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 5:
Informe con el análisis de referenciación (benchmarking) de la Iniciativa Clúster GASTROENTRETENIMIENTO

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.

El objetivo del análisis de referenciación (benchmarking) es la identificación de mejores prácticas de iniciativas clúster a nivel nacional en el fortalecimiento de los sectores de Turismo y Gastroentretenimiento, con base en los siguientes segmentos de negocio que han identificado las empresas e instituciones vinculadas al clúster:

1. Turismo Corporativo y Eventos (congresos, bodas, romance):

Este segmento de negocio, que articula la industria MICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones) con el dinámico nicho de bodas y turismo de romance, se

caracteriza por movilizar un perfil de visitante con una capacidad de gasto superior al promedio y requerimientos técnicos rigurosos, lo que demanda una infraestructura especializada, conectividad aérea eficiente y una ejecución logística de primer nivel por parte de los operadores. Este enfoque estratégico trasciende la simple atracción de volumen; se orienta hacia la captura de valor mediante la desestacionalización efectiva de la demanda, logrando estabilizar la ocupación hotelera y de servicios tanto en días hábiles —impulsados por la agenda corporativa— como en fines de semana, dinamizados por celebraciones sociales.

Para el contexto de Pereira y Risaralda, la propuesta de valor de este segmento debe capitalizar la tendencia global del *bleisure*[1], incentivando que delegados e invitados extiendan su permanencia para consumir productos de naturaleza y gastronomía. La operatividad requiere una integración transversal de la cadena de valor que vincule recintos de convenciones y lugares (*venues*) no tradicionales del Paisaje Cultural Cafetero con una proveeduría de entretenimiento y catering de estándares internacionales. El objetivo final es consolidar al destino como un hub estratégico de encuentros que no solo garantice eficiencia empresarial, sino que también ofrezca una diferenciación competitiva basada en la fusión de capacidad técnica y riqueza cultural.

2. Turismo de Naturaleza y Cultura (Paisaje Cultural Cafetero):

Este segmento de negocio se fundamenta en la valorización estratégica de los activos biofísicos y patrimoniales del territorio, capitalizando la declaratoria de la UNESCO sobre el Paisaje Cultural Cafetero como un diferenciador competitivo de alcance global. Su naturaleza trasciende el ecoturismo tradicional para evolucionar hacia un modelo educativo, donde la narrativa del café, la arquitectura y la biodiversidad se integran en una propuesta de experiencia coherente y de alto valor percibido. El enfoque estratégico prioriza la sostenibilidad y la conservación activa, respondiendo a una demanda que exige

[1] La tendencia del *bleisure* reconfigura el viaje corporativo al integrar jornadas laborales con espacios de ocio en el destino. Este modelo impulsa la extensión de estadías y el gasto promedio, exigiendo una oferta híbrida que garantice conectividad eficiente y acceso fluido a experiencias culturales y recreativas.

autenticidad, interpretación ambiental e interacción respetuosa con las comunidades locales, alejándose de las dinámicas de masificación.

Para la región de Pereira y Risaralda, este segmento constituye el núcleo de su identidad de marca territorial, buscando la preservación de los ecosistemas, al tiempo que se ofrece una sofisticación en los servicios complementarios, como gastronomía de origen y alojamientos integrados en el entorno.

La ventaja comparativa radica en la autenticidad de una cultura cafetera viva combinada con una oferta de naturaleza accesible, lo que permite capturar nichos especializados como el avistamiento de aves y el turismo regenerativo.

3. Turismo Familiar Intergeneracional (niñ@s, jóvenes, adultos y silver).

Este segmento de negocio se define por la movilización conjunta de grupos familiares extendidos, integrando dinámicas de consumo que abarcan desde la primera infancia y la juventud hasta los adultos contemporáneos, las personas mayores de 60 años (*silver*) e inclusive las mascotas. Su naturaleza se distingue por su complejidad logística, dado que configura una unidad de demanda con intereses heterogéneos que exige una propuesta de valor múltiple, capaz de armonizar la necesidad de accesibilidad, seguridad y confort de los mayores con la búsqueda de dinamismo, entretenimiento y conectividad digital de las nuevas generaciones. Económicamente, representa un ticket promedio elevado y una menor estacionalidad, impulsada por la motivación del reencuentro y la construcción de memoria colectiva. El enfoque estratégico para este nicho debe trascender la simple agregación de actividades dispersas para centrarse en el diseño de experiencias inclusivas y sin fricciones funcionales.

