

Clúster, infraestructura y mercadeo de ciudad.

MEDELLÍN 1995-2013¹

CLUSTER,
 INFRASTRUCTURE AND
 CITY MARKETING.
 Medellín 1995-2013

CLÚSTER,
 INFRAESTRUTURA E
 PROMOÇÃO DO CIDADE.
 Medellín 1995-2013

CLUSTER,
 INFRASTRUCTURE ET
 MARKETING URBAIN.
 Medellín 1995-2013

Hernán Darío Pineda-Gómez²

Doctorando en Ciencias Sociales
 Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia
 hernan.pineda@tdea.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-5691-7390>

Recibido: 28 de febrero de 2017

Aprobado: 03 de abril de 2018

<https://doi.org/10.15446/bitacora.v29n1.62983>

Cómo citar este artículo: PINEDA GÓMEZ, H. D. (2019). "Clúster, infraestructura y mercadeo de ciudad. Medellín 1995-2013". *Bitácora Urbano Territorial*, 29 (1): 139 - 146 .

¹ Este artículo se deriva de la tesis para optar al título de Magíster en Estudios Urbano Regionales de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín (2015).

² Ingeniero Electrónico, Magíster en Estudios Urbano Regionales, Doctorando en Ciencias Sociales de la Universidad de Antioquia. Integrante del grupo de investigación Observatorio Público en la línea Gestión y Políticas Públicas, coordinador del Semillero Geopolítica. Miembro de la Asociación Colombiana de Investigadores Urbano Regionales-ACIUR. Docente universitario en el área de la Planeación Estatal, asesor en temas de planeación y ordenamiento territorial. Sus intereses investigativos actuales están centrados tanto en las dinámicas de reestructuración productiva y transformaciones urbanas, como en los procesos de configuración espacial de larga duración.

Resumen

El presente artículo analiza la contribución de la estrategia clúster al proceso de metamorfosis de la ciudad de Medellín en el periodo 1995-2013. Esta iniciativa emerge en el año 1995 en el marco del estudio *la ventaja competitiva de Medellín*, conocido como el informe *Monitor*. En años siguientes se inicia un proceso de articulación público privada, del cual surge la propuesta *Medellín, mi empresa* en el año 2005, y años después, esta iniciativa evoluciona en una política pública local definida en el Acuerdo 087 de 2009 del Concejo Municipal, conocida como *Medellín, ciudad clúster*.

Las acciones adelantadas por los gobiernos locales en el periodo de estudio, han entrelazado la organización del tejido empresarial, la producción de una plataforma urbanística para la competitividad y un componente discursivo y de mercadeo, que, en su conjunto, le apuestan a posicionar a la ciudad como atractivo competitivo. Este funcionamiento articulado genera un ciclo, que se pueden interpretar en espiral, en función de la apuesta clúster, ya que el avance de un eslabón impulsa a los demás, lo que posibilita que el ciclo continúe avanzando, aportando a la consolidación de la estrategia y a su vez, impactando la transformación de Medellín.

Palabras clave: Clúster, competitividad, transformaciones urbanas, promoción, Medellín.

Resumo

Este artigo analisa a contribuição da estratégia cluster ao processo de metamorfose da cidade de Medellín no período 1995-2013, em termos de mudanças de políticas, nova infraestrutura e estratégias de promoção de cidade. A aposta cluster, como fonte de vantagem competitiva, é uma iniciativa que emerge nos anos 90 no marco do estudo a vantagem competitiva de Medellín, conhecido como o informe Monitor. Logo, inicia-se um processo de articulação público-privado, do qual surge a proposta Medellín minha empresa no ano 2005, e anos depois, esta iniciativa evolui na política pública local definida no Acordo 087 de 2009 do Conselho Municipal, conhecida como Medellín, cidade cluster.

As ações adiantadas pelos governos locais no período de estudo, entrelaçaram a organização do tecido empresarial, a produção de uma plataforma urbanística para a competitividade e um componente discursivo e de marketing, que, em seu conjunto, aportam a posicionar à cidade como atrativo competitivo. Este funcionamento articulado gera um ciclo, que pode se interpretar em espiral, em função dos cluster, já que o avanço de um elo impulsa os demais, o que possibilita que o ciclo continue avançando, aportando à consolidação da estratégia e a sua vez, impactando a transformação da cidade de Medellín.

Palavras-chave: clustes, competitividade, transformações urbanas, promoção, Medellín.

Abstract

This research article analyses the cluster strategy contribution towards the urban transformation process in Medellín (1995-2013). The cluster strategy emerges in 1995 within the *Monitor* program. The following years witness a public-private articulation process that fosters the creation of *Medellín, mi empresa* (2005). Years later, this initiative evolves into a local public policy, defined under the Acuerdo 087 de 2009 of the Concejo Municipal, named *Medellín, ciudad clúster*.

