

**COMISION REGIONAL DE COMPETITIVIDAD.
MAGDALENA**

**PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD
UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE SANTA MARTA Y EL
MAGDALENA**

**Santa Marta
Septiembre de 2009.**

Indice General

Presentación

1. GENERALIDADES	7
1.1 Tendencia Mundial	7
1.2 Tendencia Nacional	10
1.3 Tendencia Santa Marta	11
2. PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD	11
2.1 Metodología	11
2.2 Objetivos estratégicos	13
2.2.1 Consolidar la Internacionalización de la Economía Regional	13
2.2.1.1 Atraer Inversión Extranjera Directa y Nuevas Empresas	14
2.2.1.2 Magdalena/Santa Marta, un Centro de Logística y Comercio Exterior	16
2.2.1.3 Magdalena/Santa Marta, destino Turístico Nacional e Internacional	17
2.2.1.4 Agroindustria Exportadora	20
2.2.1.4.1 Ganadería	21
2.2.1.4.2 Acuicultura	21
2.2.1.4.3 Piscicultura	21
2.2.1.4.4 Industria de la Madera	22
2.2.1.4.5 Frutas y Hortalizas	22
2.2.1.4.6 Cafés Especiales	22
2.2.1.4.7 Sábila	23
2.2.1.5 Marketing Ciudad/Región	24
2.2.2 Formalizar y Desarrollar Empresariado Regional	26
2.2.2.1 Formalización de Negocios y Vendedores ambulantes	27
2.2.2.2 Mejora en la Productividad	28
2.2.2.3 Apoyo al Emprendimiento	28
2.2.2.4 Cooperación Internacional	29
2.2.3 Desarrollar Sectores de Talla Mundial	30
2.2.4 Lograr Equipamiento Regional de Infraestructura	31
2.2.5 Mejorar Educación y Desarrollar CT&I	35
2.2.6 Medio Ambiente. Sostenibilidad y Bioprospección	37
2.2.6.1 Sierra Nevada de Santa Marta	39
2.2.6.2 Bioprospección	40
2.2.6.3 Sostenibilidad	41
2.2.6.4 Gestionar Apoyo Organismos de Cooperación Internacional	42
2.2.7 Fortalecer el Gobierno Regional e Institucionalidad	43
3. REFLEXIONES Y RECOMENDACIONES	46
4. PROPUESTA. AGENCIA DE DESARROLLO REGIONAL	47

Bibliografía

Presentación.

El Plan Regional de Competitividad PRC, es una “hoja de ruta” propuesta con visión de largo plazo, como apoyo a las decisiones que deberá orientar y tomar la Comisión Regional de Competitividad del Magdalena CRC, considerando que de ella hacen parte la Administración Departamental, la Administración Distrital, los Empresarios, la Academia y la Sociedad Civil.

Está formulado a partir de trabajos que lo antecedieron, como la Agenda Regional de Competitividad que permitió identificar los ejes estratégicos de productividad y competitividad del Departamento, la Agenda Prospectiva de Ciencia, Tecnología e Innovación CT&I, los trabajos adelantados por el Comité Asesor Regional de Comercio Exterior CARCE, el Plan Estratégico Exportador PEER, El Plan Maestro de Turismo del Caribe Colombiano, entre otros.

El Gobierno Nacional, a través del Sistema Nacional de Competitividad SNC, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo MCIT y el Departamento Nacional de Planeación DNP, también facilitaron importantes insumos de carácter “marco”, como el estudio de Transformación Productiva de Regiones Rezagadas del Dr. Hausmann-Klinger, el estudio de los 500 Productos con Potencial de Exportación hacia Estados Unidos, elaborado por Araujo Ibarra y diversos indicadores y estudios del DANE, el Banco Mundial, CEPAL.

Con el apoyo permanente de la Cámara de Comercio de Santa Marta, en calidad de Secretaría Técnica, el trabajo se desarrolló en dos fases. La primera, 2007 B, con apoyo de CONFECAMARAS-USAID, se hizo una primera consultoría con el objetivo de hacer una recopilación de trabajos anteriores y validar sus conclusiones para la fecha.

Se identificaron los principales retos que Santa Marta y el Magdalena deben superar. Adicionalmente, con un análisis DOFA y las conclusiones de una serie de entrevistas realizadas a los principales líderes y empresarios del Departamento como insumo, se identificaron las propuestas más relevantes que deberían ser incorporadas en un Plan Regional de Competitividad, cuyo objetivo ha de ser, el de propiciar una dinámica económica que contribuya a superar las brechas de atraso y superar los niveles de pobreza de los magdalenenses. Promover un desarrollo Regional.

