

Clúster, una ventaja competitiva de frente al libre comercio*

*Mónica Arcila Cobo***

*Juan David Boborquez Londoño****

*María Fernanda Díaz López *****

*Daniela Ruiz Campillo ******

*Daniel Bernal Donado ******

*Sebastián Pulgarin Hoyos******

Recibido: octubre 23 de 2015

Aprobado: noviembre 27 de 2015

Resumen

El objetivo principal de este artículo es evidenciar y analizar las principales estrategias competitivas de los Clústeres de Antioquia, enfocadas en el desarrollo de las mismas hacia un mercado especializado, la Unión Europea, adquiriendo ventajas que sobrepasarán las fronteras y permitirán su reconocimiento en dicha zona. El enfoque que se utilizó es de tipo analítico exploratorio de modo deductivo aplicado a la población denominada como toda la red de Clústeres que se encuentran en Antioquia cuyo muestreo fueron seis de los siete existentes en el departamento.

Para esto se identificaron las ventajas y desventajas de cada uno de los seis Clústeres analizados, dejando importantes deducciones y conclusiones para el planteamiento de estrategias que se deberían utilizar como medida para ser competitivos con la Unión Europea. Por lo anterior se da a conocer el Clúster, sus fundamentos, la calidad a través de las certificaciones y las experiencias con las diferentes negociaciones que han generado tanto las empresas integrantes como los Clústeres en general.

Palabras clave: Clústeres, TLC, ventajas y desventajas competitivas, acuerdos comerciales, competitividad.

* Artículo de reflexión derivado del proyecto "Clúster, una ventaja competitiva frente al libre comercio", direccionado por el semillero de investigación CENICO adscrito a la Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria de Sabaneta- Unisabaneta.

** Corporación Universitaria Unisabaneta. Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales. Medellín, Colombia. Estudiante de Negocios internacionales. Email Monica.arcila@unisabaneta.edu.co

*** Corporación Universitaria Unisabaneta. Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales. Medellín, Colombia. Estudiante de Negocios internacionales. Email juandavid1955@unisabaneta.edu.co

**** Corporación Universitaria Unisabaneta. Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales. Medellín, Colombia. Estudiante de Negocios internacionales. Email maria.diaz@unisabaneta.edu.co

***** Corporación Universitaria Unisabaneta. Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales. Medellín, Colombia. Estudiante de Negocios internacionales. Email Daniela.ruiz@unisabaneta.edu.co

***** Corporación Universitaria Unisabaneta. Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales. Medellín, Colombia. Estudiante de Negocios internacionales. Email Daniel.bernal@unisabaneta.edu.co

***** Corporación Universitaria Unisabaneta, Facultad de Negocios y Ciencias Empresariales. Medellín, Colombia. Estudiante de Administración de empresas, Sebastian.pulgarin@unisabaneta.edu.co

Clúster, a competitive advantage in front of the free trade

Abstract

This research's main objective it's to show and analyze the Antioquia's cluster main competitive strategies, focused on developing them to a niche market. The European Union –EU, acquired competitive advantages in their clusters that surpassed the borders and managed to position in the European Market.

The research technique used was exploratory analytic, deductive mode applied to the population as a whole network called cluster, located in the Antioquia Department, whose sample had six of the seven current clusters.

For this, the advantages and disadvantages of each of the six cluster analyzed were identified, leaving important inferences and conclusions for the present strategies that should be used as a measure to be competitive with the European Union. Therefore it is essential to publicize the cluster, its foundations, quality through certifications and experience with the various negotiations that have generated both member companies and clusters.

Keywords: Cluster, FTA, competitive advantages and disadvantages, competitiveness, world trade, trade agreement.

Introducción

Durante las últimas décadas la economía colombiana ha presentado una gran transformación, siendo más significativa desde la apertura económica internacional en el año 1990, lo cual fue un cambio tanto económico como cultural, debido a que las acciones económico-industriales debían tener también esa metamorfosis que los ayudase a competir en el mercado global. De ahí comienza la aparición de conceptos como acuerdos comerciales internacionales y tratados de libre comercio, a los que la nación colombiana ha respondido de forma positiva, evidenciada en los tratados que posee con diferentes gobiernos mundiales, profundizado en el presente escrito, el tratado de libre comercio con la Unión Europea.