The actions followed by local governments aim at positioning the city as competitive, through the creation of an urbanistic platforms, a business network and a discourse based on market development. This intertwined functioning generates a cycle, that could be interpreted as an spiral with relation to the cluster. The advance of an individual shackle pushes the rest forwards, consolidating the cycle. This process, in turn, strengthens the strategy and impacts Medellín's transformation.

Keywords: Cluster, competitiveness, urban transformation, promotion, Medellín.

Résumé

Le présent article analyse la contribution de la stratégie cluster au processus de métamorphose de la ville de Medellín durant la période 1995-2013. L'initiative cluster émerge durant l'année 1995 dans le cadre de l'étude intitulée l'avantage compétitif de Medellín, connu comme le rapport Moniteur. Durant des années suivantes est entamé un processus d'articulation public-privé, d'où est née la proposition Medellín, mon entreprise durant l'année 2005, et des années plus tard, cette initiative évolue dans une politique publique locale définie par l'Accord 087 de 2009 du Conseil Municipal, connue comme Medellín, ville cluster.

Les actions avancées par les gouvernements locaux durant la période d'étude, ont entrelacé l'organisation du tissu patronal, la production d'une plate-forme urbaine pour la compétitivité et un composant discursif et de marketing, qui, dans leur ensemble, misent sur le positionnement de la ville en tant qu'attrait compétitif. Ce fonctionnement articulé produit un cycle, qui peuvent être interprété en spirale, en fonction du pari cluster, puisque l'avance d'un maillon de la chaîne entraîne les autres, ce qui permet que le cycle continue à avancer, en apportant à la consolidation de la stratégie et en ayant, à son tour, un impact sur transformation de Medellín.

Mots clef: Cluster, compétitivité, transformations urbaines, promotion, Medellín.

Globalización, ciudad y clúster

La fase actual de modernización capitalista, desplegada desde finales de la década de 1970, conocida también como un desplazamiento del fordismo a lo que podría llamarse un régimen de acumulación “flexible” (Harvey, 1998), ha generado nuevas formas de organización productiva, trayendo consigo efectos territoriales importantes, entre ellos, un aumento de la autonomía del capital con respecto a las instancias públicas y una mayor flexibilidad en su circulación, lo cual ha aportado a la configuración de una arquitectura productiva de nodos y redes a escala global (de Mattos, 1997; 2009; Sassen, 2009).

Esta dinámica ha llevado a que las economías nacionales pierdan la poca autonomía que tenían y se vean sometidas constantemente a las necesidades del mercado. Bajo el enfoque de generar condiciones para la valorización del capital, las ciudades intentan aprovechar algunos elementos que, en la lógica de la acumulación, se pueden ver como ventajas, ya sean de localización, clima o producción de algunos productos, especializando la producción en ciertas áreas que le permitan participar con mayor protagonismo en una economía globalizada (de Mattos, 1997, 2009). La localización de capitales móviles de manera desigual configura diversos roles para las ciudades y las formas como se integran a la economía global (Sassen, 2009; Brenner, 2003; de Mattos, 2009).

Por ello, aquellas ciudades que apuestan por tener un papel más protagónico, desarrollan diferentes estrategias para atraer inversiones, retener actividades productivas o fortalecer las existentes (de Mattos, 2009; Ibarra y Trejo, 2014). Es aquí donde toman fuerza las denominadas estrategias de competitividad y se convierten en guía para los procesos de especialización productiva y el diseño de políticas económicas. Ser competitivo termina siendo la supuesta vía para lograr un desarrollo, bajo la premisa de que mejores formas de inserción en la economía global representa mayores niveles de calidad de vida para los habitantes.

Lo anterior busca centrarse en la generación de factores o fuentes de ventaja competitiva, y se presupone que los clúster sintetizan dichas ventajas (Arce, 2011; Suñol, 2006; Ibarra y Trejo, 2014). Esta iniciativa ha cobrado mayor relevancia para América Latina cuando organismos supranacionales como el Banco Mundial o el Banco Interamericano de Desarrollo los empezaron a utilizar como vía de desarrollo (Fernández y Vigil, 2007), aumentando el número de propuestas en el continente.

Las estrategias de competitividad van acompañadas de procesos de intervención urbana que apuntan a la renovación del territorio acorde con las necesidades de las dinámicas económicas (Hidalgo y Janoschka, 2014; Theodore, Peck y Brenner, 2009; Benach, 2009), implicando la generación de “infraestructura, equipamientos, macroproyectos y atractivos que estimulan la inversión, la producción, el comercio y el turismo” (Brand y Prada, 2003: 89), detonando con ello, procesos de reestructuración urbana. Como eslabón complementario, las acciones anteriores van acompañadas de estrategias discursivas de promoción de ciudad (Benach, 2009; Vainer, 2001), las cuales contribuyen a vender las ventajas

competitivas creadas, y a posicionar una imagen atractiva para invertir y hacer negocios.

