

DINAMICA COMPETITIVA DEL MAGDALENA 2016-2017

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA PARA EL MAGDALENA

UNIDAD DE DESARROLLO COMPETITIVO (UDC)

PROYECTOS E INVESTIGACIONES
MANUEL DE JESÚS FUENTES MANJARRÉS

SANTA MARTA

2017

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
1. CONTEXTO SOCIECONOMICO Y BASE PRODUCTIVA DEL MAGDALENA	8
1.1 Estructura y dinámica socioeconómica	8
1.1.1.1 Producto Interno Bruto	8
1.1.1.2 Indicadores Demográficos	12
1.1.1.3 Pobreza.....	14
1.1.2.1 Exportaciones.....	16
1.1.2.2 Importaciones.....	17
2. ACTIVIDAD PRODUCTIVA Y ESPECIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA DEL MAGDALENA	22
.2.1 Sistema Productivo del Magdalena	22
.2.1.1 Estructura del Producto Interno Bruto del Magdalena (PIB)	22
3. SECTORES POTENCIALES DE LA ECONOMÍA DEL MAGDALENA.....	28
<i>Análisis por actividades económicas del número de empresas</i>	29
.4 INDICADORES DE REGULACIÓN EMPRESARIAL: DOING BUSINESS SANTA MARTA	34
5. PRINCIPALES APUESTAS PRODUCTIVAS Y RETOS EN MATERIA DE COMPETITIVIDAD PARA EL MAGDALENA 2012-2015	43
5.1 Apuestas Productivas del Magdalena.....	43
6. RUTAS COMPETITIVAS.....	52
7. CONCLUSIONES	67

Dinámica Competitiva del Magdalena

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Crecimiento del PIB de Colombia Vs Magdalena 2008 - 2015.....	9
Ilustración 2 Magdalena : Variación anual del valor agregado, 2015p.....	10
Ilustración 3 Participación del PIB del Magdalena por actividades (2015p.....	11
Ilustración 4 Indicadores de competitividad-, Magdalena (2015).....	20
Ilustración 5 Tasa de Crecimiento del PIB Magdalena 2013-2014"p" a precios corrientes por ramas de actividad.....	23
Ilustración 6 Participación del Valor agregado x ramas de actividad a precios corrientes 2009-2015	24
Ilustración 7 Participación del Valor agregado por ramas de actividades a precios corrientes 2009-2015.....	25
Ilustración 8 Ilustración Crecimiento de empresas por actividades económicas durante 20 09-2015	29
Ilustración 9 Variación de los sectores económicos por ventas periodo del 2009-2016 ...	31

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Población por Municipio del Magdalena 2016	12
Tabla 2 Estimaciones de Población del Magdalena por sexo 2016.....	13
Tabla 3 Pobreza Monetaria en las Capitales de la Región Caribe 2012-2016.....	14
Tabla 4 Pobreza Monetaria extrema en las Capitales de la Región Caribe 2012-2016...	14
Tabla 5 Necesidades Básicas Insatisfechas, Departamento del Magdalena 2015.....	14
Tabla 6 Comercio exterior: Exportaciones por grupo de productos a enero - mayo - 2017	16
Tabla 7 Magdalena Importaciones por CUODE a enero – mayo – 2017 Miles de dólares CIF	17
Tabla 8 Índice departamental de competitividad Magdalena 2015.....	19
Tabla 9 Tabla 2.1. Magdalena Valor agregado según actividad económica, a precios corrientes 2015 P Miles de millones de pesos	26
Tabla 10 Número de Empresas por sectores empresariales en el Magdalena 2009-2015	30
Tabla 11 Ingresos por Ventas según sectores empresariales en el Magdalena 2009-2015 Millones de pesos	32
Tabla 18 ¿Dónde es más fácil hacer negocios en Colombia?.....	35
Tabla 19 ¿dónde es más fácil abrir una empresa en Colombia?.....	36
Tabla 20 Trámites requeridos para abrir una empresa en el Magdalena	37
Tabla 21 ¿Dónde es más fácil la obtención de permisos de construcción en Colombia? .	38
Tabla 22 Trámites requeridos para la obtención de permisos de construcción en el Magdalena.....	38
Tabla 23 Dónde es más fácil el registro de propiedad en Colombia?.....	39
Tabla 24 Trámites requeridos para el registro de propiedad en el Magdalena	40
Tabla 25 Dónde es más fácil pagar impuestos en Colombia?.....	40
Tabla 26 Indicadores de regulación empresarial en el Magdalena.....	41

INTRODUCCIÓN

El departamento del Magdalena actualmente enfrenta desafíos económicos y comerciales que debe estar soportado por el sello diferenciador que los productos que el territorio ofrece, logrando posicionarse como uno de los líderes no solo en crecimiento, contribución comercial si no en mejores prácticas enmarcadas bajo la calidad de cada una de las representaciones en las que se desarrolla la calidad de los recursos con los que potencializa cada sector económico.

El panorama económico y comercial actual presenta un cumulo de oportunidades que pueden contribuir al crecimiento económico del Magdalena y de ésta forma aumentar el bienestar de sus habitantes; para ello se requiere que el departamento sea competitivo y pueda responder de forma exitosa a los grandes retos y desafíos del entorno económico internacional.

La importancia que tiene la competitividad para el departamento del Magdalena, ante el nuevo panorama comercial y la necesidad que existe de realizar un diagnóstico de la dinámica de competitividad, el área de Proyectos e Investigaciones de la Unidad de Desarrollo Competitivo de la Comercio de Santa Marta, para el Magdalena elaboró el informe denominado “Dinámica de competitividad del Magdalena 2016-2017”, documento que contiene una valiosa información que puede servir de insumo para las entidades interesadas en la promoción de la competitividad, debido a que en este se realiza un diagnóstico contribuye a reconocer las principales prioridades y retos del departamento y los

Dinámica Competitiva del Magdalena

sectores productivos; además, es de gran utilidad para la comunidad en general debido a que presenta un análisis de las principales variables que contribuyen al

La información suministrada en el presente informe corresponde a las cifras encontradas para el período 2016-2017; sin embargo, algunas variables poseen información de períodos anteriores debido a que no se disponía de información más reciente, sin embargo, éstas nos permitirán hacer una aproximación del entorno competitivo actual del departamento, conjugando en un solo documento los indicadores de competitividad, las apuestas productivas, la inversión por sectores, las rutas competitivas y los indicadores del doing business

En este documento se hace describe de las apuestas productivas del Magdalena que constituyen escenarios que permiten el fortalecimiento de las actividades que se gestan de forma competitiva en cada una de las actividades en las que el departamento permite el desarrollo comercial como el cultivo de banano, café, palma y servicios como turismo hacen del territorio una fortaleza económica y comercial con las actividades más representativas del Magdalena.

CAPÍTULO 1:

CONTEXTO SOCIECONOMICO Y BASE PRODUCTIVA DEL MAGDALENA

1. CONTEXTO SOCIECONOMICO Y BASE PRODUCTIVA DEL MAGDALENA

1.1 Estructura y dinámica socioeconómica

El Departamento del Magdalena está ubicado en la parte norte de Colombia y es uno de los ocho departamentos que conforman la Costa Caribe colombiana. Cuenta con una extensión territorial de 23.188 km² equivalentes al 2% del territorio nacional. A partir de las cifras proyectadas por el DANE, la población para el 2016 fue de 1.272.442 habitantes.

En cuanto al PIB departamental, se observa que el Magdalena participa respecto al total con 1,36%, por debajo de Atlántico (3,88%), Bolívar (3,95%), Cesar (2%) y Córdoba (1,82%). La tasa de crecimiento del PIB en el Magdalena es del 7,8%, por encima del promedio nacional que es de 4,2%, pero por debajo de la de Córdoba (10,5%) y la Guajira (10%).

1.1.1 Variables e indicadores básicos

1.1.1.1 Producto Interno Bruto

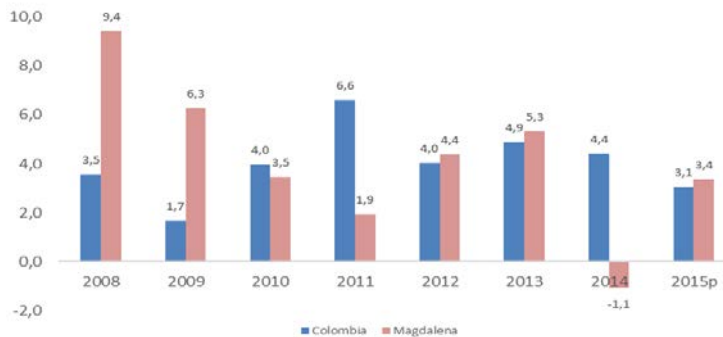
En medio de la incertidumbre y turbulencia comentada, el producto interno bruto (PIB) en el país creció el 2 % en el 2016, inferior en 1,1 % con respecto al año 2015, mostrando una clara desaceleración especialmente del sector externo, producto de la caída de las exportaciones tradicionales.

Dinámica Competitiva del Magdalena

A pesar de las dificultades de la economía internacional y nacional, el Magdalena creció el 3.4% en su producto interno bruto durante el año 2015, presentando una recuperación frente al año 2014, que registró un crecimiento negativo del -1.1%.

Por el lado de la demanda los resultados indican que ante la contracción de las exportaciones, el crecimiento de la economía en el año 2016 se sustentó en la demanda interna (vía consumo de los agentes económicos), la economía del departamento del Magdalena registró un balance favorable la mayor parte de la inversión privada fue generada por la capitalización de 125 empresas que superaron los \$ 77 mil millones. Así las cosas, el año 2016 fue muy positivo en materia económica para la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Santa Marta, en los que se refiere a capital de creación de empresas. Se puede decir que, pese a las condiciones del entorno, en el 2016, la región presentó un buen resultado empresarial que reafirma el crecimiento de la economía, la confianza inversionista y la competitividad del territorio pero que a futuro establece retos significativos por los efectos de la desaceleración.

Ilustración 1 Crecimiento del PIB de Colombia Vs Magdalena 2008 - 2015



Fuente DANE

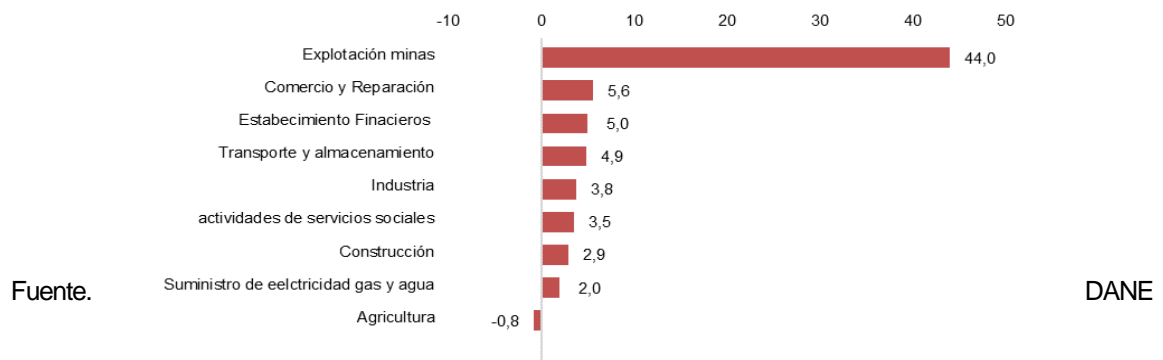
Dinámica Competitiva del Magdalena

A pesar de las dificultades de la economía internacional y nacional, Magdalena creció el 3.4% en su producto interno bruto durante el año 2015, es decir que frente al 3,1% que se registró en el PIB del año anterior, la economía se desaceleró en un 0,9%, una menor magnitud frente a la desaceleración en el país.

