

Capítulo 7

Dinámicas de innovación y relacionamiento Universidad-Empresa-Estado para el desarrollo del turismo de negocios

DIANA CAROLINA MARTÍNEZ TORRES¹
ENRIQUE MELAMED-VARELA²
INGRITH DAYANA RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ³
PAOLA ANDREA AMAR SEPÚLVEDA⁴
RODRIGO JOSÉ MIRANDA REDONDO⁵
VLADIMIR ALFONSO QUINTERO MÉNDEZ⁶

COOPERACIÓN Y VÍNCULO UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO

La arquitectura socioeconómica de los sistemas organizacionales a nivel estatal comprende un complejo de organizaciones de diversa naturaleza, actores que –al actuar conjuntamente– son promotoras de crecimiento y productividad en la administración de los recursos territoriales. Según Amar & Diazgranados (2006) y Amar et al., 2014 existen una serie de nuevas corrientes acerca

- 1 Magíster en Gestión de la Innovación. Administradora Industrial. Docente investigadora. Líder del Grupo de Investigación en Productividad y Gestión Empresarial. Líder del Grupo de Investigación en Productividad y Gestión Empresarial. Fundación Universitaria Colombo Internacional. Cartagena - Colombia. dcmartinez@unicolombo.edu.co
- 2 Estudiante de especialización en Gerencia e Innovación, Administrador de empresas con énfasis en gestión de la innovación en pymes, joven investigador del grupo de investigación Gestión Organizacional de la Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia. emelamed@unisimonbolivar.edu.co
- 3 Magíster en Gestión de la Innovación. Administradora Industrial. Profesora Investigadora. Coordinadora de Innovación y Emprendimiento. Grupo Gestión de la Innovación y el Emprendimiento. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia. irodriguez34@unisimonbolivar.edu.co
- 4 Ph.D en Ingeniería Industrial. Líder del Grupo Gestión de la Innovación y el Emprendimiento. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia. pamar@unisimonbolivar.edu.co
- 5 Magíster en Gestión de la Innovación. Administrador Industrial. Profesor Investigador. Grupo Gestión de la Innovación y el Emprendimiento, y Gestión Organizacional. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia. rmiranda10@unisimonbolivar.edu.co
- 6 Doctor in Business Administration, Master in Business Administration, Docente Investigador. Grupo Ingebocaribe. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia. vquintero2@unisimonbolivar.edu.co

del desarrollo endógeno de las naciones, postulados que engloban premisas para el desarrollo periódico y continuo; entre las principales ideas, se encuentra el uso de los recursos intelectuales y la ubicación del conocimiento como un mecanismo transformador que representa un elemento motriz de la innovación como ramificación resultante de los procesos científicos de investigación y desarrollo.

Al interior de las organizaciones que integran el aparato socioeconómico de los territorios destacan tres grandes ejes articulares: el Estado, concebido como el máximo ente encargado de salvaguardar la soberanía, intereses y recursos del territorio; las universidades, a las cuales se les encomienda la educación, y las empresas, organizaciones promotoras del consumo y de la comercialización de parte de bienes y servicios (Zárate, Artesi & Buzzi, 2004).

En esta tríada de actores sociales cada una guarda una íntima relación con el conocimiento, pues son las universidades las encargadas de generarlo y transferirlo a la sociedad; las empresas utilizan el conocimiento y competencias que adquieren los individuos a través de la educación, y el rol ideal del Estado se debe posicionar como un emprendedor que incentiva y fortalece las capacidades de los procesos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) de los cuales se origina el conocimiento y se canaliza hacia el sector productivo y se reinventa continuamente en las universidades (Mazzucato, 2014).

El interés por la integración y cooperación de Universidad, Empresa y Estado (UEE) ha sido unidad de estudio en diferentes procesos de investigación de los cuales han derivado modelos como: el triángulo de Sábato (Sábato & Botana, 1968), modelo

de cuatro entornos (Fernández de Lucio & Conesa, 1996), los sistemas regionales de innovación (Nelson & Rosenberg, 1993) y el modelo de triple hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). De acuerdo a Amar y Díaz Granados (2006), estos conjuntos de metodologías difieren en términos y componentes según las distintas percepciones de los autores que desarrollaron sus ideologías; pero conservan la esencia que, para el desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación en pro del desarrollo económico y social, se requiere de una construcción colectiva por parte de la academia, el gobierno y el sector productivo.

Leydesdorff & Ivanova (2016) agregan que el pensamiento de los actores –que integran la triple hélice– suele verse confundido con los principios propuestos por Chesbrough (2006) referentes a la innovación abierta; si bien presentan una relación, se diferencian en la medida que la innovación abierta se orienta en gran medida hacia la generación de espacios colectivos que permitan mayores capacidades para el fomento de la creatividad y los espacios de ideación, mientras que el vínculo universidad-empresa-Estado se perfila como la comunión ideal para la generación, apropiación e impulso del conocimiento y el desarrollo tecnológico, generando crecimiento económico territorial.

El principal interés de la relación cooperativa entre universidad, empresa y Estado se ha concentrado en el desarrollo y gestión de proyectos de ciencia, tecnología e innovación que permeen en el sistema económico y faciliten la eficiencia en el uso de recursos y soluciones adaptables a las diferentes situaciones que el entorno presenta para las organizaciones (Gutiérrez, 2013). En la triple hélice de universidad, empresa y Estado cabe destacar que coexisten diferentes correlaciones entre los actores, siendo posible además, según Cataño, Botero, Vanegas, Castro & Ibarra

(2008), vinculaciones universidad-empresa, universidad-Estado y Estado-empresa. Teniendo en cuenta que las correlaciones de dos órganos sociales propicia una plataforma de gestión para proyectos en ciencia, tecnología e innovación, también se puede afirmar que la coalición de los tres actores involucrados proporciona un mayor potencial en recursos y capacidades, fundamentos que dan músculo a los proyectos encaminados a presentar mayor impacto y trascendencia social.

La cooperación entre universidad, empresa y Estado ha resultado un modelo aceptado e implementado en el contexto latinoamericano, y ha propiciado la generación de iniciativas y desarrollos científico-tecnológicos emprendidos por universidades y centros de desarrollo tecnológico que son apoyados por los gobiernos territoriales, entregando resultados pertinentes materializado en organizaciones híbridas, prototipos de base tecnológica o sistemas de inteligencia empresarial (Ramírez & García, 2010). En el panorama colombiano la gestión en materia de Investigación, Desarrollo e Innovación aún es incipiente, puesto que no se alcanza siquiera una inversión del 1 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional para la investigación científica y el desarrollo tecnológico, meta que el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias) ha propuesto para los próximos años (*Semana*, 2014).

