



TEORIA CLÚSTER

DANIELA HURTADO QUINTERO  
DIANA CAROLINA SÀNCHEZ VEGA

PROYECTO DE GRADO II

PROFESOR:  
JUAN CARLOS AMÉZQUITA

UNIVERSIDAD ICESI  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI  
22 DE MAYO DE 2015

## CONTENIDO

I.	MARCO TEÓRICO.....	¡Error! Marcador no definido.
II.	BIBLIOGRAFIA.....	21

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo pretende evidenciar la investigación realizada por medio de la recopilación de datos secundarios que servirán como herramienta y guía para estudios, proyectos y demás temas relacionados con la teoría Clúster. El resultado son las diferentes definiciones que se le han dado a lo largo del tiempo a esta teoría, las dimensiones y clasificaciones que se le han otorgado y posteriormente se habla de la evidencia en Colombia de diferentes aglomeraciones en las regiones del país y específicamente en el Valle del Cauca.

**PALABRAS CLAVE:** Clúster, distritos industriales, concentraciones empresariales, competitividad, desempeño, Red Clúster.

## I. MARCO TEÓRICO CLUSTERS:

Para contextualizar la investigación se abordará en un comienzo el significado de un *Cluster* o *concentraciones empresariales*, de esta forma se irá ampliando y relacionando con el concepto *Upper Echelons*. Para definir lo que es un Cluster se tomarán varias apreciaciones y elementos de diferentes autores, después se explicara cómo se dividen y que tipo de Clusters existen, se abordara cuáles son las variables más influyentes para que se generen este tipo de concentraciones empresariales y finalmente cual es el impacto y el beneficio que trae esta teoría no solo para las empresas que lo conforman sino también para la región y el país donde se encuentre.

En un comienzo Marceau (1994) argumenta que los Clusters son una agrupación de firmas de una misma industria, de lo cual se reitera que simplemente no son un conjunto de empresas aleatorias que deciden ubicarse en un mismo contexto geográfico, sino que deben tener una relación directa en la industria que se desenvuelven. Así mismo, Michael Porter (1998) uno de los autores más expertos en el tema de competitividad empresarial, nos da otra definición: “Los Clusters son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en un determinado campo, estos son una gama de industrias relacionadas y otras entidades que son importantes para competir”.

Así mismo, el economista Alfred Marshall (1890) quien a este tipo de aglomeraciones les otorga el nombre de *distritos industriales*, los cuales define como concentraciones de sectores especializados en una localidad específica, es una comunidad estable, donde se afirma una identidad cultural local muy fuerte, se genera un entretejido socio-económico, en donde las fuerzas sociales se unen con las económicas. Una característica central de los distritos industriales está dada por la cooperación, ya que esto reduce los costos de transacción introduciendo beneficios económicos facilitando la flexibilidad y la innovación siendo un mecanismo de ventaja competitiva prevalente en el distrito. Adicionalmente expone cómo las empresas que se localizan en dichas aglomeraciones pueden beneficiarse, generando economías internas y externas, lo cual tiene un efecto

directo en las organizaciones que conforman la industria presentando una mayor productividad y competitividad. Las internas dependen de la organización y de la eficiencia de las empresas, por otro lado las externas son aquellas que dependen del desarrollo general del sector industrial, lo que él propuso fue vincular las economías externas a la localización interna de la industria, trayendo consigo grandes beneficios como un mejoramiento de la información y una mayor disponibilidad de mano de obra calificada.

Por otra parte, Marshall argumentaba que gracias a los distritos industriales, se logra proporcionar un mercado más ordenado y constante, ya que a medida que la industria crece, así mismo la disponibilidad de mano de obra especializada aumenta y se intensifica contando con un trabajo cualificado y enfocado, generando así la intersección de las economías mencionadas anteriormente.

Igualmente Marshall en el texto de su autoría titulado “Industry and Trade” (1919) agrega el concepto de *atmósfera industrial* que junto a la existencia mutua de confianza y conocimiento, facilita la generación de las competencias que necesita la industria, promueve la innovación y difusión entre las pequeñas y medianas empresas del distrito industrial.

Sin embargo, Todas las características descritas por Marshall en el modelo de distrito industrial son resumibles en el concepto de aglomeración, que es el alargamiento localizado (Becattini, 1987) no ya de las elecciones estratégicas de la empresa individual, sino de la presencia conjunta de empresas especializadas y servicios dedicados a ellas. Es por esto que Becattini, partiendo de los primeros escritos de Marshall sostiene además que para poder hablar de distrito industrial, es necesario que la población de empresas se integre con la comunidad local de personas, reserva de cultura, valores y normas sociales adaptadas por un proceso de industrialización desde abajo.

