CONVENIO DE ASOCIACIÓN NO. 4220
ENTRE LA ALCALDÍA DE PEREIRA Y LA CORPORACIÓN PROSPÉRITAS

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD
DIRECCIÓN OPERATIVA DE COMPETITIVIDAD CTEI
PROYECTO INTERCLÚSTER DE TURISMO
OCTUBRE – DICIEMBRE 2025

ENTREGABLE 3:
Realizar la identificación de los principales actores vinculados al sector y a la Iniciativa Clúster Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región

El presente documento se elabora en el marco del **Proyecto Intercluster de Turismo de Pereira Región**, con base en el Convenio de Asociación No. 4220, celebrado entre la Alcaldía de Pereira (a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad) y la Corporación Prosperitas. El propósito principal del proyecto es fortalecer el ecosistema de Turismo, Gastronomía, Entretenimiento, Salud y Bienestar, mediante la articulación público-privada de la cadena de valor del sector, enfocados en los segmentos de negocio más atractivos para las empresas de la ciudad y la región.

Este entregable contiene la identificación de los principales actores vinculados al sector y a la Iniciativa Clúster Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región, acorde con los diferentes eslabones de la cadena de valor. En particular, se resaltan los siguientes aspectos:

a) Identificar empresas, proveedores, clientes, instituciones de apoyo, academia y gobierno, organizándolos según su rol en cada eslabón de la cadena de valor.

b) Establecer la red de colaboración para el desarrollo del clúster de Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región.

I. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES ACTORES VINCULADOS AL SECTOR

En primer lugar, para la identificación de los principales actores vinculados al sector de Turismo y Gastroentretenimiento, se identificaron las principales actividades económicas correspondientes al sector, con el fin de solicitar ante la **Cámara de Comercio de Pereira** el listado de las empresas actualmente matriculadas, acorde con las siguientes actividades económicas seleccionadas, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, Revisión 4, adaptada para Colombia (CIIU Rev. 4 A.C. 2020)[1]

CODIGO CIIU	DESCRIPCIÓN
4921	4921 Transporte de pasajeros
4922	4922 Transporte mixto
5111	5111 Transporte aéreo nacional de pasajeros
5112	5112 Transporte aéreo internacional de pasajeros
5511	5511 Alojamiento en hoteles
5512	5512 Alojamiento en apartahoteles
5513	5513 Alojamiento en centros vacacionales
5514	5514 Alojamiento rural
5519	5519 Otros tipos de alojamientos para visitantes
5520	5520 Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales
5590	5590 Otros tipos de alojamiento n.c.p.
7710	7710 Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores
7730	7730 Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria, equipo y bienes tangibles n.c.p.
7911	7911 Actividades de las agencias de viaje
7912	7912 Actividades de operadores turísticos
7990	7990 Otros servicios de reserva y actividades relacionadas

[1] DANE. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, Revisión 4, adaptada para Colombia (CIIU Rev. 4 A.C. 2020).

CODIGO CIIU	DESCRIPCIÓN
8230	8230 Organización de convenciones y eventos comerciales
9102	9102 Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
9103	9103 Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales
9200	9200 Actividades de juegos de azar y apuestas
9311	9311 Gestión de instalaciones deportivas
9312	9312 Actividades de clubes deportivos
9319	9313 Otras actividades deportivas
9321	9321 Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
9329	9329 Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.
5611	5611 Expendio a la mesa de comidas preparadas
5612	5612 Expendio por autoservicio de comidas preparadas
5613	5613 Expendio de comidas preparadas en cafeterías
5619	5619 Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
5621	5621 Catering para eventos
5629	5629 Actividades de otros servicios de comidas
5630	5630 Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

Fuente: Elaboración propia con base en CIIU Rev. 4 A.C. 2020.

Como resultado de la consulta realizada ante la **Cámara de Comercio de Pereira** del listado de las empresas actualmente matriculadas, acorde con las actividades económicas seleccionadas, se obtuvo como resultado una **base de datos de 8.156 registros**, lo que corresponde al **UNIVERSO** de las empresas del sector de Turismo en Pereira Región.