Esa visión entrelazada que involucra la generación de fuentes de ventaja competitiva, externalidades para apoyar la productividad (infraestructura) y su difusión como atractivo competitivo, se convierte en un marco de análisis para interpretar las transformaciones territoriales en las ciudades que se proyectan para tener un rol de mayor protagonismo en la economía global, como es el caso de la ciudad de Medellín.

Política local de competitividad: una introducción necesaria

Figura 1. Clúster y distribución geográfica en Colombia y América Latina



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2014: 5.

Las apuestas por mejorar los índices de competitividad en la ciudad de Medellín han sido un tema abordado por la administración municipal –Alcaldía– y el sector privado desde la década de 1990, tanto en los procesos de planeación, como en estudios y convenios de asociación. En 1995 se realizó el estudio *La ventaja competitiva de Medellín*, conocido como el *Estudio Monitor*, el cual recomendó “diversificar la base exportadora y los mercados, desarrollar un recurso humano avanzado y mejor calificado, superar las deficiencias de infraestructura y mejorar sus condiciones internas para atraer inversión extranjera directa” (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2009: 36). Este estudio representa un punto de partida en la proyección para la reorganización del tejido empresarial entorno a clúster en la ciudad.

En los años siguientes se llevaron a cabo estudios complementarios con el objetivo de ajustar la estructura económica de la ciudad. Entre ellos, se resaltan *La ventaja competitiva de la actividad empresarial antioqueña hacia el siglo XXI*, realizado en 1999 y *Antioquia avanza hacia nuevos esquemas de desarrollo empresarial*, de 2001, ambos desarrolladas por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, los cuales, al igual que el *Informe Monitor*, sugirieron la organización del tejido empresarial alrededor de clúster.

Las recomendaciones de estos estudios se convirtieron en visiones estratégicas de competitividad incorporadas en los planes de desarrollo, de allí su importancia. Este elemento es resaltado por Brand y Prada (2003), cuanto establecen que desde la década de 1990 se

contemplaron en estos planes acciones tendientes a mejorar procesos de inserción en la economía global, basadas en ayuda a la reconversión industrial y a los procesos de cambio tecnológico, así como el desarrollo de infraestructura para la competitividad y medidas en pro de construir una imagen de ciudad atractiva para la inversión, donde los clúster se convirtieron en el eje del desarrollo competitivo.

La puesta en marcha de estas visiones estratégicas ha contado con la participación de actores privados como el Consejo de Competitividad de Antioquia, creado en 1996. Su objetivo fue viabilizar las recomendaciones formuladas en el estudio Monitor (Pineda, 2008) y, para ello, se puso en marcha una visión regional denominada *Antioquia la mejor esquina de América Latina*.

Con este estudio se pretendía definir las “prioridades en la dotación de infraestructuras básicas, el establecimiento de una red de centros urbanos, la articulación de las actividades económicas a lo largo de los ejes y la mejor conexión con el resto del país y el mundo” (Pineda, 2008: 19). Medellín, como centro de esa “mejor esquina”, procuró aprovechar las oportunidades de esta iniciativa con el *Plan estratégico de Medellín y el Área Metropolitana 2015: El futuro de la ciudad metropolitana*, conocido como PEMAM, dónde el Consejo de Competitividad actuó como coordinador (Brand y Prada, 2003; Pineda, 2008). Como objetivo a largo plazo, el Plan contempló hacer de la ciudad una caracterizada por la competitividad de sus sectores económicos y vinculada a la economía mundial (Echeverría Ramírez y Bravo Giraldo, 2009). Las iniciativas y visiones trazadas en el PEMAM fueron incorporadas en los planes de desarrollo y ordenamiento territorial siguientes (Pineda, 2015).

Años después, el rol articulador de las iniciativas privadas fue asumido por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, entidad que se convirtió en el actor que participa tanto en la definición de la política y la proyección estratégica de competitividad para la ciudad –por hacer parte de la Comisión Regional de Competitividad, escenario que formuló el Plan Estratégico de Competitividad, con iniciativas a 2020 con énfasis en clúster–, como en su ejecución a través de convenios de asociación con la Alcaldía Municipal,³ los cuales tienen como objeto la materialización de la estrategia clúster.

