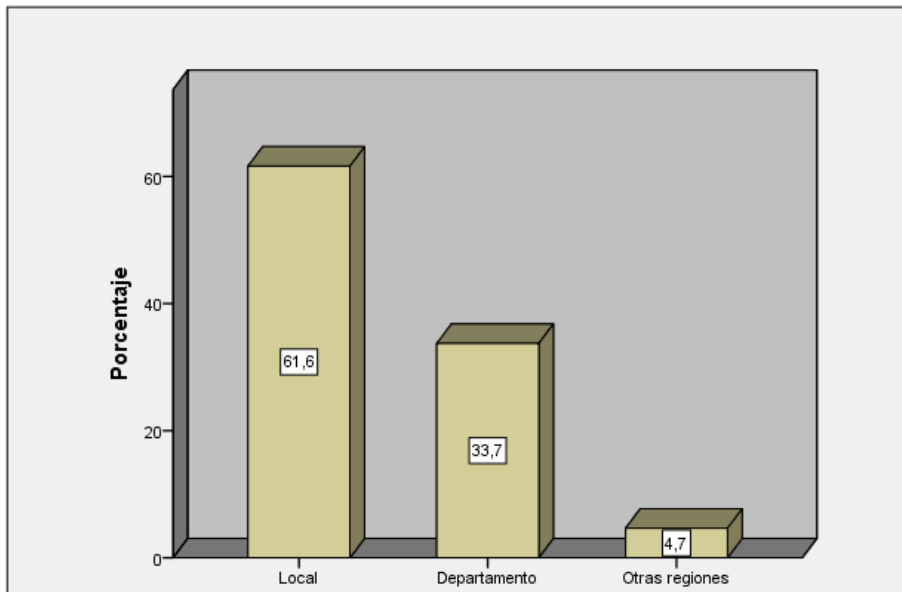


Figura 24. ¿Los empleados de su empresa son de origen?

Fuente: Elaboración propia

La figura 25 pretende establecer el nivel de liderazgo y trabajo en equipo de las empresas que conforman la cadena productiva del turismo, se logra diagnosticar el estado real de las relaciones sociales y de cooperación entre el sector, y se percibió que el 40,7% de las empresas se han unido para crear programas de promoción de esta manera llamar la atención de más turistas a conocer el municipio pero sigue siendo insuficiente porque el 59,3% manifestaron no haber participado, lo que refleja la falta de unión, solidaridad, trabajo en equipo del sector, que se ve reflejado en las bajas utilidades del sector.

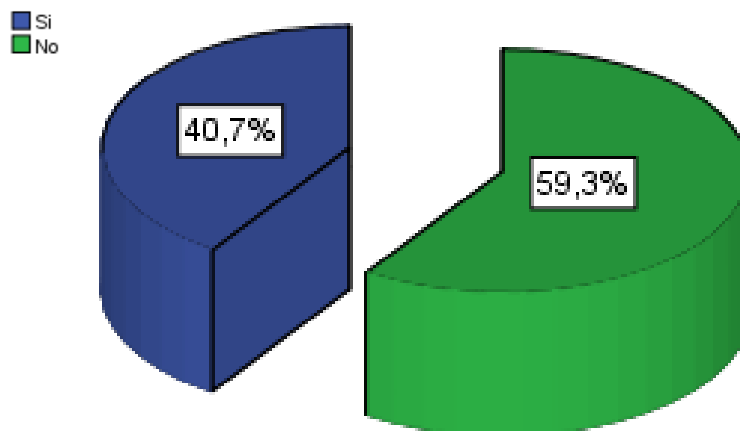


Figura 25. ¿Ha desarrollado alguna actividad en conjunto para fortalecer su actividad con otras empresas en el último año?

Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta abarca el liderazgo del sector público en la generación de espacios que propicie la unión de esfuerzos para buscar el fortalecimiento del sector. La figura 26 determina que con un 67,4% las empresas encuestadas no han realizados esfuerzos con el sector público y un 32,6% manifestaron haberlo hecho.

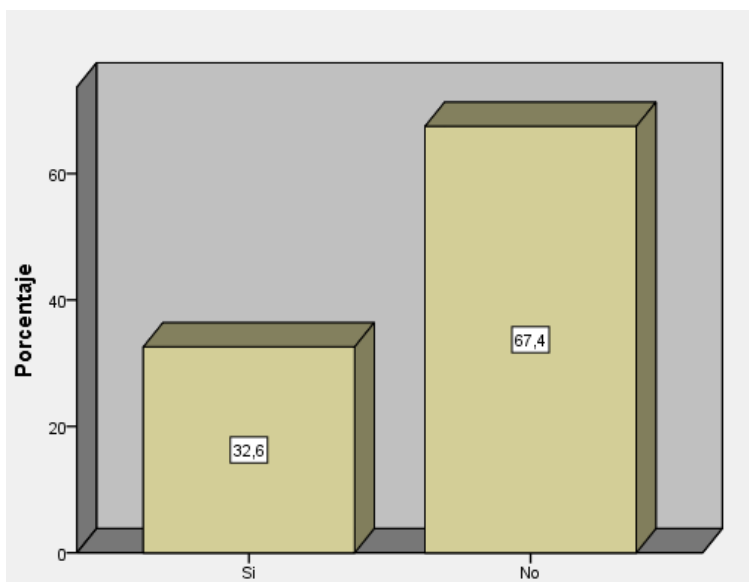


Figura 26. Y con el sector Público?

Fuente: Elaboración propia

Cuando se les pregunto a la empresas encuestadas sobre que institución representa los interés del sector turístico, se destaca en el Municipio de Pamplona el posicionamiento y liderazgo que tiene la cámara de comercio ante el sector turístico, en la figura 27 se presenta que un 36% las empresas consideran que es la institución con mayor preocupación en realizar campañas de difusión e imposición del destino turístico a nivel nacional e internacional, las grandes empresas que pertenecen al sector hotelero consideran que es el Fondo Nacional de turismo la institución que los representa teniendo un nivel de aceptación del 23,3%, predominan la baja credibilidad y desconexión que siente el sector con las instituciones públicas, las cuales tan solo el 19,8% consideran que es la alcaldía municipal y en un 18,6% la Gobernación del departamento, también se tiene una leve presencia de Cotelco con un 2,3% y esto ante la sectorización así el servicio e hotelería y el nivel de calidad que se exige para la prestación del servicio.

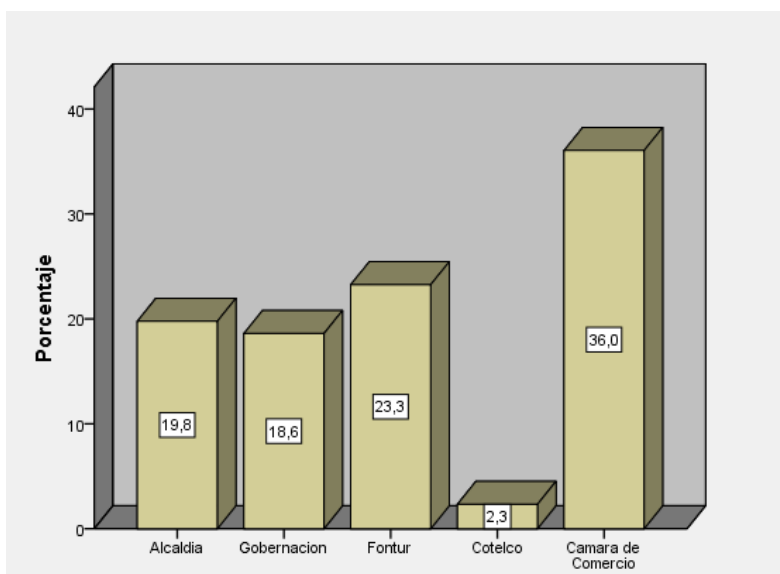


Figura 27. ¿Qué institución lo representa?

Fuente: Elaboración propia

La figura 28 representa otro aspecto importante a analizar cómo es la articulación de los representantes de las empresas en las instituciones locales y los encuestados respondieron en un 61,6% no participan en alguna institución local, el 22,1% lo hacen mediante las Juntas de Acción comunal, el 9,3% en la Corporación de turismo, y el 1,2% en el Comité de fiestas que organiza la alcaldía del municipio.

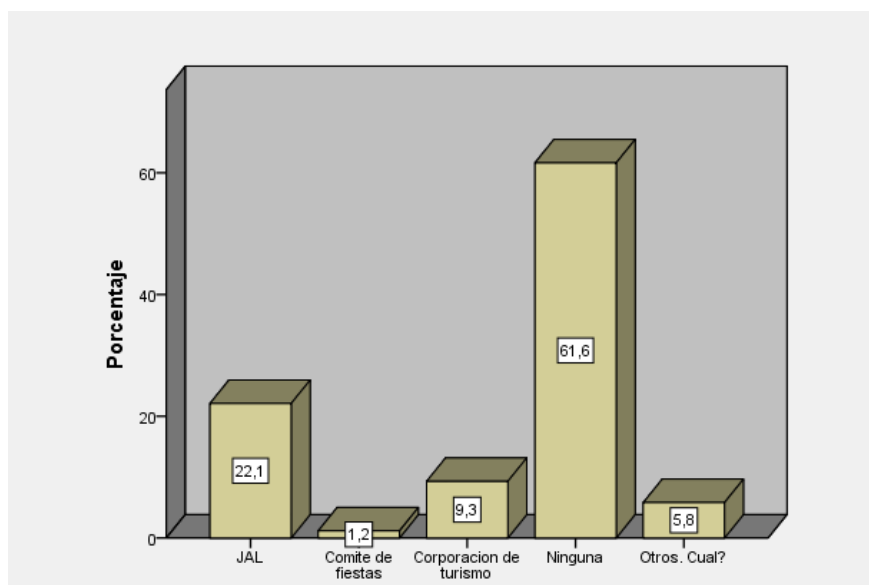


Figura 28. ¿Participación alguna institución local?

Fuente: Elaboración propia

Lamentablemente no existe un dato estadístico propio del Municipio de Pamplona que permita comparar el resultado de la encuesta y la contribución del sector turístico al PIB. Por la clasificación realizada a las empresas de la cadena productiva se puede concluir que el nivel de ingresos es bajo por estar representado en su mayoría por empresas pequeñas y con un tiempo de vida no mayor a 4 años, los mayores ingresos se los lleva los hoteles como el Hotel Cariongo, Hostal 314, Hontibon entre otros, y cadenas de restaurantes con más de 15 años de servicio:

Solar, la Casona, Capilla Marina, Pieros Pizza, Rocotto, entre otros. La figura 29 demuestra que las empresas que producen más de 50 millones mensuales tan solo llegan hacer el 5,8% de los encuestados, esto arroja un llamado de atención al sector por unirse y buscar expansión y aumento de la demanda para poder aumentar los ingresos, utilidades y capacidad de generación de empleo de la cadena.

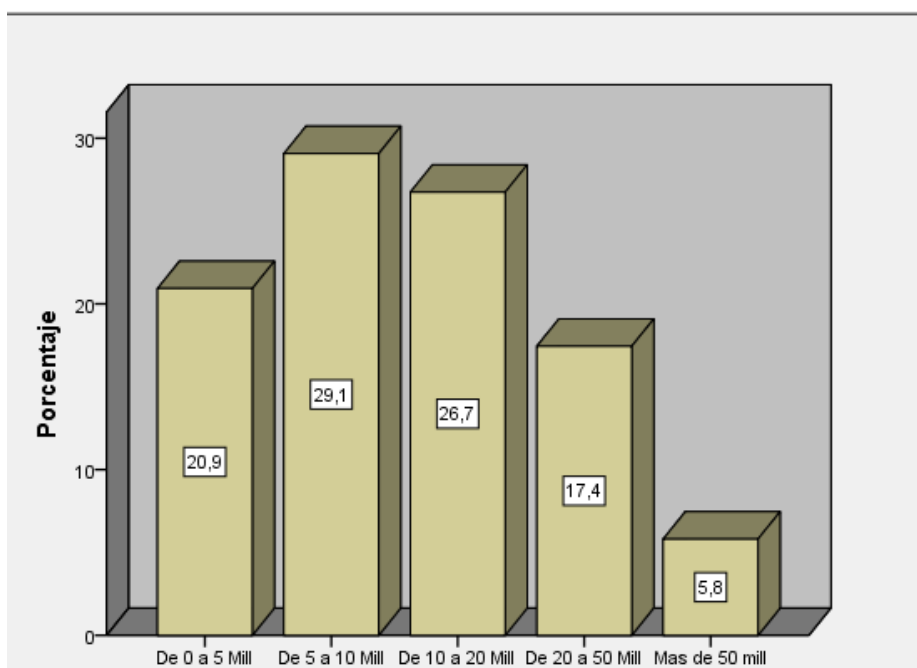


Figura 29. ¿Los ingresos de los últimos años corresponden al rango?

Fuente: Elaboración propia

La figura 30 contiene la pregunta ¿está conforme con la rentabilidad de la empresa? Las empresas encuestadas contestaron que existe una relación entre los ingresos producidos de las empresas y su rentabilidad del ejercicio, al 91,9% no está conforme con su rentabilidad, tan solo el 8,1% si considera rentable su actividad. Está relacionado con la dimensión de la empresa y el nivel de ventas, que es muy incipiente y predomina las micro empresas.

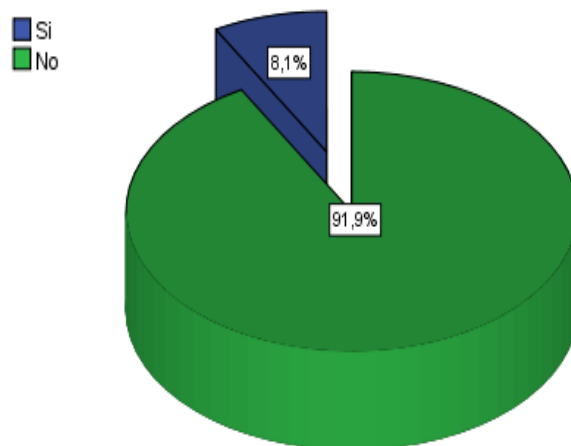


Figura 30. ¿Está conforme con la rentabilidad de la empresa?