Producto Interno Bruto Sectorial

En Magdalena, las actividades económicas que más crecieron en el departamento durante 2015p fueron: en explotación minas y canteras (44.0%), le siguió comercio, reparación, restaurantes y hoteles (5.0%), establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (5.0%) transporte y almacenamiento (4.9%), e industria (3.9). Mientras que se observó un menor promedio en actividades y servicios sociales (3.5), construcción (2.9), suministro de gas y agua (2.0) el sector agropecuario presentó un decrecimiento, variación negativa con 0,8%

Ilustración 2 Magdalena: Variación anual del valor agregado, según actividad económica 2015p

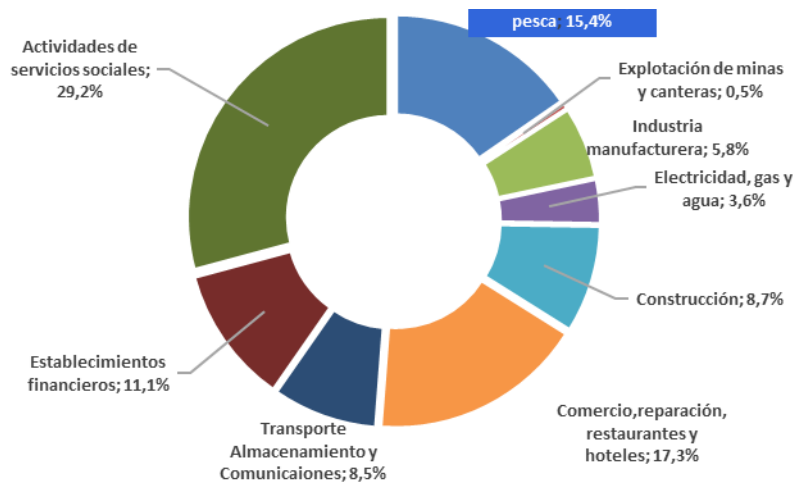


Producto Interno bruto por actividades

Dinámica Competitiva del Magdalena

Por ramas de actividad económica, en 2015p, la mayor participación en el Magdalena la registró en actividades de servicios comunales y sociales (29,2%), seguida de comercio hoteles, restaurantes, bares y similares (17,3%) , agricultura, ganadería, caza y pesca (15.4%) establecimientos financieros,seguros,actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (11.1%), Transporte, almacenamiento y comunicaciones (8.5%), industria manufacturera, (5.8%) y construcción (8.7%) Por su parte, electricidad, gas y agua y explotación y minas y canteras, tuvieron una participación del 3.6%.y 0.5% respectivamente.

Ilustración 3 Participación del PIB del Magdalena por actividades (2015p)



Fuente DANE

Dinámica Competitiva del Magdalena

1.1.1.2 Indicadores Demográficos

Población

Tabla 1 Población por Municipio del Magdalena 2016

Municipio	Población 2016			% Distribución poblacional		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<i>Sub region Santa Marta</i>	491.535	240.119	251.416	38,6%	48,9%	51,1%
<i>Sub region Norte:</i>						
Ciénaga	104.617	52.291	52.326	8,2%	50,0%	50,0%
Zona Bananera	60.941	31.590	29.351	4,8%	51,8%	48,2%
Fundación	57.397	28.338	29.059	4,5%	49,4%	50,6%
Aracataca	39.924	20.123	19.801	3,1%	50,4%	49,6%
Pueblo Viejo	31.068	16.126	14.942	2,4%	51,9%	48,1%
El Retén	21.228	11.300	9.928	1,7%	53,2%	46,8%
Algarrobo	12.647	6.560	6.087	1,0%	51,9%	48,1%
<i>Total Sub region</i>	327.822	166.328	161.494	25,8%	50,7%	49,3%
<i>Sub region Río:</i>						
Pivijay	33.753	17.792	15.961	2,7%	52,7%	47,3%
Sitionuevo	<u>32.089</u>	<u>17.006</u>	<u>15.083</u>	<u>2,5%</u>	<u>53,0%</u>	<u>47,0%</u>
El Piñon	<u>16.742</u>	<u>8.830</u>	<u>7.912</u>	<u>1,3%</u>	<u>52,7%</u>	<u>47,3%</u>
Concordia	<u>9.338</u>	<u>4.927</u>	<u>4.411</u>	<u>0,7%</u>	<u>52,8%</u>	<u>47,2%</u>

Municipio	Población 2016			% Distribución poblacional		
	Total	Hombres	Mujeres	Total Deptal.	Hombres	Mujeres
Zapayan	<u>8.841</u>	<u>4.589</u>	<u>4.252</u>	<u>0,7%</u>	<u>51,9%</u>	<u>48,1%</u>
Remolino	<u>8.095</u>	<u>4.285</u>	<u>3.810</u>	<u>0,6%</u>	<u>52,9%</u>	<u>47,1%</u>
Pedraza	<u>8.079</u>	<u>4.266</u>	<u>3.813</u>	<u>0,6%</u>	<u>52,8%</u>	<u>47,2%</u>
Cerro San Antonio	<u>7.815</u>	<u>4.058</u>	<u>3.757</u>	<u>0,6%</u>	<u>51,9%</u>	<u>48,1%</u>
Salamina	6.985	3.595	3.390	0,5%	51,5%	48,5%
<i>Total Sub region</i>	131.737	69.348	62.389	10,4%	52,6%	47,4%
<i>Sub region Centro:</i>						
Plato	58.822	30.399	28.423	4,6%	51,7%	48,3%
Ariguani	32.288	16.598	15.690	2,5%	51,4%	48,6%
Nueva Granada	20.213	10.392	9.821	1,6%	51,4%	48,6%
Sabanas de San Angel	17.088	9.071	8.017	1,3%	53,1%	46,9%
Chivolo	15.908	8.446	7.462	1,3%	53,1%	46,9%
Tenerife	12.230	6.472	5.758	1,0%	52,9%	47,1%
<i>Total sub region</i>	156.549	81.378	75.171	12,3%	52,0%	48,0%

Dinámica Competitiva del Magdalena

sub region Sur:

El Banco	55.662	28.308	27.354	4,4%	50,9%	49,1%
Guamal	27.508	14.630	12.878	2,2%	53,2%	46,8%
Santa Ana	26.257	13.755	12.502	2,1%	52,4%	47,6%
San Sebastián de Buena vista	17.510	9.167	8.343	1,4%	52,4%	47,6%
Pijiño del Carmen	15.959	8.511	7.448	1,3%	53,3%	46,7%
Santa Bárbara de Pinto	12.773	6.862	5.911	1,0%	53,7%	46,3%
San Zenón	9.130	4.783	4.347	0,7%	52,4%	47,6%
<i>Total sub region</i>	164.799	86.016	78.783	13,0%	52,2%	47,8%
Total Magdalena	1.272.442	643.189	629.253	100,0%	50,5%	49,5%

Fuente: Proyectos e Investigaciones CCSM con base en DANE, Proyecciones de población

Fuente: DANE

Las Subregiones del Distrito de Santa Marta y Norte son las que concentran cerca de las dos terceras partes de la población del departamento, seguidas de las subregiones Sur, Centro y Río, esta última tiene el 10,4% del total de habitantes del Magdalena, como se aprecia en la tabla siguiente

Tabla 2 Estimaciones de Población del Magdalena por sexo 2016

Grupos de edad	Hombres	Mujeres	Total	%
Total	643.189	629.253	1.272.442	100,0%
0-4	70.892	67.618	138.510	10,9%
5-9	70.536	67.301	137.837	10,8%
10-14	70.240	66.896	137.136	10,8%
15-19	67.938	64.302	132.240	10,4%
20-24	58.601	54.320	112.921	8,9%
25-29	48.529	45.865	94.394	7,4%
30-34	39.716	39.857	79.573	6,3%
35-39	35.482	36.290	71.772	5,6%
40-44	32.873	33.484	66.357	5,2%
45-49	32.696	33.314	66.010	5,2%
50-54	30.265	30.654	60.919	4,8%
55-59	25.120	25.638	50.758	4,0%
60-64	19.879	20.287	40.166	3,2%
65-69	15.216	15.513	30.729	2,4%

Dinámica Competitiva del Magdalena

70-74	10.233	10.838	21.071	1,7%
75-79	7.272	8.557	15.829	1,2%
80 Y MÁS	7.701	8.519	16.220	1,3%

Fuente: DANE

1.1.3 Pobreza

Tabla 3 Pobreza Monetaria en las Capitales de la Región Caribe 2012-2016

Ciudades	2012	2013	2014	2015	2016
Barranquilla AM	30,4	29,1	25,5	22,0	21,7
Cartagena	32,7	29,2	26,6	26,2	29,1
Montería	36,9	34,8	20,9	25,2	31,0
Riohacha	45,5	43,3	42,4	41,0	45,5
Santa Marta	36,3	33,8	34,1	30,7	35,1
Sincelejo	36,9	37,2	32,7	30,7	32,4
Valledupar	32,8	31,4	27,0	30,0	35,5
Nacional	32,7	30,6	28,5	27,8	28,0

Fuente: DANE

Tabla 4 Pobreza Monetaria extrema en las Capitales de la Región Caribe 2012-2016

Ciudades	2012	2013	2014	2015	2016
Barranquilla AM	3,8	4,2	3,6	2,4	2,8
Cartagena	5,9	5,8	4,3	4,0	5,5
Montería	6,3	6,5	1,4	2,1	4,3
Riohacha	14,4	12,7	12,4	12,7	15,3
Santa Marta	7,6	6,5	7,2	6,5	7,1
Sincelejo	5,6	6,1	5,5	5,1	5,4
Valledupar	6,2	4,4	3,6	4,6	8,7
Nacional	10,4	9,1	8,1	7,9	8,5

Fuente: DANE

Tabla 5 Necesidades Básicas Insatisfechas, Departamento del Magdalena 2015

MUNICIPIO	CVE (%)
Santa marta	29,03
Algarrobo	64,65
Aracataca	61,40
Ariguani	59,22
Cerro san Antonio	63,73
Chibolo	72,25
Ciénaga	43,81
Concordia	62,60
El banco	63,65
El Piñón	61,63
El retén	59,22

Dinámica Competitiva del Magdalena

Fundación	44,14
Guamal	63,88
Nueva granada	83,00
Pedraza	68,58
Pijiño del Carmen	83,16
Pivijay	47,56
Plato	63,61
Pueblo viejo	57,76
Remolino	61,71
Sabanas de san ángel	71,05
Salamina	53,51
San Sebastián de Buenavista	66,35
San Zenón	73,73
Santa Ana	66,49
Santa Bárbara de pinto	80,25
Sitionuevo	66,89
Tenerife	68,16
Zapayan	77,76
Zona bananera	44,22

Fuente: DANE

Según el indicador de necesidades básicas insatisfechas, en Santa Marta es del 29%, respecto al 47,68% del departamento; éstos a su vez, se encuentran por encima del promedio nacional que se ubicó en 27,28%. Por su parte, en cuanto a pobreza, en Santa Marta para ese período fue del 38,3% por encima de la media nacional que fue de 34,1%; pero en pobreza extrema, ésta ciudad se ubicó en 7,9%, casi tres puntos porcentuales por debajo del promedio nacional que fue de 10,6%.

Dinámica Competitiva del Magdalena

1.1.2. Posicionamiento y desempeño de Magdalena a nivel internacional

1.1.2.1 Exportaciones

Tabla 6 Comercio exterior: Exportaciones por grupo de productos a enero - mayo - 2017

Cifras en miles de dólares FOB.								
	año		Variación %	Participación	enero - mayo		variación %	participación % 2017
	2015	2016			2016	2016		
Total	526.808	599.534	13,80%	100%	261.914	313.183	19,6%	100,0%
Minero-energéticos	1.666	55.284	3219,00%	9.2%	15.521	6.800	-56,2%	2,2%
No Minero-energéticos	525.143	544.250	3,60%	90.8%	246.393	306.383	24,3%	97,8%
Agropecuarios	270.094	287.368	6,40%	47.9%	124.728	148.174	18,8%	47,3%
Agroindustriales	240.875	246.549	2,40%	41.1%	118.140	150.379	27,3%	48,0%
Industria liviana	7.287	3.387	-53,50%	0.6%	2.324	928	-60,1%	0,3%
Industria básica	1.521	1.979	30,10%	0.3%	408	3.499	758,2%	1,1%
Maquinaria y equipo	4.409	4.326	-1,90%	0.7%	748	3.174	324,3%	1,0%
Industria automotriz	957	622	-35,00%	0.1%	36	229	539,7%	0,1%
Demás productos	-	19	0,00%	0.0%	10	-	-100,0%	0,0%
FUENTE: DANE - DIAN. Cálculos OEE - Mincomercio								
Nota: según clasificación Ministerio de Comercio, Industria y Turismo								

En el 2016 las exportaciones del departamento del Magdalena ascendieron a US\$ 559.534 millones reflejando un crecimiento del 13.8% con respecto al año 2015, de estas exportaciones el 90.8% corresponde Minero-energéticos y No Minero-energéticos, de este total, el 47.9% son exportaciones agropecuarias y el 47.1% agroindustriales. Se observa que las exportaciones agropecuarias crecieron un 6.40% con respecto al 2015, y las exportaciones agroindustriales en un 2.40%, las exportaciones de industria básica en un 30.1%

Exportaciones de bienes

Ilustración 4 Principales productos de exportación en el Magdalena Enero a mayo 2017