A continuación, se presenta el listado de las **20 actividades económicas** con mayor número de registros y su porcentaje de participación:

Orden	CÓDIGO CIIU	# Registros	%
1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas	1910	23,42%

Orden	CÓDIGO CIIU	# Registros	%
2	I5619 ** Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	1074	13,17%
3	I5630 ** Expendio de bebidas alcoholicas para el consumo dentro del establecimiento	816	10,00%
4	I5613 ** Expendio de comidas preparadas en cafeterias	755	9,26%
5	C1081 ** Elaboracion de productos de panaderia	335	4,11%
6	N7911 ** Actividades de las agencias de viaje	266	3,26%
7	G4711 ** Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco	225	2,76%
8	R9311 ** Gestion de instalaciones deportivas	173	2,12%
9	N8230 ** Organizacion de convenciones y eventos comerciales	159	1,95%
10	G4724 ** Comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimientos especializados	152	1,86%
11	R9200 ** Actividades de juegos de azar y apuestas	135	1,66%
12	N7912 ** Actividades de operadores turisticos	126	1,54%
13	R9329 ** Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	108	1,32%
14	I5621 ** Catering para eventos	99	1,21%
15	N7730 ** Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria equipo y bienes tangibles n.c.p.	93	1,14%
16	I5612 ** Expendio por autoservicio de comidas preparadas	88	1,08%
17	H4921 ** Transporte de pasajeros	81	0,99%
18	I5511 ** Alojamiento en hoteles	79	0,97%
19	I5514 ** Alojamiento rural	65	0,80%
20	N7710 ** Alquiler y arrendamiento de vehiculos automotores	59	0,72%

El núcleo de la aglomeración se asienta en las actividades asociadas a **alimentación y bebidas**, que suma casi el 46% del total de registros analizados. Esto es un indicador de la densidad y vitalidad de la oferta de valor del clúster.

— Restaurantes de Mesa (I5611): Con 1,910 registros (23.42%), esta actividad es el principal componente de la estructura. Esto subraya que la oferta de comidas

preparadas con servicio a la mesa es el pilar de la interacción con el cliente en el sector de la restauración.

— Otros Tipos de Expendio de Comidas (I5619): Aporta un considerable 13.17% (1,074 registros), lo que sugiere una diversidad de formatos de comida preparada más allá del servicio tradicional a la mesa.

— Bebidas Alcohólicas (I5630): La actividad de expendio de bebidas alcohólicas para consumo en el establecimiento representa el 10.00% (816 registros), confirmando la alta relevancia del componente de entretenimiento nocturno y social en la aglomeración.

— Cafeterías (I5613): Las cafeterías suman el 9.26% (755 registros), lo que indica la importancia de los espacios de encuentro más casuales o ligados al consumo del café, un elemento identitario de la región.

— Elaboración de Productos de Panadería (C1081): Representa el 4.11% (335 registros), lo que se relaciona con la cadena de suministro y la provisión de insumos esenciales para los establecimientos gastronómicos.

Las actividades asociadas directamente al **turismo**, si bien presenta un número menor de registros individuales, es el habilitador clave de la experiencia de viaje, articulando los servicios para el cliente final:

— Actividades de Agencias de Viajes (N7911): Con 266 registros (3.26%), este es el principal actor del sector turístico puro, enfocado en la organización y venta de viajes.

— Operadores Turísticos (N7912): Representa el 1.54% (126 registros), centrándose en la creación y empaquetamiento de experiencias, un componente fundamental para desarrollar productos turísticos especializados y de nicho.

— Alojamiento (Hoteles I5511 y Rural I5514): Las actividades de alojamiento suman un total combinado de 1.77% (144 registros); Hoteles (I5511) aporta 0.97% (79 registros);

Alojamiento Rural (I5514) aporta 0.80% (65 registros). La significativa presencia del alojamiento rural es consistente con la oferta de Turismo de Naturaleza, Bienestar y Cultura del Paisaje Cultural Cafetero (PCC).

Las actividades de **entretenimiento y soporte logístico** demuestran la ambición del clúster de ir más allá de la gastronomía simple, integrando una experiencia más completa:

- Organización de Convenciones y Eventos (N8230): Con 159 registros (1.95%), esta actividad es una base para el desarrollo del Turismo de Eventos (congresos, convenciones, bodas)

- Gestión de Instalaciones Deportivas (R9311): El 2.12% (173 registros) en esta categoría, junto con otras actividades recreativas (R9329, 1.32%), soporta el segmento de Turismo de Aventura y Entretenimiento

- Catering para Eventos (I5621): Los 99 registros (1.21%) de esta actividad actúan como un servicio complementario clave, enlazando la fortaleza gastronómica con el segmento de eventos.