Fuente: Elaboración propia

A partir de esta pregunta se desencadena la necesidad de formular el clúster del ecoturismo para el Municipio de Pamplona, el cual tendría como objetivo unir todas las empresas que conforman la cadena productiva, en pro de crear alianzas estratégicas gremio- estado- educación. Partiendo del gran potencial con que cuenta el municipio: mano de obra, empresas consolidadas, atractivos turísticos, de esta manera disminuir el resultado arrojado por la encuesta y que se presenta en la figura 31 del 68,6 % no ha participado en ninguna actividad en pro del mejoramiento y productividad de la cadena productiva del turismo, y así fortalecer cada uno de ellos.

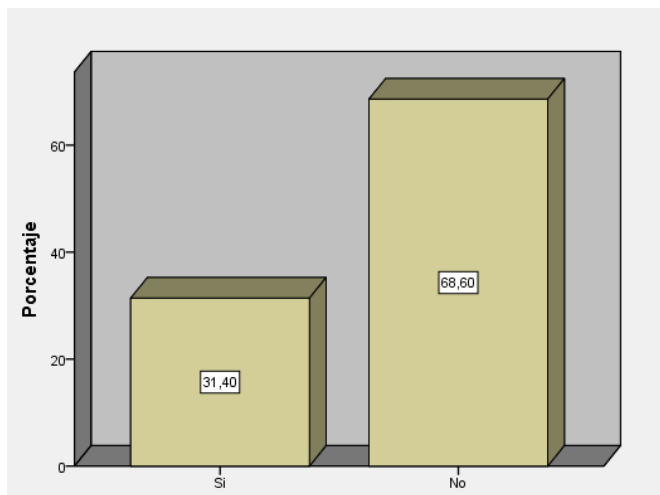


Figura 31. ¿Ha participado en alguna actividad para fortalecer su actividad?

Fuente: Elaboración propia

4.2 Discusión de los resultados

Partiendo del resultado obtenido en la aplicación de la encuesta a los actores de la cadena productiva del turismo en el municipio de Pamplona se pudo observar que el municipio de Pamplona cuenta con un gran potencial de recursos naturales que le permitirá basar su turismo en el ecoturismo y así aumentar el nivel de visitas de turistas en todas las épocas del año, incrementando los ingresos de la cadena productiva del turismo y jalonando otros sectores, que traduce en desarrollo local. Es pertinente que el presente estudio determine algunas debilidades que se encontró en los actores que componen la cadena del turismo y condiciones físicas y humanas que debe contar el municipio de Pamplona, es vital se impulse a la creación de operadores turísticos que se encarguen de la promoción y aumenten de turistas en el municipio de Pamplona, para conseguir este objetivo deben crear un portafolio de servicios y generar compañías de promoción por redes y en alianza con otros operadores y cadena hoteleras ya especialista en el tema. Actualmente solo se cuentan con cuatro empresas, de las cuales cumple funciones más de guías turísticos y conectores con agencias de viaje. Una fortaleza que tiene el

Municipio de Pamplona es la variedad de lugares donde hospedarse los turistas sin sesgar la demanda, existen lugares donde hospedarse según presupuesto del turista, solo se anota que hay que realizar capacitaciones y actualizaciones en proceso de gestión de la calidad, para brindar un buen servicio, la investigación arrojo que la Cámara de Comercio goza de buena imagen y respaldo ante el sector turístico, el apoyo e iteres por sacar adelante el sector permite que se realicen alianzas para mejorar debilidades. También se destaca como fortaleza el buen número de restaurantes, y su encadenamiento como son las: cafeterías, panaderías con las que cuenta el municipio que permite al turismo tener gran variedad de escoger donde alimentarse según su presupuesto y gustos. En cuanto al sector transporte se encontró la necesidad de especializar el servicio público en atención, servicio y dominio de la información turística, no hay empresas especializadas por lo cual hay que incorporar a las empresas locales existentes para que presten el servicio. Las agencias de viajes deben entrar al mercado electrónico, ya que hoy en día no es indispensable, una oficina donde comprar los tiquetes de avión para trasladarse, por medio del internet se puede acceder al servicio y de manera directa con el proveedor.

Concluyendo el estudio de los resultado se puede afirmar que el municipio de Pamplona ha ganado reconocimiento entre muchos municipios del departamento y de la región como un destino religioso y cultural, dueña de una de las mejores semana santa y de una gran identidad histórica lo que la ha impulsado a ser reconocida y ser un destino turístico de talla nacional,

Finalmente la investigación arrojo como resultado que se necesita alinear factores que hacen parte indirectamente del sector turístico pero que sin ellos no se podrían desempeñar, como son servicios públicos, comunicaciones, infraestructura vial entre otros.

Se recomienda la elaboración de un Plan Estratégico que permita la conformación del clúster del ecoturismo por parte de los actores que conforman el sector turístico para poder implementar

el clúster y hacer del ecoturismo una actividad atomizadora de beneficios económicos y sociales en el municipio de Pamplona de forma responsable, para mejorar la calidad de vida de todos la población.

5. Propuesta de la formación del clúster del ecoturismo para el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, Colombia

Este capítulo contiene la propuesta para la formación del clúster del ecoturismo para el Municipio de Pamplona, después de haber ahondado la base conceptual de las variables implícitas de la investigación como son: Turismo, Desarrollo económico, Ecoturismo, clúster, se analiza el sistema productivo del clúster del ecoturismo mediante el modelo “diamante de la competitividad” y cómo interactúan el funcionamiento de los cuatro componente básicos: especificación de los factores, estado de la demanda, modelos, estructura y competencia de la compañía, también se vinculan los sectores que no son actores directos pero dan apoyo. (Porter, 1990).

La investigación pretende describir la relación entre actores involucrados y agrupados en el sistema productivo del clúster: empresas e instituciones, de ahí se analizará las relaciones sociales entre estos mismos basados en el enfoque de encadenamientos productivos, relaciones comerciales, asociatividad, liderazgo y sistema de representación.

Desde el enfoque económico, el concepto de clúster ecoturístico, hace parte de una herramienta metodológica para analizar la variedad de empresas e instituciones que desempeñan su actividad económica en un determinado territorio, también se identifica procesos de innovación, articulación, asociatividad, endogeneidad entre otras variables.

A partir de este análisis se plantea la posibilidad de aplicar este enfoque a los recursos ecoturísticos que tiene el Municipio de Pamplona y sus posibles adaptaciones.

5.1 Proceso de formación del clúster

La propuesta de conformación del clúster del ecoturismo en el Municipio de Pamplona, tiene como inspiración el clúster establecidos en el departamento de Santander, Municipio de San Gil y en su éxito obtenido hace más de 15 años, también de tipos similares en naciones que han alcanzado gran evolución ecoturística, Costa Rica es el ejemplo, España y República Dominicana. Todos estos clústeres tiene sus particularidades, dadas al potencial de sus recursos naturales.

Para el clúster del ecoturismo en el Municipio de Pamplona estará enfocado a promover la riqueza natural que el municipio posee; y su patrimonio cultural.

A continuación, se presentan las empresas que participarían clasificadas según su actividad.

Tabla 4. *Hoteles*

#	Id	Matricula	Razón social	Fecha Matricula	Fecha Renovación	Dirección comercial
1	19115	21499	Hotel la Villa Pamplona	04/02/2015	12/01/2017	Cr 7 7 23
2	18656	22093	Hotel Dancar	04/01/2016	19/01/2017	Calle 4 8-196
3	22899	11397	Pensión Victoria Real	17/02/2004	02/02/2017	Cra 5 nro. 362
4	18851	21844	Hotel Chapinero Pamplona	23/06/2015	03/02/2017	Cl 8 8 70
5	17697	23238	Nuevo Hotel Pamplona	06/02/2017	06/02/2017	Cl 8 8 26
6	21122	18046	Hospedaje el Ocañero	30/11/2010	08/02/2017	Calle 8 7 45
7	16589	4328	Hotel el Alamo	05/03/1976	13/02/2017	Cl 5 6-68
8	22981	1100	Hotel Imperial	19/01/1993	13/02/2017	Cra 5 5 28 - 32 – 36
9	16643	3935	Hospedaje Sarare	19/01/1988	14/02/2017	Calle 8 7-25
10	16618	4086	Hospedaje los Llanos	10/01/1984	27/02/2017	Calle 9 7-30 barrio el topón
11	21114	18062	Hotel Hontibon	10/12/2010	06/03/2017	Carrera 4 4-70
12	21633	16449	Hotel y Restaurante Margarita 24 horas	19/02/2009	09/03/2017	Calle 9 8 113
13	18978	21672	Hotel y Restaurant Casa Real - Pamplona	09/04/2015	21/03/2017	Carrera 6 7-21

14	21673	16326	Hostal Normandie	16/01/2009	22/03/2017	Barrio Cariongo Urbanización Normandía
15	15663	S0500031	Cooperativa de transportadores nacionales de Pamplona Limitada	13/01/1997	27/03/2017	Calle 4 8-117 Calle 4 carrera 9 edificio nuevo
16	20699	19076	Hotel Cotranal Plaza	16/03/2012	27/03/2017	CI 5 5 67
17	16705	3189	Hotel Ursua	09/06/1987	28/03/2017	Calle 5 6 53
18	20960	18475	Hotel quinta real Pamplona s.a.s	31/05/2011	29/03/2017	Calle 5 6 53 int. 3
19	21360	17404	Hotel quinta real Pamplona s.a.s	18/03/2010	29/03/2017	Carrera 5 calle 9 esquina
20	21527	16815	Cariongo plaza hotel centro de convenciones	03/06/2009	30/03/2017	Calle 5 8 10 Km 1 vía Cúcuta vuelta los adioses
21	22187	14403	M y R Hermanos Ltda.	05/03/2007	30/03/2017	Cr 7 8 13 Km 55 vía pamplona vda la palmita
22	19075	21554	Hospedaje los Adioses	27/02/2015	31/03/2017	Avenida Santander no. 7-40
23	18242	22598	Hospedaje el Rancho	07/06/2016	04/04/2017	Km 110 vereda alto grande via Pamplona – Bucaramanga
24	20246	19937	Centro vacacional Guayabales Comfanorte	11/04/2013	21/04/2017	Kilometro 5 vía Cúcuta
25	22718	12160	Residencias Brisas del Pamplonita	04/10/2004	24/04/2017	
26	19277	21272	Hotel Alto Pamplona	10/10/2014	12/05/2017	
27	16854	24125	Restaurante y Hotel Campestre Brisas del Mar	21/11/2017	21/11/2017	

28	16847	24132	Hotel Cooptmotilon	24/11/2017	24/11/2017	Cr 9 cl 2 145
29	21666	16348	Hotel Prados	27/01/2009	03/01/2018	Calle 4 8 161

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo empresarial Cámara de Comercio 2016

Tabla 5. *Restaurantes*

#	Id	Matricula	Razón social	Fecha Matricula	Fecha Renovación	Dirección Comercial
		1583				
1	3	947	El Norteño	19/01/1983	22/03/2017	Av. Santander 12-690
		1594	Ticos Cafeteria y Comidas			
2	7	8891	rapidas	06/03/2001	10/01/2017	Calle 6 7-01 esquina
		1598				
3	8	8707	Capilla Marina	12/10/2000	07/02/2017	Cra 5 8b-29
		1607				
4	5	8207	Kokoro riko	03/01/2000	10/01/2017	Calle 6 6 39
		1618	Comidas rapidas Ticos y			
5	5	7613	restaurante	26/06/1998	19/01/2017	Cr 6 8 27
		1656				
6	9	4465	Restaurante Diegos	16/02/1987	31/03/2017	Calle 5 5-29
		1664				
7	7	3877	Restaurante la Casona	02/04/1987	05/06/2017	Cl 6 7 58
		1665				
8	9	3789	Las colinas - Pamplona	21/02/1991	28/02/2017	Carrera 6 8b-05
		1667				
9	9	3472	Piero`s pizza	11/08/1983	02/08/2017	Carrera 5 n. 8b-67

	1685	Restaurante y hotel campestre				
10	4	24125 Brisas del mar	21/11/2017	21/11/2017	Kilometro 5 vía Cúcuta	
	1687					
11	2	24107 Freedom Fast food	10/11/2017	10/11/2017	Carrera 8 11-41 local 3	
	1688					
12	0	24099 Super deli Casova Pamplona	02/11/2017	02/11/2017	Cl 7 6 71	
	1689				Calle 5 frente al hotel	
13	8	24080 Restaurante mr. Burger Pamplona	30/10/2017	30/10/2017	quinta real	
	1693					
14	4	24039 Restaurante Esperanza Anteliz	12/10/2017	12/10/2017	Carrera 2 0-21	
	1704				Kdx 2383 1 bolo Nepo	
15	9	23921 Restaurante J y R	30/08/2017	30/08/2017	los tanques	
	1705					
16	1	23919 Cafes España	30/08/2017	30/08/2017	Carrera 6 8-01	
	1706					
17	7	23903 Fanaticos Express	25/08/2017	25/08/2017	Calle 2 4-64	
	1712					
18	1	23849 Le Fontaine cafe bar	11/08/2017	11/08/2017	Cr 4 4 65	
	1728				Calle 11d no. 7-21	
19	0	23686 Restaurante bar Bavaros	21/06/2017	21/06/2017	portal de Bavaria	
	1745	Restaurante-bar Juancho			Carrera 6 7-86 calle	
20	4	23503 Carrancho	17/04/2017	17/04/2017	real	
	1749					
21	4	23462 Norato Veloza	04/04/2017	04/04/2017	Carrera 3a 3-291	
	1753					
22	4	23418 Sazon Valen	23/03/2017	23/03/2017	Carrera 5 4-48	
	1762				Camino a vereda	
23	3	23321 Hermanos los Arrieros	03/03/2017	03/03/2017	jurado finca la cuadra	
	1770					
24	5	23227 El sabor de la Nona comelona	02/02/2017	02/02/2017	Km1 vía Cúcuta	