A pesar de que el nivel de Colombia en materia de Ciencia, Tecnología e Innovación no es el mejor y no cuenta con las debidas fortalezas, los lineamientos que se ejecutan desde Colciencias han permitido establecer una radiografía del sistema de I+D+i del territorio nacional, facilitando la identificación de fortalezas y aspectos por mejorar, así como también las oportunidades que se generan desde los centros de desarrollo tecnológico y las institu-

ciones de educación superior que adelantan procesos de investigación científica. Según los resultados de la última medición por parte de Colciencias (2016) a grupos de investigación, un total de 4.638 han sido categorizados en los diferentes escalafones (A1, A, B, C, D y grupos reconocidos) según las directrices y términos de la institución, agregando al escenario que abarcan las diferentes áreas de conocimiento.

Ahora se debe destacar que la tecnología en el ámbito social ha generado un proceso de cambio paulatino, que según Gainza (2003) ha comprendido dos principales dimensiones: el proyecto de modernización de las sociedades, partiendo de soluciones técnicas sofisticadas en los diferentes componentes sociales, y la incidencia de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en la creación de redes de trabajo. En este orden de ideas, ningún Estado puede obviar el impacto que la tecnología presenta en las sociedades, porque es precisamente esa incidencia tecnológica que nace del conocimiento científico generado, transmitido y reinventado con los procesos de investigación en las universidades la que es apropiada continuamente por las empresas.

Entonces puede afirmarse que el desarrollo de proyectos de ciencia, tecnología e innovación se posiciona como una de las estrategias que canaliza los esfuerzos de las naciones para su desarrollo y crecimiento económico, así como para la creación de una plataforma ideal de recursos y capacidades en prospectiva; la universidad, la empresa y el Estado deben ser partícipes de una construcción colectiva sinérgica, coherente y transparente que propicie la generación de conocimiento científico útil, transversal y pertinente que permita a la sociedad la resolución de problemáticas en los diferentes órdenes territoriales.

Aglomerando los diferentes referentes que se han establecido en torno a la cooperación entre universidad, empresa y Estado, puede deducirse que el principal argumento que justifica esta relación se orienta a la acción integrada en materia de recursos y capacidades para el fomento de proyectos de impacto en las necesidades de la sociedad; sin embargo, a pesar de que en el caso colombiano la gestión de proyectos representa solo una estrategia, aun se requiere mayor rol emprendedor por parte del Estado para fortificar el desarrollo de ciencia, tecnología e innovación, en especial por el fomento de la inversión privada en esta materia.

En el caso de las universidades, puede afirmarse que la actividad de investigación es continua dada su función sustantiva en la educación superior (Montes, 2011); sin embargo, se hace necesario asumir un enfoque de cambio en el desarrollo de procesos investigativos, dada la óptica donde las universidades ya no solo crean y transfieren conocimiento, sino que también co-crean para garantizar un producto científico que engloba diferentes perspectivas y se alinea adecuadamente con los requerimientos del macroentorno.

RELACIONES UEE EN LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA

Para la región Caribe, de acuerdo con Amar et al. (2014), las dinámicas de encuentro Universidad-Empresa-Estado surgió en el año 2007 como CUEE Cartagena-Bolívar; sin embargo, en el 2009 –dado el impacto de las estrategias planteadas– se dio paso al cambio para llegar a ser el CUEE Caribe, el cual se constituyó como un equipo de pensamiento estratégico que ideó y emprendió la labor de impulsar una instancia que dinamizara las relaciones entre entidades de educación superior, empresas

y gobierno del departamento de Bolívar. La falta de articulación entre los agentes regionales que desarrollan actividades productivas, sociales, científicas y tecnológicas, ha sido el escenario propicio para que el CUEE se constituya, rápidamente, en una iniciativa de integración intersectorial de carácter regional para el fortalecimiento de la competitividad, a través de la construcción de una visión compartida sobre ciencia, tecnología e innovación, que permita generar sinergia entre los esfuerzos empresariales e institucionales que permita lograr mayores impactos en la búsqueda de objetivos de desarrollo regional y nacional.

CONTEXTO DEL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES

En la arquitectura económica que comprende al sector servicios, sobresalen las actividades turísticas; el turismo en su propia esencia emerge desde las épocas imperiales. Sin embargo, su principal auge da lugar en los principios del siglo XX y se refuerza durante la segunda mitad del mismo; el mayor acercamiento al origen de esta actividad se orienta a los romanos quienes optaban por actividades de tránsito y movilidad con finalidades de ocio y entretenimiento, apoyándose en papiros y estatuillas en calidad de mapas y recordatorios de visita respectivamente.

Los principales motivantes de esta actividad eran las necesidades fundamentales de entretenimiento y la actividad comercial que primaba en la época. Con el pasar del tiempo la actividad turística se ve influenciada por aspectos como la doctrina del pensamiento religioso y los avances tecnológicos desarrollados, tales como la aparición del ferrocarril y el automóvil, aspectos que propiciaron la facilidad en la optimización de costos para las diferentes prácticas en la actividad del turismo (Rivera & de Garcillán, 2014).

La formalización del turismo se consolida con la creación de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la década de los 70, la finalización de la segunda guerra mundial y la estabilización del orden mundial, entre otros aspectos, se fortalece la infraestructura y se desarrolla el sector hotelero (Rivera & de Garcillán, 2014). Con dicho carácter formal, y teniendo en cuenta la elevada contribución económica de este sector en la generación de divisas de muchos países, la diversificación de las actividades turísticas no se hizo esperar, dando lugar a una tipología definida, que incluye el turismo de diversión, turismo de naturaleza, turismo de salud, turismo religioso, turismo cultural, turismo ecológico, turismo de negocios y reuniones, entre otros.

De acuerdo a López (2008) la actividad del turismo de negocios y reuniones presenta su inicio entre finales del siglo XIX y comienzos del XX; es en este último período donde se desenvuelve la denominada *industria de reuniones* como oportunidad que contribuyera al crecimiento y desarrollo territorial mediante la gestión, organización y ejecución de eventos, congresos, convenciones y reuniones, entre otros. Este aspecto ha sido acoplado en múltiples países como dinamizador de los entornos sociales y económicos en el marco de las tendencias de la sociedad moderna.

De acuerdo a la OMT (s.f) el término 'industria de reuniones' hace alusión a la actividad turística propia de la realización y asistencia a eventos, conferencias, congresos y exposiciones en el ámbito de los negocios, con la finalidad de socializar temáticas correspondientes a las diferentes modalidades y/o tendencias de negocio. Es preferible el término 'industria de reuniones', al acrónimo de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones (MICE, por sus siglas en inglés).