Del mismo modo Marshall en su libro “Principles of Economics” (1920) indica que las principales causas de la localización de industrias han sido: las condiciones físicas tales como el comportamiento del clima y el estado del sueño, haciendo

especial énfasis en la industria minera y en cómo se han creado concentraciones de empresas dedicadas a la explotación del suelo, logrando así un crecimiento no solo económico sino también mejorando las habilidades de trabajadores, maquinaria y métodos de extracción; y los “patrocinios de un tribunal”, haciendo referencia a como hace ya varios años la gente poderosa y rica, comenzó a solicitar bienes de alta calidad y especialidad, por lo que en sitios cercanos a esta población (de personas adineradas) se comenzaron a acentuar trabajadores y maquinaria especializada.

Igualmente resalta como el principio de los clusters o agrupaciones se dio gracias a la “globalización temprana” que se presentó a finales del siglo XIX, pues gracias a los mecanismos de transporte y demás, se logró aprender de otros individuos que se encontraban en regiones lejanas y que en muchos casos formaban pequeñas agrupaciones de personas especializadas en localidades diferentes a las de su nacimiento.

Finalmente Marshall también menciona las ventajas que trae a una región la creación de agrupaciones empresariales o de otro tipo, pues resalta que el crecimiento de una economía local se da gracias a la especialización que se desarrolla por influencia directa de las aglomeraciones, pues con la ayuda de estas se cuenta con personal altamente capacitado, maquinaria de última tecnología y lo más importante es que se crea una economía sólida conformada por varias empresas que aportan crecimiento día a día.

Así pues, la eficiencia del conjunto del agrupamiento es mayor si la comparamos solamente con la de una empresa que actúa e interactúa sola con el mercado, debido a las externalidades que genera cada empresa a las demás, es decir, las acciones que lleva a cabo una de las empresas que conforman los conglomerados no solo trae beneficios propios, si no que ayuda a fortalecer e incrementar el crecimiento de las demás empresas, esto se debe a que principalmente las concentraciones de empresas en una región atraen con mayor facilidad a clientes, provocando que el mercado se amplíe abarcando clientes que en ocasiones se salen del segmento que cada uno tiene. Además, la fuerte competencia inducida

por esta concentración de empresas genera una mayor especialización y división de trabajo, lo que da lugar a una mayor productividad por parte de cada una de las empresas que conforman el Cluster, sin ir a perder tiempo en actividades que no son la parte esencial de una organización complementándose efectivamente con las otras empresas que son parte del conglomerado. También otra ventaja competitiva que está presente y es de vital importancia en estos casos, son las relaciones y los contactos que se generan ya que gracias a la fuerte interacción que existe entre los diferentes productores, proveedores y usuarios facilita e induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización. De igual manera cuando se hace parte de un conjunto de empresas que han creado una reputación a lo largo de los años, se enriquece directamente el acceso a facilidades financieras y bancarias debido al grado de confianza adquirido. Para finalizar con estos beneficios que menciona Porter (1999) debido a la acción colectiva y al tipo de relaciones que se construyen, las metas comunes tienden a cumplirse en un periodo de tiempo deseable, ya sea un mayor desarrollo tecnológico, campañas de mercadeo a gran escala o mejoras en normas de calidad y certificaciones.

Continuando con Porter en el texto resultado de su investigación “Clusters and the New Economics of Competition” resalta el hecho de que este tipo de aglomeraciones beneficia en gran medida a la compañía, pues esta alcanza una ventaja competitiva gracias al entorno en que se desenvuelve y no solo a la interacción de las fuerzas internas de la organización, para soportar esta teoría Porter proporciona una serie de ejemplos que ayudan a entender dicho comportamiento, el más relevante y el de mayor aplicación a el contexto nacional consiste en que si una empresa se sitúa en un territorio en específico, no podrá contratar personal especializado si en dicho lugar no existe una concentración de factores (humanos y no humanos) que contribuyan a este aspecto. Adicionalmente, Porter indica que los *clusters* afectan la competición de tres maneras distintas: la primera, incrementando la productividad de las compañías con sede en la zona; segundo, conduciendo la dirección y el ritmo de innovación; y tercero, estimulando la creación de nuevas formas de negocio que se expanden y fortalecen el propio cluster. Así pues, se evidencia como los conjuntos o aglomeraciones son de gran

provecho tanto para la compañía como para el entorno general en que estas se sitúan.