Como respuesta a todo este cambio de contexto, surgen las iniciativas de aglomeraciones voluntarias de empresas, que identificaron que por sí solas se les dificultaría mucho más la competitividad empresarial, lo que llevó a la disposición, en un principio de agremiaciones y más actualmente hablando, a la conformación de los Clústeres que han tomando cada vez más importancia en el desarrollo económico de las diferentes localidades tanto regionales como nacionales.

En el presente artículo, se mostrará un análisis de cada uno de los Clústeres localizados en el departamento de Antioquia, haciendo énfasis en las ventajas y desventajas que estos poseen para poder aprovechar las oportunidades y combatir debilidades, mediante la propuesta de estrategias que les permitan mejorar su competitividad ante el tratado de libre comercio con la Unión Europea.

La información recabada, analizada, concluida, y las estrategias sugeridas pueden ser aprovechadas tanto por los Clústeres como por las diferentes empresas participantes de estos, teniendo un panorama más objetivo en cuanto al diagnóstico actual que se vive en el país con respecto a la gestión que se le hace a los diferentes acuerdos comerciales, más específicamente al TLC con la Unión Europea, brindando puntos de partida para comenzar a proyectar los diferentes escena-

rios que pueden presentarse, lo cual disminuiría la incertidumbre para la exitosa toma de decisiones en los Clústeres Antioqueños.

1. De los clústeres en Antioquia

Para entrar a hablar de los Clústeres Antioqueños, es necesario contextualizarse en el tema “Clúster”, el cual es un concepto que ha venido desarrollándose desde hace más de cien años, cuando los economistas se interesaron en observar un fenómeno que consistía en que las empresas de un mismo sector, sectores relacionados o de apoyo, solían concentrarse en una misma zona geográfica. Aunque dicho fenómeno ha recibido muchos nombres fue Michel Porter quien popularizó el término Clúster para describirlo.

La cercanía entre las empresas crea competencia, que es un factor clave para la innovación y que a la vez mejora el acceso a insumos y conocimientos específicos de cada sector. Beneficios como estos ayudan a entender el óptimo desempeño económico de las regiones con Clústeres y sectores más densos, por esto recientemente muchos países y regiones alrededor del mundo realizan importantes esfuerzos para volverlos más productivos y competitivos.

Estos esfuerzos también conocidos como iniciativas Clústeres, buscan implementar y fomentar desarrollo en ciencia, tecnología e innovación, solucionar necesidades de capital humano, resolver problemas de infraestructura específica, establecer estándares y normativas relevantes para el sector, casi siempre recurriendo al trabajo en conjunto entre el sector público y el privado.

Colombia no ha permanecido ajeno a estas iniciativas, en buena medida porque cada vez más el país entiende que la competitividad es local y se gesta desde lo local, tanto así que hoy en día viene realizando los mayores esfuerzos en toda su historia en materia de desarrollo de Clústeres y apuestas productivas desde el nivel local, como lo muestran proyectos promovidos por el Ministe-

rio de comercio, industria y turismo e iNNpulsa¹, algunas comisiones regionales de competitividad y Cámaras de Comercio de algunas ciudades, en tal contexto nace la Red Clústeres de Colombia, una iniciativa del Consejo Privado de Competitividad² e iNNpulsa.

En Medellín y Antioquia se conformó la primera Comunidad Clúster del país que agrupa a seis iniciativas Clústeres bajo un modelo de gestión público – privado. La Comunidad opera bajo una estrategia global, y cada iniciativa se rige bajo una estrategia y un conjunto de acciones particulares diseñadas de acuerdo con las necesidades de los negocios que se identifican, desarrollan y potencian al interior de esta. (Cámara de Comercio de Medellín, 2014)

Los integrantes de esta comunidad Clúster fueron el objeto de esta investigación. A continuación se expondrán los resultados encontrados después de la aplicación de las herramientas, la recolección y análisis de la información de cada uno de los Clústeres.