En el mismo orden de ideas, la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA, 2012) expresa que el Turismo de Reuniones incluye el segmento abarcativo de las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión, actividad grupal, conferencia, o de acompañar a una persona que asiste a la misma, y se incluyen como tales los Congresos, las Convenciones, las Ferias y Exposiciones, las acciones de Incentivos, las Conferencias y los Eventos de distintas magnitudes generados con variados propósitos. El turismo de reuniones, tal como se concibe por esta asociación, se caracteriza por ser un segmento de alto crecimiento, y de elevado rendimiento y aunque no necesariamente debe tener una vinculación previa a un destino, tiene amplios efectos difusores en toda la cadena de valor del turismo.

Según el último *ranking* de la *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2014), Colombia se ubica el puesto 25 a nivel internacional en la categoría *Número de eventos por país* (con 150 eventos), solo por debajo de tres países latinoamericanos: Brasil en el puesto 10 (con 291 eventos), Argentina en el puesto 18 (con 191 eventos) y México en el puesto 21 (con 165 eventos). De igual forma, los resultados de este *ranking* ubicaron a Bogotá, Cartagena de Indias y Medellín, en los puestos 12, 14 y 17 (en su orden), dentro de los países de América del Norte y Latinoamérica, en la categoría *Número de eventos por ciudad*, con 49, 47 y 33 eventos respectivamente.

El país ha realizado en los últimos años esfuerzos significativos para el mejoramiento de los niveles de competitividad en todas las áreas económicas. Con relación al turismo, los resultados se ven reflejados en el Índice de Competitividad de Viajes y

Turismo del Foro Económico Mundial (2015), donde Colombia se encuentra en el puesto 68 de 141 países analizados; a través de este indicador se evalúan diferentes aspectos asociados, destacándose de manera favorable en la categoría de *Recursos naturales y culturales* (19) basado en la gran biodiversidad. Sin embargo, se puede evidenciar una baja competitividad con relación a las demás categorías, en especial a *Entornos Favorables* (103) en el que se destaca una valoración desfavorable en la variable de Seguridad (140). Y en la categoría de *Infraestructura* (95) la variable de Infraestructura Portuaria y Terrestre (124). Estas dos variables demarcan la necesidad de la articulación entre el Estado y las Empresas a través del establecimiento de políticas públicas y estrategias tendientes al mejoramiento de la competitividad e imagen hacia el exterior, propiciando de esta forma, el desarrollo que conduzca a la atracción de turismo de negocios a nivel internacional.

Tabla 1. Índice de Competitividad de Viajes y Turismo

ENTORNO FAVORABLE	103
- Entorno Empresarial	108
- Seguridad	140
- Salud e Higiene	85
- Recursos Humanos y Mercado Laboral	79
- Disponibilidad de las TIC	67
POLÍTICAS Y CONDICIONES FAVORABLES	55
- Priorización de Viajes y Turismo	92
- Apertura Internacional	8
- Precio de Competitividad	86
- Sostenibilidad Ambiental	87
INFRAESTRUCTURA	95
- Infraestructura de Transporte Aéreo	70
- Infraestructura Portuaria y Terrestre	124
- Infraestructura en Servicio Turístico	90
RECURSOS NATURALES Y CULTURALES	19
- Recursos Naturales	24
- Recursos Culturales y Viajes Turísticos	24

Fuente: Reporte de competitividad de viajes y turismo (WEF, 2015)

De acuerdo con MinCIT, con el propósito de impulsar al país a una transformación y diversificación de su aparato productivo hacia bienes y servicios más sofisticados, prioriza el turismo a nivel nacional, dado que en el 2015 logró que aproximadamente 1,8 millones de personas fuesen empleadas en el sector, considerándose uno de los de mayor impacto en la economía, en especial hacia la región Caribe. El mismo informe registra que según el DANE, los motivos de viaje más representativos en lo que va del año 2016 fueron, *Ocio* y *Negocios* tanto para el ingreso registrado por Migración Colombia como para tránsito nacional, lo cual respalda los resultados del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo en el cual muestra el posicionamiento del país por su diversidad cultural y su biodiversidad como primer motivo de viaje.

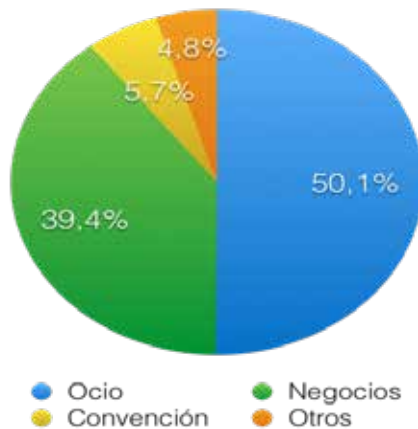


Figura 1. Principales motivos de viaje (Enero-Junio 2016)

Fuente: Muestra mensual hotelera (MMH) - DANE - tomado de MinCIT

A nivel nacional, existen iniciativas puntuales en torno al turismo de negocios y reuniones, entre estas se destaca el Clúster *Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones* en la ciudad de Medellín, que busca fortalecer a los empresarios de la industria turística de reuniones y la industria creativa para el desarrollo de nuevos

modelos globales de negocio, con el fin de mejorar la competitividad y dinamizar la economía de la región. Hacen parte de este clúster todas las empresas y entidades relacionadas con la industria de eventos y reuniones en la ciudad de Medellín: operadores profesionales de congresos, agencias creativas, de publicidad, BTL, empresas de logística, sonido, montaje, activaciones de marca, todas las empresas que realicen reuniones (seminarios, ferias, congresos, convenciones), prestadores de servicios turísticos como empresas de alojamiento, restaurantes, transportes, agencias de viajes, entre otras (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía, 2013). Esta iniciativa es promovida por la Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio de Medellín y cuenta con un Consejo Asesor representado por empresas del Sector Turismo tales como: Comunicaciones Efectivas, *Travel Solutions*, Transportadora Asia y el Centro Comercial Puerta del Norte.

De esta forma, tal como lo expresa el Informe Monitor La Ventaja Competitiva de Medellín elaborado por la Cámara de Comercio de Medellín (1995), la capital de Antioquia, que concentra la mayor actividad turística del departamento y la región, desarrolla principalmente el producto de turismo de negocios, lo cual la ubica como la ciudad que ofrece la mejor plataforma para desarrollar negocios a nivel nacional.