Los datos revelan oportunidades estratégicas que la Iniciativa Clúster de Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región puede capitalizar:

- Potencial de Integración Gastronomía-Turismo: La abrumadora fortaleza en gastronomía (casi 50% de los registros) ofrece una plataforma diferenciadora. El reto es integrar de forma fluida la riqueza de la oferta gastronómica y de entretenimiento con los servicios turísticos (Agencias y Operadores), creando experiencias y paquetes unificados y atractivos

- Desarrollo del Turismo de Nicho: La presencia de alojamiento rural, bares/gastrobares, y actividades deportivas/recreativas valida la estrategia de enfocarse en segmentos de negocio especializados como Turismo de Naturaleza y Cultura (PCC), Eventos, y Entretenimiento Nocturno

- Fortalecimiento de Servicios de Soporte (Habilitadores): Si bien el transporte de pasajeros (H4921, 0.99%) y alquiler de vehículos (N7710, 0.72%) no son los mayores rubros, su rol es esencial. Para la consolidación de destinos turísticos, es fundamental una gestión activa que garantice la calidad, conectividad y seguridad de estos servicios, ya que impactan directamente en la experiencia del turista desde la llegada al destino

- Para optimizar la competitividad, la Iniciativa Clúster debe centrar sus acciones en la articulación público-privada para cerrar las brechas en la cadena de valor y fortalecer la innovación en la oferta de servicios, alineándose con los segmentos de mayor potencial identificados.

II. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES ACTORES VINCULADOS A LA INICIATIVA CLÚSTER GASTROENTRETENIMIENTO Y TURISMO DE PEREIRA REGIÓN

Para la identificación y caracterización de los principales actores vinculados a la IC, en especial empresas, proveedores, clientes e instituciones de apoyo, se realizó una encuesta a las siguientes organizaciones:

Orden	NOMBRE DE LA EMPRESA	NIT de la Empresa
1	A FUEGO FUERTE	1007455094
2	AMAZILIA HOTEL	98546635
3	ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO	800171839
4	ASOTURISMO SANTA ROSA DECABAL	900533485
5	BOBADILLA CARNE Y PARRILLA	10.124.034-1
6	CAFÉ VEREDAL	901074710
7	CASA TUIRAK	9 0 1 6 5 2 3 8 8
8	CLEO FOODS SAS - KOMPRASANO	901780980
9	CLUSTER RISARALDA COMFORT HEALTH	901301959

Orden	NOMBRE DE LA EMPRESA	NIT de la Empresa
10	COMFAMILIAR RISARALDA	891480000-1
11	DELICIAS LUZMA	42093819
12	DELILUMPIAS	42108944
13	DRIVE PIZZA	1116283241
14	EDUARDO SÁNCHEZ	10001530
15	EL IRISH PEREIRA	9 0 1 7 7 7 0 3 1 1
16	EL VIAJERO	700090875
17	ESPACIO VASTO	1020769324
18	EVOLUTION TRAVEL	901699420
19	FINCA AGROTURISTICA VILLAMARIA	24621714 2
20	GRUPO CNS COLOMBIA	901104404
21	INDUSTRIAS MANDIX SAS	901303865-3
22	LA ERA DE PIEDRA SAS	901553025
23	LA FABRICA DE LA FELICIDAD SAS	900091746
24	OSI EMPRESARIAL	900.482.093-7
25	PARQUE CONSOTA	8914800001
26	REVISTA GOURMET CAFETERO SAS	901386709
27	SENA	899999034-1
28	THEKEY360	900693709-0
29	VGA JIGGER & SHAKER SAS	901550282
30	VIAJES ORBE SAS	816008698-7
31	YANUBA HOTEL CAMPESTRE	900932128

A continuación, se presentan los resultados de la caracterización de los actores vinculados a la Iniciativa Clúster de Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región:

1. Ubicación de las Organizaciones

Se evidencia que actualmente la ubicación de las organizaciones se concentra en el municipio de **Pereira** y existe una baja representación de organizaciones de los otros municipios del Departamento.

Municipio	Cantidad	Porcentaje
Pereira	27	87.10%
Dosquebradas	3	9.68%
Santa Rosa de Cabal	1	3.23%

2. Tamaño de las Organizaciones

Se evidencia una distribución polarizada de las organizaciones vinculadas al Clúster. La gran mayoría de las entidades son Micro y Pequeñas empresas (87.1), lo que se correlaciona con el universo de las empresas del sector. El patrón más notable es la ausencia de Mediana empresa, lo que podría indicar un desafío en el crecimiento de las pequeñas empresas. Se destaca la participación de 4 empresas grandes, que corresponden al 12.9% de las organizaciones vinculadas al clúster.