1.1 Clúster turismo de negocios, ferias y convenciones

El Clúster de turismo de negocios es el más antiguo y el que posiblemente más resultados visibles al público puede mostrar, ya que con el pasar de los años, la ciudad de Medellín ha ido albergando mayores cantidades de eventos y/o ferias que han crecido directamente en amplitud y complejidad.

Su gran avance se presenta a partir del surgimiento de la iniciativa “Medellín destino de ne-

gocios”, que tuvo surgimiento en el 2010, cuyo objetivo es impulsar y promover negocios así como internacionalizar productos y servicios de diferentes cadenas productivas. Esta estrategia fue promovida por BID³ a través del FOMIN⁴, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y el Clúster Turismo de Negocios convenciones y ferias, teniendo a la Alcaldía de Medellín como aliado estratégico. La inversión fue de USD 2,4 millones, 50% FOMIN y 50% aporte local (Velázquez, 2013).

Esta estrategia comenzó por capacitar los trabajadores del *bureau* de eventos, en donde se les mostraba como se daba la captación de eventos internacionalmente, creación de bases de datos, realización de formatos y el desarrollo integral del conocimiento de los pertenecientes al grupo de trabajo, todo esto por medio de un acuerdo entre el Bureau de convenciones y el Clúster turismo de negocios con el objeto de alcanzar los estándares internacionales en cuanto al turismo de convenciones y eventos.

En el 2011 según cifras de la Cámara de Comercio de Medellín, 430 empresas fueron intervenidas en temas como fortalecimiento de proveedores, redes productivas y redes colaborativas lo que llevó a que sus ventas crecieran en promedio 16.9% y la productividad laboral 11.7%. Durante el 2013 participaron en el proceso de profundización de la estrategia competitiva del Clúster turismo de negocios donde se logró establecer el mapeo actual de la industria, lo que tuvo como resultado las diferentes estrategias para convertir a Medellín en un desarrollador de eventos con nuevos formatos que usen las nuevas

1 La institución del Gobierno Nacional, creada para apoyar y promover el crecimiento empresarial extraordinario, es decir, a iniciativas de negocio que puedan crecer de manera rápida, rentable y sostenida. Tomado de (<http://www.innpulsacolombia.com>)

2 El Consejo Privado de Competitividad (CPC) es una Organización sin ánimo de lucro cuyo objeto es contribuir con estrategias para mejorar la competitividad nacional. Sirve como ser articulador e interlocutor entre el sector público, el sector privado, la academia y otras organizaciones.

3 Banco Interamericano de Desarrollo

4 Fondo Multilateral de Inversiones

tecnologías y enfatizar en los contenidos especializados de cada disciplina. Este proyecto ayudó a que la ciudad avanzara en gran manera en materia de realización de eventos (Cámara de Comercio de Medellín, 2013).

Sus desventajas son básicamente dos: la primera y más importante, es la más común entre los diferentes Clústeres objeto de la investigación, que consta en la responsabilidad y capacidad de compromiso que puedan afrontar las empresas que se encuentran vinculadas a los diferentes Clústeres, esto se debe a su forma de composición voluntaria, porque también es responsabilidad “voluntaria” de cada empresa por mantener su capital intelectual actualizado y listo para los cambios de la industria, también hacer sus propias investigaciones que les permitan proyectarse y realizar posibles predicciones para que se gestione el factor riesgo en las decisiones gerenciales.

La segunda desventaja se centra en la competencia contra la que se enfrenta el Clúster y la ciudad de Medellín, puesto que sus contrincantes son los referentes de fama histórica en cuanto a materia de turismo, tanto recreativo como de negocios, entre estos referentes se pueden destacar ciudades como París o Berlín, los cuales, a parte de su extensa historia, albergan macro eventos de diferentes índoles y para diferentes tipos de público, los cuales les dan gran respaldo en experiencia.

Por otro lado, se poseen grandes ventajas en cuanto a la U.E, que radican principalmente en la crisis de los últimos años, más notoriamente en el periodo 2012-2013 la cual en primer lugar afectó gravemente el PIB llegando a caer 0,7% y 0,4% respectivamente. A parte de lo anterior, también se presentan bajos niveles de la inflación; como dice el economista Luis Palma Cané para el diario La Nación de Argentina 2013.