Así como el sector de la industria de reuniones a través del tiempo se ha posicionado como una alternativa de inversión por parte de los diferentes entes gubernamentales, al igual que el turismo en general, la región Caribe colombiana no ha sido la excepción, dadas las fortalezas que la región posee en términos de infraestructura, recursos naturales, biodiversidad y mecanismos de transporte, propiciando oportunidades de negocio para sectores como la agroindustria, la petroquímica y por supuesto, el turismo

(Garcés, 2012). En el turismo se ubica una gran apuesta como oportunidad de competitividad nacional y con ello, la industria de reuniones (Novoa, López & Arza, 2013). No obstante, de acuerdo al Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES, 2010) existe una centralización de la capacidad instalada dispuesta para la realización de eventos y convenciones, dada la relativamente frágil infraestructura e instalaciones turísticas para este tipo de actividades; ello sumado al paulatino crecimiento de la positiva imagen de Colombia ante los escenarios mundiales.

En la región Caribe sobresalen en las capitales de los departamentos del Atlántico, Magdalena y Bolívar, las ciudades de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena respectivamente; estas tienen el común denominador de poseer el régimen de distritos, por lo que se perfilan como escenarios idóneos para las organizaciones promotoras de eventos, congresos, seminarios y demás asociados a la industria de reuniones. El contexto del turismo de negocios aplicado en las ciudades resulta significativo, de acuerdo a Novoa et al., (2013) las características históricas, culturales, comerciales, industriales y de tradición sumadas a la capacidad hotelera y locativa se constituyen en atractivos turísticos para el desarrollo de diferentes eventos de orden nacional, como internacional.

La oportunidad que debe potencializarse en dichos sectores se enmarcan en la generación de transacciones y hechos comerciales de gran envergadura, así como concretar facilidades para los empresarios con paquetes turísticos definidos (Howard citado por *El Herald*, 2014). Una gran determinante que fortalece el atractivo para el desarrollo de eventos es la constitución del centro de eventos y exposiciones del Caribe "Puerta de Oro" cuyo principal énfasis está en el fortalecimiento de la capacidad indus-

trial y comercial como oportunidad de crecimiento y desarrollo socioeconómico para el departamento del Atlántico (Artuz, 2014).

ESCENARIO DE LOS ACTORES DE LA TRIPLE HÉLICE EN EL SECTOR TURÍSTICO

Con la finalidad de establecer una imagen actual respecto a la gestión de los actores universidad, empresa y Estado frente al desarrollo del sector turístico, a continuación se realiza una caracterización de los principales componentes de los ejes de la triple hélice y su relación con el sector.

Academia

Las universidades y centros de investigación y desarrollo tecnológico representan el eje donde convergen los procesos científicos para la generación, transferencia y uso del conocimiento, así como la relación que guardan las Instituciones de Educación Superior con el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI); para el sector turístico no es ajena la incubación del conocimiento y capacidades que tiene lugar en las instituciones. La principal actividad que vincula a la academia y el sector turístico se materializa en los proyectos de ciencia, tecnología e innovación que se desarrollan en esta materia.

La más reciente Convocatoria Reconocimiento y Medición de Grupos de Investigación, Desarrollo Tecnológico o de Innovación realizada por Colciencias (2016) en el territorio colombiano, determinó que existen categorizados 15 grupos de investigación cuya misión y/o líneas de investigación se relacionan directamente con la actividad turística, los cuales se presentan a continuación en la Tabla 2.

Tabla 2. Grupos de investigación en Turismo categorizados en el SNTI - 2016

GRUPO DE INVESTIGACIÓN	INSTITUCIÓN	CLASIFICACIÓN
INCATUR Grupo de Investigación en Ciencias Administrativas y Turismo	Universidad Autónoma del Caribe - UAC	A
Grupo de Investigación Empresarial y Turístico	Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia	B
Grupo Regional de Investigación en Economía y Cultura del Caribe colombiano	Corporación Observatorio del Caribe Colombiano - OCARIBE	B
Instituto de Estudios para el Desarrollo Turismo y Sociedad	Universidad Tecnológica de Bolívar	B
Turismo y Sociedad	Universidad Externado de Colombia	C
Grupo de Estudios en Turismo "GET"	Universidad de Medellín - UDEM	C
IDCEA - Investigación y Desarrollo en Ciencias Económicas, Administrativas, Contables y Turísticas	Fundación Universitaria de San Gil - UNISANGIL	C
Impacto del Turismo Sexual GIFFI	Colegio Mayor de Bolívar	C
Grupo de Investigación en Sociedad, Empresa y Medio Ambiente (GISEMA)	Universidad Libre de Colombia - Cartagena	C
Territorio, Medio Ambiente y Desarrollo	Universidad del Atlántico - UdeLA	C
Dinámicas Sectoriales	Universidad Autónoma De Bucaramanga - UNAB	C
KUAGRO	Fundación Universitaria Colombo Internacional - UNICOLOMBO	C
Dinámicas de Consumo	Universidad de los Llanos - UNILLANOS	C
Desarrollo Turístico y Regional	Universidad del Cauca - UNICAUCA	D
Recetas, Fórmula y Turismo	Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA	D
Ciempíes	Universidad de Santander	D

Fuente: Elaboración de los autores con base en Plataforma Scienti Colciencias (2016)

De acuerdo con la Plataforma Scienti de Colciencias, el 56,3 % (9 grupos) de los grupos de investigación del área de Turismo se encuentran en la Categoría C, el 18,8 % (3 grupos) en Categoría D, el 18,8 % (3 grupos) en Categoría B, y tan solo (un grupo) de investigación se ubica en Categoría A, con una participación del 6,3 %.

En términos de antigüedad, y de acuerdo con la información registrada en los GrupLAC de Colciencias, el primer grupo de investigación en Turismo se creó en 1998, y desde allí, la tendencia de formación de grupos ha sido continua (con un leve aumento en el período 2005-2006 en el que se conformó el 25 %, de tal forma

que el estudio del turismo en particular ha estado vigente como subárea de conocimiento específica.

La mayor cantidad de grupos de investigación se concentran en el departamento de Bolívar con 31,3 % de participación (5 grupos), seguido de Antioquia, Atlántico y Bogotá, DC, con dos grupos cada una, que representan el 12,5 % de participación para cada territorio, lo cual guarda coherencia con los sectores estratégicos declarados en las políticas oficiales de los territorios, como los Planes Estratégicos de Ciencia, Tecnología e Innovación y los Planes de Competitividad.