Del mismo modo, Porter en 1990 publicó el libro titulado “The Competitive Advantage of Nations” en el cual se refería a la importancia de los clusters o aglomeraciones para alcanzar una ventaja competitiva significativa, por lo que este indicó que para lograr este objetivo se dependía de 4 factores determinantes en su entorno, a los cuales llamó “diamante competitivo”, los cuales eran: Intensa rivalidad y firme estrategia competitiva; este factor está conformado por la manera como se crean, organizan y administran las empresas, así como por la naturaleza de la rivalidad entre ellas en el mercado y la industria que se desenvuelven. Las condiciones de demanda favorable y sofisticada; en este elemento es fundamental la segmentación de la estructura de la demanda interna, que significa que los segmentos podrían ser importantes en industrias donde se pueden lograr economías de escala, también la sofisticación de los compradores, las empresas de una nación ganan ventaja competitiva si los compradores domésticos están dentro de los más sofisticados y exigentes del mundo para los productos y servicios. Finalmente la anticipación a las necesidades de los compradores, significa que la demanda interna aporta las necesidades del comprador antes de que ellos las perciban para poder convertirse en una oportunidad. Si la composición de la demanda interna tiene las características apropiadas se puede conducir a ventajas competitivas en industrias con economías de escala, al incentivar a las empresas del país a invertir agresivamente. Más aún, la presencia de muchos compradores independientes, en lugar de uno o dos clientes dominantes, crean un mejor ambiente para la innovación. La tasa de crecimiento también es importante, ya que logra que las empresas adopten más rápidamente nuevas tecnologías y construyan plantas eficientes con la seguridad que van a ser utilizadas. El tercer factor es la presencia de industrias y servicios de apoyo especializados; estas conforman el tercer determinante, la complementariedad y nexos entre industrias, es importante para producir primariamente una demanda cruzada de los productos de unas y otras. Internacionalmente industrias abastecedoras competidoras, crean ventajas en las industrias que sirven, por ejemplo, mediante un acceso temprano, rápido y

eficiente a los suministros más efectivos en costo. La situación óptima para las empresas de un país es cuando sus proveedores son competidores globales. La presencia de fuertes industrias relacionadas, esto es, empresas que coordinan y comparten actividades al mismo tiempo, que compiten o tienen productos complementarios, con frecuencia propician la creación de nuevas industrias competidoras. Ellas aportan oportunidades para el flujo de información y el intercambio técnico. Y por último las condiciones de la oferta de factores favorables, ya que una región es competitiva en determinada industria, por su abundante dotación de recursos o factores básicos de producción: tierra, mano de obra y capital. Las condiciones de los factores de un país están conformadas por la capacidad de varios factores que se pueden dividir en un número de diferentes categorías, los cuales son; recursos humanos, recursos físicos, recursos del conocimiento, recursos de capital, y la infraestructura. Porter sostiene, que los factores más importantes para lograr un posicionamiento más alto y una ventaja competitiva más sustentable son los factores creados y no los heredados. Más aún, resalta que ninguna nación tiene la posibilidad de crear y mejorar los tipos de factores a través de la inversión.

Dicho modelo hace hincapié en que es la proximidad geográfica / espacial, en particular, que intensifica estas interacciones, mediante el fomento de una serie de externalidades de localización (rendimientos crecientes) que mejoran el efecto de los cuatro componentes del diamante, además, de resaltar la importancia de mejorar los recursos existentes, en lugar de la dotación de recursos.

También apunta a la posibilidad de que las desventajas de factores selectivos pueden contribuir a la competitividad a largo plazo, porque obligan a las empresas a compensar la desventaja. Esto se cumple aún más si las empresas están en el mismo sector o en otros estrechamente relacionados: es decir, si el clúster es industrialmente especializada.

Pese a que muchos pensarán que este tipo de concentraciones se presenta en grandes magnitudes, Porter afirma que los grupos de industrias competitivas tienden a aglomerarse a un nivel sub-nacional. Por lo tanto es fácil identificar las

dos características principales de un Cluster. La primera consiste en que las compañías deben estar relacionadas de alguna manera, por lo que Porter añade que existen relaciones vertical (compra y venta de productos; productos y servicios complementarios entre otros) y relaciones horizontales que comprenden vínculos con otras empresas similares que no tienen relación directa con el funcionamiento de otra empresa. La segunda, consiste en que los clusters son grupos geográficamente próximos de empresas vinculadas entre sí.

Así bien, cabe resaltar que se generan dos tipos de dimensiones con respecto a los Clusters, estas son mencionadas anteriormente, la horizontal y vertical ambas tienen una fuerte y estrecha relación la una con la otra, ya que es gracias a las dos dimensiones que se crea una interdependencia y estrecha relación de las empresas incluidas en estos. Por una parte, la dimensión vertical está dada en la relación que hay entre los clientes y proveedores, cuando se va desarrollando esta característica en particular, se crea una ventaja competitiva para el Cluster en el mercado y a diferencia de la dimensión horizontal aquí hay unos beneficios que si se analizan de forma estratégica, se genera mayores beneficios para todo el conglomerado. La dimensión horizontal se caracteriza por aquellas empresas que tienen productos y servicios similares, sin embargo no quiere decir que se comporten todas de la misma forma ya que cada organización mantiene sus conductas organizacionales pero si desarrollan un interés particular por el cual se unen para mejorar alguna capacidad o imponer barreras de entradas más altas para evitar la entrada de nuevos competidores.