El proceso de asociación cumple los siguientes pasos: el gobierno local, a través de la Alcaldía de Medellín, incluye en los planes de desarrollo el fortalecimiento empresarial (privado), enmarcado, a su vez, en apuestas de competitividad regional donde los gremios empresariales tienen presencia y participan en la definición de las políticas a implementar. Al ejecutar los planes trazados, la Alcaldía asigna recursos públicos, los cuales son ejecutados por el sector privado para desarrollar iniciativas tendientes al fortalecimiento de la estrategia clúster a partir de convenios, dando lugar a ciclos de funcionamiento de lo público como facilitador de la acción privada o a una gestión pública de corte empresarial, en palabras de Harvey (2007, citado en Cuenya y Corral, 2011).

³ Convenios de asociación entre la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y la Alcaldía Municipal 4800000795 de 2005; 4800001567 de 2006; 4800002185 de 2007; 4600007900 de 2008; 4600010874 de 2008; 4600017581 de 2009; 4600041628 de 2012; y 4600053379 de 2014.

La materialización de la apuesta clúster en Medellín ha experimentado diversas fases, iniciando con el proyecto *Medellín, mi empresa*, proyecto suscrito en el año 2005 entre la Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia para el desarrollo de los clúster Textil, confección, diseño y moda, de Construcción, de Energía Eléctrica, de Turismo de Negocios, de Ferias y Convenciones, y de Servicios de Medicina y Odontología, hasta la consolidación de la comunidad clúster en el año 2009, cuando el programa se transforma en *Medellín, ciudad clúster*.

A partir de este cambio, se constituye oficialmente en la ciudad una propuesta organizativa entorno a clúster, definida en el Acuerdo 087 de 2009 del Concejo de Medellín, la cual sigue vigente, la cual, se ha estructurado como eje central del desarrollo competitivo. La etapa siguiente, denominado *Más mercados, más negocios clúster*, se da entre 2012 y 2015, y buscaba mayor participación en los mercados internacionales, donde se enfatiza en el fortalecimiento de los procesos comerciales de las empresas vinculadas a clúster, como último eslabón del proceso productivo.

Figura 2. Evolución de las empresas por clúster

Cluster	No. empresas 2013 ¹	Participación en el total de empresas (%) ² 2013*	Exportaciones 2014 (USD mill) ³	Participación en total exportaciones industriales (%) 2014	Participación en el PIB Antioquia ⁴ 2013
Energía eléctrica	2.311	1,70	238,9	10,60	3,90 %
Textil/Confección, Diseño y Moda	16.104	11,50	517,4	22,90	2,40 %
Construcción	17.241	12,30	199,3	8,80	19,50 %
Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones	14.705	10,50	No disponible		3,40 %
Servicios de Medicina y Odontología	5.447	3,90	31,4	1,40	2,40 %
Tecnología de Información y Comunicación	4.151	3,00	4,7	0,20	3,10 %
SUBTOTAL	59.959	42,80	991,7	43,90	34,70 %

Fuentes: 1/Registro Público Mercantil-Cámaras de Comercio de Aburrá Sur, Oriente Antioqueño, y de Medellín para Antioquia en 2013. 2/Estimados: Investigaciones Económicas CCMA, a partir de información del Registro Público Mercantil de las Cámaras de Comercio con presencia en Antioquia. 3/DANE. Cálculos Investigaciones Económicas, CCMA. 4/DANE-Cuentas Departamentales 2012, Base 2005.

Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2015: 43.

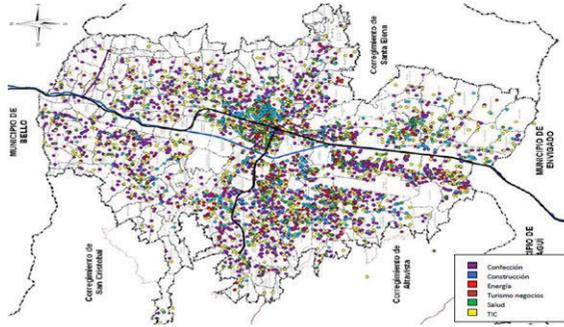
De acuerdo al estudio *Contribución de las iniciativas clúster al desarrollo regional*, realizado por Confecamaras (2017), por cada punto de crecimiento del PIB regional en Medellín, cerca del 35,8% es explicado por la actividad clúster, además de representar el 35,9% del valor agregado manufacturero, el 35% del tejido empresarial y el 25,9% de las exportaciones industriales, siendo la apuesta clúster una parte importante de la actividad empresarial de la ciudad.

La dispersión geográfica clúster

En Medellín, la estrategia clúster no se encuentra confinada a fragmentos específicos de la ciudad, como se ilustra en las siguientes imágenes.