En cuanto al talento humano en el sector turismo, dentro de los 16 grupos de investigación existe un total de 609 investigadores registrados, de los cuales, el 36,6 % se encuentran activos a la fecha (223 investigadores). En consecuencia, la mayor cantidad de investigadores activos se sitúan en los grupos con categoría B y C, con 68 y 100 investigadores activos respectivamente.

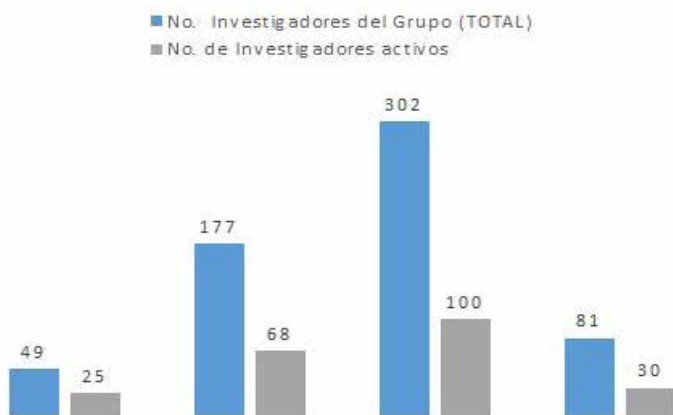


Figura 2. Investigadores vs Investigadores activos por categoría de grupos - Sector Turismo

Fuente: Elaboración de los autores con base en Plataforma Scienti Colciencias (2016)

La actividad investigativa en turismo se aborda desde el Programa de Ciencia, Tecnología e Innovación en Ciencias Humanas, Sociales

y Educación de Colciencias, con líneas temáticas que incluyen principalmente el Desarrollo turístico, Competitividad, Gestión y planificación turística, Calidad, *Marketing* turístico, Legislación turística, Promoción del turismo, así como Turismo sostenible, Historia del turismo, Turismo cultural y Patrimonio turístico, entre otras temáticas específicas asociadas. Cabe destacar que a nivel nacional, no se encuentran grupos de investigación que aborden al Turismo de Negocios y Reuniones como línea de investigación declarada en el GrupLAC de Colciencias.



Figura 3. Temáticas de investigación en el área de turismo

Fuente: Elaboración de los autores con base en la Plataforma Scientí Colciencias (2016)

Teniendo en cuenta la información consultada en la plataforma Scienti de Colciencias (2016), puede afirmarse que si bien existen grupos de investigación que articulan diferentes líneas de investigación en el sector turístico, sí se hace necesario mayor fomento en esta área en mayor proporción de las instituciones del país. De igual forma se requiere mayor coercitividad de la política de ciencia, tecnología e innovación en las diferentes órdenes territoriales que permitan el desarrollo de proyectos de envergadura que permeen sobre las diferentes líneas de investigación en materia turística para las regiones.

Empresas

Para la economía las unidades productivas representan las células que desarrollan el movimiento del sistema en general, canalizan

la comercialización de bienes y servicios e incentivan el crecimiento y desarrollo socioeconómico en conjunto con las políticas gubernamentales (Krugman & Comas, 1997). En el caso del turismo, el Caribe colombiano cuenta con una debida plataforma de recursos y elementos que potencializan el desarrollo endógeno de este sector en la región; sin embargo, se requiere de mayores esfuerzos e inversiones en materia de infraestructura, tecnología y estrategias de mayor impacto en el sector (Aguilera, Bernal & Quintero, 2006).

En el sector productivo, destaca ProColombia, entidad que fomenta el desarrollo del sector turístico a través de la promoción de eventos con la finalidad de fortificar las ventas y contribuir el desarrollo sostenible de los diferentes territorios en la soberanía nacional. Para ello se determinan una serie de estrategias, entre ellas sobresale el plan de incentivos para el sector hotelero, que incluye determinadas exenciones, estímulos especiales y contribuciones al turismo sostenible, siempre y cuando se evidencien acciones estratégicas que presenten un impacto relevante en el entorno del turismo y sus diferentes campos de acción (ProColombia, 2016).

De igual forma, ciertas instituciones en el Caribe del sector productivo como CaribeTIC y la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) se han posicionado como entidades que contribuyen al desarrollo del sector turístico en el Caribe mediante los esfuerzos conjuntos entre universidades, empresas y Estado para asegurar una plataforma de capacidades que potencialicen los proyectos que se enmarcan en el objetivo de fortalecer la capacidad turística de la región mediante la transferencia tecnológica, la cocreación de experiencias y la eficiencia administrativa de los recursos y capacidades del territorio.

Gobierno

El papel del gobierno nacional en un escenario propuesto por Mazzucato (2014) se orienta al de un emprendedor que fomenta el desarrollo de iniciativas que trasciendan en el progreso de la Nación; sin embargo, en el territorio colombiano no se cumple a cabalidad esta premisa debido a la escasa inversión en materia de ciencia, tecnología e innovación para la investigación y desarrollo no solo en el sector turístico, sino en la mayoría de disciplinas y áreas de conocimiento en general.

Las administraciones públicas desempeñan un papel central en el logro de una mayor competitividad del sector, favoreciendo la implantación de un marco adecuado para que la actividad turística sea competitiva, y busque el equilibrio necesario entre intereses, garantizando que los impactos negativos que provoca el turismo sean mínimos (Brida, Monterubbianesi & Zapata-Aguirre, 2011).

Cabe aclarar que no solo la responsabilidad se cede al Estado, también se requiere mayor compromiso por parte del sector productivo y de la inversión privada en la I+D+i, fundamentalmente se trata de un trabajo mano a mano entre dichos actores para alcanzar un adecuado grado de capacidades para garantizar mayor trascendencia de los resultados en los proyectos de ciencia, tecnología e innovación que se generen en las regiones.

En materia del turismo, el Estado es consciente que para la economía nacional este sector representa un componente motor del crecimiento y el desarrollo económico; de igual forma que la región Caribe aglomera diversos panoramas y puntos estratégicos que facilitan el desarrollo del turismo, así como la adecuada masa crítica de visitantes que movilizan la actividad económica y el servicio en la región (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2012).

De igual forma, la gestión del Estado hacia el fortalecimiento del turismo ha incluido una mayor inserción tecnológica en el sector mediante aplicativos, herramientas y soluciones digitales que propicien a los diferentes eslabones de la cadena de valor, una adecuada comunicación y respuesta hacia las necesidades y requerimientos que se generan día a día en las actividades turísticas MinCit (2012).

En la región Caribe la tendencia del turismo es alta dada las características geográficas propias, llegando a destacarse este sector en los departamentos de la Región como motor económico; sin embargo, de manera continua a través de diferentes estrategias se busca el mejoramiento de la oferta de servicios de calidad con el fin de potencializar el sector. Todo esto se ve reflejado puntualmente en las políticas y/o lineamientos estratégicos en cada uno de los departamentos.