Porter también complementa esta amplia definición, argumentando que existe una característica que se ha desarrollado con el tiempo y que integra los elementos mencionados anteriormente. Esta tercera consiste en que las concentraciones o agrupaciones se orientan principalmente a la exportación y no a suplir la demanda local, ya que estas son más importantes para alcanzar una ventaja competitiva y una alta productividad. Sumándole que para que una ciudad sea competitiva (regional y mundialmente) deber tener al menos una o más agrupaciones de actividad especializada (orientadas a la exportación).

Porter en la publicación mencionada anteriormente concluye que estas concentraciones o agrupaciones aportan innovación y por ende son de vital importancia para cualquier sector empresarial por las siguientes razones: permiten una rápida percepción de las nuevas necesidades de los compradores; se concentra conocimiento e información; permiten la rápida asimilación de las nuevas alternativas tecnológicas; proporcionan una visión más enriquecedora en nuevas prácticas de gestión, planeación y control; facilitan las relaciones existentes con otras instituciones, como las universidades; y por último la economía basada en el conocimiento es más exitosa cuando los recursos del conocimiento están localizados en un lugar específico.

Por otro lado, Puga (2004) se concentra en explicar el por qué existen este tipo de aglomeraciones alrededor del mundo y para esto divide los principales motivos en tres grandes grupos. Primero, sugiere que un mayor mercado (concentración de mercado) permite una distribución más eficiente de la infraestructura local e instalaciones, una amplia variedad de proveedores de insumos y un grupo de trabajadores con habilidades especiales. Segundo, menciona que un mayor mercado permite una mejor adecuación entre los empleadores-empleados y compradores-proveedores, ya que proporciona una amplia variedad de posibilidades de encontrar una pareja o socio adecuado y una mayor calidad de prospectos. Por último, una concentración de mercado más grande puede facilitar el aprendizaje. Es por esto que los Clusters se deben crear e impulsar en un determinado país o región porque dadas las interacciones que se realizan entre las organizaciones de la misma industria, siempre se está a la vanguardia y queriendo innovar en los diferentes procesos, además esto obliga a determinadas empresas hacer análisis estratégicos más profundos para obtener una rápida adaptación en el mercado, por una parte es una muy buena oportunidad para las pymes empresas que están siendo constituidas y que tienen dificultades debido a su pequeña dimensión y a los recursos limitados que poseen para desenvolverse en los mercados competitivos a los que se enfrentan actualmente, también se establecen contactos que dan lugar a crear una mayor comercialización de sus productos o servicios, posicionamiento de marca, entre otras ventajas como el bienestar de la

población, apoya el crecimiento individual como a nivel conjunto, disminuye el riesgo de inversión y aumenta las posibilidades de dar una proyección internacional.

De igual manera Pietrobelli y Rabelotti (2005) indican que este tipo de concentración facilita el desarrollo de hechos como: división del trabajo y especialización; surgimiento de una vasta red de proveedores; la aparición de agentes que venden a mercados nacionales e internacionales; el surgimiento de servicios especializados para productores/ proveedores; la materialización de una agrupación de trabajadores especializados y calificados; y la formación de asociaciones empresariales. También argumentan que al hacer parte de un Cluster incentiva a las empresas a una competencia justa, con productos de carácter más innovador que ayudan al crecimiento y desarrollo de una organización, se crean procesos más eficientes en costes con proyectos de investigación conjuntos que mejoran la composición de las empresas incluidas en el conglomerado, además si se organiza adecuadamente el manejo del Cluster puede generarse un alto grado de liderazgo no solo en productos sino también en estrategias de posicionamiento y reconocimiento, generando y facilitando la vinculación con el mercado internacional. Por lo que ambos concluyen que los Clusters son un medio vital para alcanzar la solidez de una industria o mercado.

Así mismo, Oliver y Garrigós argumentan que los Clusters son sectores tradicionales que están orientados principalmente a la innovación de tipo incremental para todas las organizaciones que lo constituyen, debido al alto grado de conocimiento acumulativo con el que cuentan y al tipo de información del sector que tienen pueden desarrollar grandes cambios, mejoras y progreso para el mercado que poseen. Cuando argumentan que hay una información dinámica y un flujo de conocimientos en el sistema de red del clúster, hace referencia que simplemente no basta con tener ahí ese conocimiento, la habilidad de los Clusters innovadores está en utilizar adecuadamente la información que brinda la red para suplir las necesidades de formas más eficientes y eficaces para lograr el crecimiento de toda una industria e impulsando a un crecimiento internacional, logrando un reconocimiento mayor y posicionando a su red en el mercado.