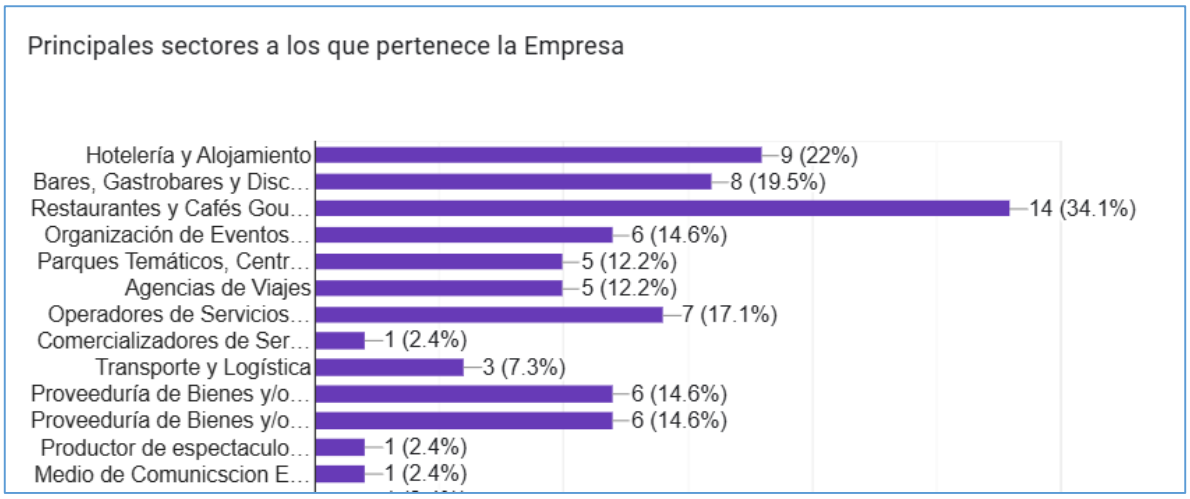
Tamaño (según número de empleados)	Cantidad	Porcentaje
Microempresa (entre 1 y 10)	19	61.29%
Pequeña (entre 11 y 50)	8	25.81%
Mediana (entre 51 y 200)	0	0.00%
Gran empresa (más de 200)	4	12.90%

3. Principales Actividades Económicas de las Organizaciones

Conjuntamente con el Equipo Gestor de la Iniciativa Clúster conformado por los gremios de Anato, Asobares y Cotelco, así como la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de la Alcaldía de Pereira, se establecieron las siguientes actividades económicas asociadas a los principales eslabones de la cadena de valor del clúster:

- Hotelería y Alojamiento
- Bares, Gastrobares y Discotecas
- Restaurantes y Cafés Gourmet
- Organización de Eventos y Catering
- Parques Temáticos, Centros Vacacionales y Clubes
- Agencias de Viajes
- Operadores de Servicios Turísticos
- Comercializadores de Servicios Turísticos (solo comercializan)
- Transporte y Logística
- Proveeduría de Bienes y/o Servicios para el Sector Hotelería y Alojamiento
- Proveeduría de Bienes y/o Servicios para el Sector Gastronomía y Entretenimiento

Con base en estas actividades económicas, gracias a la encuesta de caracterización se identificaron las principales actividades, a saber:



Se destaca que las actividades que definen el nombre del cluster (Gastronomía y Entretenimiento) dominan la lista:

- Restaurantes/Cafés Gourmet (34.1%): Es la actividad más mencionada, confirmando que la oferta culinaria formal y especializada es un componente fundamental del "gastro" en el cluster.
- Bares/Gastrobares/Discotecas (19.5%): La tercera actividad más frecuente, subraya la importancia del entretenimiento nocturno y la vida social como motor clave dentro para el clúster.

Los servicios que atraen y albergan a visitantes también tienen una alta representación:

- Hotelería/Alojamiento (22%): Como soporte esencial del turismo y los viajes, su frecuencia es alta, consolidando el papel de la hospitalidad en el ecosistema.
- Parques Temáticos/Centros Vacacionales/Clubes (12.2%): La alta mención de este sector indica que el cluster se enfoca en el turismo de ocio y las experiencias de estadía extendida, y no solo en el consumo puntual.

Las actividades que garantizan el flujo de visitantes y la organización de experiencias a gran escala son cruciales:

- Operadores Turísticos (17.1%) y Agencias de Viajes (12.2%): Estos sectores son vitales para la comercialización y gestión de la experiencia turística, demostrando la dependencia del clúster en el flujo de viajeros.
- Organización de Eventos y Catering (14.6%): Su mención subraya la capacidad del cluster para manejar reuniones y banquetes, integrando servicios de alimentación y entretenimiento para grupos.

Por lo tanto, el Clúster de Gastroentretenimiento y Turismo se caracteriza por ser un ecosistema multifuncional con un enfoque dominante en la experiencia de ocio y consumo. Existe una integración entre las actividades de Gastronomía (Restaurantes/Bares) y las de Hospitalidad/Atracciones (Hotelería/Parques). La clave del clúster no solo reside en los establecimientos finales (bares y restaurantes), sino también en la infraestructura turística (Hotelería, Operadores y Agencias de Viajes) y las experiencias a gran escala (Parques y Eventos), lo que lo convierte en un potencial para el fortalecimiento de la economía de servicios turísticos en Pereira y Región.