Para el ecosistema turístico de Pereira y Risaralda, implica la adaptación de la infraestructura existente —parques temáticos, corredores gastronómicos y alojamientos campestres— para garantizar la accesibilidad universal y la versatilidad en el servicio. La competitividad en este ámbito dependerá de la capacidad de los operadores para articular itinerarios que permitan la convivencia simultánea de distintos ritmos vitales, asegurando

que la oferta de valor satisfaga las expectativas individuales mientras facilita la interacción grupal. El objetivo es posicionar al destino como un entorno facilitador de cohesión familiar, donde la sofisticación logística permita a cada miembro disfrutar del entorno cultural y natural con total autonomía y comodidad.

Teniendo en cuenta los tres segmentos de negocio más atractivos para las empresas de la ciudad y la región, se han identificado siguientes iniciativas clúster como referencia para el análisis de benchmarking:

- Clúster de Turismo de Naturaleza en Antioquia
- Clústeres de Turismo de Negocios y Eventos de Medellín y Bogotá
- Clúster de Turismo Alternativo y Bienestar de Santa Rosa de Cabal (Risaralda).

Iniciativa **Clúster**	Segmento de Negocio	Alcance Geográfico	Foco Estratégico
Turismo de Naturaleza (Antioquia)	Turismo de naturaleza.	Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.	Busca consolidar un producto diferencial, experiencial y mágico.
Turismo de Negocios (Medellín)	Turismo de Eventos, Negocios, Ferias y Convenciones (MICE).	Medellín, Antioquia.	Enfocado en el concepto Bleisure (Business y Leisure), aprovechando que los clientes de alto gasto usen la oferta complementaria (gastronomía y cultura).
Turismo de Negocios y Eventos (Bogotá)	Turismo de Negocios y Eventos.	Bogotá Cundinamarca.	Concentrado en la promoción del turismo de negocios, incluyendo hotelería, recintos feriales y organizadores profesionales de congresos.
Turismo Alternativo (Santa Rosa de Cabal)	Turismo alternativo y bienestar.	Santa Rosa de Cabal, Risaralda.	Fomenta el consumo de experiencias a través de actividades sostenibles que contribuyen al bienestar

			personal y la inmersión cultural.

A continuación, se presenta el análisis de referenciación centrado en identificar las mejores prácticas relacionadas con la articulación de la cadena de valor, la gestión del destino y el modelo de liderazgo y gobernanza, así como las principales áreas estratégicas de mejora y mecanismos de financiación:

1. **Articulación de la cadena de valor**

Clúster Turismo de Naturaleza (Antioquia)

El clúster de Turismo de Naturaleza en Antioquia se consolida como una iniciativa orientada a fortalecer experiencias auténticas basadas en biodiversidad, patrimonio ambiental y cultura rural.

Su énfasis en el **Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño** impulsa rutas ecoturísticas, avistamiento de aves, turismo rural comunitario, senderismo y actividades de aventura ligera. Busca posicionarse como un destino **diferencial, experiencial y mágico**, articulando prestadores comunitarios, operadores especializados, infraestructura rural sostenible y productos turísticos integrados.

Aspectos clave:

- Existe un **alto potencial de experiencias naturales** que atraen nichos internacionales, pero la cadena de valor aún presenta dispersión y desarticulación.
- Los productos están más desarrollados por oferta que por demanda; se requieren mayores esfuerzos de empaquetamiento y comercialización en sus productos.
- La gobernanza está en evolución, con participación de cámaras de comercio, prestadores y comunidades, pero falta una plataforma más sólida de coordinación.

