



El desarrollo se planea desde los territorios y los *clusters* son el vehículo de mayor velocidad

- Las Rutas Competitivas son la gran estrategia del gobierno para fomentar desarrollo y equidad para las regiones.
- Existen 52 rutas diseñadas en 22 departamentos, todas orientadas a aumentar competitividad y satisfacer nuevos mercados.
- Hoy concluye el 8 Congreso Latinoamericano de *Clusters* en Medellín, con un balance positivo sobre el modelo que ha implementado la ciudad.

La formulación de planes de desarrollo para el país está cambiando de modelo. El esquema actual se define a partir de los territorios, de sus necesidades particulares y sobre todo, de las capacidades que tenga cada región. En ese sentido se están moviendo los demás países de América Latina y se han implementado modelos en otros continentes.

Esa fue una de las conclusiones que se derivaron de la realización del Congreso Latinoamericano de *Clusters*, que finalizó hoy en Medellín y en el que participaron delegados de más de 70 agrupaciones *cluster* en Colombia y expertos de 17 países.

Daniel Arango Ángel, director de Productividad y Competitividad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, explicó que el programa de Rutas Competitivas ha sido un mecanismo clave en la promoción del desarrollo regional. "Una ruta competitiva es un plan de acción para la conformación de un *cluster*, esos planes permiten que el desarrollo se haga de manera organizada. Ya son 22 departamentos con 52 con rutas competitivas diseñadas. Lo que sigue es la implementación de esas rutas, es decir, llevar a la acción la conformación de esos *clusters*, de acuerdo con cada plan particular".

En ese sentido, los sectores que a juicio del funcionario están mostrando más avances son aquellos relacionados con la producción de frutas y hortalizas, y el desarrollo agroindustrial. "Se diseñó una herramienta que se llama el mapa de las oportunidades. Con ella se busca identificar por cada departamento las iniciativas para focalizar los recursos del gobierno. Hemos visto oportunidades de cara a los 10 acuerdos de comercio que el país ha firmado en los últimos cuatro años. Eso ha permitido que se abra una guía clave para la conquista de nuevos mercados para segmentos como el hortofrutícola, el agroindustrial, el metalmecánico o para servicios de *Business Process Outsourcing* -BPO-, o *Knowledge Process Outsourcing* -KPO-. Son mas de 1.500 productos con gran potencial", señaló Arango.

ORGANIZAN

El delegado del Mincomercio destacó los logros demostrados por Antioquia en los años recientes. "Identificamos a Antioquia como líder nacional en el desarrollo de estas iniciativas porque empezaron incluso antes de que el gobierno las promoviera. También es destacable lo que hacen en el Valle del Cauca, en Risaralda, Atlántico y Bogotá. Ahí están las mayores fortalezas".

La asignación de recursos para estos planes se ejecuta mediante organismos como Innpulsa y Bancoldex, Daniel Arango estima que la cifra de colocaciones puede ser de 100.000 millones de pesos y que, en particular la última convocatoria para implementación de Rutas Competitivas fue de 7.000 millones de pesos.

La jornada de cierre de 8CLAC incluyó un panel de innovación en el que participaron Karin Gjerlow, gerente de Relaciones Internacionales, *Innovation Norway* (Oslo, Noruega) y Juan Camilo Quintero, Director Ejecutivo de Ruta N.

La experta noruega detalló cómo las particularidades de su país los han obligado a sofisticar mucho los procesos de internacionalización de sus *clusters*. "Mi país tiene 5 millones de habitantes y uno de los territorios más extensos de Europa. Somos muy dependientes de los recursos marítimos y derivamos los principales ingresos de la exportación de los mismos. El nuestro es un país con un alto costo de vida, así que no podemos compensar a través de precios competitivos sino con calidad y especialización. Esto nos pone retos en dos sentidos: llegarle con información pertinente a todas nuestras empresas, por dispersas que estén territorialmente y sofisticar muy bien la estrategia de explotación de nuevos mercados".

El reto más importante que debieron superar los noruegos fue el de la especialización de su industria. "El 97 por ciento de las empresas que hacen parte de nuestros *cluster* son pequeñas o medianas. Esto nos obliga a implementar planes muy robustos de financiación, consultoría, transferencia de conocimientos, trabajo en redes y definición de perfiles corporativos", explicó la señora Gjerlow.

Administración de estadísticas y manejo de datos es otro de los elementos que incorporó el gobierno de Noruega a la estrategia de fortalecimiento de los *clusters*. "Adicionalmente hemos aprendido a focalizar, no solo las necesidades de los mercados potenciales, sino las fortalezas de nuestros empresarios. Pudimos entender que internacionalización de un *cluster* no significa lo mismo que internacionalizar una empresa, en ese sentido las diferencias de cada proceso pueden capitalizarse en beneficio de todos".

Un balance destacado

Jaime Echeverri, vicepresidente de Planeación y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, destacó los resultados del evento pues, además de que se brindó la posibilidad de hacer negocios y *networking* durante la primera jornada, los días siguientes ofrecieron un panorama amplio sobre la realidad de los *cluster* en el país y sus posibilidades de crecimiento.

“Parte del propósito del Congreso era garantizar que las regiones en Colombia sean capaces de aprovechar mucho mejor la nueva política industrial que busca implementarse, crear capacidades locales para canalizar mejor los recursos y sobre todo entender como vamos hacia el futuro”.

El directivo destacó también el significado que tuvo para los visitantes de otros países y otras regiones colombianas conocer las experiencias de éxito de las empresas vinculadas a los *cluster* de Medellín: “Tuvimos empresarios que fungieron como anfitriones de nuestros visitantes. Estuvieron en Isagén, Cueros Vélez, Intergrupo, VideoBase, Laboratorio del Café, entre otros. En general los temas fueron de gran pertinencia y el Congreso concluye con un balance muy satisfactorio, no solo porque los temas abordados hacen parte de la agenda de interés para los actores de estas iniciativas, sino porque se demostró que Medellín está dando ejemplo de buenas prácticas en este tipo de estrategias”.

Más información para periodistas:

Salomé Madrid
Tripartita Comunicaciones
3217194209
salome.m@tripartiacomunicaciones.com

Laura Victoria Botero
Tripartita Comunicaciones
3113605155
laura.b@tripartitacomunicaciones.com