

**1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO:**

<b>Título del Proyecto de Investigación:</b> OBSERVATORIO TURÍSTICO PARA EL CAUCA			
<b>Grupo de Investigación:</b> Redes Empresariales REDEM			
<b>Facultad:</b> Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas			
<b>Tipo de Investigación:</b> Investigación Aplicada			
<b>Línea de Investigación:</b> Desarrollo empresarial y territorial.			
<b>Básica ( )</b>	<b>Aplicada ( x )</b>	<b>Desarrollo Tecnológico o Experimental ( )</b>	<b>Otro ( ) ¿Cuál?</b>
<b>Director del Proyecto (Investigador Principal):</b> Wilfred Fabián Rivera Martínez			<b>Dedicación H/Semanales:</b> 15
<b>Otros Participantes: Describa el Rol: Investigador Asociado / Estudiante/ Semillero de Inv.</b>			
<b>Nombre:</b> Oscar Alvarado Muñoz		<b>Dedicación H/Semanales:</b> 5	
<b>Rol:</b> Co investigador – Modelos de investigación			
<b>Nombre:</b> Diana Mabel Guauña Cabrera		<b>Dedicación H/Semanales:</b> 5	
<b>Rol:</b> Co investigadora – Desarrollo turístico.			
<b>Nombre:</b>		<b>Dedicación H/Semanales:</b>	
<b>Rol:</b>			
<b>Nombre:</b>		<b>Dedicación H/Semanales:</b>	
<b>Rol:</b>			

**2. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL PROYECTO:**

<b>Planteamiento del Problema: (máximo 300 palabras)</b>
<b>Objetivo General:</b> Estructurar un modelo para la conformación de un Observatorio Turístico para el Departamento del Cauca que no solo responda a las necesidades de información del sector turístico sino que sea pertinente a las condiciones de la región.
<b>Objetivos Específicos:</b> 1) Caracterizar el sector turístico en el Cauca a partir de diversos estudios y diagnósticos realizados por distintas entidades.



- 2) Diseñar un modelo de investigación que permita no solo capturar información sino que propicie la discusión sobre las dinámicas del turismo en el Cauca.
- 3) Conformar una unidad al interior de la Universidad que, a partir de datos primarios y secundarios, aporte a la formulación de políticas y directrices para el turismo en el Cauca.

**Justificación:**

El Departamento del Cauca, es un territorio de 30.000 Kms<sup>2</sup> situado en el suroccidente Colombiano, que se caracteriza por su alta biodiversidad fruto de la confluencia de los ecosistemas Pacífico, Andino y Amazónico; es habitado por aprox. 1.367.000 personas, en su mayoría, población rural multiétnica y multicultural (60%). Su sector productivo predominante son las cadenas agroalimentarias de pequeña escala, –en consecuencia a la megadiversidad del territorio-, con escaso nivel de tecnificación y responsables de la generación del sustento de más de 150.000 familias. Así mismo, el Cauca dispone de organizaciones de larga tradición en el departamento tales como, el Gobierno Departamental (200 años), la Universidad del Cauca (180 años), la Cámara de Comercio del Cauca (80 años), la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca (30 años), Sena Regional Cauca, y otras instituciones locales cuyo ámbito de acción está centrado en Popayán, capital del departamento.

Las organizaciones antes citadas participaron de un proceso nacional y regional cuyos resultados se cristalizan en la Agenda Interna para la productividad y la Competitividad del Cauca, Colombia, la cual ha definido como propósito que en el 2020 el departamento del Cauca se constituirá como una región posicionada en el campo del turismo rural, resaltando los procesos productivos, las expresiones y prácticas ancestrales de las comunidades y sus manifestaciones culturales -artesanías, ritos, medicina tradicional, entre otras-, para reafirmar su identidad , posicionado al departamento en un destino turístico altamente motivador para determinado segmento del mercado, que ame el ecoturismo y el turismo cultural, tal como quedó definido en el convenio de competitividad turística suscrito con el Ministerio Nacional de Comercio, Industria y Turismo.



Para lograr lo anteriormente citado, primero se deben trabajar en algunos problemas estructurales, que para el caso del Cauca, pueden resumirse de la siguiente manera: i) un incipiente desarrollo empresarial, especialmente de las comunidades rurales y urbanas responsables de los atractivos turísticos existentes, ii) un escaso interés por la asociatividad como estrategia para fortalecer la oferta turística local, iii) el desconocimiento y uso de métodos pertinentes para la generación de estadísticas que permitan formular directrices pertinentes para este sector.