La Comisión pronostica que la inflación se mantendrá en los bajos niveles actuales, con niveles del 0,8% en 2014 y del 1,2% en 2015. A juicio del organismo, la baja inflación viene determinada principalmente por: caídas en el precio de las materias primas, continua apreciación del euro,

mejoras en la productividad de los periféricos y bajos niveles de confianza del consumidor. Cabe destacar que el informe menciona riesgos de caer en deflación 12% (20 millones de desempleados), sin embargo, según el pronóstico publicado el 5 de mayo de 2014, la Comisión Europea estima que se podría comenzar a revertir su situación a partir del año 2014, en donde cuentan que el PIB se estima se recupere en este año (+1,2%) y se irá consolidando en el 2015 (+1,7%), aunque existen inconsistencias debido a la asimetría de dichas recuperaciones en cuanto a los países miembros, porque mientras Letonia presentaría un aumento de PIB para el 2014 de 3,8%, a su extremo sur, en Chipre, se espera un decrecimiento de 4,8%. (Cané, 2014).

De acuerdo a lo mencionado, se podría concluir que todavía se torna turbio el escenario futuro de la economía de la zona europea. Todo lo presentado por el economista Luis Cané, muestra las fisuras por las cuales puede escurrirse el mercado Colombiano para suplir esas necesidades insatisfechas que deja el mercado Europeo.

También se tiene la ventaja de ser una economía emergente, que viene con un impulso en materia de desarrollo del mercado turístico y de negocios que la hace punto de foco por sus atractivos para inversiones extranjeras directas que ayuden a impulsar el sector y a realizar eventos de talla mundial que generen renombre.

Como recomendación, para comenzar a emprender estrategias frente al TLC con la UE, es necesario darle prioridad, en primer lugar al análisis del tratado en cuanto a los puntos de turismo, alojamiento, restaurantes y todos los elementos que comprenden las actividades del Clúster, en ese análisis saldrán a flote las variables internas y externas que se deben tener en cuenta a la hora de forjar las estrategias para que luego de su puesta en marcha sean exitosas.

Igualmente es de gran importancia el desarrollo de indicadores que ayuden a visualizar como crecen tanto las empresas que hacen parte del Clúster individualmente, así como todo el Clúster y el sector en total; por ejemplo, un in-

dicador de exportaciones de servicios regional que se mida por periodos no superiores a un año, para así trazar el camino futuro por el cual transitar con menos incertidumbre. Con lo anterior se lograría tener más control y poder ir mejorando sobre la marcha continuamente.

1. 2 Clúster de servicios de medicina y odontología

La iniciativa Clúster en Servicios de Medicina y Odontología fue constituida en enero de 2009, cuyo mayor objetivo es promover la internacionalización de los servicios de salud. Incursionó en la marca Medellín Health City, la cual es la encargada de la promoción y mercadeo del Clúster. En materia de estadísticas (Bustos, 2012) ha consolidado que para el 2012 la exportación del sector de turismo médico en Medellín fue de 13 millones de dólares. Lo anterior gracias al trabajo en bloque y a la integración de los actores del Clúster, los tratamientos médicos para extranjeros en Medellín son un negocio rentable, y representan el tercer sector más importante de la economía de la ciudad.

Comparativamente con las estadísticas del 2012, la Cámara de Comercio de Medellín estimó que en el 2013 llegaron a Medellín 5.688 pacientes extranjeros, donde la facturación por la prestación de servicios de medicina y odontología fue de 16 millones de dólares.

Se encontró que el comercio de la salud entre Colombia y los países de la Unión Europea viene aumentando con el pasar de los años y esas tendencias ayudan a trazar lineamientos para establecer estrategias que ayuden a aumentar la participación en los mercados Europeos.

A continuación se muestra en qué países de la Unión Europea ha tenido el Clúster mayores oportunidades para ingresar de acuerdo al número de pacientes atendidos en el 2013: el mayor aportante fue España con 159 pacientes, seguido de Alemania (61), Francia (48), Italia (50), Portugal (40), países bajos (30), reino unido (44).