1770						
25	9	23223	Restaurante Sarayth	01/02/2017	01/02/2017	Cl 4 8 172
1804						Km 3 vuelta los
26	0	22841	Braza y sabor los Adioses	30/08/2016	17/11/2017	adioses
1805						
27	7	22824	Oasis - pizzeria cafe-bar	24/08/2016	26/07/2017	Carrera 6 8-01
1820						
28	0	22648	Restaurante Sincelejo	21/06/2016	07/11/2017	Cl 3 b 1 d 28 a
1834						Av. Celestino
29	3	22473	Restaurante donde Vicky	21/04/2016	09/02/2017	Villamizar no. 4-82
1842						
30	8	22373	Reds restaurante y cafeteria	28/03/2016	12/12/2017	Carrera 5 8b-37
1851						
31	2	22269	Brisas del Guatapuri	23/02/2016	15/06/2017	Carrera 4 3-52
1852			Donde el zar - asadero restaurant			
32	9	22240	bar	19/02/2016	29/03/2017	Carrera 7 8-113
1861						
33	6	22140	Iruña s.a.s.	22/01/2016	21/02/2017	Cr 5 8 02 / 14 p2
1861						
34	9	22137	Iruña	22/01/2016	21/02/2017	Cr 5 8 02 / 14 p2
1869						
35	1	22056	Pollo Krossty	27/10/2015	21/03/2017	Cr 6 7 45
1870						Calle 11 7-07 pasaje
36	9	22031	Mister pollo Pamplona	13/10/2015	21/03/2017	Florián
1881						
37	8	21890	Pipers	13/07/2015	18/10/2017	Cr 7 6 27
1897						
38	0	21685	Restaurante Don Ortun	13/04/2015	13/02/2017	Calle 8b 5-84
1897			Hotel y restaurant casa real –			
39	8	21672	pamplona	09/04/2015	21/03/2017	Carrera 6 7-21

40	1898 2	21668	Casa Shalom restaurante y comidas rapidas	08/04/2015	05/09/2017	Cl 2 no 4-64 Carrera 6 8b-35 primer piso
41	1899 5	21651	Restaurante Colombo-Italiano	30/03/2015	31/03/2017	piso
42	1899 9	21647	Restaurante Platino	28/03/2015	04/08/2017	Calle 6 6-82
43	1911 0	21508	Restaurante Olival	06/02/2015	03/04/2017	Carrera 4 6-57
44	1914 2	21463	Chef Nixon restaurant	26/01/2015	16/01/2017	Cl 9 no 7 65 b. El topón
45	1927 7	21272	Hotel Alto Pamplona	10/10/2014	12/05/2017	Km 110 vereda alto grande via Pamplona – Bucaramanga
46	1933 0	21196	La casa del Wok	10/09/2014	21/03/2017	Calle 1 2-52
47	1967 0	20750	El punto de la U y algo mas	11/03/2014	01/11/2017	Cr 4 no. 1c - 75 barrio san Agustín
48	1979 3	20575	Juanrry`s broaster	03/02/2014	22/02/2017	Carrera 6 8b-53
49	1987 5	20470	Restaurante tienda y cafeteria Kuiz	27/11/2013	30/03/2017	Cr 9 3 157
50	2004 3	20222	Asadero de pollo Roy Royers	06/08/2013	30/05/2017	Carrera 6 5-57/59
51	2011 6	20125	Ricas Delicias Mixtas	03/07/2013	03/05/2017	Cl 1 c 3 a 22
52	2020 0	20000	Frutimar 2	06/05/2013	19/01/2017	Calle 8 8-26
53	2034 6	19779	Restaurante bar Bunker`s beer	20/02/2013	25/04/2017	Cr 4 5 07
54	2050 1	19504	La fonda del sabor - Pamplona	06/09/2012	27/02/2017	Calle 5 6-34

2061		Cafetería y restaurante pare y				
55	0	19266 coma - Pamplona	30/05/2012	28/02/2017	Carrera 9 4-86	
2064						
56	5	19182 Restaurante Deli pizza	02/05/2012	27/06/2017	Calle 5 4-43 (local)	
2081						
57	1	18834 Madera Limón	21/12/2011	30/03/2017	Calle 6 6-90 local 3	
2112						
58	6	18036 Quepollo – Pamplona	30/11/2010	18/04/2017	Cr 5 10 20	
2118						Via Bucaramanga
59	2	17894 Servitodo el Alto	30/09/2010	28/02/2017	antiguo Das	
2127						
60	6	17653 Restaurante Piroko - Pamplona	28/06/2010	23/03/2017	Calle 5 5 49	
2137						Carrera 5 5-32 apt. 102
61	9	17353 Restaurante imperial - Pamplona	25/02/2010	30/01/2017	h im	
2139						
62	5	17285 Fanatico`s	10/02/2010	30/03/2017	Carrera 6 8-15	
2152						Carrera 5 calle 9
63	7	16815 Cariongo plaza hotel centro de convenciones	03/06/2009	30/03/2017	esquina	
2158						Terminal de
64	8	16631 Restaurante Genny terminal	25/03/2009	14/09/2017	transportes local 09	
2159						
65	0	16619 Mi restaurante – Pamplona	20/03/2009	06/03/2017	Cl 8 11 48	
2163						
66	3	16449 Hotel y restaurante Margarita 24 horas	19/02/2009	09/03/2017	Calle 9 8 113	
2166						
67	4	16362 Kokorobroaster – Pamplona	29/01/2009	10/01/2017	Calle 6 6-39 ap.201	
2168						
68	1	16306 Lili broster	07/01/2009	22/02/2017	Carrera 7 7-28	
2173						
69	8	16082 La casa de Pancho Villa restaurante	10/09/2008	17/01/2017	Cl 8b no 5 13	

2176		Restaurante y asadero el buen			
70	6	15984 gusto Pamplones	14/08/2008	17/07/2017	Carrera 5 8 18
2188					
71	3	15627 1549 Hostal	14/04/2008	13/02/2017	Calle 8b 5 84
2188					
72	7	15610 Autolavado y servicios mr. Wash	08/04/2008	09/11/2017	Calle 5 7-83
2188					Cl 9 no 7 109 barrio el
73	8	15607 El rancho del Tio	07/04/2008	17/11/2017	topón
2194					
74	5	15389 Mi tierra linda restaurante	15/02/2008	31/03/2017	Calle 6 7-31
2199					
75	9	15182 Cafeteria Efe	28/11/2007	06/03/2017	Cra 7 7-86
2204					
76	2	14985 Rocotto parrilla - chef Manuel	06/09/2007	28/03/2017	Carrera 5 5-46
2218					
77	8	14402 Hotel el solar	05/03/2007	30/03/2017	Calle 5 8 10
2228		Restaurante el punto del sabor de			Terminal de transporte
78	4	14078 Pamplona	13/10/2006	06/12/2017	local 20
2267					
79	7	12339 Restaurante el Eden de Pamplona	13/01/2005	14/11/2017	Calle 6 n 6-81
2292					
80	7	11247 El Solar restaurante bar	27/11/2003	30/03/2017	Calle 5 8-18
2318					
81	1	10018 Restaurante el Topito	07/05/2002	23/02/2017	Calle 3 4 33

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo empresarial Cámara de Comercio 2016

Tabla 6. Empresas de Transporte

#	Id	Matricula	Razón social	Fecha Matricula	Fecha Renovación	Dirección Comercial
1	15435	S0500284	Cooperativa de transporte escolar de pamplona	04/10/2002	01/04/2014	Calle 7 642
2	15662	S0500032	Cooperativa de transportadores el Motilón Limitada	16/01/1997	24/03/2017	Cr 9 2 127
3	15663	S0500031	Cooperativa de transportadores Nacionales de pamplona limitada	13/01/1997	27/03/2017	Calle 4 8-117
4	16439	5985	Expreso Brasilia s.a. - Pamplona	01/09/1994	07/03/2017	Terminal de transportes local 26
5	17244	23722	Transpol	11/07/2017	11/07/2017	Carrera 7 2-30
6	17273	23693	Pagos y giros parque principal	29/06/2017	29/06/2017	Cr 6 5 61 1 3
7	17979	22912	Transportes el Oso	30/09/2016	27/03/2017	Cl 2 355
8	18255	22583	Metropolitana de servicios Farmar	27/05/2016	27/05/2016	Calle 6 8-15 barrio Orsua
9	19210	21365	Gestores del desarrollo mora & peña s.a.s. En liquidación	25/11/2014	04/12/2017	Calle 1b 585 las nieves
10	19615	20820	Cotranal ltda - oficina pasajes – Pamplona	28/03/2014	27/03/2017	Carrera 9 3-120 terminal de transportes local 55

11	19636	20796	Grupo Panacea sas en liquidación	25/03/2014	30/11/2017	Av Santander 13-64
12	20338	19790	Transportes especiales Santurban	21/02/2013	17/01/2018	Carrera 9 3-120 terminal de transportes local nro.3
13	20472	19564	Transportes especiales Santurban s.a.s.	03/10/2012	17/01/2018	Carrera 9 3 120 terminal de transportes 3
14	21201	17843	Gages	10/09/2010	26/01/2018	Pasaje 4 de julio 7-45
15	21791	15894	Víveres y suministros Cristian mr.	15/07/2008	17/05/2016	Cl 9 7 123
16	22158	14565	Agencia de pamplona de expreso bolivariano s.a. En ejecución del acuerdo de reestructuración ear	17/04/2007	06/03/2017	Calle 42 28-17
17	22411	13511	Coopmotilon pasajes	24/03/2006	23/03/2017	Terminal de transportes local 50
18	22505	13044	Coostrastame Ltda. pasajeros Pamplona	28/01/2008	03/03/2017	Terminal de transporte local 30

Fuentes: elaboración propia a partir del censo empresarial cámara de comercio 2016

Tabla 7. *Agencias de viajes*

#	Id	Matricula	Razón social	Fecha Matricula	Fecha Renovación	Dirección Comercial
1	22188	14985	Agencia de viajes Pamplona Tours	28/11/2007	06/03/2017	CII 7 N. 6-24
2	22284	14402	Agencia de viajes Albornoz Espinel Ltda.	06/09/2007	28/03/2017	Cr 6 N. 8-20 L-10
3	22677	14078	Álvarez Tours	05/03/2007	30/03/2017	Cr 1a N. 5-13
4	22927	12339	Aeroviajes L´alianxa	13/10/2006	06/12/2017	Cr 5 N. 8 esquina

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo empresarial Cámara de Comercio 2016

Tabla 8. *Operador Turístico*

#	Id	Matricula	Razón social	Fecha Matricula	Fecha Renovación	Dirección Comercial
1	22327	14997	Operador Turístico Pamplona Tours	28/11/2015	06/03/2017	CII 7 N. 6-24

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo empresarial Cámara de Comercio 2016

El clúster contara como instituciones de fomento, las siguientes: Alcaldía Municipal Comité de Desarrollo Turístico Comité de Competitividad Unidad de Salud, Policía Nacional Civil, Casa de la Cultura y el Instituto Nacional.

5.2 Condiciones para la conformación del clúster ecoturístico en el Municipio de Pamplona

A continuación, se analizará las condiciones de competitividad, con las cuales deberá contar el clúster ecoturístico en el Municipio de Pamplona, se aclara que para poder contar con un gran portafolio de actividades ecoturistas se tuvo en cuenta el sector rural y los municipios aledaños como el municipio de Pamplonita.

5.2.1 Potencial ecoturístico.

El Municipio de Pamplona cuenta con un gran potencial ecoturístico el cual le permitirá ofrecer diferentes actividades a desarrollar o paquetes ecoturísticos a ofrecer:

Tabla 9. *Actividades ecoturísticas*

Producto	Ruta
Senderismo	Sendero del Seminarista, ruta del durazno y el agua, las cruces, Sendero los arrieros, Ruta el artillero
Cabalgata	Las cruces, Sendero los arrieros
Escalada	Ruta del durazno y el agua
Fincas agro turísticas	Ruta el artillero
Montañismo	Ruta del durazno y el agua, Sendero el seminarista
Pesca recreativa	Ruta del durazno y el agua, Sendero el seminarista

Ciclo montañismo	Las cruces, Sendero los arrieros Ruta el artillero, Ruta del durazno y el agua, Sendero el seminarista
Camping	Sendero del Seminarista, ruta del durazno y el agua, las cruces, Sendero los arrieros, Ruta el artillero

Fuente: Elaboración propia

Se relacionan los atractivos ecoturístico del Municipio de Pamplona, sector rural y municipios aledaños:

Laguna "El Peñón". Sendero del Seminarista: Ruta ecoturístico de gran importancia ecológica, calificada como la única laguna o espejo de agua existente en la actualidad en el entorno del Municipio de Pamplona. En esta ruta y alrededor de la laguna se puede practicar el camping y por ser una reserva de agua natural, podemos utilizarla para practicar deportes acuáticos (Figura 33).



Figura 32. Foto laguna del seminarista

Fuente: <http://www.wikiloc.com/wikiloc/view.do?id=2884243>. Enero 5 de 2015.

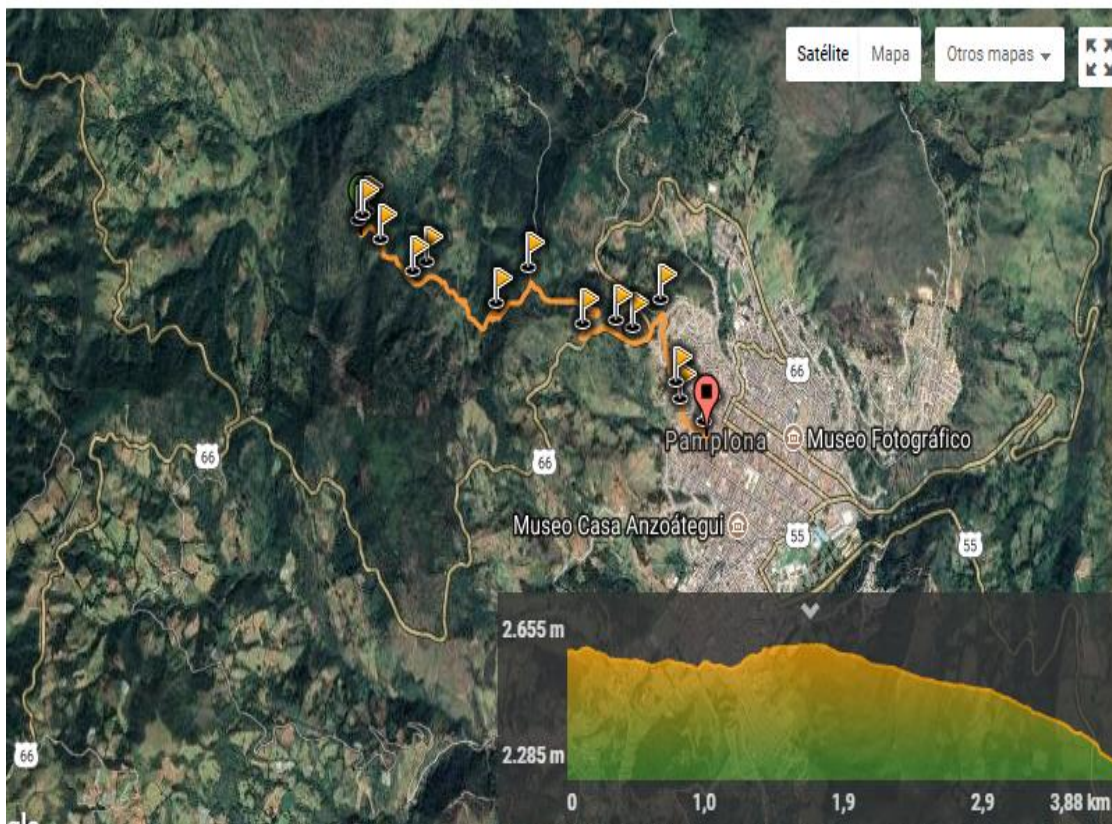


Figura 33. Mapa satelital Laguna el Peñón

Fuente: <https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/laguna-el-penon-sendero-del-seminarista-pamplona-colombia-2922049>. Enero 5 de 2015.