Dinámica Competitiva del Magdalena

Principales productos



Principales destinos



Fuente: Oficina de Estudios Económicos-

Durante el periodo de enero a mayo del 2017, las exportaciones alcanzaron US\$ 1.868.6 millones, con una variación del 7.9% con respecto al año anterior. En el Magdalena, los principales destinos de exportaciones son: Países Bajos (28.8%), Estados Unidos (18.6%), Bélgica (11,7%) y México (10,9%). Los principales productos de exportación son: Bananas (36,8%), Aceite de palma (37,3%), aceite de coco (8,3%)

1.1.2.2 Importaciones

Tabla 7 Magdalena Importaciones por CUODE a enero – mayo – 2017 Miles de dólares CIF

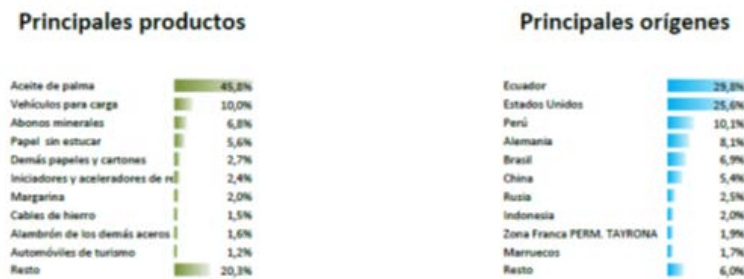
Importaciones por CUODE	Año		Variación	enero - mayo		Variación	Participation	
	2015	2016		2016	2017		mar-16	mar-17
TOTALES								
Total producidos	46.907	42.568	-9,20%	14.848	13.172	-11,3%	21,5%	15,6%
Total no producidos	143.274	155.012	8,20%	59.504	71.211	19,7%	78,5%	84,4%
DESAGREGADO								
Bienes de capital y material de construcción	40.144	40.033	-0,30%	17.635	14.953	-15,2%	20,3%	17,7%
Bienes de consumo	12.487	13.217	5,80%	2.879	3.279	13,9%	6,7%	3,9%
Materias primas y bienes intermedios	137.453	144.269	5,00%	53.815	66.122	22,9%	73,0%	78,4%
Diversos	97	62	-36,00%	22	29	27,4%	0,031%	0,034%
Total Importaciones	190.181	197.581	3,90%	74.351	84.382	13,5%	100,0%	100,0%
- En variación significa que en ninguno de los dos años/periodos no hay registro de importaciones.								
En variación significa que en el año/ inicial no hay registro de importaciones. En participación significa que la participación es cero								

Dinámica Competitiva del Magdalena

Durante 2016 las importaciones del departamento del Magdalena ascendieron a US\$ 197.581 millones reflejando un crecimiento del 3.9% con respecto al año 2015, Se observa que las importaciones de bienes de consumo crecieron un 5.8% con respecto al 2015, y las materias primas de bienes intermedios en un 5.0%, las importaciones de bienes de capital disminuyeron en un 0.30%

Importaciones de bienes

Ilustración 5 Principales productos importados enero a mayo 2017



Fuente: Oficina de Estudios Económicos-MinCIT

En cuanto a las importaciones, el Magdalena importa en su mayoría Aceite de palma (45,2%), vehículos de carga (10,9%), abonos comerciales (6,8%) y papel sin estucar (5,6%). Los principales destinos de los que se importan los productos son: Ecuador (29,8%), Estados Unidos (25,6%), Perú (10,1%), Alemania (8,1%) e Brasil (6,9%).

Balanza Comercial

Dinámica Competitiva del Magdalena

1.1.3 Indicadores de Competitividad

El departamento del Magdalena se ubica, por segundo año consecutivo, en el puesto 21 del Índice Departamental de Competitividad 2015, calculado por el Consejo Privado de Competitividad (CPC) y el Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas (CEPEC) de la Universidad del Rosario.

Magdalena se sitúa detrás del Cesar y el Córdoba y por delante de los departamentos de Caquetá, La Guajira y Putumayo en la actual medición, que se compone de 90 variables agrupadas en 10

Tabla 8 Índice departamental de competitividad Magdalena 2015

Variable	Puntaje (0 a 10)	Posición (entre 22)
Índice departamental de competitividad 2014	3,75	21
Condiciones básicas (40%)	4,48	21
Instituciones	4,08	20
Infraestructura	4,07	19
Tamaño del mercado	5,09	10
Educación básica y media	3,88	23
Salud	5,39	12
Medio Ambiente	3,66	20
Eficiencia (45%)	3,24	20
Educación superior y capacitación	2,63	20
Eficiencia de los mercados	3,06	14
Sofisticación e Innovación (15%)	3,32	12
Sofisticación y diversificación	5,29	12
Innovación y dinámica empresarial	1,35	12

Fuente: Consejo privado de competitividad-Universidad del Rosario
“índice departamental de competitividad 2015”

Dinámica Competitiva del Magdalena

Se observa que el Magdalena se ubica en el puesto 21 de total de departamentos, la mayor parte de los indicadores están en puesto 20,

Según la CEPAL el Magdalena es uno de los departamentos emergentes que si bien no han logrado desprenderse para acercarse a la delantera, sí han construido ventajas competitivas que los han hecho escalar posiciones intermedias.

Ilustración 4 Indicadores de competitividad-, Magdalena (2015)

Indicador	Variable	Ranking
Cepal	Puesto	18
32 departamentos	Capital humano	21
5 indicadores	Ciencia y tecnología	20
(Cepal,2015)	Fortaleza de la economía	15
	Gestión y finanzas públicas	25
	Infraestructura	13
Doing Business	Puesto	6
23 ciudades	Apertura de una empresa	2
4 indicadores	Obtención de permiso de construcción	5
(Banco Mundial, 2013)	Pago de impuestos	21
	Registro de propiedades	9
Consejo privado de competitividad	Puesto	22
26 departamentos	Condiciones básicas	22
3 dimensiones	Eficiencia	17
(Consejo privado de competitividad, 2015)	Sofisticación e innovación	13

Fuente: Banco Mundial (2013) CEPAL 2015, Consejo Privado de Competitividad 2015
Fecha de actualización 8 de septiembre 2017

CAPÍTULO 2:

ACTIVIDAD PRODUCTIVA Y AGROALIMENTARIA DEL MAGDALENA

2. ACTIVIDAD PRODUCTIVA Y ESPECIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA DEL MAGDALENA

.2.1 Sistema Productivo del Magdalena

Una de las variables para conocer y determinar el sistema del aparato productivo de una economía lo constituye el producto interno bruto “PIB”, que representa el resultado final de la actividad productiva de las unidades de producción residentes. Se mide desde el punto de vista del valor agregado, de la demanda final o las utilidades finales de los bienes y servicios, y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes. Consumo Intermedio: está representado por el valor de los bienes (excepto los bienes de capital fijo) y servicios mercantiles consumidos por las unidades productivas durante el periodo contable considerado en el proceso corriente de producción. Rama de actividad económica: es la suma de los establecimientos que tienen como producción característica un grupo homogéneo de productos. Valor agregado: es el mayor valor creado en el proceso de producción por efecto de la combinación de factores. Se obtiene como diferencia entre el valor de la producción bruta y los consumos intermedios empleados (DANE, 29 de Abril 2016).

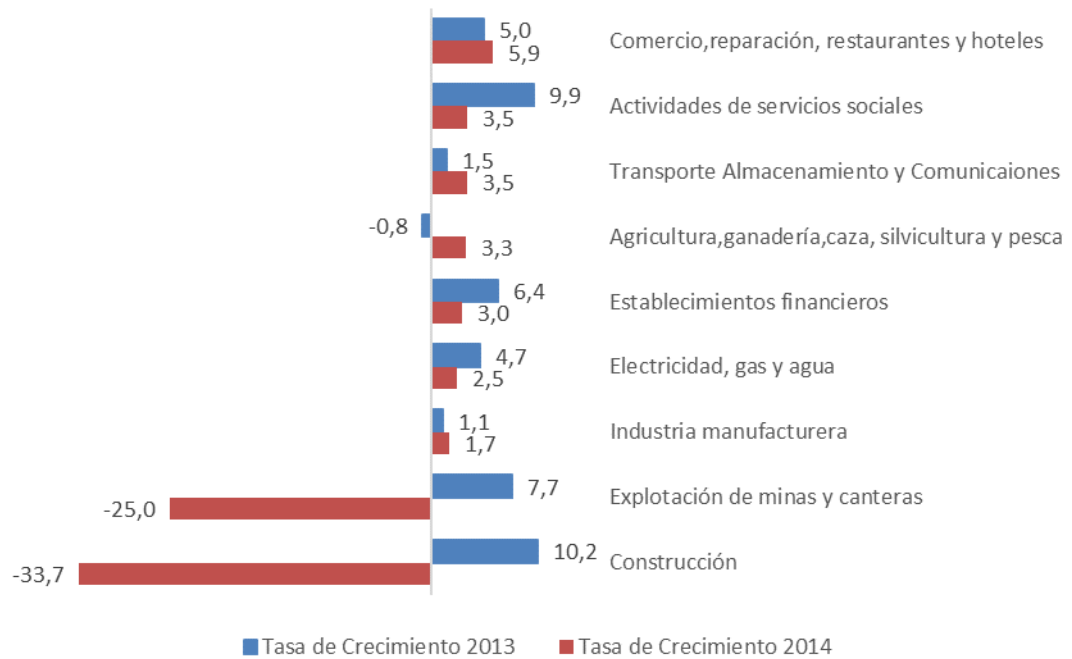
.2.1.1 Estructura del Producto Interno Bruto del Magdalena (PIB)

En 2014 el PIB Magdalena participó con el 1.3 % con respecto al del total nacional, que se ubicó en un (3.1%).” La tasa de crecimiento de Magdalena en el año 2014p fue de -1,1% explicada por la rama de actividad de construcción que presentó una tasa negativa de 33,7% debido al comportamiento de la construcción de edificaciones que registró una tasa de -40,7%, y la construcción de obras de ingeniería civil que presentó una tasa de -

Dinámica Competitiva del Magdalena

8,3%. también contribuyó a la dinámica del departamento, la rama de explotación de minas y canteras que presentó una tasa de -25,0% explicada por la extracción de minerales no metálicos que registró una tasa -25,0%. (DANE, 29 de Abril 2016)

Ilustración 5 Tasa de Crecimiento del PIB Magdalena 2013-2014 "p" a precios corrientes por ramas de actividad

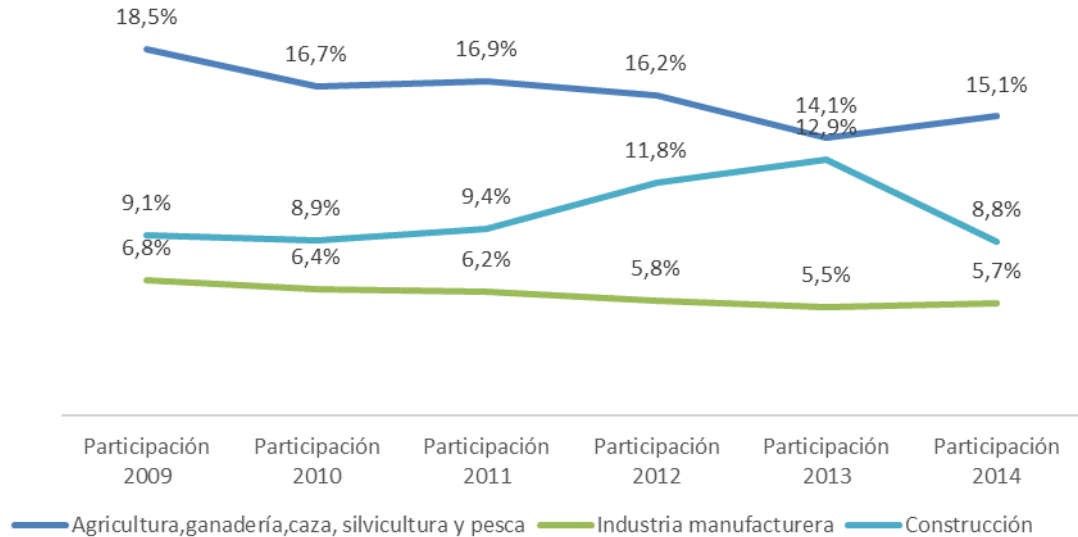


Fuente: DANE

El Tamaño, estructura y evolución del PIB La economía del Magdalena se ha caracterizado por su tamaño pequeño en el conjunto nacional, de menos del 2% y tradicionalmente ha tenido al sector agropecuario como actividad líder. No obstante, este sector ha venido perdiendo participación en el Producto Interno Bruto (PIB) departamental, mientras los servicios han incrementado su proporción llegando a tener mayor participación que el PIB agropecuario. (DANE, 29 de Abril 2016)

Dinámica Competitiva del Magdalena

Ilustración 6 Participación del Valor agregado x ramas de actividad a precios corrientes 2009-2015



Fuente Dane

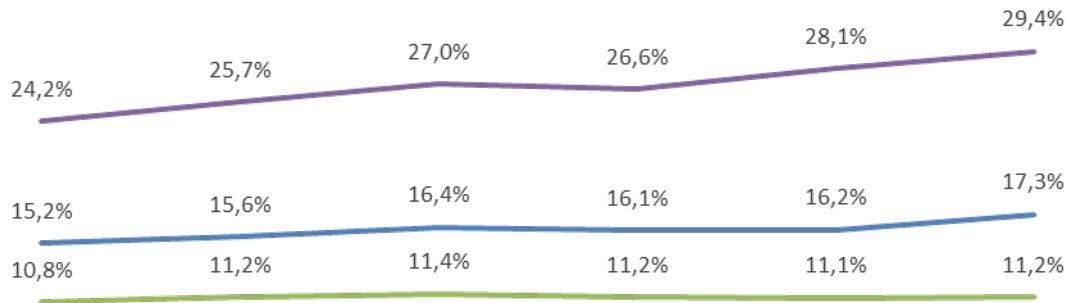
Como se observa en la ilustración la participación del valor agregado del sector agropecuario ha perdido su participación en la economía del Magdalena en forma descendiente el transcurso del periodo de análisis, pasado del 2009 de un 18.1% al 15.1% durante el 2014.