4. Análisis Cualitativo de la Oferta del Clúster

El análisis cualitativo de la oferta de valor del clúster revela una estructura económica robusta y diversificada, cimentada en tres pilares interconectados: la Gastronomía y Experiencia Culinaria, la Integración de Hospitalidad, Entretenimiento y Turismo, y una red de Servicios de Soporte y Fortalecimiento Empresarial. Esta oferta se extiende desde la provisión de alimentos con valor agregado y experiencias culinarias innovadoras (como la alta cocina y las especialidades temáticas) hasta la creación de paquetes turísticos completos que combinan alojamiento rural, bienestar, ocio en parques temáticos y espectáculos culturales en vivo, diseñando un ecosistema integral y atractivo para el turismo receptivo.

Enfoque Central: Gastronomía y Experiencia Culinaria

La oferta del cluster se basa en la **diversidad gastronómica**, abarcando desde la **cocina rápida** (hamburguesas, pizzas) hasta la **alta cocina** y las especialidades temáticas, como la **parrilla con sabor del sur de América** y las innovadoras **experiencias de cocción en piedra volcánica**. Un componente significativo es la producción de **alimentos con valor agregado** y fácil consumo, como lasañas a base de plátano, snacks y salsas, lo que conecta a la agroindustria con el consumo final. El **turismo gastronómico** se establece como un producto clave, integrando la comida con la cultura local y tradicional, como el tour del café.

Intersección de Hospitalidad, Entretenimiento y Turismo

La encuesta refleja una clara **integración de servicios** para crear experiencias completas. El **alojamiento** se ofrece en formatos diversos, desde la hotelería convencional hasta el **hospedaje rural** y servicios de **bienestar y termalismo**, atrayendo al turismo médico. El **entretenimiento** se manifiesta a través de **parques temáticos, atracciones acuáticas** y la organización de **eventos deportivos y recreativos**. Un nicho importante es la producción de **espectáculos musicales en vivo** que se combina con una propuesta gastronómica temática, diseñando productos culturales únicos dirigidos al turismo receptivo.

Servicios de Soporte y Fortalecimiento Empresarial

Más allá de la oferta directa al consumidor, el cluster se apoya en una red de **servicios de soporte** esenciales. Esto incluye la **proveeduría** de equipos de cocina y utensilios, la **capacitación y formación** de personal para el trabajo, y la **consultoría especializada** en fortalecimiento de propuestas de valor y posicionamiento empresarial. La promoción de los servicios a nivel nacional e internacional se realiza mediante la **creación de contenidos** y la organización de **ferias y eventos**, asegurando la visibilidad y el crecimiento sostenido de las micro y pequeñas empresas que componen la cadena de valor.

5. Principales clientes o nichos de mercado

El análisis de los clientes y segmentos de mercado priorizados por las empresas del cluster revela una estrategia de alcance dual, enfocándose tanto en el consumidor final como en el mercado corporativo y de intermediación.

Esta aproximación va más allá de la segmentación demográfica simple, orientándose hacia el turismo de valor que busca experiencias memorables, salud y bienestar, y el segmento B2B que incluye a toda la cadena Horeca.

La priorización abarca desde las familias y la ciudadanía en general hasta clientes con alto poder adquisitivo, turistas internacionales y entidades corporativas, indicando un ecosistema de clientes amplio y sofisticado. Los nichos de mercado se pueden clasificar en tres grandes grupos interconectados:

Consumidor de Experiencias:

Este grupo incluye a familias, adultos con poder adquisitivo medio-alto (generalmente entre 30 y 60 años), y personas que valoran el buen gusto, la cultura y las experiencias temáticas. Se dirigen específicamente a quienes buscan turismo de salud y bienestar, experiencias gastronómicas *gourmet* (como carnes *premium* a la piedra volcánica) y el consumo de productos artesanales. También se incluyen las comunidades locales y los afiliados a cajas de compensación, garantizando una base de consumo masivo y estable.

Mercado Turístico y de Intermediación (B2B):

Es un pilar esencial, enfocado en el flujo de visitantes. Los clientes prioritarios son los Operadores Turísticos, Agencias de Viajes (que actúan como mayoristas) y los establecimientos de alojamiento. Este segmento también abarca empresas que buscan hospedaje corporativo y eventos sociales/empresariales, asegurando un ingreso constante a través de la organización de reuniones y banquetes. La colaboración se extiende a toda la cadena de valor del turismo.

Canal Horeca y Proveeduría (B2B):

Este segmento está dedicado a suplir a otros negocios, utilizando el término Horeca (Hoteles, Restaurantes y Cafés) como su principal vía de distribución. Se prioriza a clubes sociales, discotecas, casinos, y grandes cadenas de restaurantes y hoteles. La oferta para este canal se centra en la distribución de productos como salsas, *snacks*, cervezas artesanales y en la provisión de servicios especializados como el diseño de espectáculos, *catering* y el desarrollo de experiencias de coctelería a través de *bartenders* y dueños de bares.