Ruta del artillero: Es un camino que rural de la antigua ruta del Artillero que conecta Pamplona a Pamplonita con un recorrido de 2 horas y treinta minutos, aproximadamente 9 kilómetros. Se caracteriza por ser parte de la antigua ruta independista y de transito durante la colonia española (Figuras 34, 35, 36)

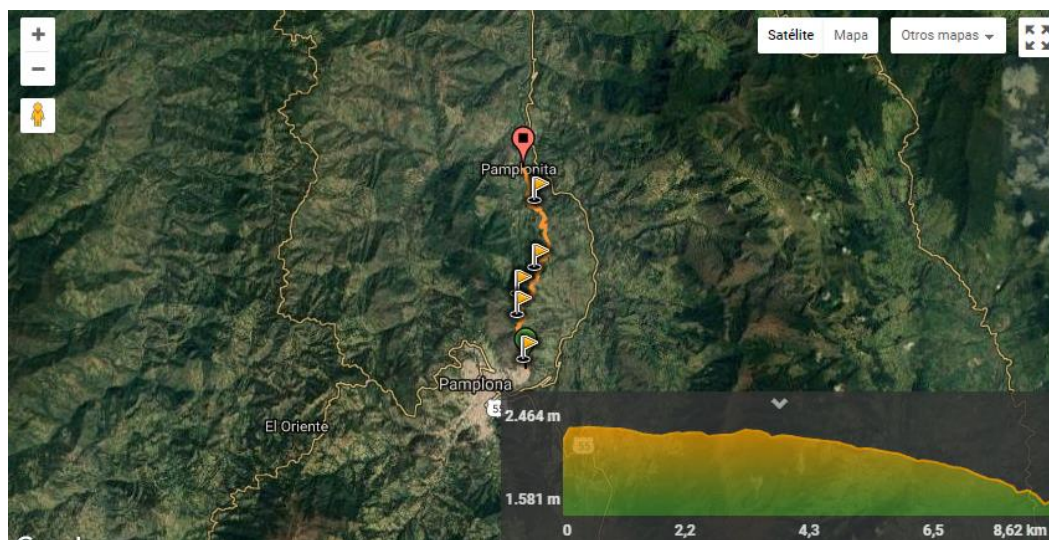


Figura 34. Mapa satelital Ruta del Artillero

Fuente: <https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/ruta-del-artillero-pamplona-pamplonita-colombia-2869093> Enero 5 de 2015.



Figura 35. Fotos Ruta del Artillero

Fuente: <https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/ruta-del-artillero-pamplona-pamplonita-colombia-2869093>Enero 5 de 2015.

Sendero Los arrieros: Localizada en la periferia occidental de este antiguo camino servía como conexión hacia los diferentes sectores rurales de la provincia de Pamplona y entre ellos el más importante hacia Cucutilla. Ruta para los interesados en la fauna, flora, paisaje y los aficionados a la fotografía por su diversidad (Figuras 37, 38, 39).

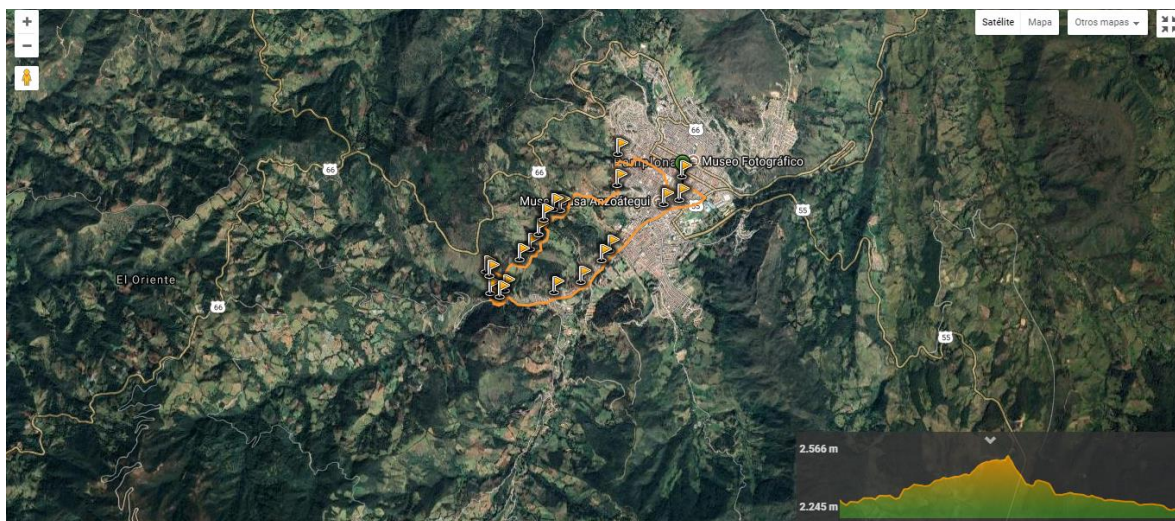


Figura 36. Mapa satelital Ruta Sendero los Arrieros

Fuente: <https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/sendero-los-arrieros-pamplona-colombia-2884243>. Enero 5 de 2015.



Figura 37. Fotos Sendero del Arriero

Fuente: <https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/sendero-los-arrieros-pamplona-colombia-2884243>. Enero 5 de 2015.

La ruta del durazno y el agua: Propone la construcción de un modelo de desarrollo turístico vivencial sostenible con la participación de las fuerzas vivas de los municipios de Chitagá, Pamplona, Pamplonita, Cácosta y Silos. El sistema de producción del durazno es innovador en la región y actualmente se caracteriza por su alta productividad y la experiencia que han adquirido los pequeños y medianos productores que iniciaron esta actividad hace aproximadamente 20 años (Villamizar, 2008; Peñaranda, 2010). Entre esta ruta se cuenta con otras rutas que permite tener gran portafolio de actividades ecoturísticas a desarrollar por parte del turista

1. Ruta laguna el Borrero: Esta ruta consta de un mirador donde se visibiliza la malla vial que comunica el Municipio de Pamplona con la ciudad de Cúcuta, el esplendor de los cultivos de durazno lo adornan por donde quiera, rodeado de montañas, característica del clima frío de la región convirtiéndose en un atractivo observable. Es una ruta que presenta variedad en sus rocas permitiendo practicar actividades ecoturísticas como el senderismo, la observación de fauna y flora. También en su travesía permite entrar en contacto con las fincas productoras de la zona del Municipio de Pamplonita (Figuras 39, 40).

Fi



Figura 38. Ruta Laguna del Borrero

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp



Figura 39. Foto panorámica Laguna del Borrero

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp

2. Ruta Vereda el Rosal: Esta ruta parte desde el casco urbano hasta introducirse al sector rural del Municipio de Pamplona, ofrece la posibilidad de practicar varias actividades ecoturísticas como el ciclo montañismo, senderismo, cabalgata entre otras. Permite disfrutar de una panorámica del municipio, la diversidad de cultivos permite al turista entrar en contacto con cultivos propios de la región: cultivos de papa, fresa y hortalizas. También se puede hacer el recorrido vehicular pues cuenta con vías pavimentadas (Figuras 41, 42).

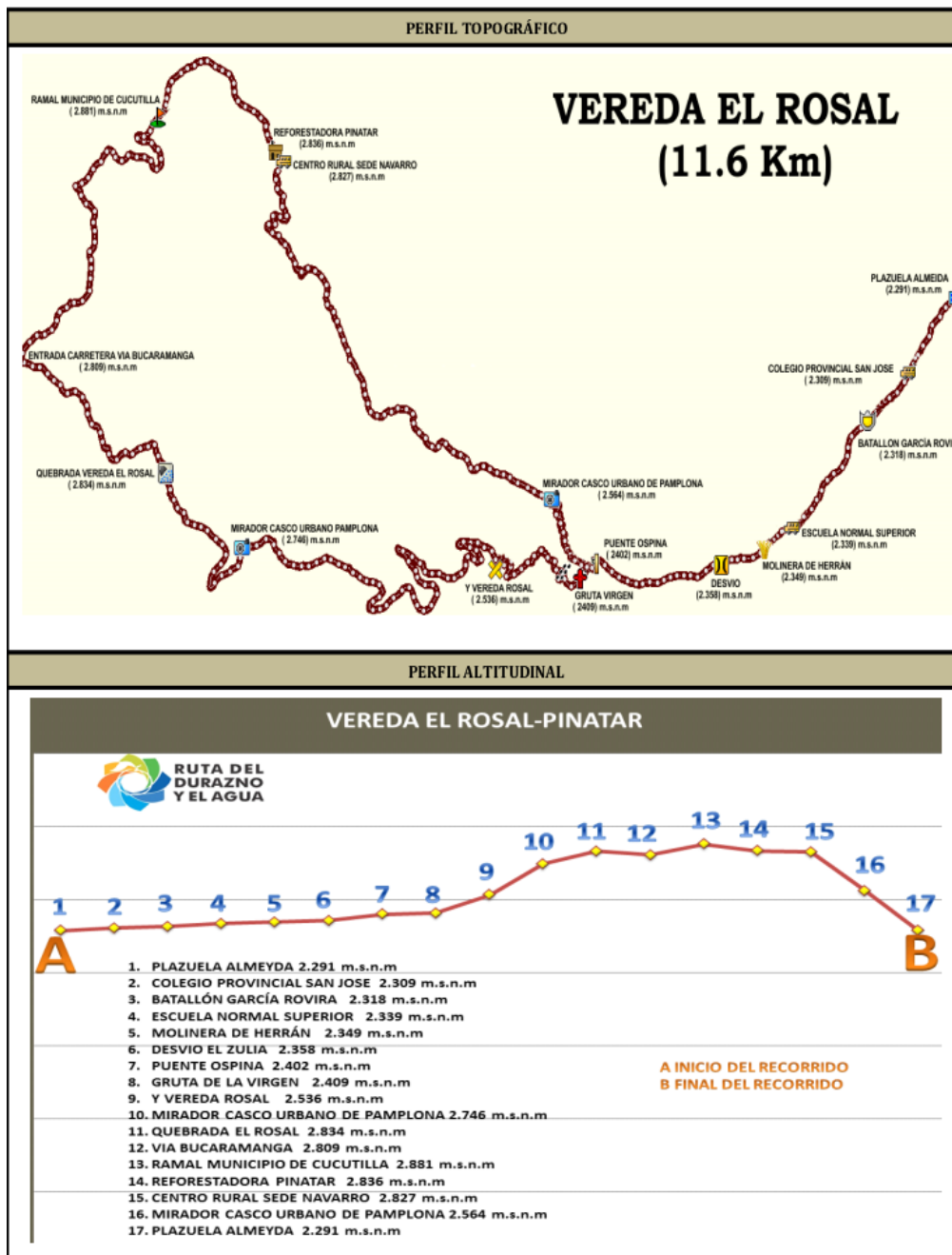


Figura 40. Ruta Vereda el Rosal- Pinatar

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp



Figura 41. Foto panorámica del Municipio de Pamplona desde la Ruta del Rosal

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp

3. Ruta del Rincón del Joel: Esta ruta tiene como paso obligado el Centro Experimental de la Universidad de Pamplona, aportaría toda su diversificación de productos de los cultivos que se encuentran en estudio, destacándose la importancia del agua y su buen aprovechamiento para el riego del cultivo que son de uso sostenible. La ruta cuenta con unos pozos artificiales que suplen la necesidad de la región de abastecimiento de agua, en el ámbito ecoturístico son espejos de agua de gran atractivo turístico. La variedad en flora y fauna permitiría a futuro la creación de avistamiento de aves, implementación de viveros con diferente tipología de especies vegetales. Entre sus atractivos esta uno de los caminos reales el cual rodea el Municipio de Pamplona y en épocas históricas le servía de conexión con otras regiones (Figuras 43, 44)



Figura 42. Foto centro experimental de la Universidad de Pamplona

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp



Figura 43. Ruta el Rincón de Joel

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp

4. Ruta Laguna La Negra Y Laguna Elísea: Este sendero se puede hacer de manera Caminata, cabalgata, o en vehículo, según la disponibilidad del turista, está rodeada de pequeñas montañas, su duración es de 7.7 Km, consta de panorámicas de los Municipios de Pamplona, Toledo y Labateca. Entre las especies más destacas y únicas del sector paramo se puede observar los frailejones. La ruta involucra ascensos y descensos entre el camino que lleva a la Vereda Negativa hasta llegar a la Laguna Negra, implica una condición física de gran rendimiento, por su travesía el turista entra en contacto con los cultivos de un área con gran capacidad productora, y con una calidez de todos sus habitantes (Figura 45).



Figura 44. Ruta Laguna la Negra- Laguna la Elísea

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp

5. Ruta de las tres cruces: Se puede decir que es la ruta más tradicional que tiene el Municipio de Pamplona, se destaca su travesía en semana santa, específicamente el jueves santo, donde se asciende la montaña como parte de una tradición religiosa. Su acceso puede ser de manera caminata por la parte superior del barrio las cruces, también se puede via vehicular por el lugar la Legía. Esta ruta se destaca por la variedad de algunos animales silvestres ante la erosión de la tierra que impide algún cultivo. Una vez se termina el ascenso la visual es su mayor atractivo, también cuenta con una pequeña llanura donde se puede practicar camping y parapentismo por presentar vientos muy fuertes (Figuras 46, 47).