Es importante destacar a Alemania y Francia como países que tienen un gasto per capital des-

tinado para tratamientos médicos de 4.000 dólares (Cámara de Comercio de Medellín, 2014). Al tenerse en cuenta lo anterior, se puede saber a qué destinos se les debe dar prioridad y a cuáles hacerles seguimientos que ayuden a una mayor introducción y que estas cifras presentadas en el 2014 crezcan en proporción directa con los años.

1.2.1 Ventajas competitivas del Clúster con instituciones de la Unión Europea

A través de una búsqueda de información y tomando los datos anteriormente mencionados se pueden destacar las siguientes como ventajas competitivas con las instituciones de la Unión Europea:

- Las instituciones médicas cuentan con tecnología de punta para los diferentes tratamientos médicos quirúrgicos u odontológicos.
- Ha participado en MEDESALUD – Congreso Internacional de Turismo de Salud.
- Coordinación con el Clúster de Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones.
- Cinco clínicas y hospitales con acreditación nacional, Cuatro clínicas y hospitales en camino a la acreditación internacional Joint Commission International –JCI–(Procolombia, 2014, p. 6).
- 14 clínicas odontológicas con acreditación internacional, American Association for Accreditation of Ambulatory Surgery Facilities, Inc–AAAASFI–. (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2013).
- Los precios que se manejan actualmente para procesos médicos en Colombia son más económicos que en Europa. (Camara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2014).

1.2.2 Desventajas del Clúster para el mercado de la unión europea

- El país aún mantiene una reputación de violencia, corrupción y pobreza.

- Otros países en Europa tienen mayor reconocimiento por ser pioneros en el sector salud.
- No tienen certificaciones Europeas que den mayor confiabilidad a las personas.
- No hay el suficiente racionamiento por parte de la comunidad de la Unión Europea sobre el Clúster y sobre el turismo médico en Medellín.
- Los precios de transporte y estadía en la ciudad influyen negativamente a la hora de tomar una decisión en cuanto a la elección de país para realizarse un procedimiento médico.

Para el aprovechamiento de las ventajas del Clúster, una de las principales estrategias que se deberían utilizar como medida para ser competitivos con la Unión Europea es dar a conocer el Clúster, los precios, la calidad a través de las certificaciones, las experiencias de pacientes extranjeros que se han practicado algún tratamiento en la ciudad, y además de esto, mostrar el viaje no solo como una visita para un tratamiento médico, sino también como una oportunidad para los acompañantes de conocer la variedad turística que tiene el departamento de Antioquia.

1.3 Clúster de construcción

Este Clúster dio sus inicios en el año 2007, financiado principalmente por la Cámara de Comercio, basado en la gestión del talento humano enfocado a la innovación en cuanto al desarrollo de Insumos Globales, edificios sostenibles y soluciones integrales de infraestructura.

Es importante resaltar que el sector construcción ha tenido grandes avances a nivel mundial, por lo cual se puede pensar que el Clúster aunque es relativamente nuevo tiene muchas oportunidades para crecer y obtener reconocimiento, tanto a nivel nacional como liderando proyectos internacionales.

Para el Clúster de construcción se evidencian algunas dificultades para la entrada a un mercado Europeo y es que además de que este contiene múltiples Clústeres en este sector, también ma-

neja prácticas con las que Colombia aún no es eficiente, tales como la sostenibilidad, la preservación del medio ambiente y la nanotecnología; además de la falta de certificaciones por parte de algunas empresas que lo integran.

En conclusión, el Clúster de construcción de Medellín tiene muchos retos que debe superar para ser competitivo en un mercado Europeo donde además de contar con variedad de competencia, también se tienen otras desventajas a nivel competitivo.

1.4 Clúster de café de Antioquia

Este Clúster fue constituido en el año 2013 siendo el más joven de todos, pero eso no le resta gran proyección económica para el desarrollo del sector, ya que aunque la mayoría de las empresas cafeteras son famiempresas y sus procesos de producción son muy artesanales aún su contribución puede propender a nuevos avances tecnológicos en la materia.