Clúster Turismo de Negocios (Medellín)

Este clúster está centrado en el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions), con una estrategia clara de Bleisure que combina viajes de negocio con experiencias de ocio. Medellín aprovecha su infraestructura para ferias, convenciones, hoteles corporativos y conectividad aérea, complementándolo con gastronomía, cultura urbana, innovación y entretenimiento. *Cluster* facilita el trabajo colaborativo y la sinergia entre la industria del turismo y la creativa con las demás industrias del país, con el propósito de contribuir al desarrollo del territorio y generar acciones que permitan posicionar la región como un destino inteligente, entendiéndose por éste como un territorio innovador, que se fortalece desde aspectos tecnológicos, asegura el desarrollo sostenible, es accesible para todos y facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementando la calidad de su experiencia y mejorando las condiciones de vida de quien habita en el lugar.

Aspectos clave:

- Medellín ha logrado posicionarse como líder nacional en turismo MICE, con alto reconocimiento internacional.
- La cadena de valor está bien estructurada: operadores de eventos, hotelería, recintos feriales, transporte y oferta complementaria trabajan de manera articulada y su difusión a nivel internacional está bien enfocada.
- Uno de los retos principales es ampliar la permanencia del visitante mediante productos de ocio integrados.

Clúster Turismo de Negocios y Eventos (Bogotá)

Bogotá es el principal centro empresarial del país y concentra una amplia infraestructura hotelera, centros de convenciones, recintos feriales y organizadores profesionales de congresos. Su enfoque está en fortalecer el posicionamiento internacional del destino como hub de eventos corporativos, gubernamentales y académicos.

La Iniciativa Cluster de Turismo de Negocios y Eventos que cuenta con el liderazgo y apoyo institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá es un escenario neutral donde líderes empresariales, Gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad.

Aspectos clave:

- Bogotá tiene la cadena de valor más amplia y robusta en turismo de negocios, con actores coordinados desde el bureau de la ciudad.
- Sin embargo, la oferta complementaria (cultura, gastronomía, naturaleza cercana) no siempre está integrada en los productos.
- Se requiere mejorar la experiencia del visitante en movilidad, información turística y señalización multilingüe.

Clúster Turismo Alternativo y Bienestar (Santa Rosa de Cabal, Risaralda)

Este clúster integra experiencias de bienestar, termalismo, turismo alternativo, actividades sostenibles y prácticas de reconexión cultural y natural. Apuesta por productos como termales, caminatas ecológicas, gastronomía artesanal, terapias integrativas y turismo de salud y bienestar.

El clúster Turismo Alternativo y Bienestar (Santa Rosa de Cabal, Risaralda) es una iniciativa apoyada por la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal, que busca fortalecer y promover la oferta turística del municipio.

Además, la Cámara ha promovido la construcción de una red de prestadores de servicios turísticos, facilitando la colaboración entre empresarios y fortaleciendo la oferta turística del municipio. Iniciativas como los semilleros de emprendimiento y la Ruta de Emprendimiento buscan inspirar a las nuevas generaciones a descubrir su propósito y desarrollar sus ideas de negocio desde temprana edad complementando asila cadena de valor del clúster.

Aspectos clave:

- Existe un gran potencial para posicionar a Santa Rosa como referente regional en bienestar.
- La cadena de valor está compuesta por operadores pequeños y microempresas, todavía con bajo nivel de articulación.
- Se observa creciente demanda de turistas que buscan experiencias sostenibles y de bienestar integral.

En síntesis, se evidencia que el Turismo de Aventura, el Turismo Familiar y el Turismo intergeneracional no están constituidos como iniciativas clúster independientes o dedicadas en los modelos de referencia de las Cámaras de Comercio; los clústeres formalizados y descritos se concentran en el Turismo alternativo y bienestar (Santa Rosa de Cabal), el Turismo de Naturaleza (Antioquia), y el Turismo de Negocios y Eventos (Medellín y Bogotá).