Partiendo desde el componente nacional, el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”, el cual tiene como objetivo construir una Colombia en paz, equitativa y educada, parte en su componente asociado al turismo de las necesidades o problemáticas comunes relacionados con el desarrollo de la actividad y su materialización en las regiones: 1) baja calidad de los servicios turísticos que impide cumplir con estándares internacionales; 2) deficiencias de la planta turística así como de la infraestructura que limitan el desarrollo de destinos turísticos; 3) bajos niveles de conectividad aérea, marítima, fluvial y digital entre las regiones; 4) limitada aplicación de políticas nacionales en las regiones e inaplicabilidad de planes de desarrollo turístico a nivel local; 5) ausencia de coordinación entre las entidades del orden nacional en torno a las políticas del sector, y, 6) pérdida de articulación y manejo de los recursos públicos por parte del MinCIT.

Con relación al factor de competitividad en el territorio, el mismo Plan Nacional de desarrollo 2014-2018 en el componente de Promoción para el desarrollo regional sostenible destaca la importancia de la articulación de los diferentes actores tanto a nivel nacional, como regional y local, dado que se considera que deben ser estrategias que se complementan especialmente en materia de desarrollo productivo e internacionalización para la competitividad empresarial, llegando a ser fundamental tener una estrategia que se ocupe de brindar una oferta diferenciada de políticas, programas e instrumentos, consecuente con las capacidades productivas de cada región. Con este propósito, para el Plan es necesario trabajar en las siguientes tareas específicas: 1) lograr una especialización de las regiones para el desarrollo productivo; 2) atraer inversión extranjera directa (IED) en las regiones de menor desarrollo del país; 3) promover y difundir mejores prácticas para el ambiente de negocios; 4) fortalecer el desarrollo económico local, y, 5) potenciar el turismo como instrumento para el desarrollo regional sostenible y en paz.

Ya de manera directa, la región Caribe se destaca por su riqueza natural y cultural al tiempo que muestra a través de sus diferentes lineamientos políticos y estratégicos cómo el turismo es una gran apuesta:

La Guajira: Es un destino cultural basado en el rescate y continuidad en sus tradiciones culturales con tribus indígenas Wayúu al igual que con el Cabo de la Vela entre otros atractivos; en los últimos años se ha trabajado en el desarrollo turístico alrededor de los negocios mostrando como un destino ideal que complementa con su atractivo geográfico. A nivel de política local el Plan de Desarrollo 201-2019 "*Oportunidad para Todos y Propósito de País*" destaca una visión hacia una oferta de turismo rural,

étnico, cultural, de aventuras y de postconflicto en los Ejes de Apoyo e impulso al Programa de Transformación Productiva y en promoción de la inversión en las apuestas productivas y la ruta de la competitividad regional. Del mismo modo se encuentra como apuesta el *Desarrollo del Turismo con vocación internacional*, a través de la cual se logra una visión compartida en el que el departamento le apostará a convertir el turismo en el principal eje económico de la región.

San Andrés, Providencia y Santa Catalina: A partir de su amplia acogida como destino de sol y playa, este archipiélago de Colombia sobre el mar Caribe ha enfrentado serios desafíos para hacer del turismo una actividad sostenible, especialmente desde los puntos de vista ambiental y económico, dado que ha sido catalogado como reserva de la biosfera, pero acoge un turismo en masa que ha excedido su capacidad de carga y no ha cumplido las expectativas económicas de sus habitantes. Por esta razón, a través del Plan de desarrollo 2016-2019 "*Los que soñamos somos más*", la administración local ha declarado una fuerte apuesta por aprovechar sus ventajas locativas e idiomáticas para promover el archipiélago como destino en eventos y ferias de turismo, orientada a aumentar el nivel sociocultural y económico de los visitantes. De igual manera, diversificar el tipo de turismo a convenciones, turismo deportivo, ecoturismo y etnoturismo, entre otros modelos.

Cesar: Su direccionamiento industrial es bajo y el turístico está asociado a una época especial durante la celebración del festival vallenato, en su Plan de desarrollo departamental 2016-2019 "*El camino del desarrollo y la paz*" se encuentra como un enfoque transversal; es un sector de bajo impacto de manera general

para el departamento dado que no es constante en el año, sin embargo se ve con altas oportunidades para el desarrollo por lo cual es direccionada como una estrategia considerando la actividad turística, basada en eco y etno turismo; es una apuesta estratégica de la región que, para fortuna de sus habitantes, goza de grandes fortalezas por la exuberante naturaleza, la música vallenata, las artesanías y la gastronomía, cuyo potencial convocan esfuerzos para convertir esta actividad en un renglón relevante para la economía del Cesar.

Magdalena: Se destaca por ser una de las zonas de principal desarrollo del turismo a través de la oferta de playas y el Parque Natural Nacional Tayrona, que son de las de mayor demanda en el país en temporadas de vacaciones; de ahí que las más importantes infraestructuras hoteleras y turísticas se concentren en esta zona. Es una línea estratégica articulada como *Comercio, industria, turismo y desarrollo empresarial* en el Plan de desarrollo departamental 2016-2019, *Magdalena Social, ¡Es la Vía!*, el cual destaca la importancia para la economía de este departamento y un redireccionamiento en la forma como es concebido, dado que en la actualidad ya es un espacio de alto impacto a nivel turístico natural y es un gran atractivo complementario para el turismo en negocios, razón por la cual es concebida con el comercio e industria para el departamento.

Atlántico: El sector ha ido repuntando en los últimos 10 años de acuerdo al Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019 – *Atlántico Líder* donde destaca no solamente el Turismo a nivel cultural, siendo el principal atractivo a nivel nacional e internacional el Carnaval de Barranquilla; sino también, a nivel de negocios se ha destacado en los últimos años. El sector indus-

trial del departamento del Atlántico es líder en la región Caribe, basado en la articulación con el sector industrial donde es uno de los pioneros y de alto impacto en el país. La articulación de estrategias y sectores se ve reflejado en el desarrollo a nivel de infraestructura y logística que tiene en la actualidad destacándose con el Centro de Eventos del Caribe Puerta de Oro.

Bolívar: El turismo es un sector tradicional de alto impacto en la economía del departamento por su privilegiada ubicación geográfica, historia y cultura; sin embargo el desarrollo logrado para el turismo en negocios también es de alto impacto aprovechando la integración de todas las características y capacidades antes mencionadas. En su Plan de desarrollo departamental 2016-2019 – *Bolívar sí Avanza* se destaca por ser uno de sus ejes estratégicos.