Figura 45. Foto panorámica del Municipio de Pamplona desde las tres cruces

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp

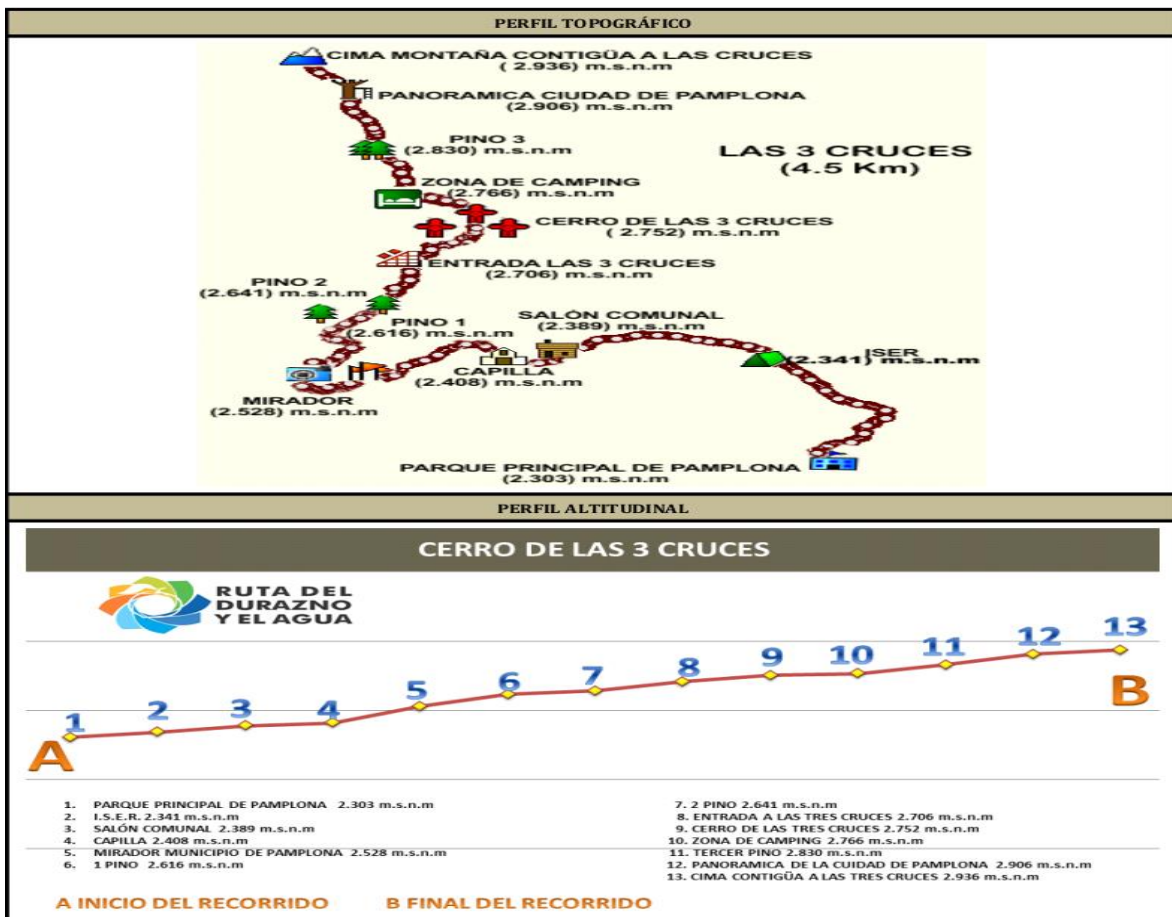


Figura 46. Ruta Cerro de las Tres Cruces

Fuente:

http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_174/recursos/noticias/03092015/seguimiento_turismo.jsp

5.2.2 Potencial operativo

Es necesario para poder garantizar el éxito y la sostenibilidad del clúster del ecoturismo en el municipio de Pamplona, contar no solo con los eslabones que hacen parte de la cadena productiva si no contar con otros aspectos relevantes y fundamentales como el recurso humano, recurso financiero, Institucionalidad, Relaciones sociales, infraestructura física. A continuación se relaciona cada uno de ellos:

1. Potencial Talento Humano

El Talento humano considerado como el componente más relevante dentro del clúster. El Municipio de Pamplona tiene una población de 58.299 habitantes (2017) DANE y es el segundo núcleo urbano de mayor importancia de Norte de Santander, la gran posibilidad de educación a nivel primaria básica y secundaria, permite contar con mano de obra calificada para la prestación del servicio de la cadena productiva del ecoturismo. Contar con la Universidad de Pamplona aumenta dicho potencial al dar la posibilidad de cualificar esta mano de obra y generar cadena de valor y sostenibilidad de las empresas.

2. Recurso financiero

Disponer con financiamiento consolidara la sostenibilidad del clúster ecoturístico, haciendo pertinente buscar instituciones acreditadas de financiamiento. El Municipio de Pamplona cuenta con la presencia de un gran número de entidades Bancarias como son: Bancolombia, Banco BBVA, Banco Popular, Banco Davivienda, Banco Bogotá, que son entidades de primer nivel, y también están las entidades de micro crédito: Banco de la Mujer, Bancamia y Coopropesores, entre otros.

3. Apoyo de las instituciones

Se necesita que las instituciones de apoyo identifiquen la relevancia de este tipo de emprendimiento y suministre la ayuda necesaria. El Municipio de Pamplona cuenta con la Secretaria del Turismo y por parte de la Policía Nacional su Policía de Turismo.

4. Relaciones sociales

Es un aspecto considerado como de gran relevancia, se necesita una excelente articulación entre todos los agentes económicos: Empresas, familias, Sector gobierno, para unir esfuerzos a través de la cooperación y el trabajo en equipo, uniendo esfuerzos, centrando los objetivos para esto se hace necesario que los miembros que hacen parte de la cadena productiva cumplan con características necesarias para integrarse al clúster o las desarrollen mediante la capacitación en áreas y desarrollen la:

Motivación: que la organización en cabeza de la gerencia redacte sus metas propias que lo impulsen a crecer y a apreciar los resultados del trabajo colectivo para potencializar turísticamente el municipio.

Actitud positiva: consolidar en todo momento las mejores expectativas sobre los logros y alcances que se construyan dentro del clúster turístico, sin caer en la utopía.

Liderazgo: Desarrollar condiciones típicas de un líder. Con referencia a todas los conceptos de los demás: entender los puntos de vista de todos los miembros del clúster

Dinamismo: Actitud de pertenecer a todas las labores que se necesiten y que sean alcanzables.

Disponibilidad y disposición de colaborar: Siempre estar pendiente de lo que devengue la organización del clúster, apoyar a todos los integrantes del clúster así se garantizara el buen desempeño del mismo.

Espíritu emprendedor: Competencia de formular metas y planificar como se conseguirá su realización.

Empatía: considerar las situaciones de los demás integrantes del clúster y tratar de buscar siempre el bien común.

5. Infraestructura física

Para la constitución del clúster se necesita disponer de un espacio físico, donde se desarrolle las primeras reuniones de organización del clúster. Consolidado el clúster, los miembros determinaran las condiciones óptimas para su funcionamiento.

5.3 Pasos para la conformación del clúster del ecoturismo en el Municipio de Pamplona

a. Conformación del equipo fundador del clúster. Promocionado por el Comité de Competitividad y el Comité de Desarrollo Turístico de la ciudad. El Comité de Competitividad y el Comité de Desarrollo Turístico (CDT) lideraran los procesos de señalar y motivar a todas las empresas del sector turísticos para que hagan parte de esta cadena productiva, mediante reuniones informativas y educativas para la implementación del clúster lideradas por por estas dos instituciones.

b. Congregación de formación de clúster con éxito. Las reuniones son fundamentales, necesarios, de su planificación facilitara certeramente asegurando su efectividad su resultado.

No pueden ser extensas, ni gastar demasiado tiempo evitando se produzcan resultados limitados, provocando deserción de los miembros del clúster.

c. Recomendaciones para la organización de los encuentros del clúster: Contactar a todas las organizaciones del sector turístico. Delegar en su defecto, a un integrante que tenga conocimiento del tema para hacer las veces de moderador del encuentro. Planificar los puntos a desarrollar con la aprobación previa de los participantes y de, manera concertada. Establecer priorizando temas claves específicos y de interés común. Ubicar el lugar con las comodidades necesarias y en un lugar de fácil acceso a todos los miembros. Disponer de los suministros para la reunión (folletos, brochures, etc.) consolidando físicamente la información. Contar de material didáctico adecuado que estimule y permita centrar la atención sin importar el tema a tratar. Diseñar formatos que permitan la condensación de la información que se quiera destacar y archivar, inquietudes aquella información de interés del líder de la reunión. Confirmando la entrega del resumen y distribución de lo tratado según orden de prioridad, esto incluye toma de decisiones, y el seguimiento delegado necesario para lograr lo que se propuso y se aprobó.

d. Inscripción de las empresas al clúster. Una vez que se hace asiste a las dos primeras reuniones convocadas por el Comité de Competitividad y el Comité de Desarrollo, las empresas interesadas en formar parte de esta iniciativa, se podrán matricular por medio de un formato que permitirá el registro dentro del Clúster de sus miembros.

e. Selección de los beneficios a obtener por las organizaciones que constituyen el clúster turístico. Las empresas miembros del clúster establecerán los metas que esperan alcanzar como miembros del clúster, como los siguientes : reconocimiento de su empresa, aumento de la productividad, innovación y diversificación en la oferta de sus productos, mejoras en la

capacidad instalada, formación de la mano de obra transformándolos en capital humano, mayor competitividad, optimización de los gastos financieros y de materia prima. .

f. Formación de la estructura organizativa del clúster turístico. Se debe iniciar por hacer una reunión convocando a todas las empresas que harán parte del clúster y conformar la Asamblea General, elegir la Junta Directiva, incluyendo la representación de todos los eslabones de la cadena productiva del clúster del ecoturismo, con el propósito de alcanzar y liderar las metas propuestas por la organización. La Junta Directiva estará compuesta por once miembros como mínimo y por un máximo de diecisiete, siendo, en todo caso, número impar de miembros.

En el siguiente cuadro se presenta la estructura organizativa del clúster con sus respectivas funciones.

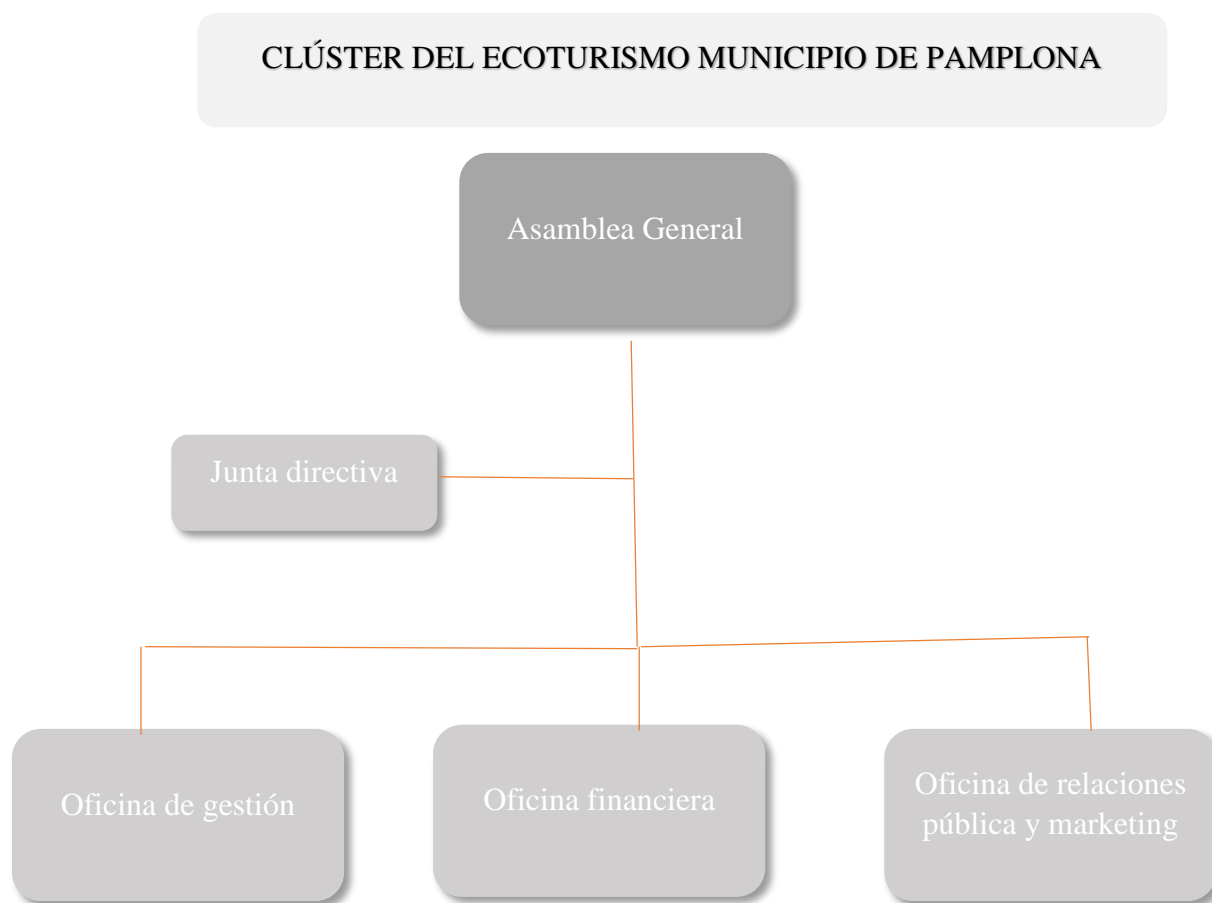


Figura 47. Organigrama

Fuente; Elaboración propia

Asamblea General: Órgano supremo, el cual tiene como función aprobar todos los estatutos de conformación y mantenimiento del clúster, para la consecución de los objetivos propuestos, lo conforman todas las empresas que hacen parte del clúster.