Sin embargo, el concepto de la oferta complementaria o leisure, que sí está presente en el Cluster de Turismo de Negocios de Antioquia, sugiere que la demanda por actividades como la naturaleza, la cultura y la gastronomía funciona como un componente secundario al turismo principal, por lo tanto, estos tipos de turismo (Aventura, Familiar) no son clústeres con gobernanza propia para los clústeres mencionados, sino segmentos que probablemente se integran dentro de las estrategias de Turismo de Naturaleza o Turismo Alternativo.

Las mejores prácticas observadas destacan la importancia de:

- **Articulación de actores** (sector público–privado–comunitario).
- **Modelos de gobernanza consolidados** (Bureaus, cámaras de comercio, comités técnicos).
- **Productos integrados** basados en experiencias.
- **Estrategias de sostenibilidad** y certificaciones.
- **Ecosistemas de financiación** (fondos locales, cooperación internacional, alianzas empresariales).

2. Gestión del destino

Gestión del Destino – Clúster Turismo de Naturaleza (Antioquia)

La gestión del destino en este clúster se orienta hacia la conservación ambiental, la formalización de prestadores comunitarios y el fortalecimiento de indicadores de sostenibilidad. Se basa en el trabajo articulado con autoridades ambientales, alcaldías, resguardos, juntas de acción comunal y cámaras de comercio.

Incluye acciones como:

- Implementación de planes de manejo de rutas y senderos.
- Capacitación en turismo regenerativo y buenas prácticas ambientales.
- Diseño de protocolos de carga turística y conservación de ecosistemas sensibles.
- Articulación con entidades ambientales para evitar sobreexplotación.
- Promoción de territorios emergentes bajo una lógica de turismo responsable.
- El destino se gestiona bajo un modelo comunitario e institucional, donde la prioridad es equilibrar valor turístico, bienestar local y protección del patrimonio natural.

Gestión del Destino – Clúster Turismo de Negocios (Medellín)

Medellín opera bajo un modelo de gestión del destino estructurado por el Bureau de Convenciones, la Alcaldía, la Cámara de Comercio y el sector hotelero.

Su gestión se enfoca en:

- La captación de eventos nacionales e internacionales.
- La articulación integral de operadores, recintos feriales, aerolíneas y hoteles.
- La mejora permanente de la experiencia del visitante corporativo.
- Campañas de posicionamiento de Medellín como destino MICE competitivo.

- Integración de la oferta de ocio a través de la estrategia Bleisure, incorporando cultura, innovación y gastronomía.
- La ciudad opera con estándares internacionales para gestión de grandes eventos y garantiza una estructura sólida de seguridad, conectividad aérea, transporte y comunicaciones.

Gestión del Destino – Clúster Turismo de Negocios y Eventos (Bogotá)

En Bogotá, la gestión del destino está liderada por el Bogotá Convention Bureau, la Cámara de Comercio y la institucionalidad distrital. Se articula mediante un sistema robusto de información turística, estrategias de mercadeo internacional y un enfoque en sostenibilidad para grandes eventos.

Sus principales líneas de gestión incluyen:

- Captación de congresos y ferias a través de estrategias de marketing de destino.
- Coordinación entre recintos feriales (Corferias), hotelería, operadores especializados y aeropuertos.
- Mejoras en movilidad, señalización, accesibilidad y servicios al visitante.
- Programas de sostenibilidad MICE, aplicando estándares verdes en eventos.
- Promoción internacional de Bogotá como hub de negocios, conocimiento y conectividad de Latinoamérica.
- El enfoque del destino combina la fortaleza empresarial con la cultura, la gastronomía y el turismo urbano.

Gestión del Destino – Clúster Turismo Alternativo y Bienestar (Santa Rosa de Cabal)

La gestión del destino en Santa Rosa de Cabal se basa en integrar el termalismo, la naturaleza, el bienestar personal y la sostenibilidad. Se articula a través de la Alcaldía, Cotelco, asociaciones de prestadores, Asoturismo, el gremio turístico y la Cámara de Comercio.