Martin y Simmie (2008) en su estudio titulado “The Theoretical bases of Urban Competitiveness: Does Proximity Matter?” introducen el término *competitividad urbana* (que en parte tiene el mismo fundamento que el mencionado en este texto cuya autoría es de Michael Porter), pero en este caso es definido como “La capacidad de las ciudades para mejorar continuamente su entorno de negocios, base de conocimientos, e infraestructuras físicas, sociales y culturales, con el fin de atraer y retener el alto crecimiento, las empresas innovadoras y rentables, y una fuerza laboral educada, creativa y emprendedora, para permitir así a lograr una alta tasa de productividad, alta tasa de empleo, altos salarios, alta PIB per cápita, y los bajos niveles de desigualdad de ingresos y la exclusión social”, por lo que se infiere que en muchos casos las empresas no son las que propiamente crean este tipo de masas sino que son las mismas regiones las que se compiten por atraer compañías, aspecto que también es apoyado por Camagni (2002) quien considera que los lugares de hecho compiten, sobre las empresas que atraen (capital), los trabajadores (de trabajo) y sobre los mercados.

Por otra parte, Puig (2008) argumenta que gracias a la interrelación generada por las empresas participes de un Cluster se eleva la productividad gracias al acceso a insumos especializados, servicios de empleados, información, apoyo institucional y asistencia técnica, inducen a la especialización aprovechando las señales del mercado y las posibilidades que existen en el comercio mundial, ayudan a regionalizar la política industrial y tecnológica del país en función de las potencialidades de la región, permiten identificar nuevos espacios para la creación de empresas y nuevas oportunidades de empleo, además crean mercados más eficientes y menores costos transaccionales, por ello dinamizan la productividad. También gracias a la concentración geográfica, acelera la acumulación y difusión de conocimientos y mejores prácticas, así mismo estimulan y facilitan la innovación y experimentación, ya que mejoran la habilidad de las empresas para percibir oportunidades de inversión; además se promueve la instalación de instituciones creadoras y proveedoras de fomento.

Por otra parte según el estudio realizado por Venacio, (2007) verificó estadísticamente que dentro de las aglomeraciones industriales se encuentra una mayor difusión de agentes económicos autónomos y en consecuencia una mayor difusión de relaciones horizontales y cooperativas entre sujetos sociales, como resultado se dan que los costos de transacción son bajos tanto por la difusión de los códigos comunes como la velocidad de circulación de la información específica del sector. Además en los estudios que se han realizado sobre los distritos industriales, se han encontrado resultados relevantes de mencionar como que hay un alto grado de desarrollo sostenible, políticas regionales, factores de producción local y una mejora de condiciones para el nacimiento de otros distritos industriales, sin embargo cabe resaltar que lo más conveniente sería que el gobierno regional tenga un mayor conocimiento de las dinámicas económicas y de la potencialidad del territorio, y así, estaría en grado de realizar una más eficiente distribución de los recursos. Lo ideal sería una política pública que apunte a fortalecer las aglomeraciones de empresas pequeñas y medianas, buscando convertirlas en Clusters para así contribuir al fortalecimiento de las industrias y la sociedad, influyendo directamente a una mayor producción de bienes públicos y por ende a un mayor desarrollo y bienestar. El aumento de la productividad no depende sólo de las cantidades empleadas de los factores de producción; trabajo, recursos naturales, capital, tecnología, sino también de la forma como estos factores son organizados o combinados al interior de los procesos de producción y en los diferentes ámbitos territoriales en los que éstos tienen lugar.

Él argumenta que la creación de los Clusters se ha dado en muchos países europeos y específicamente en Italia, porque las empresas deben enfrentar la competencia internacional con una reorganización del aparato productivo, es por esto que tienen una de las más grandes redes de Clusters y como consecuencia un aumento de las dimensiones en las empresa para poder obtener así una mayor economía de escalas, además esto ha permitido que los distritos industriales italianos gocen de una conocida y elevada cooperación entre los actores (incluyendo las instituciones) y de mecanismos sociales de identificación con el distrito (componente social). Es por esto que los distritos industriales representan

una base fundamental para la economía Italiana marcando el desarrollo socio-económico del país a partir de los años setenta, este es un claro ejemplo de todo lo mencionado anteriormente los Clusters ayudan a el desarrollo competitivo de un país y a impulsar las empresas a un mayor crecimiento en el mercado, en Italia existen aproximadamente 200 distritos industriales de los cuales representan aproximadamente el 38% del PBI y el 40% de la fuerza de trabajo con 2,7 millones de personas empleadas.