El sector construcción registra un comportamiento oscilante, ya que el 2010 se registró un descenso en su participación el 8.89, luego en los años 2011 al 201 se muestra un ascenso en su participación.

El sector industria muestra en el periodo de estudio una tendencia decreciente, ya que del 6.8% de participación durante el 2009, pasó a un 5.7% durante el 2014

Dinámica Competitiva del Magdalena

Ilustración 7 Participación del Valor agregado por ramas de actividades a precios corrientes 2009-2015



Participación 2009 Participación 2010 Participación 2011 Participación 2012 Participación 2013 Participación 2014

— Comercio, reparación, restaurantes y hoteles — Establecimientos financieros
— Actividades de servicios sociales

Fuente: DANE

En comercio el departamento conservó su participación, lugar. Se espera que debido a las inversiones en ejecución en este sector y en el cual se incluye en esta actividad el sector hoteles, restaurantes, bares y similares que representa dentro de este sector aproximadamente el 52%, este sector se espera que este índice no descienda debido a la dinámica que representa este subsector dentro de la economía del departamento.

En cuanto a las actividades de servicios sociales tenemos que decir que esta actividad pasó a ase la líder en nuestro departamento al representar el 29.4% de la economía departamental en el periodo de referencia, con una alta variabilidad ascendente como se ilustra la gráfica respectiva. Además de medir el cambio en el grado de importancia relativa de los sectores económicos del departamento en el país, también debemos monitorear las variaciones al

Dinámica Competitiva del Magdalena

interior de la economía departamental

Valor agregado del PIB Magdalena

Tabla 9 Tabla 2.1. Magdalena Valor agregado según actividad económica, a precios corrientes 2015 P
Miles de millones de pesos

ACTIVIDADES ECONOMICAS	2015 ^P	Participación %	Contribución respecto al PIB Nacional
AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	1.481	14,4	0,2
Cultivo de café	94	0,9	0,0
Cultivo de otros productos agrícolas	722	7,0	0,1
Producción pecuaria y caza incluyendo las actividades veterinarias	586	5,7	0,1
Silvicultura, extracción de madera y actividades conexas	52	0,5	0,0
Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas; actividades de servicios relacionadas con la pesca	27	0,3	0,0
EXPLORACION DE MINAS Y CANTERAS	48	0,5	0,0
Extracción de carbón, carbón lignítico y turba	0	0,0	0,0
Extracción de petróleo crudo y de gas natural; actividades de servicios relacionadas con la extracción de petróleo y de gas, excepto las actividades de prospección; extracción de minerales de uranio y de torio	14	0,1	0,0
Extracción de minerales metálicos	0	0,0	0,0
Extracción de minerales no metálicos	34	0,3	0,0
INDUSTRIA MANUFACTURERA	517	5,0	0,1
Alimentos, bebidas y tabaco	332	3,2	0,0
Resto de la Industria	185	1,8	0,0
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	351	3,4	0,0
Generación, captación y distribución de energía eléctrica	226	2,2	0,0
Fabricación de gas; distribución de combustibles gaseosos por tuberías; suministro de vapor y agua caliente	51	0,5	0,0
Captación, depuración y distribución de agua	38	0,4	0,0
Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares	36	0,3	0,0
CONSTRUCCION	814	7,9	0,1
Construcción de edificaciones completas y de partes de edificaciones; acondicionamiento de edificaciones	520	5,0	0,1
Construcción de obras de ingeniería civil	294	2,9	0,0
COMERCIO, REPARACIÓN, RESTAURANTES Y HOTELES	1.709	16,6	0,2
Comercio	757	7,3	0,1
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos	92	0,9	0,0
Hoteles, restaurantes, bares y similares	860	8,3	0,1
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	839	8,1	0,1
Transporte por vía terrestre	389	3,8	0,0
Transporte por vía acuática	5	0,0	0,0
Transporte por vía aérea	88	0,9	0,0
Actividades complementarias y auxiliares al transporte; actividades de agencias de viajes	120	1,2	0,0

Dinámica Competitiva del Magdalena

Correo y telecomunicaciones	237	2,3	0,0
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, ACTIVIDADES INMOBILIARIAS Y SERVICIOS A LAS EMPRESAS	1.102	10,7	0,1
Intermediación financiera	347	3,4	0,0
Actividades inmobiliarias y alquiler de vivienda	402	3,9	0,1
Actividades de servicios a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios	353	3,4	0,0
ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES, COMUNALES Y PERSONALES	2.856	27,7	0,4
Administración pública y defensa; seguridad social de afiliación obligatoria	908	8,8	0,1
Educación de mercado	173	1,7	0,0
Educación de no mercado	852	8,3	0,1
Servicios sociales y de salud de mercado	652	6,3	0,1
Actividades de asociaciones n.c.p.; actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas; otras actividades de servicios de mercado	206	2,0	0,0
Actividades de asociaciones n.c.p.; actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas; otras actividades de servicios de no mercado	6	0,1	0,0
Hogares privados con servicio doméstico	59	0,6	0,0
Subtotal Valor Agregado	9.717	94,3	1,2
Impuestos	588	5,7	0,1
PIB TOTAL DEPARTAMENTAL	10.305	100,0	1,3

FUENTE: DANE - DIRECCION DE SINTESIS Y CUENTAS NACIONALES

CAPÍTULO 3:

SECTORES POTENCIALES DE LA ECONOMÍA DEL MAGDALENA

3. SECTORES POTENCIALES DE LA ECONOMÍA DEL MAGDALENA

Dinámica Competitiva del Magdalena

Los sectores potenciales empresariales son analizados con base a la codificación del Código CIIUU, tomando como criterio prioritario el volumen de ventas, utilidades y el empleo que se genera este sector confrontado con el número de empresas, esto nos posibilita la identificación de los sectores empresariales más relevantes del Magdalena.

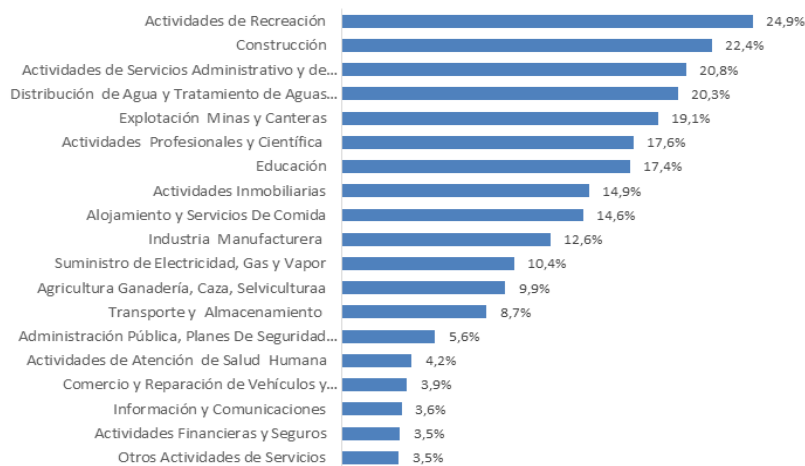
Al establecer la importancia de los sectores potenciales se ha considerado la participación de cada uno de ellos con respecto al total creado por el conjunto de empresas de la muestra objeto de estudio. Se analizan aquellos sectores que crearon el total de la muestra en del 2009 al 2015.

Análisis por actividades económicas del número de empresas

Como se puede observar en la ilustración 8, los 21 sectores más importantes de Magdalena en

orden al número de empresas que tiene cada sector, están integrados por 14.817 empresas que durante 2009, se registraron a 22.058 durante el 2015. Que nos muestra un crecimiento promedio del 8.3% en el periodo de análisis

Ilustración 8 Ilustración Crecimiento de empresas por actividades económicas durante 20 09-2015



Dinámica Competitiva del Magdalena

Fuente. CCSM, Cálculos de Estudios Económicos

En los últimos 6 años el crecimiento de las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Santa Marta, fue del 8.3% , las actividades de mayor crecimiento fueron; actividades de recreación con el 24.9%, construcción el 22.4% y el servicios a empresas del 20.8%.

Tabla 10 Número de Empresas por sectores empresariales en el Magdalena 2009-2015

Actividades	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Crecimiento 09-15
Agricultura Ganadería, Caza	462	476	567	607	643	692	739	9,9%
Explotación Minas y Canteras	20	26	32	25	48	50	48	19,1%
Industria Manufacturera	769	809	916	1.041	1.314	1.349	1.393	12,6%
Suministro de Electricidad, Gas y Vapor	14	17	22	15	25	19	23	10,4%
Distribución de Agua y Tratamiento de aguas	50	54	67	65	101	93	126	20,3%
Construcción	362	409	554	612	769	872	994	22,4%
Comercio y Reparación de Vehículos	7.362	7.343	7.855	8.278	8.807	8.448	8.920	3,9%
Transporte y Almacenamiento	552	549	651	695	788	767	838	8,7%
Alojamiento y Servicios de Comida	1.441	1.515	1.722	1.900	2.630	2.483	2.843	14,6%
Información y Comunicaciones	471	453	443	543	557	597	562	3,6%
Actividades Financieras y Seguros	271	201	268	241	301	281	322	3,5%
Actividades Inmobiliarias	232	334	348	386	391	395	465	14,9%
Actividades Profesionales y Científicas	482	491	631	746	947	1.049	1.085	17,6%
Administración Pública, Planes de Seguridad	7	6	13	19	15	16	18	20,8%
Actividades de Servicios Adm y de Apoyo	779	934	1.164	1.191	997	1.103	1.024	5,6%
Educación	109	117	143	159	209	198	243	17,4%
Actividades de Atención de Salud Humana	546	515	576	561	562	574	671	4,2%
Actividades de Recreación	374	354	378	887	435	811	1.135	24,9%
Otros Actividades de Servicios	514	514	600	587	614	628	609	3,5%
Total	14.817	15.117	16.950	18.558	20.153	20.425	22.058	8,3%