Junta Directiva: Será la encargada de velar por el buen funcionamiento del clúster dirigiendo y delegando funciones al equipo de trabajo.

Oficina de gestión: Será un enlace entre las empresas y el clúster, con el propósito de encauzar los recursos justos para lograr el desarrollo de las actividades propuestas planificadas, generando alternativas de propuesta de desarrollo para los operadores de turismo afiliados al clúster.

Oficina financiera: Será la encargada de asegurar la excelencia operacional en el cumplimiento de sus funciones, se encargará de las relaciones con las empresas asociadas y las empresas externas, asegurará el correcto control de las transacciones, comunicación y cumplimiento de las normas establecidas por la Junta Directiva y la Asamblea General, por último, asesorará la oficina de gestión en la elaboración de planes estratégicos.

Oficina de relaciones públicas y marketing: Su mayor función es manejar la imagen pública del Clúster y la consolidación ante los medios y el mercado electrónico, desarrollando campañas de promoción y mercadeo, planificando eventos con los estándares de calidad propios del sector.

5.4 Definición y delimitación del clúster:

El equipo directivo y operativo del clúster tendrá que definir y delimitar el producto turístico a ofrecer, para posteriormente crear diferentes rutas turísticas que ya están establecido y están plasmadas en la potencialidad ecoturístico con la que cuenta el Municipio de Pamplona, publicitarlos, velar por la conservación y mejora de éstos.

Al definir y delimitar todos los productos turísticos que se ofertaran en el Clúster, se hace más útil la formación de rutas ecoturístico con todos los requerimiento pertinentes de información para brindar un servicio con calidad y seguridad.

Por ejemplo, en la ruta del durazno y el agua, liderado por la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad de Pamplona en cabeza del Magister Cesar Villamizar, las rutas propuestas tienen una ficha técnica donde se describe aspectos topográficos, duración del recorrido, altura, características, sitios de interés, descripción de la ruta esto el perfil del turista a quien va dirigido, facilitando el direccionamiento del clúster a mercados nichos, y así incrementar la demanda turística, generando más ingresos a las empresa que conforman el clúster.

5.4.1 Mapa de actores del clúster del ecoturismo

La investigación presenta el mapa de los actores que hacen parte del clúster del ecoturismo, el cual representa la realidad participativa que tiene cada actor en la cadena productiva, sus metas, perspectivas futuras, y la interacción con los otros actores sean directos o indirectos, es importante levantar el mapa y conocer el roll que desempeña cada una de ellas. El centro del esquema está los atractivos naturales o ecoturístico, los cuales tienen un rol preponderante para motivar la demanda y sin ellos dejarían de existir los actores como alojamiento, gastronomía,

transporte, evidencia la interdependencia y la necesaria complementación de todas las actividades desarrolladas en la cadena productiva.

El mapa de actores del clúster del Ecoturismo como lo indica la figura 49, muestra encadenamientos, producto de desarrollo de la actividad que involucran a otros sectores productivos existentes en el municipio (comercio, sistema financiero, empresas de entretenimiento, etc.), convirtiéndose en la contribución económica del clúster al desarrollo local. La encuesta deja ver que se presenta una fuga de capital por que más del 50% de las empresas que conforman el clúster adquieren sus insumos en otras localidades, disminuyendo el potencial efecto multiplicador de la actividad turística en el crecimiento económico del municipio. (Mitnik & Magnazo, 2011, p.103)

La cooperación, factor clave para mejorar el funcionamiento de la cadena productiva, si esto no se da, es muy difícil que pueda existir acción conjunta a nivel empresarial, la encuesta arroja la debilidad existente ante esta condición, pero también se observa que hay voluntad de iniciarla en pro del desarrollo del sector. También se concluye que la falta de credibilidad y presencia del sector público podría a futuro obstaculizar el sostenimiento del clúster, como se platea en el mapa el sector gobierno hace parte importante del clúster al igual que las instituciones de apoyo y es considerado como la superestructura.

La Figura 49 también evidencia la conexión de los actores de la cadena del turismo con otros sectores es decir la incidencia/impacto, que es producto del desarrollo de la actividad turística y que pueden jalonar otras actividades económicas con otros grupos de actores. Dentro de mapa de relación entre actores del clúster del ecoturismo se encuentra la industria, en el municipio de Pamplona es incipiente este renglón, se destaca la necesidad de crear empresas que realicen transformación para el suministro de la cadena, un ejemplo seria empresas de muebles, de hierro,

elaboración de materiales de construcción entre otros. El Actor servicios de telecomunicación lo conforman las operadoras de telefonía celular: tigo, claro, movistar, etc, y aquellos establecimientos que ofrecen servicio de internet y minutos que pueden incrementar sus ventas ante el aumento de turistas en el municipio. Sector construcción, se habla que este actor participa activamente ante la necesidad de mejoramiento de los restaurantes, hoteles, se plantea que ante un aumento de la demanda turística la capacidad hotelera se quedara corta y demandara de incorporar más empresas, Servicios profesionales, podrán participar en la cadena ofertando sus servicios ante imprevistos que ocurra al turista durante su estadía. El sector comercio lo conforman todos los negocios de venta de ropa zapatos, electrónica, droguerías etc, entre los otros actores son los que se beneficiaran aún más, por la tendencia consumista y la disponibilidad de ingreso con la que cuenta el turista, incrementando sus utilidades por un incremento en las ventas. Un sector fundamental como parte de un buen servicio es contar con establecimientos financieros que ofrezcan sus servicios, facilitando los pagos y la seguridad del turista. Las empresas de entretenimiento, como el cine Cecilia al presentarse un aumento turístico podrán hacer parte de la cadena ya que el turista no tiene acondicionado cuando ir a ver una película.

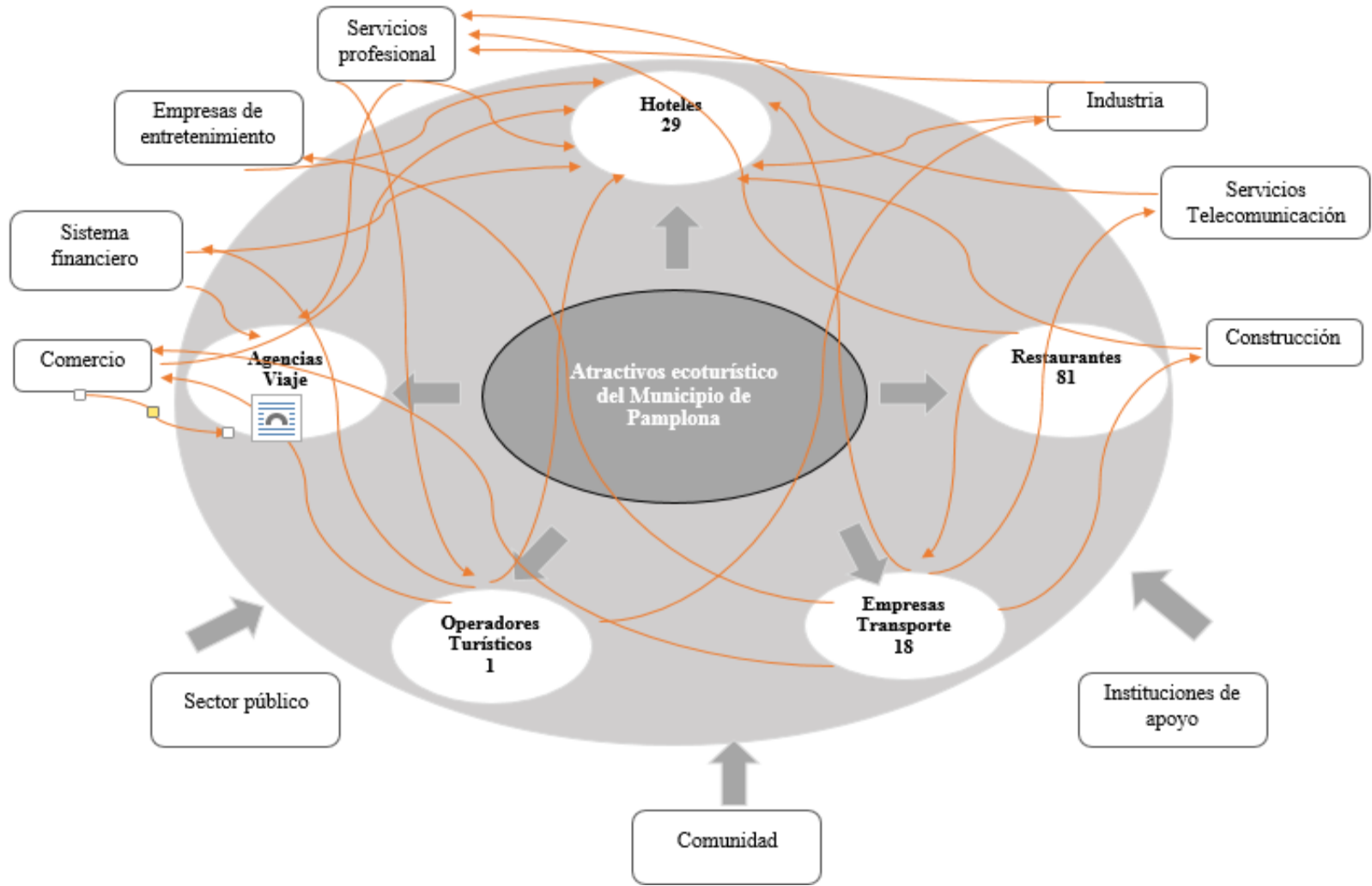


Figura 48. Mapa relación actores clúster del Ecoturismo

Fuente: Elaboración propia

La figura 50 expresa lo anotado anteriormente, de cada eslabón de la cadena de valor sale las actividades complementarias que se necesitan o que se pueden crear.

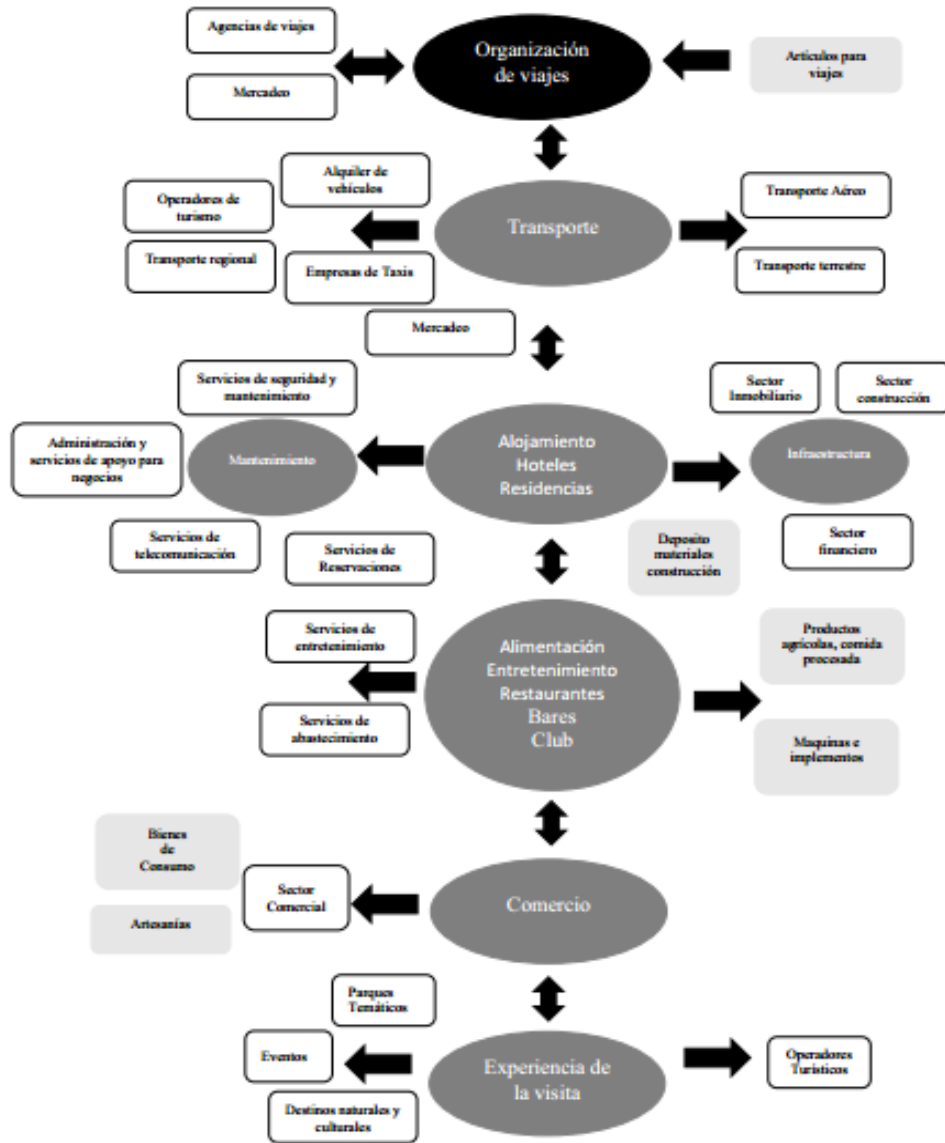


Figura 49. Cadena de valor del Ecoturismo para el Municipio de Pamplona

Fuente: Elaboración propia.

Al tener claridad como está conformada la cadena de valor de clúster del ecoturismo y los encadenamientos que se pueden producir se concluye definiendo la cadena de valor según el autor Kaplinsky y Morris (2002).

(...) el conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio desde su concepción, pasando por las diferentes etapas de producción (que involucran una combinación de transformación física y los insumos de diferentes servicios) hasta el suministro al consumidor final para su uso. (p.99).

El análisis por cadena de valor pone el énfasis en la dinámica de las relaciones inter e intra sectoriales en una economía global. La idea de cadena de valor es similar a la de las cadenas globales de valor. (Gereffi & Kaplinsky, 2001). Estos autores plantean que dichos estudios son pertinentes a la producción de bienes, sin embargo, el turismo no es un producto, si no la suma de servicios que se complementan para poder ofrecer un producto.