***Marco Teórico y/o Referencial:(máximo 500 palabras)***

Redes Organizacionales, Clusters e Innovación en el Turismo para Pymes

Sobre la última década, se han hecho varias aproximaciones alrededor del concepto de red, clusterización y teorías de la aglomeración para explicar el papel del turismo y su influencia en el crecimiento local y en la estimulación del desarrollo regional. Knoke y Kuklinski (1983, P. 12) describen redes como “un tipo específico de relación que liga un sistema de personas, de objetos o de acontecimientos”. Porter (1998, P. 78) define clusters como concentraciones geográficas “de compañías y de instituciones interconectadas en un campo particular, ligadas por concordancias y complementariedades”. Estas dos definiciones se pueden utilizar indistintamente para la industria del transporte y del turismo, que cuentan con nichos de mercado construidos a través de redes y clusters, pues estos crean su propia función del turismo y proporcionan las ventajas económicas y sociales crecientes para la comunidad local implicada. Rosenfeld (1998, P. 4) define clusters como concentración geográficamente limitada de “negocios interdependientes con los canales activos para las transacciones de negocio, diálogo, y las comunicaciones, y comparte colectivamente oportunidades y amenazas comunes”. Según Christensen, McIntyre, y Pikhholz (2002), los clusters tienen una mayor ocasión de ser competitivos sobre una base nacional y global, cuando sus negocios son competentes y hay colaboración entre las organizaciones al mismo tiempo. Con esto, se están desarrollando los nuevos servicios y productos, y la ventaja competitiva sostenible puede ser alcanzada. Es importante ligar el cluster al mercado (nacionalmente y global) para permanecer competitivo, y hacer acoplamiento con los cuerpos de investigación y del desarrollo (I&D), tales como instituciones académicas. Desde un punto de



vista de macroescala, Porter (1998, P. 77) menciona que a través de la competencia local en un mercado global se ha creado una paradoja: Las ventajas competitivas “en una economía global mienten en cuanto al conocimiento y las relaciones locales con los rivales son distantes y no se pueden emparejar”. Esto requiere una comunicación más rápida a través de los canales locales, mercancías más baratas con abastecedores locales de la producción y de servicio, y productos y servicios económicamente más amistosos, pues se han desarrollado en el área inmediata del cluster y no en una localización lejana. Pues la globalización ha significado la presión creciente en las Pymes para ser competitivas, la concentración tiene que ser en un nivel local para alcanzar competitividad con pasos que deriven en pequeñas innovaciones, la cooperación y la colaboración (Smeral, 1998). Sin embargo, el enfoque porteriano se ha aplicado en contextos macro-regionales, con poco o ningún uso en ambientes pequeños (local/regional), mientras que un acercamiento más sofisticado considera clusterización como proceso que permita a los participantes explotar sus sinergias y las complementariedades entre sus salidas, especialmente al funcionar en el nivel de las pymes. Las ventajas podían incluir transferencia del conocimiento, la preservación de los valores de la comunidad y la mejora de las formas de vida. De otro lado, los cluster turísticos pueden convertirse en una fuerza aún más eficaz para el crecimiento en ambientes no urbanos cuando las actividades de las industrias allí asentadas se basan en la visita de turistas (Michael, 2003, P. 137).

Puntualizando en el tema de Redes Empresariales una Red Empresarial es un “grupo de empresas que colaboran en un proyecto de desarrollo conjunto, complementándose unas con otras y especializándose con el propósito de resolver problemas comunes, lograr eficiencia colectiva y conquistar mercados a los que no pueden acceder de manera individual.” (UNIDO: 1993).

**Metodología:**

El tipo de investigación de este proyecto es la investigación – acción o investigación Modo 2. En el Modo 2 de hacer ciencia, la comunidad además de ser el objeto de investigación, participa e incide en los resultados de acuerdo a sus necesidades y conveniencias; en contraposición en el Modo 1 o tradicional se usan ambientes de laboratorio para mantener bajo control los agentes



externos (Gibbons: 1994). Se utilizará un sistema de monitoreo y evaluación participativa como una manera de realizar un seguimiento y ajuste del proceso investigativo de acuerdo a la percepción de los actores del turismo en el Cauca.

#### Bibliografía:

Michael, E. J. (2003). "Tourism micro-clusters". *Tourism Economics*, 9(2), 133–145.