Actualmente, las empresas cuentan con múltiples nichos de mercado, buscando la estabilidad al balancear clientes directos con la intermediación comercial. La fuerza radica en la capacidad de atender el ciclo de vida del turista y el ecosistema local, desde su alojamiento y bienestar hasta su entretenimiento nocturno y consumo *gourmet*. Al priorizar los operadores turísticos, las empresas buscan un crecimiento escalable, mientras que al enfocarse en familias y segmentos de alto valor, buscan una mayor rentabilidad y posicionamiento de marca en experiencias de calidad superior.

6. Principales Retos y Desafíos para el Clúster

El análisis de los desafíos del Clúster de Gastroentretenimiento y Turismo revela un panorama complejo donde las barreras internas y externas se combinan para limitar el crecimiento y la productividad.

Los retos se centran en la poca capacidad de inversión y expansión, las dificultades operacionales para asegurar la sostenibilidad de las ventas y la escasez de talento humano calificado. Paralelamente, el sector enfrenta presiones macroeconómicas y regulatorias, incluyendo la incertidumbre política y las reformas laborales, la alta carga impositiva y problemas estructurales en el destino, como la baja conectividad aérea y el aumento de la inseguridad. Los desafíos se agrupan en tres áreas principales:

Desafíos Estructurales y de Destino (Externos):

El clúster se ve afectado por la falta de una gobernanza turística y la ausencia de un observatorio turístico que proporcione datos clave para la toma de decisiones. Existe una percepción de imagen de riesgo país y una falta de promoción internacional que impide que Pereira y Risaralda sean reconocidos globalmente. La baja conectividad aérea y la inseguridad creciente son obstáculos directos para la atracción de turismo receptivo. Además, la unión entre institucionalidad y gremios es débil, impidiendo la creación de una oferta turística robusta e integrada.

Retos de Comercialización y Productividad (Internos):

Las empresas enfrentan dificultades para asegurar clientes constantes y sostenibles, lo que obliga a buscar una mayor recompra y captación de *leads* calificados a través de la web y redes sociales. Existen barreras operacionales como la capacidad limitada del espacio físico para atender la demanda, los altos costos logísticos por la cadena de frío, la competencia de precios y la necesidad de tecnificación de procesos. La baja capacidad de inversión empresarial para la expansión y la internacionalización frena la apertura de nuevos mercados y la sofisticación de la oferta.

Capital Humano y Entorno Político/Legal:

La falta de formación pertinente y bilingüismo del personal representa un freno para mantener la calidad y expandirse, especialmente en el segmento *premium* o internacional. Este problema se agrava con la incertidumbre generada por el entorno político y las reformas laborales, que incrementan los costos operativos y la burocracia. Para superar esto, las empresas reconocen la necesidad de la capacitación constante del talento, la estandarización de procedimientos y la búsqueda de alianzas estratégicas B2B para el desarrollo conjunto de proyectos de alto impacto turístico.

La sostenibilidad y el crecimiento del cluster dependen de una estrategia de mitigación dual. Por un lado, se requiere urgentemente fortalecer la institucionalidad mediante la creación de instrumentos de planificación y observatorios que combatan la desinformación y la falta de articulación. Por otro lado, las empresas deben mejorar la eficiencia interna a través de la innovación de producto, la tecnificación de procesos y la capacitación de personal para asegurar la calidad y el crecimiento escalable. Superar los retos de conectividad, inseguridad y la reforma laboral exige una sinergia público-privada que posicione a Pereira como un destino de valor internacional.

7. Principales expectativa e interés frente al Clúster de Gastronomía y Turismo de Pereira Ciudad Región

Las expectativas de los participantes del cluster se centran en un objetivo doble y complementario: el crecimiento individual de sus empresas y el posicionamiento colectivo de Pereira como un destino de alto valor.

El interés primordial es crear una unión de fuerza empresarial que permita generar mayor visibilidad y atracción de turismo internacional, lo cual se traduce directamente en el aumento de clientes y ventas.

Existe una clara conciencia de que la colaboración y el encadenamiento productivo son el camino más efectivo para elevar el nivel de competitividad y tener mayor poder de negociación frente a políticas públicas. Los intereses específicos se manifiestan en tres ámbitos estratégicos:

Fortalecimiento Operacional y de Mercado (Micro):

Las empresas buscan ayuda directa en la captación de nuevos clientes provenientes del turismo, la visibilización de sus marcas y la apertura efectiva de nuevos mercados, incluyendo soluciones logísticas para productos con cadena de frío. La innovación se prioriza para ofrecer un sabor diferente y experiencias memorables, como la promoción de la carne a la piedra, buscando la diferenciación y la sofisticación de la oferta a través de la actualización y la tecnología.