En la actualidad se está iniciando la realización de proyectos para hacer crecer el Clúster. De igual forma se están desarrollando estrategias mercadológicas para darlo a conocer a nivel local, nacional y para generar alianzas tanto privadas como gubernamentales.

En cuanto al TLC con la Unión Europea el Clúster no ha percibido ventajas ya que se encuentra en organización interna, sin embargo, en un futuro se proyectan grandes oportunidades para este, ya que el café Colombiano es uno de los de mejor calidad en el mundo. Teniendo en cuenta las exigencias de los consumidores Europeos en cuanto a la calidad del café, podría apreciarse que Colombia tendría oportunidades para ingresar al mercado de la U.E,

Entre las ventajas competitivas que presenta el Clúster, se pueden rescatar las siguientes:

- El 50% del café tostado del país es proveniente de Antioquia.
- Tienen certificaciones internacionales de calidad.

- Ofrecen un portafolio con dos tipos de café especializado; verde y tostado.
- En la actualidad la Unión Europea no tiene Clúster de café.
- El café colombiano es reconocido internacionalmente por su sabor y aroma.
- Ya con anterioridad Colombia ha exportado café a la Unión Europea, por lo que cuenta con un mercado al cual llegar.
- Según Procolombia (2014) se tiene una desgravación de aranceles a 0% por el acuerdo comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea
- Tiene un sabor exclusivo de la región Antioqueña.
- Al referirse a las desventajas competitivas se encuentra como principal la falta de tecnología en los procesos productivos, pero también se evidencia que:
- Aún se mantienen prácticas de manejo del café con bajos niveles de sofisticación.
- Los proveedores de café en la Unión Europea son caracterizados por tener un café de excelente calidad.

Como principal estrategia para que el Clúster ingrese en el mercado de la Unión Europea, se destaca comenzar a mostrar la calidad del café colombiano y buscar mayores mercados en esta zona a los cuales se puede impactar, aprovechando que no existe en la actualidad un Clúster de café.

1.5 Clúster energía eléctrica

El Clúster Energía Eléctrica desde su creación ha aportado competitividad empresarial internacional y la participación en nuevos mercados de las empresas de la región, asociadas a la industria eléctrica, mediante estrategias de integración, fortalecimiento empresarial e innovación y en el marco de las siguientes líneas de trabajo: Fortalecimiento del Talento Humano, acceso a mercados e incremento de la productividad.

Este Clúster está conformado por empresas en las actividades de generación, transformación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica y sus cadenas de valor relacionadas con bienes y servicios.

La iniciativa ha aportado una serie de servicios y apoyos que actúan directamente sobre la competitividad de las empresas que lo integran, lo cual ha generado una unidad de acción óptima para identificar problemas, necesidades e inquietudes, afrontar proyectos comunes de envergadura y proveer soluciones prácticas y personalizadas que fortalecen las herramientas disponibles para abordar nuevos mercados.

Las ventajas del Clúster Energía Eléctrica, radican en que está conformado, en su gran mayoría, por empresas que llevan largo recorrido en el sector lo cual aporta experiencia y reconocimiento internacional.

Actualmente el clúster exporta a la Unión Europea, principalmente a países como España y Suiza los cuales son considerados sus principales clientes, ya que son países que con el tiempo han tenido un gran crecimiento y un desarrollo sostenible en este sector.

1.6 Clúster sector textil-confección-diseño y moda en Colombia

El Clúster Textil/Confección, Diseño y Moda promueve la cultura de integración para fomentar la innovación y el desarrollo empresarial y de las instituciones que interactúan en la cadena de valor, con el fin de lograr su acceso y reconocimiento en los mercados internacionales, a través de la diferenciación en diseño y moda. (CULTURA E, 2015).

Hacen parte del Clúster Textil/Confección, Diseño y Moda, empresas e instituciones especializadas y complementarias en la actividad de confección de ropa interior y vestidos de baño, ropa infantil, ropa casual, Jeanswear y ropa deportiva; las cuales interactúan entre sí, creando un clima de negocios para mejorar su desempeño, competitivi-

dad y rentabilidad; el total de las empresas participantes es de 12384. (Cámara de Comercio, 2014).