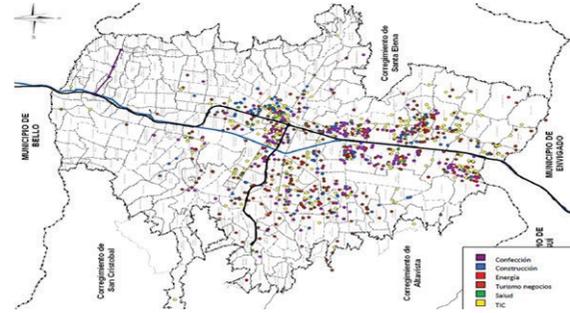
Un primer elemento que aporta a explicar esta dispersión geográfica se relaciona con la composición empresarial del clúster, la cual está dada, en un gran porcentaje, por micro o pequeñas empresas, representando en algunos casos el 80% o 90% del tejido empresarial, como en el clúster de Energía eléctrica o en el de Textil, confección, diseño y moda (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2006; 2009), composición que no ha variado significativamente en los últimos años.

Figura 3. Distribución espacial clúster en Medellín
Micro y pequeñas empresas (Clústers identificados en Medellín):



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2013: 2-3.

Medianas y grandes empresas (Clústers identificados en Medellín):



Un segundo elemento radica en que la apuesta clúster no contempla una concentración espacial desde su misma definición teórica (Fernández y Vigil, 2007; Suñol, 2006), por ello, el proceso de expansión de la actividad empresarial entorno al clúster proyecta vincular a municipios del valle de Aburrá y del oriente Antioqueño en un proceso expansivo de las actividades económicas asentadas en Medellín (Comisión Tripartita, 2012). No contar con un límite espacial implica que la ciudad y sus alrededores se convierten en un lugar para el desarrollo competitivo y la necesidad de adecuarlos para tal fin se vuelve una tarea a desarrollar mediante diversas intervenciones urbanas, como se resaltarán a continuación.

Medellín, una ciudad transformada

Los clúster y el discurso de la competitividad

Las acciones desarrolladas en los diversos planes de desarrollo implementados desde la década de 1990 conservan un mismo objetivo: hacer de Medellín una ciudad lugar que compita en el mercado global. Esta visión ha sido guía de las acciones proyectadas en lo económico, las intervenciones en infraestructura urbana, la política pública de internacionalización, mercadeo e imagen de ciudad.

Los planes de desarrollo en el periodo de estudio se pueden dividir en dos etapas: la primera contempla los planes de 1995, 1998, 2001, donde las acciones estaban orientadas a la organización de cadenas productivas, la reconversión industrial, la diversificación de la oferta exportable, el apoyo regional a las exportaciones y la construcción de imaginarios de ciudad a largo plazo. En este periodo las respectivas administraciones llevaron a cabo estudios sobre cómo generar ventajas competitivas, siendo la metodología clúster la respuesta.

La segunda etapa comprende los planes de desarrollo de 2004, 2008 y 2012, las cuales se centraron en consolidar espacios de articulación público privados y apuestas estratégicas para la definición de políticas en términos de competitividad, el lanzamiento oficial de la comunidad clúster y la construcción de un enfoque de especialización productiva. En estos planes se avanza en el fortalecimiento clúster, tanto en la institucionalidad como en la visión estratégica, llegando a convertirse en una parte importante de la actividad económica de la ciudad.

Un elemento a resaltar en este proceso es que, si bien los clúster se han convertido en el eje central de las apuestas de Medellín por ser competitiva, en el discurso institucional aparecen como un elemento más a la hora de hablar de competitividad, como un marco de referencia de la actividad económica, mientras se hace énfasis en los factores que la fortalecen, como la política de internacionalización, el mercadeo y la construcción de una marca de ciudad o la misma plataforma urbanística para la competitividad, construyendo lo que podríamos llamar un discurso genérico de competitividad.

Pero, en la práctica, cuando el discurso institucional hace referencia a la competitividad realmente está haciendo énfasis en políticas e iniciativas que van en la vía de consolidar la organización empresarial basada en la metodología del clúster, lo que convierte a esta estrategia en un eje central del desarrollo económico competitivo y a las demás políticas en un complemento, las cuales orbitan en función del fortalecimiento de esta apuesta empresarial.

El discurso de la competitividad y las transformaciones urbanas

El discurso de la competitividad y las transformaciones urbanas ha sido un elemento recurrente en los diversos planes de desarrollo y de ordenamiento territorial. Al respecto, a nivel local se han generado elementos que relacionan las actuaciones urbanas con la competitividad, resaltando las siguientes líneas:

- Estrategia de desarrollo físico para la competitividad y la productividad; acciones urbanísticas para la competitividad (Acuerdo 019 de 1995 del Concejo de Medellín).
- Desarrollo económico y competitividad –desarrollo de una plataforma urbanística, dentro de la cual se resalta una infraestructura de apoyo a la comercialización y al manejo de las mercancías en el Valle de Aburrá– (Acuerdo 01 de 1998 del Concejo de Medellín).
- Equipamientos especializados para la competitividad (Acuerdo 01 de 2001 del Concejo de Medellín).
- Proyectos que contribuyen a la consolidación de una plataforma competitiva metropolitana; Medellín, un Espacio para el Encuentro Ciudadano (Acuerdo 03 de 2004 del Concejo de Medellín).