Hasta ahora, la literatura mencionada hace referencia principalmente a industrias manufactureras, es decir, a compañías que se dedican a la producción y venta de productos de consumo. Sin embargo, lo que entendemos por concentraciones o Cluster no puede aplicarse directamente al sector de prestación de servicios, ya que la actividad a que estas compañías se dedican difiere en muchos aspectos de la industria manufacturera, por ende es importante resaltar cómo y porqué se forman Clusters en el sector de prestación de servicios. Para tener información sólida, se tendrá en cuenta la opinión de Keeble y Nachum quienes en el año 2001 afirman en su investigación conocida como “ Why do Business service firms cluster? Small Consultancies, Clustering and Decentralisation in London and Southern England”, que el crecimiento del sector de prestación de servicios ( en Inglaterra) ha aumentado en proporciones mayores a los de industrias tradicionales como el de la fabricación, y especialmente los servicios cuyos trabajadores están altamente cualificados y especializados. Por lo que añaden que en la geografía inglesa se presenta una división por regiones, dada la especialización que presentan los agentes prestadores de servicios.

Es por esto que la razón principal por la que se conforman los *cluster de servicios* es la necesidad de accesibilidad a redes mundiales, clientes y conocimiento (tanto mundial como local), estos Clusters promueve la cultura de confianza e integración institucional para la construcción de redes de cooperación, educación e investigación, con el fin de atraer al mercado internacional y contribuir al mejoramiento de la competitividad empresarial regional. Además este tipo de Clusters se caracterizan por entender el negocio global de las empresas que

conforman este conglomerado, diseñar e implementar políticas de mejora de la competitividad regional, facilitar el diálogo estratégico entre el sector productivo y el gobierno, focalizar los esfuerzos regionales en negocios e innovación, construir capacidades locales, contribuir al mejoramiento del entorno de negocios e identificar oportunidades de mercado.

Continuando con esta línea de pensamiento, es relevante mencionar las hipótesis que brinda Kolko (2010) en su investigación “Urbanization, Agglomeration and Conglomeration of Service Industries” tratando de explicar los factores que afectan los patrones de localización de la industria de servicios y manufactura; donde claramente concuerda con lo afirmado por Keeble y Nachum (2001), pues él también indica que la industria de prestación de servicios domina las economías de los países desarrollados (como es el caso de Estados Unidos) y que el futuro de las principales ciudades depende en gran medida al sector de la prestación de servicios, por lo que infiere que los *Clusters de servicios* se encuentran más urbanizados (primer factor diferenciador) que los de *manufactura*, lo que nos hace pensar que las aglomeraciones de este tipo de industria se presenta con mayor frecuencia y tamaño en las ciudades principales, pero son menos concentrados que en otras industrias, lo que significa que en la actualidad no son muchos los *clusters de servicio* ya que no se sitúan en cualquier región de un país.

Kolko también añade que los *clusters de servicio* que se presentan con mayor frecuencia son aquellos que prestan servicios de asesoría profesional, científica, técnica, gestión empresarial y por último aquellas empresa que se dedican a prestar servicios básicos a hogares y a empresas manufactureras (servicio de acueducto, alcantarillado, energía eléctrica entre otros); por otro lado hace hincapié en aquellos establecimientos como hoteles y restaurantes que son menos urbanizados (que no necesariamente se sitúan en las principales ciudades) pero si aún más que la industria manufacturera. Adicionalmente, propone que las industrias más urbanizadas son la banca de inversión, la producción cinematográfica, teleproduccion y los servicios de postproducción.

Igualmente, Kolko explica el porqué son diferentes los *clusters de servicio* a los de *manufactura* mencionando dos diferencias entre ambos sectores. Primero, insinúa que la especialización ocupacional contribuye a la aglomeración sólo para la industria manufacturera y no de servicios, esto quiere decir que a medida en que la especialización del trabajo es un beneficio de la puesta en común del trabajo, las empresas urbanizadas tienen menos necesidad de aglomerarse para aprovechar dicha ventaja. Segundo, resalta la importancia o influencia que tienen los clientes a la hora de decidir la ubicación y producción, haciendo especial énfasis en los costos que tiene para ambas industrias satisfacer al cliente, Kolko explica que el costo de transportar bienes tangibles (realizados por la industria manufacturera) se miden de acuerdo a la distancia y estos aumentan linealmente; mientras que los bienes intangibles (realizados por las empresas prestadores de servicios) tienen un costo más subjetivo, lo que indica que este se representa mediante el costo de oportunidad del cliente que se dirige al lugar de ubicación del establecimiento.