Las actividades textil-confección, representan aproximadamente el 23% del PIB industrial de la región. La actividad es fuertemente jalonada desde el Municipio de Medellín y su Área metropolitana, los cuales generan el 87% del PIB de la actividad confeccionista en la región. En Antioquia La actividad textil-confección, representa el 41% del empleo industrial del Departamento. La participación de la región dentro del PIB de textil - confección a nivel nacional, es del 50%. (COMUNIDAD CLUSTER, 2008).

Por lo anterior el Clúster se posiciona líder a nivel nacional en su sector y reconocido a nivel internacional, aunque sus principales socios son los países Americanos, en los últimos años se ha llegado a mercados Europeos específicamente en Alemania, Inglaterra y España.

Partiendo de la información anterior se determinan como ventajas competitivas para el Clúster en la actualidad, la Innovación, las políticas de Estado para el desarrollo empresarial, el plan regional de competitividad con sus estrategias y acciones, logrando así el entendimiento de las dinámicas Clúster de la región. A esto se suma que Colombia es conocida mundialmente por su gran desempeño en tejidos y acabados de prendas confeccionadas, lo que lo hace aún más atractivo para negociar en el exterior.

La gran desventaja en este Clúster radica en que no todas las empresas participantes muestran el mismo compromiso en crecer, capacitarse e innovar, adicionalmente se resalta que no hay productoras de tejidos que brinden una variedad en texturas y diseños para lograr que los confeccionistas sean más competitivos en las prendas, por este motivo toca importar telas con estas cualidades y esto incrementa costos dificultando el acceso a algunos mercados.

1.7 Clúster tecnología, información y comunicación -TIC-

Un Clúster joven que ha tenido un crecimiento considerable en pocos años, compuesto por

empresas e instituciones especializadas y complementarias en las actividades de: Consultoría TIC, outsourcing de servicios, contenidos digitales, data centers, desarrollo de infraestructura, desarrollo y comercialización de software, producción y distribución de hardware y electrónica y servicios de telecomunicaciones; las cuales interactúan entre sí, creando un clima de negocios en el que todos pueden mejorar su desempeño, competitividad y rentabilidad.

Del Clúster TIC, hacen parte 2 mil 779 empresas, las cuales aportan un capital superior a los 3 mil millones de dólares y se espera que con el trabajo mancomunado entre ellas, la región mejore en competitividad y eficiencia. Según estudios, los países con alto uso de las TIC tienen una productividad laboral siete veces mayor, contribuyen al incremento del PIB y generan empleos directos e indirectos. Un ejemplo claro de ello es India y Filipinas donde se generaron entre 2 y 3,6 empleos adicionales a raíz de inversiones en tecnología e información (CULTURA E, 2015).

Las principales estrategias de este Clúster son construir interacción en la comunidad TIC, generar confianza para establecer alianzas, desarrollar oportunidades de negocio a corto y mediano plazo y fortalecer el crecimiento rentable y sostenible en mercados globales.

En la actualidad no se ha generado una investigación a profundidad del mercado Europeo. Este es un mercado que exige altos estándares lo cual se podría traducir en una posible fortaleza para las empresas colombianas ya que se generan software de calidad que cumplen con exigentes estándares. Como desventaja se puede plantear que se puede enfrentar a un difícil servicio de postventa ya que este tipo de soporte es una característica fundamental para el mercado, y este se podría ver afectado por la zona horaria. Además de esto, Europa es un mercado abarcado por la India que es el mayor productor de software del mundo. Sería un importante reto atacar este mercado, por esto es necesario hacer estudios previos e investigar detalladamente el tratado y sus beneficios para el sector.