Articulación y Desarrollo de Destino (Macro):

El principal interés colectivo es integrar una única propuesta de valor regional que sume capacidades, convierta a Pereira en un referente turístico de valor y fortalezca toda la cadena productiva. Esto requiere el encadenamiento y relacionamiento entre las empresas y la articulación con la institucionalidad. Se busca también aportar en la promoción turística, asegurando que el destino sea reconocido por su calidad, gastronomía líquida y las experiencias culturales disruptivas (como los espectáculos temáticos).

Soporte y Negociación (Transversal):

Los participantes esperan que el cluster sea un vehículo para el acompañamiento en procesos de formación y desarrollo de talento, atendiendo las necesidades específicas de capacitación. Igualmente, se busca ganar poder de negociación colectiva para influir en las políticas que afectan al gremio y hallar soluciones viables a desafíos compartidos. La creación de alianzas estratégicas es vista como el método principal para impulsar la innovación y la expansión conjunta.

La principal expectativa del clúster es la sinergia, entendida como la capacidad de transformar intereses individuales de crecimiento en una estrategia colectiva de posicionamiento regional. El éxito se medirá en la capacidad de mejorar la calidad y la promoción a nivel nacional e internacional, articulando una oferta de productos y servicios

que satisfaga la demanda de turistas de alto valor. La unión de empresas, el encadenamiento productivo y el apoyo mutuo son vistos como las herramientas esenciales para lograr mayor visibilidad, sofisticación y, en última instancia, mayor competitividad del destino Pereira Ciudad Región.

III. RED DE COLABORACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL CLÚSTER DE GASTROENTRETENIMIENTO Y TURISMO DE PEREIRA REGIÓN

La iniciativa del clúster se sustenta en la construcción de una red de colaboración que abarca toda la cadena de valor, desde la generación de conocimiento hasta la experiencia del cliente final.

El núcleo de la gobernanza del clúster está formalizado mediante un **Acuerdo de Alianza tripartita** entre los principales gremios del sector. Este es un punto de gran fortaleza, ya que consolida la representación de los eslabones clave del turismo y el entretenimiento:

i. **COTELCO Risaralda:** Representa el sector de la **Hotelería y Alojamiento** (Hospitalidad).
ii. **ANATO Eje Cafetero:** Representa a las **Agencias de Viajes y Operadores Turísticos** (Comercialización y Movilidad).
iii. **ASOBARES Risaralda:** Representa la **Industria del Entretenimiento Nocturno y Bares** (Gastroentretenimiento).

El **objeto de la alianza** es la estructuración y consolidación del clúster, con el fin de posicionar la región como un destino **competitivo, innovador y sostenible**. Sin embargo, existe la **necesidad de establecer roles definidos, medición de resultados y articulación permanente** para asegurar su eficacia.

La red de colaboración del clúster se organiza en cinco grandes áreas:

1. Proveedores de Conocimiento, Talento e Infraestructura

Esta área es la **base de la innovación y la competitividad**. Su principal función es dotar al clúster de talento humano calificado e infraestructura de I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación).

- **Academia:** Una amplia participación de universidades (UTP, Católica, Libre, Área Andina, Andina, Unisarc) y centros de formación técnica (SENA, Unitécnica, CIDCA) garantiza el **suministro de profesionales y técnicos**.
- **I+D+i y Transferencia:** La presencia de entidades como el **CDT Café, Tecno parque SENA** y **Laboratorios de Innovación Turística** permite la aplicación práctica de conocimiento.
- **Financiamiento:** La inclusión de **Bancóldex** es fundamental para facilitar el acceso a **capital especializado** y apoyo al emprendimiento.

2. Suministros y Servicios de Apoyo

Actúan como habilitadores de la operación diaria del clúster, facilitando la calidad y eficiencia:

- **Proveeduría:** Incluye desde los propios **restaurantes, cafés y bares** (como proveedores entre sí y a eventos) hasta empresas de alimentación y *catering*, y **proveedores de insumos especializados**.
- **Soporte Tecnológico y de Marketing:** La mención de **Software POS** y sistemas de gestión, junto a **Agencias de Marketing Digital y Creativas**, indica un reconocimiento de la necesidad de modernización y promoción digital.
- **Infraestructura Logística:** El **Transporte turístico** y los **Salones de convenciones** son claves para la movilidad y la organización de eventos.