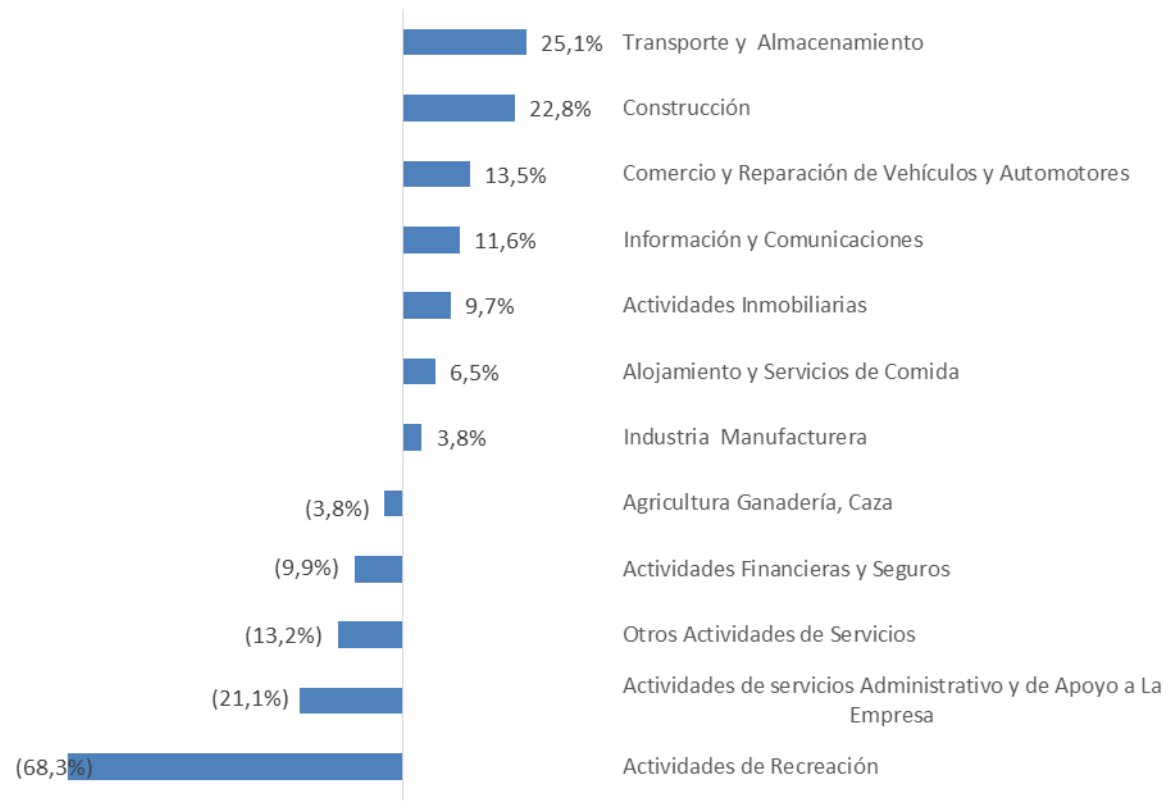
Fuente. CCSM, Cálculos de Estudios Económicos

Dinámica Competitiva del Magdalena

Análisis Ingresos por Ventas

En esta sección se describen los sectores potencial empresarial que dinamizan la económica del Magdalena, que nos indica que sectores está generando volúmenes de ingresos por ventas durante el periodo de 2009 a 2015, en la tabla siguiente se muestra los sectores que generaron más ingresos

Ilustración 9 Variación de los sectores económicos por ventas periodo del 2009-2016



Fuente: CCSM Cálculos de Estudios Económicos

Como se puede observar en la ilustración 9. Los 21 sectores económico clasificados por DANE en orden al número de empresas que tiene cada sector, están integrados por

Dinámica Competitiva del Magdalena

22.0258 que registraron ingreso x ventas de \$6.1 billones de pesos durante el 2015. Y nos muestra un crecimiento promedio del 25.2% en el periodo de análisis

Los sectores económicos que más registraron ventas fueron; transporte y almacenamiento con el 25.1%, construcción con un 22.8%, comercio y reparación de vehículos automotores, con el 13.5% y información y comunicaciones con el 11.6%,

Tabla 11 Ingresos por Ventas según sectores empresariales en el Magdalena 2009-2015 Millones de pesos

Actividades	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Crecimiento 09-15
Agricultura Ganadería, Caza	145.385,0	169.958,3	207.141,7	189.335,2	117.408,0	109.879,9	115.209,8	(3,8%)
Explotación Minas y Canteras	1.250,3	1.062,2	405,0	2.216,2	14,6	0,0	4.021,8	21,5%
Industria Manufacturera	853.739,9	466.507,4	687.727,2	1.083.510,0	555.593,9	827.923,8	1.066.445,8	3,8%
Suministro de Electricidad, Gas	1.772,4	1.609,4	49,0	5.561,7	7.122,1	2.740,7	2.355,3	4,9%
Distribución de Agua y	4.595,1	51.804,5	172.813,6	188.066,5	221.706,7	57.622,5	261.829,6	96,2%
Construcción	27.015,3	63.266,6	64.178,5	68.873,7	100.779,8	49.969,4	92.464,1	22,8%
Comercio y Reparación de Vehículos	285.077,4	325.326,3	409.183,2	340.589,9	772.828,1	478.390,5	610.152,4	13,5%
Transporte y Almacenamiento	130.578,5	236.582,0	164.518,7	159.707,3	129.744,9	83.178,0	501.199,6	25,1%
Alojamiento y Servicios de Comida	69.010,3	58.987,7	86.921,0	31.294,8	77.918,5	64.847,4	100.868,6	6,5%
Información y Comunicaciones	3.433,2	103.251,5	6.765,9	7.601,2	7.766,6	9.015,5	6.621,9	11,6%
Actividades Financieras Y Seguros	5.454,9	4.641,0	4.676,2	1.897,7	2.348,7	2.985,2	2.920,5	(9,9%)
Actividades Inmobiliarias	13.242,0	22.856,4	24.326,7	34.174,5	10.172,1	17.953,6	23.118,8	9,7%
Actividades Profesionales	0,0	476.011,9	13.216,1	30.484,7	41.678,2	37.928,2	22.033,0	(45,9%)
Actividades de Servicios Administrativo	85.365,9	101.904,4	27.536,2	43.332,0	28.967,1	27.401,7	20.610,4	(21,1%)
Educación	729,6	7.451,7	18.299,8	7.509,1	7.392,3	9.678,8	4.418,7	35,0%
Actividades de Atención de Salud Humana	88.908,2	88.314,4	116.981,5	117.115,6	115.804,0	86.672,7	3.888.412,7	87,7%
Actividades de Recreación	24.097,7	1.445,7	21.433,3	17.750,1	10,0	1.132,9	24,4	(68,3%)
Otros Actividades de Servicios	3.414,9	11.274,7	2.965,1	6.250,6	5.330,2	1.745,8	1.463,9	(13,2%)
Total	1.743.070,5	2.192.256,2	2.029.138,7	2.335.270,8	2.202.585,7	1.869.066,6	6.724.171,2	25,2%

Fuente: CCSM Cálculos de Estudios Económicos

CAPÍTULO 4:

INDICADORES DE REGULACION DOING BUSINESS SANTA MARTA

Dinámica Competitiva del Magdalena

4 INDICADORES DE REGULACIÓN EMPRESARIAL: DOING BUSINESS SANTA MARTA

En el presente capítulo se describirán las condiciones de regulación empresarial en el Magdalena en cuanto a las cuatro variables que analiza el Doing Business en Colombia, a saber: i) Apertura de empresas, ii) Obtención de permisos de construcción, iii) Registro de propiedad y iv) Pago de impuestos. Éste indicador permite hacer un diagnóstico de cómo está el departamento en los aspectos relacionados con la regulación empresarial y los trámites que deben realizarse para crear una empresa en el Magdalena, convirtiéndose en una valiosa fuente de información para establecer qué tan competitivo es el departamento en estos aspectos, en comparación con las veintitres áreas metropolitanas que entran en la clasificación.

En factible señalar que para efectos del análisis, éste indicador recopila información sobre las ciudades principales de cada departamento, en este caso Santa Marta, capital del Magdalena. El Doing Business Colombia mide la forma en la cual las regulaciones gubernamentales fomentan la actividad empresarial o la restringen.¹

En términos generales, los datos sobre las cuatro variables de análisis sirven de hoja de ruta para la implementación de políticas orientadas al mejoramiento de la competitividad del Magdalena en cuanto a la regulación empresarial. Respecto al primer indicador, relacionado con la creación de empresas, se encarga de registrar todos los trámites que necesita un empresario para crear y poner en marcha formalmente una empresa; el segundo, es el de obtención de permisos de construcción, el cual mide el número de trámites, tiempo y costos asociados a obtener los permisos para construir una bodega comercial y conectarla a los servicios de acueducto, alcantarillado y telefonía fija. Incluye las inspecciones necesarias antes, durante y después de la construcción. No se consideran los procesos para tipos de construcciones habitacionales. En tercer lugar se

¹ Doing Business en Colombia 2016 “Regulaciones inteligentes para las pequeñas y medianas empresas”

Washington D.C.

Dinámica Competitiva del Magdalena

encuentra el indicador de registro de propiedad, que abarca los trámites, el tiempo y el costo necesario para que una empresa le compre una propiedad inmueble a otra y complete la transferencia del título de propiedad; por último, la cuarta variable se denomina pago de impuestos, mide los impuestos y contribuciones que una empresa debe declarar y pagar a lo largo de su segundo año de actividad, así como la carga administrativa derivada de la declaración y pago de los mismos.²

A partir de la información suministrada en el Doing Business en Colombia, se procederá a analizar y comparar los datos correspondientes al departamento del Magdalena, con los resultados obtenidos para las veintitrés ciudades del país que entraron en la clasificación, entre ellas Santa Marta.

¿Dónde es más fácil hacer negocios en Colombia?

Tabla 12 ¿Dónde es más fácil hacer negocios en Colombia?

Posición	Ciudad	Posición	Ciudad
1	Manizales	13	Tunja
2	Ibagué	14	Bucaramanga
3	Bogotá	15	Popayán
4	Armenia	16	Sincelejo
5	Pereira	17	Villavicencio
6	Santa Marta	18	Cartagena
7	Dos quebradas	19	Pasto
8	Valledupar	20	Cúcuta
9	Neiva	21	Cali
10	Montería	22	Barranquilla
11	Medellín	23	Palmira
12	Riohacha		

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

² Doing Business en Colombia 2013 “Regulaciones inteligentes para las pequeñas y medianas empresas”

Washington D.C. P.

Dinámica Competitiva del Magdalena

Según el informe suministrado por el Doing Business en Colombia, se observa que Santa Marta se ubica como la sexta ciudad de Colombia y la primera en la Costa Caribe donde es más fácil hacer negocios, por encima de ciudades como Valledupar (Puesto 8), Medellín (Puesto 11), Cartagena (Puesto 18) y Barranquilla (Puesto 22). Éstos resultados se derivan de la eficiencia en los trámites para la apertura de empresas, la obtención de los permisos de construcción, el registro de propiedad y el pago de impuestos.

A partir de éstos resultados, Santa Marta se posiciona como una de las ciudades más atractivas para los inversionistas nacionales y extranjeros, debido a la facilidad de hacer negocios aquí y a la eficiencia de los trámites requeridos en este proceso.

¿Dónde es más fácil abrir una empresa en Colombia?

Tabla 13 ¿dónde es más fácil abrir una empresa en Colombia?

Posición	Ciudad	Posición	Ciudad
1	Armenia	13	Sincelejo
2	Santa Marta	14	Barranquilla
3	Pereira	15	Pasto
4	Ibagué	16	Villavicencio
4	Cali	17	Cúcuta
6	Cartagena	18	Riohacha
7	Bogotá	19	Popayán
7	Manizales	20	Montería
9	Neiva	21	Valledupar
10	Bucaramanga	22	Tunja
11	Medellín	23	Dos quebradas
12	Palmira		

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

Dinámica Competitiva del Magdalena

Santa Marta se ubica como la segunda ciudad del país donde es más fácil abrir una empresa, y la primera en la Costa Caribe. Respecto a los trámites de apertura, un empresario en ésta ciudad necesita sólo once días para abrir una empresa gracias a la eficiencia en los trámites necesarios para tal proceso, a diferencia de ciudades como Barranquilla donde se requieren 20 días y en Cartagena 14 días.

Éste resultado es favorable para el desarrollo empresarial y para fomentar el emprendimiento en el departamento debido a que contar con un proceso eficiente de apertura de empresas con unos costos razonables, incentiva a las empresas a operar formalmente, lo que trae múltiples beneficios³.

Tabla 14 Trámites requeridos para abrir una empresa en el Magdalena

Trámite	Descripción	Tiempo (Días)
N° 1	Registrar la empresa ante el registro mercantil, obtener el certificado de existencia y representación legal, registrar los libros de la empresa e inscribirse ante la DIAN en el CAE de la Cámara de Comercio	3
N° 2	Abrir una cuenta bancaria	1
N° 3	Formalizar la inscripción en el RUT ante la DIAN y obtener el NIT definitivo	1
N° 4	Registrar la empresa ante la caja de compensación familiar, el SENA y el ICBF	1
N° 5	Registrar la empresa ante una ARL	1
N° 6	Registrar la empresa y a los empleados al sistema público de pensiones con Colpensiones	1
N° 7	Afiliar a los empleados a un fondo de pensiones privado	1
N° 8	Inscribir a los empleados en un Plan Obligatorio de Salud	1
N° 9	Afiliar a los empleados a un fondo de cesantías	1
Total tiempo (Días)		11

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

Respecto a los resultados del Doing Business 2016, Santa Marta ha presentado avances en cuanto a la disminución del número de libros societarios a registrar, se eliminó el cobro de matrícula mercantil, como efecto de la implementación de políticas a nivel nacional; y se combinaron trámites en los CAE a nivel local.

³ Doing Business en Colombia 2015 “Regulaciones inteligentes para las pequeñas y medianas empresas”

Washington D.C. P.