Sus estrategias clave incluyen:

- Desarrollo de productos de bienestar integrados: termales, spas, terapias, gastronomía saludable y caminatas ecológicas.
- Implementación de buenas prácticas para la capacidad de carga en zonas naturales.
- Regulación y formalización de prestadores turísticos para garantizar calidad y seguridad.
- Promoción del destino como espacio de reconexión, salud y sostenibilidad.
- Fortalecimiento de la experiencia del visitante mediante señalización, guianza certificada y servicios articulados.
- El modelo busca posicionar a Santa Rosa como un destino de bienestar integral, alineado con tendencias globales de salud preventiva y experiencias saludables.

La gestión de destinos turísticos en Colombia exhibe una clara diferenciación estratégica. Los clústeres de **Antioquia (Naturaleza)** y **Santa Rosa de Cabal (Bienestar)** priorizan la **sostenibilidad, la conservación ambiental y el modelo comunitario**, enfocándose en la regulación, la capacidad de carga y el desarrollo de productos regenerativos o de bienestar integral. En contraste, **Medellín** y **Bogotá**, ambos clústeres de **Turismo de Negocios**, se centran en la **captación de grandes eventos (MICE)**, el posicionamiento internacional, la articulación de operadores clave (hoteles, aerolíneas) y la mejora continua de la infraestructura y la experiencia del visitante corporativo con estrategias como el *Bleisure*.

3. Modelo de liderazgo y gobernanza

En primer lugar, se presenta la siguiente tabla con la información descriptiva de la entidad líder, los actores principales y el equipo de dirección de los cuatro clústers analizados:

Clúster	Entidad Líder	Actores Principales	Equipo de Dirección
Turismo de Naturaleza (Antioquia)	Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.	Biochicoas. Tecnoviajes.	No existe gerente dedicado exclusivamente. Equipo de gerencia: 2 a 5 personas.

Clúster	Entidad Líder	Actores Principales	Equipo de Dirección
		Hacienda Nápoles. Red Sanrocana, etc.	Órgano Directivo: Sí.
Turismo de Negocios (Medellín)	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.	Alcaldía de Medellín.	Equipo de gerencia: 2 a 5 personas. Órgano Directivo: Sí.
Turismo de Negocios (Bogotá)	Cámara de Comercio de Bogotá.	Viceministerio de Turismo. Proexport. IDT. Cotelco. ANATO Acodres. Sena. Universidades.	Equipo de gerencia: 2 a 5 personas. Órgano Directivo: Sí.
Turismo Alternativo (Santa Rosa)	Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal.	Gobernación de Risaralda. Alcaldía de Santa Rosa de Cabal. Asoturismo. Unisarc.	Gerente dedicado (1 Persona). Órgano Directivo: Sí

Con base en la anterior información, se realizó un análisis del modelo de liderazgo y gobernanza, que se presenta a continuación:

Modelo de Liderazgo y Gobernanza – Clúster Turismo de Naturaleza (Antioquia)

El liderazgo del clúster se estructura a través de un modelo colaborativo territorial coordinado principalmente por la Cámara de Comercio de Medellín, alcaldías locales y actores comunitarios. Es un modelo mixto que combina gobernanza institucional con participación comunitaria.

Características clave:

- **Mesa de Gobernanza Territorial**, donde participan autoridades ambientales, operadores turísticos, organizaciones comunitarias, ONG y empresarios.
- Tienen un Liderazgo distribuido, en el que las comunidades rurales tienen un rol determinante en la gestión del producto.
- Priorizan la **conservación, sostenibilidad y uso responsable del territorio**.
- Cuentan con un modelo de decisiones basado en consensos, especialmente en temas de rutas, cargas turísticas y fortalecimiento empresarial.

Fortalezas del modelo

- Participación activa de comunidades rurales.
- Gobernanza inclusiva que incorpora criterios ambientales.
- Procesos de acompañamiento empresarial y técnico continuos.

Modelo de Liderazgo y Gobernanza – Clúster Turismo de Negocios (Medellín)

Este clúster presenta uno de los modelos más avanzados del país, basado en la articulación entre sector público–privado–académico. El Greater Medellín Convention & Visitors Bureau, la Cámara de Comercio de Medellín y la Alcaldía lideran la estrategia.

