

EL CLÚSTER COMO MODELO DE RED EMPRESARIAL, UNA OPCIÓN RELEVANTE PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR DEL TURISMO EN COLOMBIA

THE CLUSTER AS MODEL OF NETWORK BUSINESS, A RELEVANT OPTION FOR THE COMPETITIVENESS OF THE COLOMBIA TOURISM SUBSECTOR

O CLUSTER COMO MODELO DA REDE DE NEGÓCIOS, UMA OPÇÃO RELEVANTE PARA A COMPETITIVIDADE DO SETOR SECUNDÁRIO DO TURISMO NO DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA (COLÔMBIA)

Por: GIL TOLEDO - John Jairo

Doctorante en Administración, Universidad de Celaya, México. Docente Asociado II, Universidad Jorge Tadeo Lozano. Email: johnj.giltoledo@utadeo.edu.co, Colombia.

Recibido: 16 de abril de 2016

Aprobación definitiva: 30 de septiembre de 2016

RESUMEN

El escenario empresarial existente en este tiempo le propone a las compañías el reto de coexistir en el ambiente de sistemas organizacionales asociados, específicamente para las micro, pequeñas y medianas empresas, y su aporte al crecimiento de la región. Esta situación ha despertado inquietud en los investigadores por analizar este tejido empresarial a partir de su impacto en la ejecución de las firmas. A partir del anterior raciocinio, este artículo analiza el impacto que genera el vínculo existente entre empresas y el establecimiento en relación a los procesos de creatividad empresarial en los municipios del departamento de Cundinamarca (Colombia). El presente documento es empírico y los resultados obtenidos forman parte de la construcción del marco teórico que da sustento a la investigación que la genera. El producto de este trabajo muestra que los lazos que vinculan a las organizaciones empresariales analizadas con el fin de llevar a cabo acciones de Investigación y Desarrollo y transmisión de conocimientos, contribuyen de manera provechosa al crecimiento de las organizaciones.

Este trabajo forma parte de una revisión bibliográfica de investigación que posteriormente se consolidará como una propuesta de mayor impacto y relevancia para el sector objeto de estudio.

Palabras clave: Clúster, empresarial, competitividad.

JEL: M10, L10, R58

ABSTRACT

The business scenario existing at this time development proposes to companies challenge coexist associated, specifically for the micro, small and medium enterprises in the environment of organizational systems, and their contribution to the growth of the region. This situation has aroused concerns in researchers to analyze this business from its impact on the execution of the signatures. From the above reasoning, this article analyzes the impact generated by the link between companies and the establishment in relation to processes of entrepreneurial creativity in the municipalities of the Department of Cundinamarca (Colombia). This document is empirical, and the results are part of the construction of the theoretical framework that gives support to research that generates it. The product of this work demonstrates that ties linking business organizations analyzed in order to carry out research and development and transmission of knowledge, helpful way contribute to the growth of organizations.

This work is part of a literature review of research action be strengthened as a proposal for greater impact and relevance to the sector the subject of study.

Keywords: Cluster, business, competitiveness.

JEL: M10, L10, R58

RESUMO

O cenário de negócios existentes neste momento desenvolvimento propõe desafio as empresas coexistem associado, especificamente para as micro, pequenas e médias empresas no ambiente de sistemas organizacionais e sua contribuição para o crescimento da região. Esta situação suscitou preocupações em pesquisadores para analisar este negócio de seu impacto sobre a execução das assinaturas. O raciocínio acima, este artigo analisa o impacto gerado pela relação entre as empresas e o estabelecimento em relação aos processos de criatividade empreendedora nos municípios do departamento de Cundinamarca (Colômbia). Este documento é empírico, e os resultados são parte da construção do quadro teórico que dá suporte à pesquisa que gera-lo. O produto deste trabalho mostra que os laços que vinculada ao negócio as organizações analisado para executar ações de pesquisa, desenvolvimento e transmissão de conhecimento, contribuir de maneira de maneira útil para o crescimento das organizações. Este trabalho fazem parte de uma revisão bibliográfica de pesquisa que pinos consolida-se como uma proposta de maior impacto e relevância para o objeto do setor de estudo.