Dinámica Competitiva del Magdalena

¿Dónde es más fácil la obtención de permisos de construcción en Colombia?

Tabla 15 ¿Dónde es más fácil la obtención de permisos de construcción en Colombia?

Posición	Ciudad	Posición	Ciudad
1	Pereira	13	Bucaramanga
2	Dos quebradas	14	Neiva
3	Armenia	15	Ibagué
4	Manizales	16	Cali
5	Santa Marta	17	Medellín
6	Montería	18	Pasto
7	Bogotá	19	Barranquilla
8	Tunja	20	Valledupar
9	Popayán	21	Sincelejo
10	Riohacha	22	Villavicencio
11	Cartagena	23	Palmira
12	Cúcuta		

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

Respecto a la obtención de permisos de construcción, Santa Marta se ubica en el quinto lugar, con ocho trámites requeridos que duran alrededor de ochenta y dos días; sin embargo, debido a que el trámite del pago del impuesto de delineación urbana en la Tesorería Municipal y el de obtención de la conexión telefónica de la empresa de telecomunicaciones, se realizan simultáneamente a sus respectivos trámites anteriores, el tiempo se disminuye a setenta y cuatro días.

Tabla 16 Trámites requeridos para la obtención de permisos de construcción en el Magdalena

Trámite	Descripción	Tiempo (Días)
N° 1	Obtención del certificado de tradición y libertad de la propiedad de la Oficina de Registros de Instrumentos Públicos	1
N° 2	Obtención del certificado de existencia y representación legal de la empresa constructora en la Cámara de Comercio	1
N° 3	Obtención de la licencia de construcción en la Curaduría Urbana	20
N° 4	Pago del impuesto de delineación urbana en la Tesorería Municipal*	1
N° 5	Obtención de la autorización previa para la conexión a los servicios de acueducto y alcantarillado de Metroagua	21
N° 6	Obtención de la conexión telefónica de la empresa de telecomunicaciones*	7
N° 7	Obtención de la conexión a los servicios de acueducto y alcantarillado de Metroagua	30
N° 8	Inspección final por parte de la Alcaldía	1
Total tiempo (Días)		82

*Simultáneos con el proceso anterior

Dinámica Competitiva del Magdalena

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

¿Dónde es más fácil el registro de propiedad en Colombia?

Tabla 17 Dónde es más fácil el registro de propiedad en Colombia?

Posición	Ciudad	Posición	Ciudad
1	Ibagué	13	Pereira
2	Manizales	14	Armenia
3	Valledupar	15	Popayán
4	Bogotá	16	Villavicencio
5	Tunja	17	Montería
6	Riohacha	18	Cúcuta
7	Sincelejo	19	Barranquilla
8	Medellín	20	Palmira
9	Santa Marta	21	Bucaramanga
10	Pasto	22	Cali
11	Dosquebradas	23	Cartagena
12	Neiva		

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

Respecto al registro de propiedad, se observa que Santa Marta ocupa el noveno puesto a nivel nacional y en el tercero en la Costa Caribe, por debajo de Valledupar que se encuentra en el tercer lugar en el orden nacional, Riohacha en el sexto y Sincelejo en la séptima posición.

Para que un empresario obtenga el registro de propiedad de un inmueble en Santa Marta, deben realizar once trámites que duran dieciocho días, pero como el pago y obtención de paz y salvo de predial y paz y salvo de valorización en la Oficina de R&T se puede realizar de forma simultánea con el proceso anterior, la duración total del registro se disminuye a diecisiete días.

Si se compara con el número de trámites y la duración total del proceso, Santa Marta se diferencia de Ibagué, que se encuentra en el primer lugar, en tres trámites y dos días; y de

Dinámica Competitiva del Magdalena

Manizales (segundo puesto), en dos trámites y siete días.

Tabla 18 Trámites requeridos para el registro de propiedad en el Magdalena

Trámite	Descripción	Tiempo (Días)
N° 1	Obtención del certificado de tradición y libertad de la propiedad en la Oficina de Instrumentos Públicos	1
N° 2	Obtención del certificado de existencia y representación legal del comprador y vendedor de la propiedad en la Cámara de Comercio	1
N° 3	Estudio de títulos de propiedad por parte de un abogado	2
N° 4	Pago y obtención de paz y salvo de predial y paz y salvo de valorización en la Oficina de R&T*	1
N° 5	Elaboración de una minuta por parte de un abogado	1
N° 6	El notario prepara la escritura pública	5
N° 7	Obtención de liquidación de impuesto de registro y estampillas en la Oficina de Liquidación de Impuestos y Rentas de la Gobernación	1
N° 8	Pago de impuesto de registro y estampillas en un banco comercial	1
N° 9	Pago de derechos de registro en un banco comercial	1
N° 10	Registro de la escritura en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos	3
N° 11	Informar al catastro –IGAC- sobre cambio de propietario	1
Total tiempo (Días)		18

*Simultáneos con el proceso anterior

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

¿Dónde es más fácil pagar de impuestos en Colombia?

Tabla 19 Dónde es más fácil pagar impuestos en Colombia?

Posición	Ciudad	Posición	Ciudad
1	Ibagué	13	Sincelejo
2	Dosquebradas	14	Cúcuta
3	Manizales	15	Tunja
4	Montería	16	Bogotá
5	Villavicencio	17	Riohacha
6	Popayán	18	Cartagena
7	Bucaramanga	19	Pasto
8	Valledupar	20	Barranquilla
9	Neiva	21	Santa Marta
10	Armenia	22	Palmira

Dinámica Competitiva del Magdalena

11	Medellín	23	Cali
12	Pereira		

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

Por último, en cuanto al pago de impuestos Santa Marta se encuentra en la posición veintiuno de la clasificación a nivel nacional y en el último puesto de las siete ciudades de la Costa Caribe que hacen parte de éste grupo con dieciséis pagos que duran aproximadamente 8,46 días. La tasa total de impuestos en Santa Marta es de 72,1%, por debajo de Tunja (72,3%).

Tabla 20 Indicadores de regulación empresarial en el Magdalena

Apertura de una empresa: Puesto 2		Obtención de permisos de construcción: Puesto 5	
Trámites (número)	9	Trámites (número)	8
Tiempo (días)	11	Tiempo (días)	74
Costo (% del ingreso per cápita)	7,6	Costo (% del ingreso per cápita)	121,7
Capital mínimo (% del ingreso per cápita)	0,0		
Registro de la propiedad: Puesto 9		Pago de impuestos: Puesto 21	
Trámites (número)	11	Pagos (número)	16
Tiempo (días)	17	Tiempo (horas)	203
Costo (% del valor de la propiedad)	2,4	Tasa total de impuestos (% del beneficio comercial)	72,1

Fuente: Doing Business en Colombia 2015

CAPÍTULO 5:

PRINCIPALES APUESTAS PRODUCTIVAS DEL MAGDALENA

Dinámica Competitiva del Magdalena

5. PRINCIPALES APUESTAS PRODUCTIVAS Y RETOS EN MATERIA DE COMPETITIVIDAD PARA EL MAGDALENA 2012-2015

5.1 Apuestas Productivas del Magdalena

Las Apuestas Productivas del departamento del Magdalena se pueden agrupar en tres grandes áreas: el desarrollo agroindustrial, los servicios de logística y transporte de mercancías basados en el puerto marítimo de Santa Marta, y el turismo ecológico.

El fomento de la actividad agropecuaria y agroindustrial requiere del aumento de la productividad en actividades tradicionales de la economía departamental, como la palma africana, la ganadería bovina, el banano y la pesca (cadena acuícola), así como la promoción de actividades nuevas o incipientes, como cítricos, cacao, flores tropicales, plantaciones forestales y plantas medicinales (sábila).

En la actualidad, los cultivos permanentes en la región ocupan el 65,5% de la superficie y aportan el 93,8% del volumen de la producción agrícola del departamento. Se destaca el banano de exportación con el 13,5% de la superficie y el 58,8% del valor de la producción agrícola; le siguen la palma africana con el 31,7% de la superficie y el 23,6% del valor, y la yuca, con participaciones respectivas de 16,3% y 8,1%.

El Magdalena es una región fértil con una producción competitiva y grandes posibilidades de desarrollo agroindustrial. En la actividad pesquera y acuícola, el departamento posee ventajas derivadas de altos rendimientos, adecuada infraestructura de transporte y acceso a mercados dinámicos. La incorporación de nuevas tecnologías para el cultivo de las ostras, pargos, róbaló y camarón permite pronosticar crecimientos favorables a mediano plazo.

Sin embargo, la producción de este departamento tiene desventajas como la baja

Dinámica Competitiva del Magdalena

participación de productos de alto valor agregado en la exportaciones agroindustriales, la poca diversificación de su oferta exportadora y la limitada capacidad del departamento para cumplir con los estándares en materia de sanidad animal y vegetal exigidos por los mercados internacionales.

De otra parte, la agricultura y ganadería extensiva y la pesca, con bajos niveles de tecnificación y control, están en permanente conflicto con la aptitud de uso del suelo, de los recursos hídricos y forestales y de los sistemas agroecológicos en general, con lo cual se pone en peligro la sostenibilidad ambiental, económica y social de éstas y otras actividades.

En cuanto a la Apuesta en logística, el departamento busca convertirse en el principal articulador de comercio exterior entre el interior del país, especialmente el centro y oriente, con el resto del mundo, en particular la costa este de Estados Unidos, Centroamérica y Europa. Como ventajas, el Magdalena cuenta con el mejor puerto natural de aguas profundas del país (Santa Marta), sumado a su posición geoestratégica en el mar Caribe y su conectividad con el interior del país a través de los modos carretero, fluvial y férreo. El principal desafío en este frente lo constituye la búsqueda de alternativas para disminuir la saturación actual, como la construcción de una segunda vía férrea o el uso del río Magdalena para transportar carbón.

En el caso del puerto de Santa Marta, dadas sus condiciones óptimas para la entrada de buques de alto calado, se han venido adelantando importantes acciones para su adecuación y mejoramiento de la capacidad de carga. La gran demanda que se avecina por carbón debe permitir al puerto desarrollar nuevas tecnologías y generar servicios de valor agregado. Por lo tanto, otro reto importante es seguir mejorando el nivel tecnológico para el movimiento de carga y disminuir el impacto ambiental negativo del embarque de carbón sobre las aguas marinas.

Dinámica Competitiva del Magdalena

El departamento quiere consolidarse también como uno de los principales destinos turísticos del país. Santa Marta ha sido un destino tradicional para el turismo de sol y playa en el país, pero el Magdalena tiene también un gran potencial en el ecoturismo, potencial que ha comenzado a desarrollar con proyectos como la prestación de servicios turísticos en sus parques naturales mediante alianzas con empresas privadas especializadas en el tema.

Para que la dinámica económica se refleje en un mayor bienestar en el departamento del Magdalena, no sólo es necesario contar con una estructura productiva que aproveche plenamente el potencial de recursos como la tierra, los mares, la biodiversidad y la localización geográfica, sino que es fundamental desarrollar procesos productivos y productos de alto valor mediante cadenas, clusters y distritos productivos con economías de escala. Para hacer esto posible, el departamento deberá estar integrado al mundo y conectado con el interior del país.

Finalmente, uno de los más importantes desafíos de las instituciones públicas y privadas, así como de la sociedad en general del Magdalena, es la de generar mayor inclusión social para afrontar los problemas sociales existentes y evitar que estos se acrecienten

¿Qué es la Productividad?

Es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos.

Productividad en el Magdalena

Los encadenamientos productivos en los cuales distintos negocios pueden tener oportunidades para el departamento del Magdalena son:

Dinámica Competitiva del Magdalena

- Turismo
- Hortofruticultura
- Aceites y grasas vegetales – biocombustibles
- Ganadería bovina de carne y leche
- Acuicultura y pesca marina y continental
- Forestal – maderas
- Cafés especiales
- Cacao y sus derivados

Apuesta Acuícola y Pesquera

Productividad Agropecuaria

- Cultivo de Camarón en jaulas flotantes en la Ciénaga Grande de Santa Marta
- Tilapia en los complejos cenagosos de la Subregión Sur del Magdalena
- Ordenamiento de las ciénagas para el aprovechamiento pesquero y control a la sobreexplotación
- Hortofruticultura
- Aceite y grasas vegetales
- Biocombustibles
- Ganadería bovina de carne y leche
- Forestal – maderas

Dinámica Competitiva del Magdalena

- Cafés especiales
- Cacao y sus derivados
- Acuicola y pesquera

Apuesta productiva de Cacao

Antiguamente, Magdalena fue productor de cacao, por lo que en varias zonas del departamento sus suelos pueden ser aptos para desarrollar nuevamente el cultivo con fines agroindustriales.