Características clave

- Gobernanza triple hélice: empresa, gobierno, academia.
- Rol central del Bureau en la captación de eventos, promoción internacional y articulación de proveedores.
- Estructura de comités técnicos para hotelería, eventos, conectividad aérea y oferta complementaria.
- Mecanismos estables de financiación a través de membresías, aportes públicos y alianzas privadas.

Fortalezas del modelo:

- Alto nivel de profesionalización y estándares internacionales.
- Coordinación estratégica y capacidad de respuesta rápida.

- Gobernanza institucionalizada con roles claros y permanentes.

Modelo de Liderazgo y Gobernanza – Clúster Turismo de Negocios y Eventos (Bogotá)

Este clúster opera con un modelo robusto liderado por el Bogotá Convention Bureau, la Cámara de Comercio y la institucionalidad distrital. Es uno de los modelos más fuertes en términos de planificación, promoción y atracción de eventos internacionales.

Características clave:

- Gobernanza articulada entre el Bureau, Cámara de Comercio y la Secretaría de Desarrollo Económico.
- Comités especializados para captación de eventos, investigación de mercados, sostenibilidad MICE y relacionamiento internacional.
- Integración de hoteles, recintos feriales (Corferias), operadores profesionales de congresos y aerolíneas.
- Sistema estructurado de gestión de destino basado en datos (Market Intelligence).

Fortalezas del modelo:

- Alto grado de formalización y capacidad de gestión.
- Plataforma sólida de marketing internacional.
- Coordinación institucional fuerte entre actores estratégicos.
- la oferta cultural y gastronómica en los eventos.

Modelo de Liderazgo y Gobernanza – Clúster Turismo Alternativo y Bienestar (Santa Rosa de Cabal, Risaralda)

El liderazgo del clúster se organiza mediante una gobernanza local articulada por la Cámara de Comercio de Dosquebradas, la Alcaldía de Santa Rosa, operadores turísticos, asociaciones de bienestar y gremios como Cotelco.

Características clave:

- Modelo de gobernanza co-creado entre el sector público y los empresarios locales.

- Participación activa de prestadores de servicios de bienestar (spas, termales, guías, terapeutas, operadores).
- Enfoque comunitario y experiencial, donde prima el desarrollo sostenible.
- Mesas sectoriales para producto, sostenibilidad, calidad y formalización.

Fortalezas del modelo

- Alta coherencia entre identidad de territorio (bienestar + naturaleza) y gobernanza.
- Flexibilidad y capacidad de adaptación del sector privado.
- Buen nivel de articulación entre termales, operadores y actores culturales.

En conclusión, el análisis evidencia dos tipos de modelos:

1. Modelos robustos y maduros (Bogotá y Medellín)

- Alta profesionalización.
- Liderazgo institucional fuerte.
- Fuentes de financiación diversificadas.
- Infraestructura y data para toma de decisiones.

2. Modelos híbridos comunitario–institucional (Antioquia y Santa Rosa)

- Liderazgo más distribuido.
- Alta participación comunitaria.
- Retos en formalización y sostenibilidad financiera.

Teniendo en cuenta lo anterior, se destacan las siguientes recomendaciones para definir el modelo de gobernanza del clúster de gastroentrenimiento y turismo de Pereira Región:

- Aprovechar el liderazgo de los tres gremios que lideran el clúster para potencializar los productos y servicios de todas las empresas vinculadas a la cadena de valor del clúster.
- Promover la identidad territorial y participación de los empresarios vinculados al clúster.

- Promover la cocreación de productos únicos en la zona para los segmentos de turismo con mayor atractivo para las empresas de la región.
- Promover un modelo de gobernanza co-creado entre el sector público y los empresarios locales.

4. Principales áreas estratégicas de mejora y mecanismos de financiación

A continuación, se presenta una tabla con la información descriptiva del número de empresas, principales áreas estratégicas de mejora y mecanismos de financiación.