- Conectar a Medellín con el país y el mundo; proyectos que contribuyen a la consolidación de la plataforma competitiva (Acuerdo 016 de 2008 del Concejo de Medellín).
- Desarrollo urbano para la competitividad (Acuerdo 07 de 2012 del Concejo de Medellín).

Dentro de los elementos analizados en estas líneas encontramos que, para el caso de la ciudad de Medellín, la relación entre discurso e infraestructura se puede agrupar en tres tipos de intervenciones:

- Intervenciones para la movilidad y el apoyo al transporte de mercancías, cuyo objetivo es articular la ciudad a nivel regional, nacional e internacional, organizando el flujo de mercancías. Para ello se han proyectado vías, centros logísticos y de carga, puertos secos, terminales de carga, entre otros.
- Intervenciones estratégicas del centro ampliado y representativo de la ciudad. Incluye infraestructura asociada al centro de convenciones Plaza Mayor, contiguo al centro administrativo e institucional; planes parciales de renovación urbana, los cuales se soportan como elementos complementarios o asociados a la competitividad; e intervenciones desarrolladas a partir del Plan Estratégico del Centro. Estas intervenciones, en su conjunto, aportan a la construcción de una imagen de ciudad renovada y a su promoción a nivel internacional.
- Intervención en infraestructura relacionada con un nuevo espacio público, centralidades barriales y obras periféricas que, desde el discurso, están planteadas como complemento a la competitividad o que, independiente de su uso y función, son parte de las piezas promocionales, aportando a la construcción de un gran proyecto urbano asociado al discurso de una ciudad agradable para visitar, hacer negocios y consumir.

A partir de lo anterior se puede inferir que los procesos de reestructuración urbana se han instrumentalizado de forma directa o como una pieza promocional para fortalecer la competitividad de la ciudad, buscando hacerla más atractiva, lo que puede traducirse en una mayor competencia en el mercado global (Kampetter, 1995, citado en de Mattos, 1997), aumentando la incidencia del modelo clúster en la transformación de Medellín.

Clúster, imagen y promoción de ciudad

En la gestión pública de la Alcaldía de Medellín en el periodo de estudio se presenta una relación entre promoción y remodelación del espacio urbano. Es recurrente encontrar diversos tipos de publicidad que hacen referencia a lo que se está haciendo y la visión de lo que se quiere ser, convirtiéndose el elemento discursivo en parte importante de la política urbana (Benach, 2009). En este contexto, las intervenciones, al margen de su uso y función, han buscado connotar esos valores de la renovación, mostrando una imagen de ciudad como un espacio innovador, excitante, creativo y seguro para vivir, visitar y consumir, situación analizada por Harvey

(citado en Benach, 2009) con respecto a la imagen que se debe proyectar en un contexto de globalización.

Esta imagen innovadora enfatiza el nuevo momento de la ciudad, buscando superar esa imagen violenta de la década de 1990. *Del miedo a la esperanza, de la esperanza a la vida* hacen parte de los últimos eslóganes implementados donde se resalta el proceso de transformación, con el objetivo de cambiar un imaginario, antes signado por la violencia, hacia un espacio que se renueva (Quinchía, 2011).

La particularidad del caso de la ciudad de Medellín reside en que a diferencia de las estrategias empleadas en grandes ciudades insertas de lleno en las dinámicas de la globalización como Nueva York, París o Barcelona, en Medellín los esfuerzos no se enfocan tanto en potencializar lo existente, como en renoverarlo, transformar su sentido y en última instancia, anunciar la transformación y la renovación de la ciudad frente a su pasado de violencia, renovación que encuentra su mayor expresión en las intervenciones urbanísticas de la última década y en el denominado "Urbanismo Social" de las dos últimas administraciones municipales (Galindo, 2011: 142).

Es importante destacar que la ciudad no oculta su pasado, sino que ha construido un discurso de renovación a partir del mismo y de la existencia de un nombre a nivel global, centrando el esfuerzo en mostrar cómo la acción político institucional ha logrado transformarla, siendo hoy es un sitio atractivo para los negocios.

Los esfuerzos por posicionar una imagen de ciudad a nivel nacional e internacional están directamente relacionados con los procesos económicos: atraer inversionistas, eventos, ser destino de ferias, captar cooperación internacional, logrando posicionar internacionalmente las apuestas de organización empresarial en torno a clúster. Tanto Galindo (2011) como Quinchía (2011) resaltan que el uso de la imagen y la forma como se ha publicitado han sido claves para la promoción a nivel internacional y la construcción de una marca, la marca Medellín.