Middleton V.T.C. (1988). "Marketing in Travel & Tourism". Heinemann, Chichester. 59p

Molina C.; Rubinoff, P.; Carranza, J. (1998). "Normas prácticas para el desarrollo turístico de la zona costera de Quintana Roo, México". Amigos de Sian Ka'an A.C., Centro de Recursos Costeros, University of Rhode Island.

Porter, M. E. (1991). "The competitive advantage of nations". London: Macmillian.

Porter, M. E. (1998). "Clusters and the new economics of competition". *Harvard Business Review*, 76(6), 77–90.

Rosenfeld, S. (1998). *Business clusters in America: Strategies and synergies*, preparado para Organization for Economic Cooperation and Development, Paris, France. In P. Christensen, N. McIntyre, & L. Pikhholz (Eds.). *Bridging community and economic development—"A strategy for using industry clusters to link neighbourhoods to the regional economy, 2002"*. disponible online: [www.shorebankcleveland.com/media/pdf/cluster.pdf](http://www.shorebankcleveland.com/media/pdf/cluster.pdf). Accessed on: 29 January 2004. ARTICLE IN PRESS M. Novelli et al. / *Tourism Management*

Smeral, E. (1998). "The Impact of globalization on small and médium enterprises: New challenges for tourism policies in European countries". *Tourism Management*, 19(4), 371–380.

United Nations Industrial Development Organization (1993). *The UNIDO Cluster/Network Development Program*, UNIDO, Vienna, Austria.



### 3. PRODUCTOS ESPERADOS<sup>1</sup>

Indique el tipo(s) de Producto(s) esperado basado en la clasificación de Colciencias:

(Remitirse documento de Colciencias: “Modelo de Medición de Grupos de Investigación, Tecnología o de Innovación Año 2008”)

#### 1. **Productos de nuevo conocimiento (NC)**

Tipo de Producto: **Generación de modelo de investigación para estructurar un observatorio turístico para el Cauca.**

Descripción del Producto:

Subtipo:

#### 2. **Productos de Formación (F)**

Tipo de Producto:

Descripción del Producto:

Subtipo:

#### 3. **Productos de Divulgación (D)**

Tipo de Producto:

Descripción del Producto:

Subtipo:

### 4. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

**PLAN DE ACCIÓN GENERAL (Adjunte diligenciado Formato INV-002 Plan de Acción Institucional)**

**PRESUPUESTO REQUERIDO: (Adjunte diligenciado Formato INV-003 de Presupuesto Proyectos de Investigación)**

**PLAN DE ACCIÓN POR INVESTIGADOR : (Adjunte diligenciado Formato INV-004 Plan de Acción por Investigador)**



## 5. RESUMEN HOJA DE VIDA INVESTIGADORES

<b>Director del Grupo (Investigador Principal):</b>
<b>1. Datos Personales</b>
Nombre: WILFRED FABIAN RIVERA MARTINEZ
Dirección: Calle 29 an # 7a – 39
Teléfono:8234506 Celular: 3162993721
E-mail: riverawilfred@hotmail.com
<b>2. Formación Universitaria:</b>
2003 – Administrador de Empresas
<b>3. Experiencia Profesional:</b>
<b>4. Publicaciones:</b>
<b>Artículo.</b> Diseño Conceptual de Producto turístico para la red empresarial turística del Cauca. 2007.
<b>Artículo.</b> Modelo De Redes Empresariales Turísticas En Cauca – Colombia, Con Enfoque De Gestión De Conocimiento.
<b>Artículo.</b> Transferencia tecnológica de un método para el diseño conceptual de producto turístico en dos redes empresariales rurales en el cauca
<b>5. Total de Horas Semanales Requeridas en el Proyecto: 15 horas.</b>

<b>Investigador Asociado 1 :</b>
<b>1. Datos Personales</b>
Nombre: Oscar Alvarado Muñoz
Dirección:
Teléfono: Celular: 3014000750
E-mail: alvaradomunoz@hotmail.com
<b>2. Formación Universitaria</b>



Administrador de Empresas  
Especialista en Gerencia de la Calidad.

**3. Experiencia Profesional:**

**4. Publicaciones:**

**5. Total de Horas Semanales Requeridas en el Proyecto:**

**Elaborado:** Coordinador  
Investigaciones

**Fecha:**

**Revisado:** Vicerrectoría Académica y  
de Investigaciones

**Fecha:**

**Aprobado:** Planeación y  
Talento Humano

**Fecha:**