Clúster	Número de Empresas	Áreas Estratégicas de Mejora	Financiamiento (Aporte Miembros)
Turismo de Naturaleza (Antioquia)	30 empresas participantes.	Capacitación RRHH. I+D+i. Desarrollo de la Cadena de Valor. Promoción de Exportaciones.	70% del financiamiento total proviene del aporte de los miembros, lo que sugiere una alta apropiación privada.
Turismo de Negocios (Medellín)	8 empresas participantes.	Capacitación RRHH. I+D+i. Mejora del entorno de negocios.	0% de aporte de miembros. Se financia 50% por Cámara de Comercio y 50% por Pública Local.
Turismo de Negocios (Bogotá)	162 entre actores y empresas.	Infraestructura específica. Mejora del entorno de negocios. Posicionamiento y mercado.	0% de aporte de miembros. Se financia 100% por la Cámara de Comercio.
Turismo Alternativo (Santa Rosa)	60 empresas participantes.	Desarrollo de Capacidades. Innovación. Desarrollo de Negocios. Posicionamiento.	Porcentajes no especificados en lo consultado.

Con base en la información anterior, se resaltan las siguientes recomendaciones para la estructuración de la Iniciativa Clúster de Gastroentretenimiento y Turismo de Pereira Región:

- Formalizar un modelo de gobernanza mixto con el liderazgo de los siguientes actores clave del sector:

  - Sector privado: Cotelco, Anato y Asobares como los gestores de la iniciativa clúster
  - Sector público: Alcaldía de Pereira y Gobernación de Risaralda
  - Academia: UTP y SENA

- Instalar un Comité de Innovación y Experiencias**, encargado del diseño de rutas, productos y empaquetamientos conjuntos.**

- Crear un Observatorio del Sector Turismo en Pereira Región, que permita obtener información actualizada de datos clave como**:** Datos empresariales, afluencia turística, gasto promedio, tendencias de consumo, desempeño del sector gastronómico y de entretenimiento.

- Establecer una Coordinación del Clúster **que cumpla con las siguientes funciones:** Coordinación y articulación institucional entre actores, gestión de recursos para la financiación y ejecución de proyectos.

5. Conclusiones y Recomendaciones

A continuación, se presentan seis conclusiones clave del análisis de referenciación de clústeres de turismo y gastroentretenimiento:

- La gestión de destinos en Colombia se divide en dos enfoques estratégicos claros: el **Turismo de Negocios (MICE)** en Medellín y Bogotá, centrado en la **captación de grandes eventos** y la articulación de infraestructura de primer nivel, y el **Turismo de Naturaleza/Bienestar** en Antioquia y Santa Rosa de Cabal, enfocado en la **sostenibilidad, conservación y el modelo comunitario**.

- Los clústeres de **Turismo de Negocios** (Medellín y Bogotá) han desarrollado **modelos de gobernanza maduros y robustos**, liderados por *Bureaus* y Cámaras de Comercio, con alta profesionalización, roles claros e integración de la triple hélice (empresa-gobierno-academia).

- Los clústeres de **Naturaleza y Bienestar** (Antioquia y Santa Rosa de Cabal) operan con **modelos híbridos comunitario-institucionales**, destacando la participación activa de comunidades rurales y prestadores locales, aunque enfrentan retos en la formalización y la sostenibilidad financiera.

- El **Turismo Familiar Intergeneracional** y el **Turismo de Aventura** no están constituidos como clústeres independientes en los modelos de referencia, sino que se integran como **segmentos de la oferta complementaria (*leisure*)** dentro de las estrategias de los clústeres principales, especialmente en Negocios (*Bleisure*) o Naturaleza.

- El financiamiento de los clústeres varía significativamente: mientras que el de **Naturaleza en Antioquia** tiene una **alta apropiación privada** con el 70% de aporte de sus miembros, los clústeres de **Negocios** en Medellín y Bogotá se financian principalmente con recursos de la **Cámara de Comercio y aportes públicos**.

- Para el futuro clúster de Pereira Región, se recomienda establecer un **modelo de gobernanza mixto** con liderazgo del sector privado (Cotelco, Anato, Asobares) y público (Alcaldía, Gobernación), además de la creación de un **Comité de Innovación y Experiencias** y un **Observatorio del Sector Turismo** para la toma de decisiones basada en datos.