El sector hotelero es dinamizador de consumo, de él se desprende encadenamientos hacia atrás resultantes de la necesidad de satisfacer el consumo de la operatividad y prestación de sus servicios, dichos productos y como se identificó en la aplicación de la encuesta, incluyendo el sector hotelero se provisiona de insumos en mercados fuera del municipio ser comprados en el mercado local. La encuesta revela que los actores prefieren en un 52,3% comprar sus insumos fuera del Municipio de Pamplona la cercanía con la ciudad de Cúcuta y la existencia de almacenes como macro permiten de forma directa comprar a proveedores de esta forma reducir costos, los productos, pero también se concluye que existe una conexión con el consumo de productos de consumo inmediato: carne, pescado, lácteos, vegetales, frutas los cuales se prefieren comprar en el mercado local. También se presentan otros encadenamientos como son los de preparación el antes: construcción, equipos, manteles, uniformes, dotación, etc.

Además, el consumo turístico produce encadenamientos hacia adelante por medio de la producción de bienes y servicios directamente comprados por los turistas, tales como artesanías, compras locales de otros bienes, espectáculos musicales, tratamientos de salud, estética, el empleo de guías turísticos, entre otros.

Para la consolidación de un destino turístico hay actores fundamentales en la cadena productiva, y esto se hace en el proceso el plan de comercialización y distribución del destino, facilitar la toma de decisión del turista ofreciendo servicios como: agencias de viajes, quien le vende los servicios turísticos al consumidor final a través de oficinas abiertas al público o por Internet. Como se aprecia en la figura 51 (Tipo de actividad), para el clúster del Ecoturismo en el Municipio de Pamplona se cuenta con tan solo 4 agencias de viajes equivalentes al 4,6% del total de empresas involucradas en el clúster, y con una participación minoritaria del 1,1% lo hacen las empresas operadoras turísticas quien cumplen su función en ofrecer paquetes de viajes y comercializarlos a través de agencias de viajes, aunque esto no implica que el turista lo pueda hacer directamente, el estudio revelo la debilidad existente, pero también se considera como una oportunidad de generación de empresas.

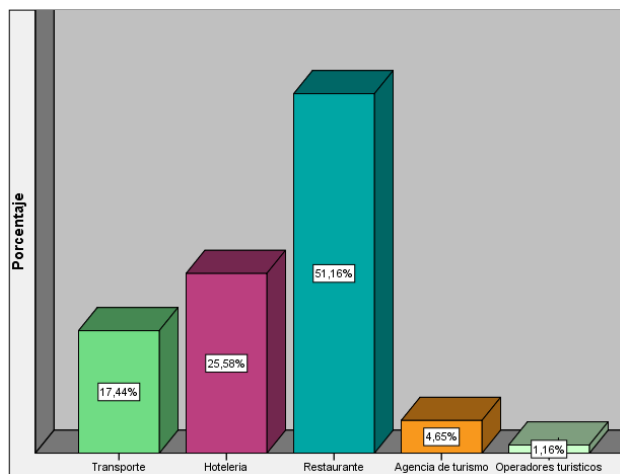


Figura 50. Tipo de Actividad

Fuente: Elaboración propia

Otro actor de esta cadena son las empresas de transporte con una participación en la cadena productiva del 17,4%, actualmente están constituidas de 18 empresas, de las cuales algunas prestan servicios intermunicipales y tan solo 3 servicios especiales turísticos, se concluye que pueden dar abastecimiento a un buen flujo de turistas. El actor restaurante es de los sectores que más participación tiene en la cadena productiva del clúster, con un 51,1% es considerado como de mayor tamaño, mayor consumo, y suministro de empleo, actualmente se cuenta con 81 restaurantes registrados en cámara de comercio y que cuentan con estándares mínimos para la prestación del servicio. Como es un sector de mayor presencia emana un alto consumo de suministros para poder cumplir con las expectativas y necesidad de alimentación de los turistas.

La cadena de valor del clúster del ecoturismo permite involucrar otros sectores como es el artesanal, comercial, empresas de entretenimiento, quienes ayudaran a que la experiencia sea inolvidable y que se desee repetir.

6. Conclusiones

El presente estudio se ha dedicado a identificar los actores y potencialidades ecoturísticas, que puedan contribuir al desarrollo local, y a la generación de una mayor dinámica y diversidad de sus actividades productivas. En este sentido se puede concluir que:

1. El clúster del ecoturismo nace como una alternativa para generar opciones de desarrollo para la ciudad de Pamplona, para su implementación se necesita de la interconexión de varias empresas que permitan ofrecer alternativas de esparcimiento a los turistas, generando encadenamientos dinámicos entre los actores que conforman el clúster y que cada uno de manera diferencial debe aportar un servicio para brindar calidad en el servicio.

2. El éxito del clúster está en la cooperación, trabajo en equipo, transferencia de conocimientos, de todas estas empresas que por su ubicación, localización o afinidad laboran alrededor del clúster, y esta interconexión permite obtener beneficios específicos a todos sus eslabones, tales como:

- a. Aumentos en productividad
- b. Mejoras en su capacidad de innovar
- c. Atracción de nuevas empresas al sistema.

3. La cadena productiva del turismo sus actores y eslabones no tienen una relación funcional con las instituciones gubernamentales ni interconexión entre ellas, evidenciando una situación compleja de falta de articulación y desconfianza. Un objetivo de implementar el clúster basados en el potencial ecoturismo en el Municipio de Pamplona es aprovechar e incentivar otras actividades alternativas diferentes como el alquiler de habitaciones, manutención, y demás

actividades que devenga los estudiantes de la Universidad de Pamplona, y se vuelva en una fuente alternativa de generación de ingresos reflejado en mejoramiento de la calidad de vida de toda su población. Se hace necesario concretar una planificación integral que permita superar los problemas detectados.

4. No existe apoyo gubernamental e institucional a los esfuerzos turísticos que hasta el momento se han hecho en el municipio de Pamplona, han sido por parte de los mismos actores que conforman esta cadena productiva, es necesario la puesta en marcha de iniciativas de organización, con respaldo de las instituciones y el gobierno, contribuiría al desarrollo económico y social del municipio de Pamplona para el desarrollo.

5. La falta de liderazgo ha significado que los planes formulados en diferentes momentos, por el sector privado o por el sector público, no logren generar el proceso de participación imprescindible para llevarlos a la práctica, pero el interés y la movilización de algunos sectores permiten suponer que es factible iniciar un proceso de trabajo compartido, que respete las disidencias.

6. Uno de los puntos más relevantes que se presentan en el capítulo de resultados es la falta de presencia de operadores turísticos, tan solo se cuenta con una y lo hace de manera desarticulada con el resto de actores que conforma la cadena, es necesario que se incentiven a la creación de estas empresas para que puedan desarrollar paquetes turísticos y de esta manera atraer turistas garantizando el flujo de turistas en todas las épocas del año.

7. En cuanto a la infraestructura física el Municipio de Pamplona goza de buena cobertura, existen los suficientes hoteles, restaurantes, que permitan alojar un flujo alto de turistas, según su disponibilidad presupuestal, las vías de acceso se encuentran en buen estado en un alto nivel de proporción.

8. Respecto a mano de obra calificada se aprecia que no se cuenta con el personal idóneo para ejercer las funciones propias del turismo existe un nivel muy bajo de manejo de la segunda lengua, a pesar que se cuenta con una universidad, con un centro educativo social como es el SENA, con buena cobertura a nivel de la educación básica, no se dispone de cualificación en su mano de obra, para el desempeño de esta labor.

9. Como fortaleza el Municipio de Pamplona es reconocido como una ciudad de gran patrimonio cultural e histórico, enfrenta un gran desafío continuar explotando sustentablemente su potencial de naturaleza con la que cuenta el municipio aprovechando esa ventaja competitiva ya consolidada en el sector turismo.

7. Recomendaciones

1. El sector turístico del Municipio de Pamplona necesita otro enfoque que le permita atraer un mayor número de turistas en épocas diferentes a las ya establecidas donde la demanda de turistas se incrementa, hay que incorporar la potencialidad en recursos naturales a la fortaleza del atractivo histórico, religioso y cultural, así ofrecer al turista un portafolio más dinámico, aprovechando la nueva tendencia hacia destinos de turismo de naturaleza.

2. Realizar estudios de mercado para determinar gustos y preferencias del turista, así desarrollar y enriquecer el portafolio, explorando nuevos escenarios o atractivos naturales, junto con la alcaldía y demás instituciones.

3. Fomentar alianzas entre los actores que conforman el clúster, y las instituciones de apoyo que posibiliten el fortalecimiento del sector turístico. Ellas representan la base fundamental en la implementación y puesta en marcha de esta iniciativa.

4. Convocar o hacer partícipe a toda los agentes económicos para que implementen actividades alternas al servicio del turismo, artesanías, calzado, confección, actividades recreativas, etc. que satisfaga la necesidad de los turistas y lo que ellos quieren encontrar en su visita.

5. Mediante la experiencia de algunas empresas no gubernamentales como es Consornoc, se puede aliar la comunidad turística para el diseño e implementación de proyectos productivos que vayan de la mano con programas de capacitación a todos los posibles y actuales prestadores de servicios en esta cadena productiva turística, despertando el emprendimiento de toda la comunidad.

6. Un reto será fortalecer el liderazgo, las capacidades organizativas y la calidad de las instituciones para poder dar inicio a las etapas del clúster: nacimiento, crecimiento, madurez y declive, esperando que la madurez sea sostenible en el tiempo y así conseguir un desarrollo sostenible, y sea el trampolín de la creación de nuevas empresas que innoven para mejorar y consolidar las ventajas comparativas del clúster del ecoturismo en el Municipio de Pamplona y lo consolide como destino turístico de talla internacional

7. Liderar programas de capacidad estratégica a corto y largo plazo, donde su núcleo sea el fortalecer e incentivar las prácticas de cooperación y alianza, aumentando la asociatividad y confianza entre todos los actores del clúster.

8. La última recomendación es crear en la población local conciencia en la importancia que juegan o en el rol que desempeña este clúster, de ellos dependerá que se logre consolidar un destino turístico de talla mundial.

9. Aprovechar el Plan de Ordenamiento Territorial y su presupuesto para el desarrollo y fomento del turismo en el municipio de Pamplona, encausando la generación de empleo, otros ingresos, usos sostenible de los recursos naturales y mejorar las condiciones sociales de toda la comunidad pamplonesa.

10. Reconocer anualmente la labor del sector turístico incentivando a una competencia sana que conlleve a la calidad permanente y así incentivas a generar nuevas empresas que se incorporan al sector turístico y a la satisfacción de sus necesidades.

Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Casanare. (5 de Enero de 2016). Obtenido de Turismo por Casanare:
<https://www.casanare.gov.co/?idcategoria=1201>
- Altenburg, T. (2001). La promoción de clusters industriales en América Latina. Buenos Aires: Focopyme.
- Altes Machin, C. (1993). Marketing turístico. Madrid.
- Amit, R., & P., S. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14, 34-46.
- Balestrini Acuña, M. (2002). Como elaborar el proyecto de investigación Consultores asociados .
- Barbosa, B. (2000). Formación de un clúster entorno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito. Brasilia.
- Barriga, J. R. (2004). Delimitación del Cluster de confecciones de la zona cafetera. [Proyecto de grado]. Bogotá : Universidad de los Andes.
- Bianchi, P. (1992). Competencia dinámica, distritos industriales y medidas locales”, Serie Industrialización y desarrollo tecnológico, No.13, LC/ G.1752. Santiago de Chile: CEPAL.
- Britton, S., & Clarke, W. (1987). Ambiguous Alternative: Tourism in Small Developing Countries. Suva: University of the South Pacific. Britton, S. y Clarke, W. (eds), .
- Brundtland, G., & al., e. (1987). Report of the Brundtland Commission: Our Common Future,. World Commission on Environment and Development, Oxford University Press.
- Bustelo, P. (1998). Teorías contemporáneas del desarrollo económico. Madrid: Síntesis.
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”. . *Canadian Geographers*, Vol. 24, 5-12.
- Camara de Comercio. (20 de Diciembre de 2016). Informe de Gestión. Obtenido de <http://camarapamplona.org.co/camara2/sites/default/files/CONCEPTO%20ECON%20C3%93MICO.pdf>
- Cámara de Comercio de Antioquia. (2012). Informe de estudios económicos titulado “Cadena Turismo de Naturaleza en Antioquia”.
- Carter, E. (2007). Ecoturismo as a Western construct. En J. Higham, *Critical Issues in Ecoturismo: understanding a complex tourism phenomenon* (págs. 46-69). Burlington: Elsevier.
- Catalino, M. M. (2011). Ecoturismo en Colombia: Una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural. *TURyDES*, 1-6.