La promoción y construcción de una imagen renovada ha sido un elemento abordado no solo desde el discurso, sino desde la política pública municipal. Ejemplo de ello son los Acuerdos municipales 049 de 2009, el cual estableció un plan de mercadeo y promoción internacional, buscando la llegada de turistas, la atracción y retención de inversión extranjera y el 078 de 2013, *Medellín: Ciudad Turismo Corporativo: Grandes Eventos y Eventos de conocimiento*, donde se establecen las bases de la política pública que tiene como objetivo continuar posicionando a la ciudad como una plataforma competitiva de turismo y de eventos de conocimiento, y guía para la captación de los mismos.

La relación clúster, política, imagen y promoción, desde lo simbólico, lo discursivo y, por supuesto, las intervenciones urbanas aportan a la construcción de un imaginario de ciudad transformada, la cual tiene su desarrollo más importante en la última década, aun cuando es un ejercicio que se viene desarrollando en los últimos veinte años.

Conclusiones

Al analizar el modelo de ciudad proyectado por los gobiernos locales en los diversos planes de desarrollo encontramos una adecuación al contexto de globalización económica, cuyo objetivo ha sido insertar la ciudad en la dinámica económica global. Para ello, se han emprendido tanto discursos como acciones tendientes a hacer de Medellín un espacio competitivo, internacionalmente reconocido, siendo un viraje profundo en las apuestas de desarrollo, en donde la especialización productiva y el sector servicios representan un nuevo esquema, muy diferenciado del modelo industrial de la década de 1980 (Gómez Salazar, 2008).

El posicionamiento de la estrategia clúster ha sido un proceso continuo, que incluye estructuración de políticas públicas, instituciones y visión estratégica de ciudad, donde la premisa central es la generación de fuentes de ventaja competitiva, lo que ha conllevado a una inserción de discursos empresariales en la esfera de lo público, implicando lo que podría denominarse como la instrumentalización del aparato estatal en función de los intereses económicos privados.

Lo anterior se ve reflejado en el modelo de desarrollo empresarial, el cual ha sido asumido como un modelo de ciudad en la política pública; en la generación de acuerdos del Concejo Municipal para beneficiar el sector privado en términos de

atracción y retención de las actividades productivas; en la articulación de espacios público privados para la construcción de visiones estratégicas de competitividad para la ciudad, como las Comisiones Regionales de Competitividad; en los convenios de articulación entre la Alcaldía y la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia en función del fortalecimiento de la actividad empresarial privada; y en la inversión en infraestructura y mercadeo de ciudad.

La visión de competitividad bajo la metodología del clúster ha incidido en el desarrollo de una política que se no se limita al fortalecimiento del sector empresarial y productivo, por el contrario, ha elaborado una estrategia de intervenciones urbanas, de política de internacionalización, de mercadeo y de construcción de imaginarios de ciudad, lo que, en su conjunto, dispone cambios en función de intereses económicos privados.

En un mundo de capitales en constante movimiento, donde estos se desplazan de acuerdo a las condiciones de valorización que las ciudades les generen (de Mattos, 2009), se construyen ciclos en función de la rentabilidad del capital, lo que lleva a enfocar la gestión pública y urbana en los intereses de acumulación y dejar a merced de estos el bienestar de los habitantes, así como el desarrollo urbano de la ciudad, un elemento que amerita seguir debatiéndose. 