Sucre: A nivel de región es el departamento que tiene un menor impacto en la economía, sin embargo en su Plan de desarrollo departamental 2016-2019 – *Sucre progresa en paz* se presenta un direccionamiento estratégico donde se fomenta la creación de modelos de turismo para el departamento con la integración del emprendimiento y el empleo.

Córdoba: Es reconocida por su proyección a ser la principal Agrópolis para el país, por lo que su desarrollo turístico está articulado a su capacidad agroindustrial y ganadera. En su Plan de desarrollo departamental 2016-2019 – *Unidos por Córdoba* resalta las líneas de Córdoba atractiva y cultural integrando su desarrollo económico con su agrópolis llegando de esta forma al incentivo del turismo de negocios.

RETOS PARA EL CARIBE COLOMBIANO EN MATERIA DE TURISMO DE NEGOCIOS

El aprovechamiento de la estacionalidad (consolidación de actividades en los meses de mayo, agosto y septiembre y enfoque en períodos diferentes) y el fortalecimiento de los segmentos corporativo y de ferias y exposiciones constituye el mayor reto de la región Caribe como destino sostenible, con un producto diversificado e innovador que debe ser aprovechado como estrategia para fortalecer la cadena de valor del turismo de reuniones, o MICE por sus siglas en inglés (Alcaldía de Cartagena, 2016, p.23).

Para ello, en cada uno de los departamentos de la región Caribe, existen propuestas, proyectos de inversión privada y/o planes sectoriales de turismo que incluyen entre otras iniciativas, la construcción de centros de ferias y exposiciones con proyección internacional que permitan el crecimiento de la oferta de eventos de gran magnitud y asistencia. En este sentido, el Gobierno Nacional suele asumir, por un lado, el rol de gestor y promotor de proyectos de infraestructura turística necesarios así como la celebración de convenios y tratados que faciliten la consecución de esta meta, y por otro, el rol de financiador, con la correspondiente asignación de partidas presupuestales que aseguren la asignación de recursos para su construcción.

Estos proyectos promueven la participación conjunta de instituciones públicas y privadas, gremios, entidades cívicas, entre otros actores que favorezcan el cumplimiento de metas y el desarrollo del turismo.

En aras de desarrollar el potencial de la región Caribe como plataforma altamente competitiva a nivel mundial, la denominada iniciativa *Ciudad Caribe* ha reunido una serie de propuestas de

metas, retos e iniciativas concernientes al factor de turismo de negocios y que coincide con otros ejercicios y agendas de desarrollo regional:

Tabla 3. Metas, retos e iniciativas para el turismo de negocios en el Caribe colombiano

METAS	RETO	INICIATIVA
Competitividad	Desarrollar capacidades productivas y conocimientos presentes dentro de una estrategia de sofisticación y diversificación inteligente.	Desarrollo rural agropecuario. Desarrollar los sectores de industria naval y astilleros, turismo y cadena de refinación química, caucho, plástico y petroquímica.
Administración pública y gestión institucional	Crecimiento de la producción e ingresos regionales.	Promover la difusión del conocimiento y el intercambio de información y tecnología. Establecer rondas de emprendimiento empresarial, para ir acercando a los actores locales a esas posibilidades de negocios, de tal suerte que algunos de los bienes y servicios puedan ser ofrecidos competitivamente por empresas que se localicen en el Caribe.
Innovación y emprendimiento	Financiar el emprendimiento, por medio de líneas de crédito muy atractivas que estimulen la Innovación en la región Caribe.	"Conexión Caribe". Realizar ruedas de negocios, misiones nacionales e internacionales, coordinar Comité UEE.
Turismo y cultura	Fiestas, carnavales y festividades, centros culturales y de investigación, museos, rutas musicales y literarias, mercados y ferias culturales deben articularse para la integración regional.	Generación de una marca MULTIDESTINO del Caribe Colombiano.
	Apostarle al bilingüismo en los procesos de formación desde la niñez.	Bilingüismo.
	Convertir el turismo desde la política pública en fuente de desarrollo económico.	Construcción de políticas públicas que promuevan el desarrollo turístico y cultural.

Fuente: Adaptado de Pacto por el Caribe (2016)

REFLEXIONES FINALES

Consideradas las diferentes perspectivas que han emergido desde los esfuerzos por relacionar los actores: universidad, empresa y Estado, puede afirmarse que si bien estos modelos condensan las diferentes características que permiten identificar las capaci-

dades y roles de estas organizaciones, en la praxis se requiere principalmente de mayor disposición de tal manera que la participación sea activa, equitativa y los aportes en recursos, capacidades y la base de acción estén alineadas sinérgicamente con los proyectos a emprender.

En el caso del turismo, su actividad ha sido cedida en su mayor proporción al sector privado bajo control y vigilancia del Estado, así como ha sido objeto de estudio por parte de las universidades. Puede establecerse que esta imagen actual del sector turístico representa un enfoque de relación transaccional, donde cada actor se limita a la ejecución de sus actividades estableciendo un marco de acción conjunta limitadamente.

En contraposición, puede proponerse como imagen posible un escenario donde las empresas del sector turístico, universidades y centros de desarrollo tecnológico así como otros órganos del Estado, conjuntamente co-creen unidades estratégicas que capten y coloquen recursos provenientes de las diferentes fuentes dispuestas por el mercado, para el diseño, implementación y desarrollo de proyectos y soluciones que permitan la adecuada reinversión del sector turístico y sus áreas derivadas, mediante herramientas que faciliten la transferencia tecnológica y la adaptación de las unidades a las condiciones del entorno de negocios de forma racional y eficiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, M., Bernal, C. y Quintero, P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. *Documentos de trabajo sobre economía regional*, (79), 1-63.
- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias (2016). *Plan de Desarrollo Primero la Gente 2016-2019*. Anexo 6: Plan Sectorial de Turismo Cartagena de Indias.