Por otro lado y teniendo en cuenta lo dicho por Porter, González y Mendieta (2009) ofrecen una estructura de los niveles de competitividad, que en otras palabras pueden observarse o describirse como un tipo de aglomeración o *clusters*.

El primero, *la competitividad a nivel país* que en otras palabras se define como el grado en el cual, en condiciones libres y claras de mercados, un país es capaz de sostener y expandir su participación en los mercados internacionales, al tiempo de elevar la calidad de vida de su población. Segundo, *la competitividad empresarial*, de la cual es importante resaltar que esta se alcanza configurando un conjunto único de recursos, difícilmente imitable por sus competidores y así lograr una ventaja sobre los mismos. Tercero, *la competitividad regional*, resaltando el crecimiento de la economía de una región en particular, por lo que resalta que las aglomeraciones son los elementos más adecuados para alcanzar dicho desarrollo y así generar empleo y prosperidad. Los tres niveles descritos anteriormente son claros ejemplos de porqué es importante la creación de un *clusters* ya que si se enfocan todos los esfuerzos para desarrollar un conjunto de empresas, país o región, se puede obtener rápidamente una ventaja competitiva, es por esto que González y Mendieta

hacen referencia a la *competitividad de destinos turísticos* los cuales se presentan con gran fuerza a lo largo de América Latina, estos son definidos por Crouch y Ritchie (2000) como *“la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”* por lo que González y Mendieta concluyen que estos son el ejemplo más característico de cómo los esfuerzos de un país se enfocan para alcanzar dicha ventaja, resaltando el caso especial de Perú, país que se caracteriza actualmente por tener una aglomeración importante de empresas prestadoras de servicios turísticos y que así logran resaltar la cultura de su región y por ende crear una economía en base al turismo.

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, en las regiones representativas de Colombia se viene trabajando en la implementación de estrategias que transformen e incentiven la productividad del país. Como lo dice María José Vengochea en el artículo *“Clusters, la ruta estratégica de la competitividad regional”* publicado en la revista Dinero, *“dado el contexto macroeconómico del país hoy en día es necesario implementar una nueva visión estratégica empresarial de alto nivel, para apalancar el fortalecimiento de la economía colombiana en escenarios mundiales”* señalando que importantes entidades como el Consejo Privado de Competitividad y el Banco de Comercio Exterior (bancoldex) promueven desde hace ya varios años la **Red Clúster Colombia** que tiene como objetivo trabajar en pro de la generación e intercambio de conocimiento entre los diferentes actores que hacen parte de la formación de alianzas productivas y dinamización del clúster. Vengochea también informa que en Colombia hay más de 65 iniciativas de clúster y más de 20 departamentos están en procesos de desarrollar las mismas. Un ejemplo muy claro es el caso de la ciudad de Medellín que hace más de 10 años viene trabajando de manera sistemática por el desarrollo competitivo de sus empresarios. Cuenta con seis Clusters estratégicos; el primero es el Cluster Energía Eléctrica, el segundo Cluster Textil / Confección, Diseño y Moda, el tercero Cluster Construcción, el cuarto Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones, el quinto Cluster Servicios de Medicina y Odontología y finalmente el Cluster de Tecnologías de Información y

Comunicación. Para esto se ha consolidado un trabajo público-privado que ha privilegiado la estrategia Cluster como el esquema que le permite a las empresas fortalecerse y consolidarse de manera colectiva para innovar y acceder a nuevos mercados tal como se ha demostrado internacionalmente. Adicionalmente a continuación se presentarán los *Clusters* que se observan hoy en día en Colombia y específicamente en la región del Valle del Cauca.

Según la *Red Cluster Colombia*<sup>1</sup> (espacio para la interacción y el intercambio de conocimiento entre actores involucrados en el desarrollo de Clusters y/o apuestas productivas desde el nivel local) se presentan 7 tipo de Clusters en el departamento del Valle del Cauca.

Primero, el Clusters de *macrosnakcs* el cual son aquellas empresas productoras de alimentos y bebidas que son consumidas entre las comidas principales del día, se cuenta con un total de 25 empresas y generan alrededor de 3679 empleos directos. Segundo, el Cluster de *Bionergía* que cuenta con la participación de 46 empresas y genera aproximadamente 8445 empleos directos.

Tercero, el Cluster de *Energía Eléctrica del Suroccidente Colombiano*, que tiene como misión impulsar iniciativas que permitan fomentar el desarrollo de la cadena productiva de la energía eléctrica, cuenta con la participación de 17 empresas dentro de las que es importante mencionar entidades como EPSA, EMCALI y la Universidad Autónoma de Occidente, lo que corrobora una vez más que las aglomeraciones no son necesariamente entidades dedicadas a la producción y prestación de servicios sino también entidades ajenas a esta actividad.