Conclusiones

En primera instancia, se evidenció a través de todo el trabajo la nula disposición al análisis teórico en busca de generar estrategias tanto para el mayor aprovechamiento posible de los beneficios que se puedan obtener de dicho acuerdo para todos y cada uno de los Clústeres foco de la investigación, ya que para comenzar a emprender dichas estrategias frente al TLC con la UE, es necesario darle prioridad, en primer lugar, a dicho análisis en cuanto a los puntos de interés y todos los elementos que comprenden las actividades de los Clústeres. De allí salen a flote las variables internas y externas que se deben tener en cuenta a la hora de construir el método, para que luego de su puesta en marcha sea exitoso.

Es necesario seguir con las acciones tomadas ya que han demostrado buenos resultados, por ejemplo, inculcar la cultura innovadora y el sentido de pertenencia por la región y ciudad a través de las iniciativas llevadas a cabo por los diferentes líderes de los Clústeres. También es necesario seguir impulsando a las empresas del territorio a que ingresen a cooperar en lugar de competir con el fin de fortalecer la cadena productiva y poder así obtener buenos productos y servicios finales que se traducirán en mejores resultados tanto a nivel regional como nacional.

Para poder llegar al desarrollo máximo de los Clústeres, es altamente relevante que se inculque la cultura de la auto formación por parte de sus integrantes. Esto se debe a que la base de todo potencial crecimiento, se encuentra en la gestión y aprovechamiento superlativo de las habilidades y competencias del talento humano, quienes son los responsables de que se dé la innovación, que es valor altamente diferenciador en el actual mercado mundial.

Por medio de la correcta aplicación de lo propuesto en las conclusiones anteriores en cuanto al análisis profundo del acuerdo y la correcta formación de los actores involucrados en el mercado, se estima que es muy posible que por medio de estas iniciativas (los Clústeres), se pueda

dar un desarrollo socio-económico significativo por el aporte que cada uno de los entes pueda brindar al crecimiento local y nacional, todo esto apoyado en el intercambio de conocimientos, la interrelación de las empresas locales, el trabajo en equipo, el fomento de motivación, la confianza y la coordinación de la comunicación entre las empresas implicadas.

Aunque se sabe muy bien que el reto que se tiene por delante es muy grande y complejo, se considera que si se mantienen unos objetivos claros y se trabaja desde lo más profundo que es la cultura de las personas para llegar al desarrollo organizacional, tomando como organización tanto las empresas como los mismos Clústeres o el país, muy posiblemente en el largo plazo se alcance la competitividad necesaria para estar al nivel de las grandes potencias como lo es la Unión Europea.

Referencias Bibliográficas

- Bustos, K. (2012). *Turismo medico como opción de desarrollo económico del sector salud en colombia*. Recuperado de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2646/ForestieriKelly2012.pdf?sequence=1>
- Camara de Comercio de Medellin. (2013). *Diseño e implementación de un modelo cluster*. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2013/CLUSTER%20No.%208.pdf>
- Camara de Comercio de Medellin. (2014). *Camara de Comercio de Medellin para Antioquia*. Recuperado de: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad/Comunidad-Cluster.aspx>
- Cané, L. (2014). *Crecimiento, inflación y desempleo en Europa*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1688175-crecimiento-inflacion-y-desempleo-en-europa>
- COMUNIDAD CLUSTER. (2008). *Cluster textil, confección y moda*. Recuperado de <http://observatorioeconomico.inexmoda.org.co/Portals/0/Documentos/Biblioteca/C%->

- C3%A1mara%20de%20Comercio%20de%20Medell%C3%ADn%20para%20Antioquia%20%20092010%20Din%C3%A1mica%20de%20los%20Clusters%20Regionales%20CCMA.pdf
- CULTURA E. (2015). *Tecnología: un nuevo cluster para Medellín* . Recuperado de <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Otros/Brochure%20Cultura%20E.pdf>
- Procolombia . (2014). *Acuerdo comercial con la Unión Europea* . Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/fasciculo_4_-_servicios_0.pdf.
- Procolombia. (2014). *cafes especiales*. Recuperado de <http://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria/cafes-especiales>
- Velázquez, B. (2013). *Participación Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia en los procesos de internacionalización y venta de la ciudad*. . Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2013/Introducci%C3%B3n%20Lina%20V%C3%A9lez%20%20MDN.pdf>