Apuesta en Hortofruticultura

la investigación sobre potencialidades de desarrollo hortofruticultura en diversas zonas bioclimáticas del Magdalena, estudios de mercado y proyectos de aumento de la producción de especies frutícolas, como el mango, hortícolas y su asociación al procesamiento agroindustrial mediante plantas de procesamiento, con el fin de agregar valor y desarrollar nuevas líneas de negocios.

Productividad Turística

- Nuevas rutas turísticas en el área de la Ciénaga Grande de Santa Marta (pueblos palafíticos).
- Aracataca (la Ruta de Macondo integrando parte del norte del departamento desde Santa Marta, Ciénaga, Zona Bananera, principalmente).
- Turismo cultural y de naturaleza en el sur del departamento articulado al turismo receptivo de patrimonio arquitectónico de Mompóx en Bolívar.
- Etnoturismo centrado en la Sierra Nevada de Santa Marta en concertación con las comunidades indígenas.

Dinámica Competitiva del Magdalena

Definición: "Cultivo de hortalizas y árboles frutales que habitualmente requieren regadío."

Apuesta Productiva de Ganadería Bovina

Con cuatro tipos de proyectos, el Departamento buscará reunir a ganaderos, entidades de fomento, gremios del sector, instituciones de investigación y apoyo a la ciencia, la tecnología y la innovación, principalmente:

- Programa de inseminación para el mejoramiento del hato ganadero de pequeños productores del Magdalena
- Promover la construcción y dotación de dos plantas de beneficio y procesamiento animal, articulada a la red de frío de los municipios aledaños
- Plan ganadero de abastecimiento alimentario
- Desarrollo sostenible ganadero en el Caribe colombiano

Apuesta Productiva Forestal

el Departamento gestionará el aumento del cultivo de especies maderables de corte protector-productor, para acceso a pagos por captura de dióxido de carbono, fomento de actividades agrosilvopastoriles con inclusión de pequeños productores y oferta de maderables en volumen que justifique el posterior desarrollo de industria maderera (aserríos y segunda transformación) a mediano y largo plazo..

Apuesta productiva de aceites y grasas vegetales y biocombustibles

Articulación de programas y proyectos en el sector que fortalezcan la competitividad de los productos en aspectos como vigilancia epidemiológica, ampliación de cultivo, alianzas empresariales y participación de pequeños productores, mejoramiento de infraestructura de transporte, investigación y desarrollo científico.

- Aprovechar el valor estratégico ambiental de la zona cafetera del Magdalena

Dinámica Competitiva del Magdalena

- Fortalecer las redes de interconexión y vías
- Establecer vías que conecten la zona industrial al puerto

Apuesta productiva de café

Apuesta productiva de Logística de Facilitación del Comercio Internacional

El Plan le apunta al desarrollo de infraestructura portuaria en el Magdalena, con la modernización del Puerto de Santa Marta, infraestructura concesionada por la Nación hasta el año 2033 a la Sociedad Portuaria de Santa Marta

En Colombia, se inició a partir del 2004, la construcción colectiva de las apuestas productivas departamentales mediante la aplicación de la metodología planteada en el documento CONPES 3297 de julio de ese año. Se considera relevante para lograr la inserción competitiva de un país en los mercados internacionales desarrollar la capacidad institucional para generar una transformación en la estructura productiva de un país buscando incorporar mayores niveles de tecnología, valor agregado y procesos encadenados para lograr un mayor impacto en la generación de empleo e ingresos. Dicha capacidad debe verse reflejada a través de una política industrial activa, que oriente la selección e inserción de los sectores productivos. ⁴

Por tal motivo, en el presente capítulo se describirán las principales apuestas productivas del departamento del Magdalena en cuestiones de competitividad, servicios e infraestructuras conexas y los principales proyectos y estrategias diseñadas por la Gobernación del Magdalena y plasmadas en el Plan Nacional de Desarrollo departamental 2012-2015 denominado “Construyendo respeto por el Magdalena”. Adicionalmente, se indica la distribución de los recursos y la inversión

⁴ Bohórquez, Lucía (2009). “Las apuestas productivas departamentales: un modelo populista de política industrial y de competitividad”

Dinámica Competitiva del Magdalena

en el departamento para la vigencia 2013, según el informe de “Regionalización del presupuesto de inversión 2013”.

Las apuestas productivas sirven para orientar las estrategias, proyectos y recursos hacia los pilares fundamentales que dinamizan la economía departamental y hacia los principales retos y dificultades a las que se enfrenta el departamento; permitiendo una planeación estratégica que fortalezca la competitividad del Magdalena y lo posicione como el departamento más competitivo de la Costa Caribe y como una de las economías más dinámicas y sostenibles del país. En las tablas anexas se describen los distintos ejes estratégicos de las apuestas productivas y su enfoque de encadenamiento.

CAPÍTULO 6:

RUTAS COMPETITIVAS DEL MAGDALENA

6. RUTAS COMPETITIVAS

La región y el departamento ha sido consiente durante los últimos años sobre las apuestas productivas y los retos de intensificación sobre las principales actividades que el Magdalena, la cuales deben apuntar para garantizar un óptimo crecimiento que dé lugar a mejores prácticas que lleven al departamento a posicionarse como uno de los líderes nacionales dentro de la competitividad de acuerdo con sus recursos naturales que acompañan la labor social y económica del departamento.

El departamento cuenta con cuatro grandes sectores que se direccionan a un desarrollo económico que se sujeta a las grandes contribuciones de producción y participación en el sistema económico del departamento estos son: el banano, café, palma de aceite y el turismo.

El Banano: Fortaleza Económica del Magdalena

La producción del banano en el departamento a lo largo de la historia ha representado una de las mayores vertientes de crecimiento económico para la región, así mismo se tienen en cuenta toda la contribución y tejido social que el cultivo de este recurso representa para la región

Según informe de coyuntura bananera 2016 de Augura se reportaron nacionalmente USD 811 millones⁵ con un total de 93.4 millones de cajas, siendo

⁵ Coyuntura Bananera 2016. Augura. Disponible en:
Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena
¡Creciendo Contigo!

Dinámica Competitiva del Magdalena

una variación negativa respecto al año 2015 ya que se presentó una disminución de -299% en valor y -078% en volumen en referencia al año 2015.

El área geográfica del departamento favorece las condiciones para que el producto se desarrolle de un producto de calidad y diferenciado del resto por las condiciones climáticas propias del departamento ya que se registran menores cambios de temperatura favoreciendo el desarrollo de la producción y comercialización de este recurso.

Las cifras reportadas por ASBAMA en su informe de gestión de 2017 indica que el crecimiento de exportación del Banano en la región del Magdalena y Guajira creció un 5.19\$ durante año 2016 representado en 520.289 Toneladas equivalentes a 287.millones de cajas representando esto en una participación del 28.4% sobre el volumen total nacional de banano.

Para el departamento del Magdalena las Hectáreas de producción en el año 2016, fueron de 13.218, el rendimiento del departamento estuvo sujeto a 2044 de cajas por hectáreas superior en 3.66% frente al año 2015. Estas cifras demuestran como el desarrollo y crecimiento del banano en el departamento ha mostrado progresos significativos durante los últimos años, posicionando al departamento de la Magdalena como uno de los grandes contribuyentes del sector bananero a nivel nacional.

La Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena, en su unidad de desarrollo competitivo, ha desarrollado estrategias frente a este sector bajo uno de los clústeres que está orientado hacia el banano su producción y potencial que este recurso representa para el departamento, por ello ha desarrollado

Dinámica Competitiva del Magdalena

estructuración sobre líneas de acción propias que han permitido la identificación de actividades que gestionen la labor de este importante rubro agrícola del departamento del Magdalena. Las labores propias de la unidad de desarrollo competitivo han estado orientadas hacia las siguientes líneas de acción:

Línea de acción 1: Promoción de las técnicas de agricultura moderna y su adecuación para que queden al alcance del productor bananero.

Actividades:

- Elaboración de un protocolo de agricultura de precisión aplicado a banano, basado en las realidades y necesidades del cultivo en el Departamento del Magdalena
- Capacitación técnica en agricultura de precisión.
- Misión tecnológica gerencial para el conocimiento de los modelos asociativos y técnicos para el desarrollo de la agricultura moderna
- Promoción y desarrollo de programas académicos para la formación del talento humano necesario para la agricultura de precisión
- Lanzamiento programa de agricultura de precisión para el banano en el Magdalena

Línea 2: Desarrollo de la Infraestructura de soporte para la masificación de la agricultura de precisión.

Actividades:

- Desarrollo de un piloto de agricultura de precisión en cultivos seleccionados de la zona bananera del Magdalena
- Motivación y sensibilización de los actores sobre el cambio estratégico y las

Dinámica Competitiva del Magdalena

nuevas tendencias en modelos de organización agrícola en el mundo.

- Transferencia de conocimiento de los resultados del piloto a los actores y agricultores no participantes.
- Consolidación y fortalecimiento del banano del Magdalena en los mercados nacional e internacional a partir de atributos diferenciales como consecuencia de la aplicación de la agricultura de precisión.

*Montaje de una unidad de asistencia técnica para el apoyo del productor en temas de agricultura de precisión

El Café del Magdalena: Un sello diferenciador

El Magdalena es una de las zonas de Colombia con una ubicación privilegiada bordeadas con un sin número de ecosistemas, que favorecen la producción y diversidad dentro del cultivo del café que ha logrado una distinción nacional e internacional sobre el tipo de grano que se dan en el departamento favoreciendo a cultivadores de la región en la producción del grano.

El cultivo de café en el Magdalena es una de las actividades de tradición dentro del territorio y que permiten el desarrollo de la producción, haciendo un sello diferenciador de otras regiones por el tipo de café que se dan en el departamento con atribuciones orgánicas que lo hacen resaltar frente a otras regiones, considerado orgánico de la Sierra por la Federación Nacional de Cafeteros.

Actualmente según cifras del Dane la producción de café según informes de la encuesta Nacional Agropecuaria 2016 el Departamento del Magdalena Indica reportes de 11.715 de hectáreas con plantación, así mismo se indica que el área

Dinámica Competitiva del Magdalena

en edad productiva representó las 10.829 hectáreas, la producción en toneladas correspondió a 15.643, para el territorio y la representación del cultivo es de 2.3% de producción nacional.

La Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena, en su área de desarrollo competitivo ha forjado apreciaciones en materias de clúster donde el cultivo de café ha sido identificado como uno de los potenciales de fortalecimiento para el departamento es así como se han venido adelantando ejecuciones frente a la actividad cafetera que permitan un desarrollo sostenible y una intensificación en la producción del cultivo. Las líneas de acción que se han ejecutado son:

Línea de acción 1: Programa de mejoramiento de los cafés especiales de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Actividades:

- Componente buena prácticas agrícolas.

Para alcanzar esto se establecieron las siguientes acciones:

- Creación de Comité de comercialización de Cosecha.
- Reunión comité de comercialización de Cosecha con el ánimo de hacer el balance de la cosecha a concluir y establecer fortalezas para potencializarlas y debilidades para corregirlas.
- Construcción de plan estratégico articulando los insumos del plan Estratégico del Comité y la visión y aportes de Asociaciones y Cooperativas.
- Capacitaciones a caficultores (De acuerdo con el diagnóstico hecho en las mesas de trabajo del Plan Estratégico).

Dinámica Competitiva del Magdalena

- Seguimiento en campo de las acciones propuestas (Articulado con el comité de extensionista de Fedecafe y los equipos técnicos de Cooperativas y Asociaciones).
- Evaluación de los resultados

Línea 2: Conectividad con demanda externa

Actividades:

- Identificación y aprovechamiento de oportunidades en el exterior.

Para esto se establecen las siguientes acciones:

- Creación comité Preparación concurso Taza de la Excelencia a nivel Local
- Preparación concurso taza de la excelencia a nivel local
- Participación conjunta de la región en la Feria de Cafés Especiales a realizarse en Bogotá.

Línea 3: Sofisticación de la demanda interna

Actividades:

- Generación y consolidación de una cultura cafetera regional.

Para esto se establecen las siguientes acciones:

- Creación comité Preparación para la celebración del Día del Café.
- Preparación Celebración día del Café.
- Participación conjunta de la región en la Feria de Cafés Especiales a realizarse en Bogotá
- Asistencia a Expo Especiales

Dinámica Competitiva del Magdalena

Lo anterior corresponde a las actividades que se han identificado como propias de la región para su crecimiento y resaltar el potencial que este recurso natural con amplia demanda nacional y extranjera presenta, sin embargo, se debe intensificar los esfuerzo por la sinergia que se tengan con los productores que son quienes hacen la representación y desarrollo de este recurso, así como las autoridades que puedan suministrar mediante su gestión aportes significativos para el impulso de esta actividad.