Cuarto, el Cluster de *Bienestar y Cuidado Personal* la cual está conformada por 191 empresas y genera un estimado de 5800 empleos, este sector es de vital importancia puesto que la investigación que se desarrollará a lo largo del texto tratará del Cluster del sector de prestación de servicios médicos.

---

<sup>1</sup> <http://www.redclustercolombia.com/>

Quinto, el Cluster de *Fruta Fresca del Valle del Cauca* donde participan activamente más de 20 empresas generando alrededor de 990 empleos. Sexto, el Cluster de *la excelencia clínica* el cual se define como el mercado de servicios médicos caracterizado por los altos estándares de calidad, contando con la participación de 523 empresas y cuyas ventas en el año 2012 fueron USD 3.01 millones, con un crecimiento del 13.9% y generando un total de 5500 empleos directos. Por último, se menciona el Cluster de *proteína blanca* el cual agrupa cerca de 124 empresas relacionadas con la producción avícola y porcícola del Valle.

Para finalizar lo dicho anteriormente, se quiere hacer un especial énfasis en el clúster de *Excelencia Clínica* que se evidencia en el departamento del Valle del Cauca, ya que según un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Cali la facturación de las compañías relacionadas con este sector suma más de USD\$3.563,4 millones. Adicionalmente Esteban Piedrahita, presidente de la Cámara de Comercio de Cali, resalta los tres ejes centrales de dicha aglomeración: la especialidad de los centros médicos, la innovación y la presencia de grandes laboratorios; señalando la importancia que tienen dicho clúster para el desarrollo de la región y el aumento de su competitividad frente a otras regiones. Asimismo el estudio realizado por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Anif) ratifica lo dicho por Piedrahita ya que se encontró que el Valle es el segundo productor nacional de farmacéuticos y medicamentos. Por otro lado y de acuerdo con las cifras de Proexport 4% de las personas que ingresaron al país para realizarse procedimientos de salud, arribó a la capital del Valle, es por esto que el desarrollo de la ciudad y región se ve altamente impulsado por este factor; igualmente Piedrahita indica que se siguen realizando esfuerzos para mejorar la posición de la región frente a otros países de Latinoamérica.

## **II. BIBLIOGRAFÍA:**

**Becattini, G.** (1987). *Alcune considerazioni sul concetto di distretto industrial*. Universidad Autónoma de Barcelona.

**Porter, M.** (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*: Harvard Business Review.

**Keeble, D. Nachum, L.** (2001). *WHY DO BUSINESS SERVICE FIRMS CLUSTER? SMALL CONSULTANCIES, CLUSTERING AND DECENTRALISATION IN LONDON AND SOUTHERN ENGLAND*: ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge.

**Venacio L.** (2007). *LOS DISTRITOS INDUSTRIALES: MODELO DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL QUE PROMUEVE EL CAPITAL SOCIAL*. CAEI, Centro Argentino de Estudio Internacionales.

**Martin, R. Simmie, J.** (2008). *THE THEORETICAL BASES OF URBAN COMPETITIVENESS : DOES PROXIMITY MATTER ?*: Cambridge University.

**Puig.** (2008). *Los distritos industriales como unidad de análisis: una propuesta metodológica para su identificación*. Universidad de Valencia.

**Puga, D.** (2009). *The magnitude and causes of agglomeration Economies*: Universidad Carlos III and CEPR.

**Lindqvist, G.** (2009). *Disentangling Clusters, Agglomeration and Proximity Effects*: Stockholm School Of Economics.

**Gonzalez R. Mendieta M.** (2009). *Reflexiones sobre la conceptualización de la Competitividad de Destinos Turísticos*: Universidad de Murcia.

**Oliver H. Garrigós A,** (2010) *CÓMO CONCILIAR EL ARRAIGO LOCAL Y LA PULSIÓN GLOBAL DERIVADOS DE LA GLOBALIZACIÓN EN LAS PYMES LOCALIZADAS EN LOS DISTRITOS INDUSTRIALES*: Universidad Politécnica de Valencia.

**Kolko, J.** (2010). *URBANIZATION, AGGLOMERATION, AND CONGLOMERATION OF SERVICE INDUSTRIES*: The University of Chicago Press.

**Redacción el País.** (2014). *LA SALUD, UN NEGOCIO CON POTENCIAL EN EL VALLE DEL CAUCA*: PERIÓDICO EL PAÍS. <http://www.elpais.com.co>.

**Red Cluster Colombia.** (2014). *Iniciativas Cluster en Colombia*. <http://www.redclustercolombia.com>.

**Cluster tecnología, información y comunicación.** (2014). <http://www.clustertic.co>.

**Vengochea, M.** (2015). *Clusters, la ruta estratégica de la competitividad Regional*: Revista Dinero. <http://www.dinero.com>.