3. Canales (Integradores de la Experiencia)

Son los actores que cierran la brecha entre la oferta y el cliente, creando paquetes de valor:

- **Integradores Gremiales:** Los propios actores de la alianza tripartita (**COTELCO, ANATO, ASOBARES**) actúan como integradores de la oferta.
- **Comercialización Turística:** Agencias, Operadores y **Agencias B2B** son cruciales para el empaquetamiento y venta a otros mercados.
- **Marketing de Contenido:** La inclusión de **Influenciadores Gastronómicos** y **Revista Gourmet Cafetero** muestra una estrategia clara para la promoción y *storytelling* del destino a través de canales especializados.

4. Clientes Finales / Mercados Objetivo

El clúster tiene una segmentación de mercados bien definida, lo que le permite enfocar sus esfuerzos de promoción:

- **Segmentos Amplios:** Turismo nacional e internacional, público local y clientes B2B.
- **Nichos de Valor: Nichos *premium* y culturales** son priorizados para asegurar rentabilidad.

5. Gobernanza y Entorno Institucional

El ecosistema institucional es extenso y fundamental, ya que abarca el nivel local y departamental, además del nacional:

- **Gobierno Nacional:** La participación de Ministerios clave (Comercio, TIC, Cultura) y entidades como **FONTUR** y **Colombia Productiva** ofrece acceso a políticas, financiación e infraestructura turística.
- **Gobierno Regional y Local:** La inclusión de las tres principales Alcaldías (Pereira, Dosquebradas, Santa Rosa) y la Gobernación de Risaralda asegura la **articulación territorial** y la alineación con los planes de desarrollo local.
- **Redes y Gremios de Apoyo:** La presencia de la **Cámara de Comercio de Pereira**, **Fenalco, ANDI, Acopi**, y la **Comisión Regional de Competitividad**, proporciona legitimidad, *lobby* empresarial y apoyo en temas de competitividad que trascienden el sector turístico.

El clúster de Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región tiene el reto de consolidar una **estructura de colaboración formal, amplia y profunda**, que permita fortalecer la articulación entre gremios, academia, sector público y la cadena de valor completa. Su principal **potencial** radica en la **Alianza Tripartita** y las instituciones de apoyo (Universidades y SENA). En este sentido, su **principal desafío** es la **Gobernanza Operativa, que** transforme esta red potencial en una **entidad funcional** con métricas claras, roles definidos y procesos de articulación que aseguren que todos los eslabones trabajen de manera sincronizada para alcanzar el objetivo de posicionar a la región en los mercados internacionales prioritarios.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El clúster está enfocado en las actividades de **gastronomía y bebidas**, lo que proporciona una base sólida y diferenciadora para el turismo. La oferta es rica y variada, abarcando desde la **alta cocina y el *gourmet*** hasta el **hospedaje rural, el bienestar y los espectáculos culturales en vivo**, creando un ecosistema que busca activamente la **integración de servicios** y el desarrollo del **turismo de valor**.

Esta iniciativa opera con una **estructura de colaboración** que tiene como núcleo una **Alianza Tripartita** entre COTELCO, ANATO y ASOBARES, la cual representa los eslabones clave del sector. Además, cuenta con el soporte crucial de una red de **Proveedores de Conocimiento** (como universidades y el SENA), e **Instituciones de Gobernanza**.

El principal objetivo es el **crecimiento individual** de las empresas y el **posicionamiento colectivo** de la región como un referente competitivo a nivel internacional.

Sin embargo, el potencial del clúster se ve amenazado por **desafíos estructurales y operativos**. Los retos externos incluyen la **baja conectividad aérea, la inseguridad, la falta de una gobernanza turística formal** y la débil **promoción internacional**. Internamente, las empresas sufren por la **escasez de talento humano calificado y bilingüe**, la **baja capacidad de inversión** y las **dificultades operacionales** (logística de cadena de frío, competencia de precios).

La clave para avanzar radica en la **sinergia**. Se requiere que el clúster fortalezca su **Gobernanza Operativa** mediante **roles y métricas claras**, enfocándose en la **articulación B2B** para **crear paquetes turísticos unificados y escalables**. Esto, sumado a la **inversión en tecnificación, capacitación y consultoría especializada**, permitirá a las Micro y Pequeñas empresas superar la brecha de crecimiento y alcanzar los mercados internacionales prioritarios, equilibrando el crecimiento económico con la sostenibilidad.

Aunque la iniciativa se denomina Pereira Región, la participación de las empresas encuestadas está altamente concentrada en el municipio de Pereira. Existe una baja

representación de organizaciones de otros municipios clave como Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal. Para que el clúster cumpla su objetivo de integrar una oferta regional robusta, es imperativo implementar una estrategia activa de descentralización y vinculación que garantice la participación equitativa de los actores de la cadena de valor en todo el departamento.