Turismo una actividad enriquecedora del Magdalena

El Departamento del Magdalena es uno de los territorios con mayor significancia en la actividad turística son muchos los espacios donde el disfrute de esta se resalta favoreciendo las condiciones ambientales que hacen de los lugares del departamento un atractivo para nacionales y extranjeros.

El turismo en el Magdalena es uno de los mayores ejes con los que el departamento es identificado, la costa caribe colombiana posee diversidad natural, arqueológica, y marina en donde los turistas pueden disfrutar de una experiencia enriquecedora al visitar los espacios que hacen parte del colectivo del departamento.

La actividad Turística durante los últimos años ha sido uno de los mayores rubros que ha estado en constante crecimiento de acuerdo con el desarrollo y consideración de factores que cada una de las regiones ofrece para la realización de esta actividad económica que ha servido para la promoción y diversificación de

Dinámica Competitiva del Magdalena

los territorios generando utilidades a las poblaciones que son parte de la competencia económica que proporciona el Magdalena.

Uno de los principales intereses de visitas a la ciudad de Santa Marta es el Parque Nacional Tayrona, según informes de boletín Agosto (2017) por el MICT⁶ es el más visitado de toda Colombia con una representación de 185.235 personas hasta la fecha del informe con una representación nacional de (39.3%) de los demás parques nacionales naturales del país.

La ciudad de Santa Marta fue la segunda ciudad con mayor aumento de registro de crecimiento en aeropuertos en el país con una representación del 12.0% entre enero y julio de 2017, superior al año anterior en el mismo periodo siendo para el 2016 de un 11.1%.

Las diversas playas con las que cuenta la ciudad de Santa Marta, la infraestructura hotelera, la variedad de paisajes naturales e históricos con los que hacen llamativo la actividad turística del departamento son uno de los elementos considerables de la llegada de turistas durante todo el año, pues no solo en épocas de receso sino durante todo el año la visita a la ciudad se ha mantenido constante la frecuencia de viajeros.

En atención a la fuerte tendencia turística que el departamento ha venido experimentando durante los últimos años, la cámara de comercio de Santa Marta en materia de clúster bajo esquemas de lineamientos de competitividad ha

⁶ Boletín Mensual Turismo, agosto de 2017, Ministerio de Industria, comercio y Turismo. Disponible en: http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=82146&name=OEE_OP_Turismo_Agosto_6-10-2017.pdf&prefijo=file

Dinámica Competitiva del Magdalena

desarrollado las siguientes estrategias que ayuden al fortalecimiento de esta actividad económica propia del departamento:

Estrategia

Teniendo en cuenta los atractivos turísticos con que cuenta el departamento del Magdalena, y las principales tendencias de turismo naturaleza, entre las cuales esta:

Ecoturismo

- 64 millones de ecoturistas (2007) equivalentes al 7% del total de turistas internacionales.
- Empezando la década de los 90`s el Ecoturismo creció a un ritmo de entre un 20% y 34% promedio anual, convirtiéndose en el segmento turístico de mayor crecimiento. Se estima que en el crecimiento promedio del ecoturismo se encuentra por el orden del 12%.
- Según algunos investigadores, el 50% del mercado turístico total desea visitar un área natural durante su viaje.
- Duración de viajes de ecoturismo están en promedio entre 8 y 14 días.
- 43 millones de estadounidenses dispuestas a hacer avistamiento de aves. Esta actividad genera U\$32.000 millones en divisas.

Dinámica Competitiva del Magdalena

Turismo de Aventura

- En el 2009 represento el 26% de los viajes internacionales, para un total de 23 millones de turistas anuales, generando divisas por U\$89.000 millones.
- Entre 1994 a 2004, experimento un crecimiento de entre el 15% al 20%.
- Para muchos expertos el crecimiento promedio del sector rondara el 10% en la próxima década.
- Duración de viajes de turismo de aventura están en promedio 7,5 días.

Turismo Rural

- Crecimiento de entre 10% al 15%
- El turista rural viaja cerca de 3 veces al año y su estancia media está en los 2 días.

La estrategia planteada se encuentra orientada a fortalecer el turismo de naturaleza del departamento a partir de:

- Promocionar primero la región que los productos.
- Preservar el medio ambiente.
- Elevar la calidad de los productos turísticos existentes.
- Generar experiencias únicas entorno a los atractivos turísticos y culturales con que cuenta el territorio.
- Implementación de estándares mínimos de calidad y seguridad.

Dinámica Competitiva del Magdalena

- Articulación entre actores locales.
- Capacitación y especialización en el manejo del turismo de naturaleza, y al turista.
- Desarrollo de plataformas y tecnologías de la información para la toma de decisiones.

Esto permitirá atender un turista especializado global, quien finalmente es aquel que esta habido de experiencias únicas, y el cual el factor precio no es un hecho relevante al momento de adquirir un paquete.

Líneas de acción

Para alcanzar la estrategia se realizaron diversas reuniones con los actores, definiendo tres líneas de acción con actividades específicas, las cuales son:

Línea de acción 1: Recopilación, consolidación y análisis de la información.

Actividades:

- Censo de la oferta existente
- Sistema de información turística de destino para la toma de decisiones.

Línea 2: Programa de sensibilización y capacitación a la medida.

Actividades:

- Normatividad y estándares mínimos para el turismo de naturaleza.
- Programa de capacitación y formación a la medida.

Dinámica Competitiva del Magdalena

Línea 3: Promoción de destino

Actividades:

- Estrategia de comunicación de ciudad
- Uso de nuevas tecnologías para la promoción de productos y servicios turísticos del destino.

El cultivo de Palma, fortaleza productiva

La actividad palmera en Colombia ha representado uno de los mayores retos económicos y comerciales actualmente es el líder de América y representa el 2% de la producción mundial. El impulso y desarrollo de los cultivadores han estado en acompañamiento desde autoridades nacional como instituciones que fomentan el desarrollo de este producto que actualmente es uno de los líderes dentro del agro colombiano.

El Magdalena ha desarrollado tendencialmente el fortalecimiento del cultivo de palma siendo uno de los departamentos con firmas representadas en el mercado que contribuyen a la producción y comercialización de los derivados de este sector económico que involucra al departamento como una de las zonas de producción a nivel nacional,

El área del Magdalena cuenta con más se sesenta mil hectáreas con las que se producen en más de 14 municipios del departamento en los que sobresale Zona Bananera, Aracataca, Ciénaga y el Retén esta actividad, según informes de Datlas

Dinámica Competitiva del Magdalena

Colombia la exportación que el departamento desarrolla es de USD 161.286.880, y actualmente representa el 16% de producción nacional.

En materia de clúster la cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena ha desarrollado tareas que en conjunto con el sector palmero se han propuesto para impulsar esta actividad y contribuir al mejoramiento de la calidad de los productos derivados. Los ejes sobre los cuales se objeta el trabajo de la intensificación y contribución del cultivo de palma en el Magdalena son:

Líneas de acción

Para alcanzar la estrategia se realizaron diversas reuniones con los actores, definiendo tres líneas de acción con actividades específicas, las cuales son:

Línea de acción 1: Buenas Prácticas Agrícolas con énfasis RSPO

Actividades:

- Componente buena prácticas agrícolas énfasis RSPO

Para alcanzar esto se establecieron las siguientes acciones:

- ✓ Exploración fuentes de financiación nacional e internacional para la ejecución de programas de certificación RSPO.
- ✓ Caracterización del perfil de actores objetivo a certificar.
- ✓ Identificación de actores objetivo.

Dinámica Competitiva del Magdalena

- ✓ Perfilación estado actual y prácticas agrícolas llevadas a cabo por actores objetivo.
- ✓ Identificación necesidades.
- ✓ Estructuración del proyecto de certificación.
- ✓ Seguimiento.

Línea 2: Capacitación y formación

Actividades:

- Capacitación y formación

Para esto se establecen las siguientes acciones:

- ✓ Creación Mesa de Palma del Magdalena.
- ✓ Identificación de necesidades.
- ✓ Reunión de socialización ante entidades académicas.
- ✓ Creación de programas de formación y capacitación.
- ✓ Puesta en marcha.
- ✓ Seguimiento.

Línea 3: Aprovechamiento de subproductos y generación de valor.

Actividades:

- Revalorización y aprovechamiento de los residuos.

Para esto se establecen las siguientes acciones:

- ✓ Cuantificación de la biomasa generada por el clúster en las zonas extractoras.
- ✓ Identificación y consolidación de resultados en lo referente a los usos de la

Dinámica Competitiva del Magdalena

biomasa generada por el clúster.

- ✓ Búsqueda de instituciones con experiencia en lo relacionado al aprovechamiento de la biomasa.
- ✓ Firma convenios/contratos con instituciones.
- ✓ Presentación de resultados.
- ✓ Búsqueda Financiación para pilotos
- ✓ Puesta en marcha piloto.
- ✓ Seguimiento.

Dinámica Competitiva del Magdalena

7. CONCLUSIONES

Los esfuerzos que hoy por hoy se suman en las regiones son resultados de procesos, en donde la labor económica y social de los territorios es tarea principal y agenda de los gobiernos y/o autoridades correspondientes para velar asuntos de competencia comercial y crecimiento de todas y cada uno de los sectores que hacen parte de la representación económica de los territorios.

El departamento del Magdalena no ha sido ajeno a cambios y crecimientos que se sobresalen en los últimos tiempos sectores dinámicos que han permitido un desarrollo significativo y nuevos procesos que hoy se gestan para mejorar el avance que los empresarios que articulan la gestión empresarial y productiva como signos de mejora y fortalecimiento de sus bienes y servicios.

Pese a que se están experimentando tiempos de crisis, y que ha sido difícil la ralentización de la economía nacional, el departamento ha presentado actividades que han estado en constante crecimiento tal es el caso de servicios sociales que ha registrado un crecimiento significativo del 29.4%", así como sectores de transporte, almacenamiento, construcción registraron mayores ventas durante este periodo de estudio".(Dane (Cifras del PIB 2015)

Uno de los asuntos que hoy converge en las agendas territoriales son los clúster que buscan dinamizar las actividades económicas que son parte del Magdalena, y que se integran para acompañamiento a las estructuras comerciales y de tradición del Departamento, tal es el caso del café que es uno de los productos que ha tomado fortaleza económica dado el grado de producto que se origina en el departamento las bondades orgánicas y el tipo de café que hace diferenciador con

Dinámica Competitiva del Magdalena

el resto de las regiones ha sido una las piezas claves de impulso en los que las apuestas productivas se integran para dar mayor fuerza y competitividad de esta actividad del departamento.

Tradicionalmente el Magdalena es uno de los territorios nacionales con mayor cultivo de banano este recurso económico ha sido el sostenimiento de muchas familias magdalenense y que durante los últimos años se ha registrado una producción considerable, por ello trabajar para mejorar condiciones de cultivo, hacer diferenciación en calidad de producción y servicio por ello uno de los mayores retos es llevar a un mejor posicionamiento y competencia de escala ya que es este recurso brinda para alcanzar más mercado y mayor rendimiento en productividad.

El turismo, es uno de los elementos que el departamento destaca en oferta y demanda nacional e internacional por ello es uno de los mayores retos de concentración de clúster buscar la diversificación y potencial de todos los elementos que caracterizan al departamento y que son de mayor afluencia para los viajeros nacionales y extranjeros que cada vez aumenta la llegada al departamento, gracias a la diversidad de flora y fauna que se produce en el departamento y las playas que tienen características únicas y ecosistemas endémicos que hacen del territorio un lugar obligado nacionalmente a visitar.

La palma de aceite durante los últimos años ha demostrado un avance comercial frente a otros productos que han disminuido su actividad económica, en el departamento del Magdalena el cultivo, ya que las representaciones su derivados que se han destacado de este recursos constituyen una fuente económica para muchos elementos, y procesamiento industrial, por ello la intensificación de este

Dinámica Competitiva del Magdalena

cultivo ha permitido un desarrollo en venta e impulso comercial para el departamento de firmas sumándose a la obra y promoción de la palma, así como el trabajo sinérgico con los cultivadores y las familias para propender a mejores técnicas y desarrollo agrícola.

Los mayores desafíos que el departamento hoy enfrenta es la diversificación y las nuevas búsquedas de mercados que expandan su producción y obtener mayor rentabilidad, de esta forma contribuir al mejoramiento de la calidad y proyección de comercio y que resulta de impacto para el crecimiento para el departamento, así como la creación de estrategias que permitan desde las agendas nacionales y locales brindar un acompañamiento para evidenciar mejores resultados y posicionar al departamento como uno de los territorios con solidez empresarial y comercial para Colombia y el mundo.