Bibliografía

- ARCE, L. F. (2011). "Competitividad urbana en el contexto latinoamericano. El caso de Santiago de Chile". *Revista Geografía Norte Grande*, 48: 81-106.
- BENACH, N. (2009). "La economía simbólica de la ciudad: Barcelona como ejemplo". Barcelona, ponencia presentada en III Jornadas de Campo de Geografía Económica, junio 29 y 30.
- BRAND, P. y PRADA, F. (2003). *La invención de futuros urbanos, estrategias de competitividad económica y sostenibilidad ambiental en las cuatro ciudades principales de Colombia*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- BRENNER, N. (2003). "La formación de la ciudad global y el re-escalamiento del espacio del Estado en la Europa Occidental post-fordista". *Eure*, 29 (86): 5-35
- CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. (2006). *Clúster una estrategia para crear ventaja competitiva*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Consultado en: http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=64&PortalId=0&TabId=515
- CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. (2009). *Avances de la Estrategia Clúster en Medellín y Antioquia*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Alcaldía de Medellín. Consultado en: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Cluster5.pdf>
- CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. (2013). *Incidencia en la economía y espacialidad*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, documento inédito.
- CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. (2014). *8 años de consolidación de la estrategia de desarrollo y competitividad basa en clúster en Medellín*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Alcaldía de Medellín. Consultado en: http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2014/ResultadosCluster_Camara.pdf
- CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. (2015). *Profundización de la estrategia cluster. Consolidación de una plataforma de negocios*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Alcaldía de Medellín. Consultado en: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/LIBRO%20CLUSTER%2009.pdf>
- COMISIÓN TRIPARTITA. (2012). *Tres Valles el territorio de la economía: una estrategia de ordenamiento económico-territorial para los Valles de Aburrá, Occidente Cercano y San Nicolás*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- CONFECAMARAS. (2017). *Contribución de las iniciativas clúster al desarrollo regional*. Consultado en: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19831/Contribuci%C3%B3n%20de%20las%20iniciativas%20ocl%C3%BAster%20al%20desarrollo%20regional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CUENYA, B. Y CORRAL, M. (2011). "Empresarialismo, economía del suelo y grandes proyectos urbanos: el modelo de Puerto Madero en Buenos Aires". *Eure*, 37 (111): 25-45.
- DE MATTOS, C. (1997). "Dinámica económica globalizada y transformación Metropolitana: hacia un planeta de archipiélagos Urbanos". Buenos Aires, ponencia presentada en el VI Encuentro de Geógrafos de América Latina.
- DE MATTOS, C. (2009). "Modernización capitalista y revolución urbana en América Latina: 5 tendencias genéricas". En: P. Brand (ed.), *La ciudad latinoamericana en el siglo XXI: globalización, neoliberalismo, planeación*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, pp. 37-82.
- ECHEVERRÍA RAMÍREZ, M. C. y BRAVO GIRALDO, M. V. (2009). *Balance sobre el Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana. Informe final*. Consultado en: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%Agricas/Documentos/5toCongresoCiudad/Balance%20Plan%20Estrat%C3%Agrico%20de%20Medell%C3%ADn%20y%20el%20C3%81rea%20Metropolitana.pdf>
- FERNÁNDEZ, V. R. y VIGIL, J. I. (2007). "Clúster y desarrollo territorial. Revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina". *Economía, Sociedad y Territorio*, VI (24): 859-912.
- GALINDO, O. (2011). *El papel del espacio público en la construcción de la imagen competitiva de la ciudad de Medellín 1998-2007: escalas, imágenes e interacciones*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, tesis para optar al título de Magíster en Estudios Urbano Regionales.
- GÓMEZ SALAZAR, B. (2008). "Procesos de transformación de la ciudad de Medellín descentramientos-aglomeración-polarización 2000-2007". Bogotá, ponencia presentada en el VII Seminario Nacional de Investigación Urbano-Regional. Diversidad y Desigualdad en los Territorios Contemporáneos. Consultado en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/3259/1/BGS-ACIUR.pdf>
- HARVEY, D. (1998). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- HIDALGO, R. y JANOSCHKA, M. (2014). "La ciudad neoliberal: estímulos de reflexión crítica". En: R. Hidalgo y M. Janoschka (eds), *La ciudad neoliberal: gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Ciudad de México, Buenos Aires y Madrid*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, pp. 7-32.
- IBARRA, C. y TREJO, A. (2014). "Competencia territorial: un marco analítico para su estudio". *Economía, Sociedad y Territorio*, XIV (44): 49-78.
- PINEDA, H. D. (2015). *Estrategias de competitividad y transformaciones urbanas: la incidencia de los clúster en la metamorfosis de Medellín: 1995-2013*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, tesis para optar al título de Magíster en Estudios Urbano Regionales.
- PINEDA, S. (2008). *Cohesión social y territorial: los desafíos de la integración regional de Medellín, el Valle de Aburrá y Antioquia en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario, Comisión Tripartita de Antioquia.
- QUINCHÍA, S. (2011). *Discurso, ideología y poder en la producción de ciudad: un acercamiento a la práctica discursiva del urbanismo social en la ciudad de Medellín, 2004-2011*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, tesis para optar al título de Magíster en Estudios Urbano Regionales.
- SASSEN, S. (2009). "La ciudad global: introducción a un concepto". En: *Las múltiples caras de la globalización*. Madrid: BBVA, pp. 50-62.
- SUÑOL, S. (2006). "Aspectos teóricos de la competitividad". *Ciencia y Sociedad*, XXXI (2): 179-198.
- THEODORE, N., PECK, J. y BRENNER, N. (2009). *Urbanismo neoliberal: la ciudad y el imperio de los mercados*. Santiago de Chile: SUR.
- VAINER, C. (2001). "Pátria, empresa e mercadería: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano". Consultado en: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2091995/mod_resource/content/1/Vainer%20%20cidade%20mercaderia.pdf