- Amar Sepúlveda, Miranda, P. A., Redondo, P. A., Rodríguez Gutiérrez, R. J., Martínez Torres, I. D., Villarreal González, D. C., Del Río Cortina, R. F y Jorge Luis (2014). *CUEE Caribe: Estrategia para el impulso de la transferencia tecnológica en el Caribe colombiano*. Barranquilla: Ed. Universidad Simón Bolívar.
- Amar, P. y Diazgranados, J. (2006). Modelo de relación Estado-mercado para el fomento de la innovación. *Investigación & Desarrollo*, 14(1), 200-225.
- ANDI (2016). *Ciudad Caribe Colombia: Pacto por el Caribe*. Disponible en: http://www.andi.com.co/News_Letter_Caribe_Mundial/Paginas/indexnews.html
- AOCA (2012). *Turismo de reuniones*. Disponible en: www.aoca.org.ar
- Artuz, A. (27 de noviembre de 2014). *El Centro de Eventos del Caribe abrirá sus puertas al final de 2015*. El tiempo. Disponible en: <http://goo.gl/06IGPV>
- Brida, J., Monterubbianesi, P. y Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291-159.
- Cámara de Comercio de Medellín (1995). *Informe monitor, la ventaja competitiva de Medellín*. Disponible en: www.camaramedellin.com.co
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2013). *Medellín ciudad clúster*. Disponible en: www.medellinciudadcluster.com
- Cataño, G., Botero, P., Vanegas, J. Castro, J. e Ibarra, A. (2008). *Redes de conocimiento en sistemas regionales de innovación. Un estudio comparado: caso de las pymes de Antioquia y el país Vasco*. Medellín: Fondo Editorial ITM.
- Colciencias (2016). *Resolución 0379 de 2016, por la cual se publican los resultados definitivos de la Convocatoria No. 737 de 2015*. Consultado desde Colciencias, disponible en: <http://goo.gl/2W8kaK>
- CONPES (2010). Lineamientos de política para el desarrollo

- del turismo de convenciones y congresos. Documento 3640. Bogotá: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Chesbrough, H. (2006). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, USA: Harvard Business Press.
- DNP (2014). *Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país"*. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Que-es-el-Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- El Heraldo (1 de agosto de 2014). *Turismo de eventos y negocios, fortaleza de Barranquilla: MinCIT*. El Heraldo. Disponible en: <http://goo.gl/Jp5TRD>
- Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from national systems and "mode 2" to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Fernández de Lucio, I. y Conesa, F. (1996). *Estructuras de interfaz en el sistema español de innovación, su papel en la difusión de tecnología*. España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Gainza, C. (2003). Sociedad, Estado y tecnología: ¿Qué pasa hoy con nuestras sociedades? *Revista de sociología*, (17), 124-146.
- Garcés, C. (2012). *Caribe colombiano, un mar lleno de oportunidades*. *Portafolio*. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/caribe-colombiano-un-mar-lleno-oportunidades>
- Gobernación de Bolívar (2016). *Plan de desarrollo departamental 2016-2019 – Bolívar sí Avanza*.
- Gobernación de Córdoba (2016). *Plan de desarrollo departamental 2016-2019 – Unidos por Córdoba*.
- Gobernación de La Guajira (2016). *Plan de Desarrollo de La Guajira 2016-2019 "Oportunidad para Todos y Propósito de País"*.
- Gobernación del Atlántico (2016). *Plan de desarrollo departamental Atlántico 2016-2019 – Atlántico Líder*.
- Gobernación del Cesar (2016). *Plan de desarrollo del Cesar 2016-2019 "El camino del desarrollo y la paz"*.

- Gutiérrez, J. (2013). Ciencia, tecnología e innovación en la relación Universidad-Empresa-Estado (UEE) en Colombia. *Educación y desarrollo social*, 7(1), 7-18.
- International Congress and Convention Association (2015). *ICCA Statistics Report. The International Association Meetings Market 2014*. Abstract for international associations, press, universities, students, and consultants.
- Krugman, P. y Comas, A. (1997). *Desarrollo, geografía y teoría económica*. Barcelona: Antonio Bosch Ed.
- Leydesdorff, L. & Ivanova, I. (2016). "Open innovation" and "triple helix" models of innovation: can synergy in innovation systems be measured? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2(11), 1-12. DOI: I 10.1186/s40852-016-0039-7
- López, D. (2008). *Turismo de negocios y reuniones, convenciones, congresos e incentivos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Mazzucato, M. (2014). *El Estado emprendedor, mitos y verdades del sector público frente al privado*. Barcelona: RBA Libros.
- MinCIT (2012). *Costa Caribe, fuente de oportunidades en comercio, turismo e inversión*. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=3349>
- Montes, I.C. (2011). *Transformaciones en las Funciones de la Universidad Colombiana a partir del Cambio Institucional Formal*. (Tesis de maestría). Medellín, Colombia: Universidad EAFIT.
- Nelson, R. y Rosenberg, N. (1993). *Innovation systems. A comparative analyzes*. New Cork: Oxford University Press.
- Novoa, D., López, L. F. y Arza, N. (2013). *Impacto del turismo de eventos, reuniones, congresos y convenciones en la economía de Cartagena de Indias - Colombia*. Cartagena: Cámara de Comercio de Cartagena.
- OMT (s.f). *Entender el turismo: glosario básico*. Disponible en: <http://goo.gl/gZD9ZU>
- ProColombia (2016). Incentivos al sector hotelero 2016. Disponible en: <http://inviertaencolombia.com.co/publicaciones/incentivos-sector-hotelero.html>

- Ramírez, M. P. y García, M. (2010). La estrategia universidad-em-presa-Estado: una estrategia para promover innovación. *Revista EAN*, (68), 112-133.
- Rivera, J. y de Garcillán, M. (2014). *Marketing sectorial: principios y aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.
- Sábato, J. y Botana, N. (1968). La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina. *Revista de la Integración*, 1(3), 15-36.
- Semana (2014). Yaneth Giha le apuesta al desarrollo científico. *Revista Semana*, disponible en: <http://www.semana.com/educacion/articulo/quien-es-la-directora-de-colciencias/406627-3>
- WEF (2015). *The travel & tourism competitiveness report 2015*. Disponible en: www.weforum.org
- Zárate, R. Artesi, L. y Buzzi, M. (2004). *Conocimiento, periferia y desarrollo: los nuevos escenarios en la Patagonia Austral*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Cómo citar este capítulo:

Martínez Torres, D. C., Melamed-Varela, E., Rodríguez Gutiérrez, I. D., Amar Sepúlveda, P. A., Miranda Redondo, R. J., & Quintero Méndez, V. A. (2018). Dinámicas de innovación y relacionamiento Universidad-Empresa-Estado para el desarrollo del turismo de negocios. En J. M. Mendoza Guerra, M. B. Dorina Mulford, J. R. García González, A. Messino Sosza, A. B. Blanco Ariza, A. P. Uribe Urán, . . . A. Ruz Gómez, V. A. Quintero Méndez, & R. J. Miranda Redondo (Comp.), *Turismo Corporativo y TIC: Una puerta a la competitividad* (pp.213-243). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.