- Cater, E. (1987). Tourism in Least Developed Countries. *Annals of Tourism Research*, Vol. 14(2), 202-226.
- Ceballos, H. (1998). *Ecoturismo. Naturaleza y desarrollo sostenible*. México: Diana.
- Ceballos-Lascurain. (1996). Tourism, ecotourism, andecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism. *Revista de Análisis Turístico*, 13.
- Ceballos-Lascurain, H. (2008). *Tourism, ecotourism, and protected áreas*. IUCN, The World Conservation Union. United Kingdom.
- Chavez. (2004). *Introducción a la investigación educativa*. Venezuela: Graficas .
- Condo, A. &. (2002). Promoción de clusters en América Latina: la experiencia del CLACDS-INCAE. En A. &. Condo, *Promoción de clusters en América Latina: la experiencia del CLACDS-INCAE* (págs. 230-260). Santiago de Chile.
- Conner, K. R. (1991). A historical comparison of resources-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm? . *Journal of Management*, 17, 121-154.
- Corporación de Turismo del Norte de Santander. (2014). *Diseño del Producto Turístico de NORTE DE SANTANDER Héctor E. López Bandera Consultoría Turística INFORME FINAL – TOMO I de II Contrato FNT No.056 de 2014*.
- Cotelco, N. 5. (2017). *Turismo por Colombia. Vivir y Viajar*, 13.
- Cuadra, F. (12 de Septiembre de 2017). *Biodiversidad Mexicana*. Obtenido de <http://www.biodiversidad.gob.mx/corredor/corredorbiomeso.html#>
- Dierickx, I., & Cool, K. (1989). Asset stock, accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35 (12), 1504-15-11.
- Dirven. (2003). ” El cluster: un análisis indispensable ... una visión pesimista” *Unidad de Desarrollo Agrícola*. Mexico.
- Duch. (2003). *Business analysis for clusters” en TCI Introductory Cluster Course Göteborg, European Seminar on Cluster Policy*. Inglaterra.
- Duffy, R. (2008). *Neoliberalising Nature: Global Networks and Ecotourism Development in Madagascar*. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18.
- Eber, S. (1992). *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*. Godalming,Surrey: World Wide Fund For Nature.
- Entorno turistico. (16 de Octubre de 2017). *Entorno turistico*. Obtenido de Entorno Turistico. *Hablemos de turismo*: <http://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

- Fayos-Solà, E., & Jafari, J. (2012). *Knowledge Management in Tourism: Policy and Governance Applications*. Emerald Group Publishers en imprenta.
- Ferro, C. (2003). *El proceso de creación de clusters*. Mexico: Ediciones Deusto, referencia n°1400.
- FONTUR. (2015). *Estrategia de Turismo por Colombia*. Bogotá.
- Fraguell S. Rosa MAria, M. F. (2018). *Ecoturismo itinerante en el trapecio amazonico colombiano*. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 27(3), 48-62.
- Fraguell S. Rosa María, Muñoz F. Juan Carlos. (22 de Mayo de 2002). *Ecoturismo itinerante en el trapecio amanazonico colombiano*. Girona, España.
- Gago, A. (1993). *Planificación y Desarrollo Regional*. Curso Latinoamericano de Desertificación. Mendoza.
- Gereffi, G. a. (2001). *The value of value chains*”, *IDS Bulletin*.
- Grant, R. M. (1992). *Contemporary strategy analysis: concepts, techniques, applications*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Gunn, C. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases (3rd edn)*. . Washington, DC: Taylor and Francis.
- Hamel, G., & Heene, A. (1994). *Competente-based competition*. Chichester: John Wiley.
- Harrison, D. (1995). *International tourism and the less developed countries: A background*. En D. Harrison (ed.) . *Tourism and the Less Developed Countries: 1–18*. Chichester: John Wiley and Sons.
- Hernandez Sampieri, R., Baptista, L., & Fernandez Collado, C. (2014). *Metogología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Selección de la muestra*. En *Metodología de la Investigación (6ª ed., pp. 170-191)*. México: McGraw-Hill.
- Herrera, A. &. (2009). *El Primer Agente de Viajes Historia y Vida*. Costarica: Editores Munco Revistas. Numero 453.
- Hetzer, N. D. (1965). *Environment, tourism, culture*. *Links*, 1(3).
- Higham, J. E. (2007). *Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon*. Routledge.
- Hirschman, A. O. (1958). *The strategy of economic development* . New Haven: Yale University Press.
- Holden, A. (2000). *Environment and Tourism*. London: Routledge.

- Hoover, E. M. (1937). Location Theory and the Shoe and Leather Industry. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Humphrey, J. y. (1995). "Principles for promoting clusters & networks of SME's". Michigan: University of Sussex, U.K.
- Inskip, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: John Wiley and Sons.
- Itami, H. (1987). Mobilizing invisible assets. Cambridge: Harvard University Press.
- J, B. (1986). Geografía económica: aspectos espaciales y ecológicos de la actividad económica. Mexico D.F.: Editorial Limusa.
- Kaplinsky, R. y. (2010). A Handbook for Value Chain Research. (Un Manual preparado para IDRC). Mexico DF.
- Leno Cerro, R. (1993). Técnicas de evaluación del potencial turístico. Madrid.
- López, J. A., & Sabater, R. (s.f.). La teoría de los recursos y capacidades de la empresa: una revisión. Obtenido de <http://www.um.es/fee/documentos/dt2-00.pdf>.
- Maldonado. (2007). Economía y territorio en América Latina y el Caribe: desigualdades y políticas. XII Conferencia de Ministros y Jefes de Planificación de América Latina y el Caribe. Brasilia, junio.
- Maldonado, C., & Hurtado, J.-P. (2006). Códigos de conducta en turismo: tendencias internacionales y perspectivas comunitarias en América Latina . Ginebra: OIT.
- Marshall, A. (1920). Industry and trade . Londres: MacMillan.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts.
- Mccormick, D. (1999). African enterprise clusters and industrialization: Theory and reality. World Development. Inglaterra: Harvard Business Review.
- Medina, V. (2006). Plan de Desarrollo Turístico para el área cono soda como Pita. 125.
- Meyer-Stamer, J. (2008). Systemic Competitiveness and Local Economic Development, Large Scale Systemic Change: Theories, Modelling and Practices, Duisburg, Alemania.
- Mier, R., & Fitzgerald, J. (1991). Managing Economic Development, Economic Development Quarterly, N.5.
- Ministerio de Comercio, I. y. (20 de Noviembre de 2017). Mincomercio, industria y turismo. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Política de Turismo de Naturaleza, documento preliminar. Bogotá.

- Miossec, J. (1976). Elements pour une Theorie de l'Espace Touristique. Les Cahiers du Tourisme. C-36 CHET, Aix-en- Provence: CHET.
- Mitnik, F., & Magnazo, C. (2011). Desarrollo de Cadenas Productivas, Clusters y Redes Empresariales. Herramientas para el Desarrollo Territorial. . BID – ADEC (Agencia para el Desarrollo de Córdoba.
- Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Neiva: Universidad SurColombiana.
- Morales, S. (20 de Julio de 2008). Estudio comparativo de experiencias de ecoturismo de tres comunidades lcoalizadas en áreas protegidas en tres países andinos (Colombia, Peru, Venezuela). Obtenido de Academia.edu:
https://www.academia.edu/4353035/Estudio_comparativo_de_experiencias_de_ecoturismo_de_tres_comunidades_localizadas_en_%C3%A1reas_protegidas_en_tres_pa%C3%ADses_andinos_Colombia_Per%C3%BA_Venezuela_
- Muñoz. (2009). Modelo de Evaluación Relacional para Sistemas Turísticos. Una Propuesta de Análisis del Capital Social en Destinos”. Tesis Doctoral. Universidad Antonio de Nebrija.
- Muñoz de Bustillo, R. (2000). El Estado de bienestar en el cambio de siglo. Madrid: Alianza Editorial.
- Muñoz, A. (2008). Fomento institucional de la cooperación públicoprivada como factor clave del desarrollo turístico“. Segundo Congreso internacional de Turismo y Desarrollo. EUMED.
- Myrdal, G. (1970). The Challenge of World Poverty: A World Anti-poverty Programme in Outline, Pantheon.
- Novelli, M. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. Tourism Management, 115-116.
- Organización Mundial de Turismo. (2015). Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. Organización Mundial de Turismo. Madrid.
- Pelekais, C. (2010). El ABC de la invetsigacion:Guia Didactica, un encuentro con la ciencia. Maracaibo, Venezuela: Astrodata.
- Penrose, E. T. (1962). Teoría del crecimiento de la empresa. Madrid: Aguilar.
- Perroux, F. (1955). “Note sur la notion pole de croissance” . Economie Apliqué. Presse Universitaire de France. Paris.
- Porter, M. (1980). Estrategia Competitiva. México: CECSA, Versión Española .
- Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones, Vergara. Buenos Aires.
- Porter, M. (2000). Location, competition and economic development: Local Clusters in a Global Economy. Economic Development Quarterly.

- Porter, M. (2002). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desarrollo superior, Patria, . México.
- Porter, M. E. (1998). Cluster and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76 (6) : 78.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68 (3), 79-93.
- Prentice, P. (2003). Economics: Principles in action. En P. Prentice, Economics: Principles in action (pág. 157). New Jersey.
- Ramos, J. . (1998). Una Estrategia de Desarrollo a Partir de los Complejos Productivos (Clusters) En Torno a los Recursos Naturales,. Chile: Cepal.
- Sabino. (2002). El proceso de Investigación. Bogota: Panamericana.
- Sabino, C. (1992). El proceso de investigación . Caracas: Panapo.
- Sáez, A. (2009). Los micro-cluster turísticos ¿Una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas? *Semestre Económico*, 12(24), 57-68.
- Sandoval, A. (2004). Monitoreo sobre los impactos del Ecoturismo: Un Examen de Metodologías y Recomendaciones para el Desarrollo de Programas de Monitoreo en América Latina.
- Secretaria de Turismo Casanare. (28 de Marzo de 2016). Plan de Desarrollo Turístico Departamento de Casanare. Obtenido de http://citur.linktic.com/upload/publications/documentos/165.Plan_de_desarrollo_turistico_de_Casanare.pdf
- Secretaria de Turismo de México. (s.f.). Integración de agrupamientos turísticos competitivos “Clusters Turísticos”.
- Sierra Bravo, R. (1988). Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios. Madrid: Paraninfo.
- Solvell, O. (2008). Clusters balancing evolutionary and constructive forces. 1a ed. Sweden : Ivory Tower Publishing. Stockholm.
- Solvell, O., Lindqvist, G., & Ketels, C. (2003). The Cluster initiative Greenbook. 1a ed. . Stockholm : BronnaTryck AB agosto.
- Solway, A. (2008). Sustainable Tourism. Franklin Watts Ltd.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). Bases de la Investigación cualitativa. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Stumpo, G. (1996). Encadenamientos, articulación y procesos de desarrollo industrial. Santiago de Chile: Cepal.

- Sundstrom, S. (2003). El Ecoturismo como instrumento para el desarrollo sostenible: un estudio comparativo de campo entre Suecia y Ecuador .
- Tamayo, M. (1997). El proceso de la investigación científica. México: Limusa.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18 (7), 509-533.
- Telfer, D. (1996). Food purchases in a five-star hotel: A case study of the Aquila Prambanan Hotel, Yogyakarta, Indonesia". . *Tourism Economics: The Business and Finance of Tourism and Recreation* 2 (4), 321–38.
- Tixier, J., & Castro – Goncalves, L. (2010). Poles de competitivite: les Turismo Español 08 – 12, Secretaria General de Turismo, Ministerio de Industria, Turismo europeo.
- UNWTO. (2005). *Tourism's Potential as a Sustainable Development Strategy*.
- Varisco, C. (2007). Iniciativas de desarrollo local y fomento del cluster turístico. *Aportes y Transferencias*. *Aportes y Transferencias*, 31-42.
- Weaver, D. (1998). *Sustainable Tourism: A Critical Analysis*. Queensland: CRC Griffith University.
- Weaver, D. (1998). *Sustainable Tourism: A Critical Analysis*". Queensland: CRC Griffith University.
- Wernerfelt, B. (1995). The resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 16 (3), 171-174.
- World Travel & Tourism Council. (2015). *Tourism Satellite Accounting Research*. Consejo Mundial de Viajes y turismo. EE.UU.

Anexo N. 1

Encuesta

1. Tipo de actividad:

1. Transporte
2. Alojamiento
3. Gastronomía
4. Operador turístico
5. Comercio
6. Institución turística
7. Otros

2. Antigüedad de la empresa:

1. De 1 a 4 años
2. De 4 a 7 años
3. De 7 a 10 años
4. De 10 a 13 años
5. De 13 años en adelante

3. Que potencialidad tiene el municipio para desarrollar el turismo?

1. Patrimonio Histórico
2. Religioso
3. Naturaleza
4. Académico
5. Otros. Cual?

4. Cuales son los puntos debiles del Municipio?

1. Cultural
2. No asociatividad
-

3. No apoyo estatal

4. Financiación

5. Otros. Cual?

5. Que perspectiva tiene el turismo como fuente de desarrollo para el municipio de Pamplona?

1. Altamente

2. Medianamente

3. Poco

4. Nulo

5. Otros. Cual?

6. A quien le compete la solución de problemas que afectan al sector turistico?

1. Sector Público

2. Sector Privado

3. Sector Turístico

4. Sociedad Civil

5. Otros. Cual?

7.Cuál es la apreciación que le merece la gestión de la administración municipal en el área de turismo?

1. Altamente

2. Medianamente

3. Poco

4. Nulo

5. Otros. Cual?

8. Cómo definiría el Municipio de Pamplona como un destino turístico?

1. Muy atractivo

2. Medianamente atractivo

3. Nada atractivo

4. Otros. Cual?

9. Que considera que es el mayor obstaculo en su actividad?

1. Mano de obra no calificada

2. Impuestos

3. Infraestructura

4. Falta de inversión gubernamental

5. Otros. Cual?

10. Tipo de huésped que visita su establecimiento?

1. Familias

2. Adulto Mayor

3. Adulto jóvenes

4. Parejas

5. Otros. Cual?

11. Rango de edad de los turistas que visita su establecimiento?

1. De 0 a 18 años

2. De 18 a 30 años

3. De 30 a 50 años

4. De 50 en adelante

12. Nivel socio económico del turista que visita su establecimiento?

1. Alto

2. Medio alto

3. Bajo

4. Medio bajo

13. Cuáles son los problemas críticos de su actividad?

- 1. Estacionalidad
- 2. falta de aprovechamiento
- 3. No asociatividad
- 4. Deficiencia estatal
- 5. No hay difusión

14. Donde adquiere sus insumos?

- 1. Local
- 2. Fuera de la ciudad
- 3. Otros. Cual?

15. Los empleados que contrata para su actividad son de origen?

- 1. Local
- 2. Departamento
- 3. Otras regiones
- 4. Extranjeros
- 5. Otros, Cual?

16. Ha desarrollado alguna actividad en conjunto para fortalecer su actividad con otras empresas en el último año?

- 1. Si
- 2. No
- 3. Otros. Cual?

17. Y con el Sector Público?

- 1. Si

- 2. No
- 3. Otros. Cual?

18. Que institución representa sus intereses empresariales?

- 1. Alcaldía
- 2. Gobernación
- 3. Fontur
- 4. Cotelco
- 5. Cámara de Comercio
- 6. Otros. Cual?

19. Ud. participa en alguna institución local?

- 1. Jal
- 2. Comités de fiestas
- 3. Corporación de turismo
- 4. Ninguna
- 5. Otros. Cual?

20. Los ingresos de los últimos años corresponden al rango?

- 1. De 0 a 5 Millones
- 2. De 5 a 10 Millones
- 3. De 10 a 20 Millones
- 4. De 20 a 50 Millones
- 5. Mas de 50 Millones

21. Esta conforme con la rentabilidad de su empresa?

- 1. Si
- 2. No

3. Otros. Cual?

22. Ha participado en alguna actividad para fortalecer su actividad?

1. Si

2. No

3. Otros. Cual?