Palavras chave: Cluster, negócios, competitividade.

JEL: M10, L10, R58

Referencias

1. BARBOUR, R. (2007) *Doing Focus Group*. Londres: Sage. [Trad. Cast.: Grupos de discusión (en prensa). Madrid. Morata. 2011.]
2. BENSON-Rea, M.; WILSON, H. (2003). *Networks, learning and the lifecycle*. *European Management Journal*, 21(5), 588-597.
3. BUENDIA, A. (2005). Modelo de Clústeres Industriales. catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mcap/soriano_m_ma/capitulo3.pdf
4. CARBONARA, N. (2002). *New models of inter-firm networks within industrial districts*. *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(3), 229-246.
5. CENTRO DE PENSAMIENTO EN ESTADÍSTICAS COMPETITIVAS - CEPEC (2011). Universidad del Rosario. Bogotá.
6. DWYER, L. & Kim, C. (2003) "Destination competitiveness: determinants and indicators". *Current issues in Tourism* 6(5): 369-414.
7. ERICKSON, F. 1986. Qualitative methods in research on teaching. In Merlin Wittrock, editor, *Handbook of research on teaching*. Washington, DC.
8. FELDMAN, M.P., J. Francis, and J. Bercovitz. (2005). "Creating a cluster while building a firm: entrepreneurs and the formation of industrial clusters". *Regional Studies*, 39: 129-141.
9. GALLARZA, I. Et Al (2002). Destination image: towards a conceptual framework *Annals of tourism research*, 29 (1) (2002), pp. 56-78.
10. GLASER, B. (1978). *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley, Ca.: Sociology Press.
11. HOSHMAND, L. T. (1989). Alternate research paradigms: A review and teaching proposal. *The Counseling Psychologist*, 17, 3-79.
12. KRUGMAN, P. (1991) *Geografía y Comercio* Barcelona. Antoni Bosch, editor. 152 pp.
13. LANQUAR, R. (2001), *Marketing Turístico*. Editorial Ariel.
14. LEIPER, N. (1979) *The framework of tourism*, *Annals of Tourism Research* 6(4): 390-407.
15. MARSHALL, A. (1920). *Principles of Economics*, McMillan, London.
16. MARTÍN, R. (2006). *Principios, organización y práctica del turismo*. Tomo 1. Edición Digital (en este mismo CD). Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de La Habana.
17. MINGUZZI, A. PASSARO, R. (2000). The network of relationships between the economic environment and the entrepreneurial culture in small firms. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 181-207.
18. MIOSECC, J. (1977). "Un modèle de l'espace touristique". *L' Espace géographique* 6 (1): 41-48.
19. MORGAN, D. (1997). *Focus Groups as Qualitative Research*. Qualitative Research Methods Series, Volume 16 (second edition). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
20. POLKINGHORNE, D. E. (1991). Narrative and self-concept. *Journal of Narrative and Life History*, 2 & 3, 135-153.
21. PORTER, M. (1990). The Competitive Advantage Of Nations. *Harvard Business Review*, pp. 74-91.
22. PORTER, M. (1998). "Clusters and the new economics of competition", *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre.
23. RITCHIE, J, CROUCH, G. (2000). "The competitive destination. A sustainable perspective". *Tourism Management*, 21:1-7.
24. RODRÍGUEZ, M. (2000). "Ecología y medio ambiente" en Tirado, Álvaro (Ed.). *Nueva Historia de Colombia*, Vol. IX. Editorial Planeta, Santafé de Bogotá.
25. SAVIN-Baden, M. MAJOR, C. (2013) *Qualitative Research: The Essential Guide to Theory and Practice*. London: Routledge. Available from <http://www.routledge.com/books/details/9780415674782/>
26. STABLER, M. (1988). *The image of destination regions: theoretical and empirical aspects*, Goodall, B. and Ashworth, G. (Editors), *Marketing in the Tourism Industry & the Promotion of Destination Regions*. London: Routledge, 133,159.
27. TELISMAN-KOSUTA, N. (1989). *Tourist Destination Image*. II In *Tourism Marketing and Management Handbook*, edited by S. F. Witt and L. Moutinho. New York: Prentice Hall, pp. 557-561.