Ese trabajo también reseñó los principales renglones productivos que en la actualidad, constituyen el pilar de la economía departamental, se definió la oferta institucional de programas de apoyo a la competitividad que ofrecen instituciones públicas y privadas de orden nacional y regional, desde la

Gobernación, la Alcaldía Distrital, Cámara de Comercio de Santa Marta, fundaciones y organismos de Cooperación Internacional y se presentaron los ejemplos de competitividad regional.

En la segunda fase, 2008, con el apoyo técnico del MCIT y DNP, se formuló el Plan Regional de Competitividad. Se convocó a la CRC, para dar inicio al proceso de construcción del Plan Regional de Competitividad, con el acompañamiento y metodología del MCIT.

Con la voluntad decida de los miembros de la Comisión, se conformaron Mesas de Trabajo, con su respectivo líder, a nivel de estrategia dentro de cada uno de los objetivos identificados. En un taller de validación se presentaron las propuestas y se logró hacer un ejercicio de priorización, teniendo en cuenta la cuantificación del impacto y la facilidad de implementación, según parámetros de la metodología y criterio de cada uno de los equipos de trabajo.

Durante el 2009 A, se han realizado ajustes al PRC, sugeridos por el MCIT, con el propósito de homogenizar los PRC a nivel nacional.

En resumen, el PRC propone una Visión al 2032, la cual aún está en construcción, en un proceso que lidera la Gobernación del Magdalena con el acompañamiento del DNP y apoyo del Distrito. Teniendo en cuenta la limitada producción del Departamento, bajas exportaciones, reducida base empresarial, nivel de los índices socio económicos, inmensas potencialidades, ventajas comparativas entre otros, el PRC propone hacer una transformación productiva en todo el Departamento del Magdalena y Distrito Capital, a partir de siete objetivos.

Tres de carácter vertical: consolidar la internacionalización de la economía regional, formalizar y desarrollar el empresariado regional y desarrollar sectores de talla mundial en el mediano plazo. Y, tres objetivos de carácter transversal: lograr un equipamiento regional de infraestructura productiva, mejorar la educación a todo nivel y desarrollar procesos de CT&I, lograr una producción sostenible y respetuosa del medio ambiente y una bioprospección de la Sierra Nevada y finalmente, fortalecer nuestras instancia de Gobierno Regional e Institucionalidad, que deben ofrecer confianza y garantías a potenciales inversores y la ciudadanía en general.

Cada uno de éstos objetivos, propone una visión propia, estrategias, iniciativas y/o proyectos ha desarrollar, para alcanzar en conjunto, la Visión 2032 propuesta.

Las ventajas comparativas y las apuestas productivas del Departamento y Santa Marta, están plenamente identificadas, resultado de varios procesos y estudios anteriores, con carácter amplio y participativo. Desde ese punto de vista, el PRC no pretende aportar novedades, tampoco introducir grandes cambios.

Dentro de la Política de Competitividad impulsada por el Gobierno Nacional, entendemos, que uno de los aportes del PRC es presentar una organización sistemática de esas ventajas comparativas con las cuales el Departamento y el Distrito, pueden alcanzar ventajas competitivas ejecutando proyectos nuevos, estimular la inversión incluso con inversionistas externos, crear nuevas empresas que tributen y generar nuevos empleos de calidad. Muchos estamos convencidos, que con la implementación del PRC, podemos impactar de manera significativa la economía regional, para mejorar la calidad de vida y superar la pobreza en la Región.

Otro aporte del PRC, es destacar de manera evidente y contundente, que por ahora, la única forma de alcanzar un desarrollo productivo y competitivo en el Departamento, es a través de alianzas público-privadas (incluida la academia), a nivel nacional y regional, y el concurso de la sociedad civil. Que ninguno, de manera independiente lo puede alcanzar. Hay que hacerlo de manera conjunta y articulada.

Finalmente, es importante reiterar, el mensaje recibido de Presidencia de la República: Del Gobierno Nacional, podemos esperar apoyo para ejecutar el PRC. Pero es requisito indispensable, la participación activa y dinámica del Gobernador, Alcalde Distrital y Alcaldes Municipales, por parte del sector Público. Y Empresarios por parte del sector Privado, con el acompañamiento de la Academia. El PRC, propone crear una “Agencia de Desarrollo Regional”, según modelo del DNP, como instrumento donde se deben articular los esfuerzos para ejecutar el Plan Regional de Competitividad.

Para terminar, invitarlos a una reflexión: únicamente de nosotros los magdalenenses, depende alcanzar niveles de desarrollo significativos para cerrar las brechas de atraso y superar la pobreza de buena parte de nuestra población. Si lo gestionamos de manera adecuada y oportuna, podremos recibir apoyo del Gobierno Nacional, de instituciones de cooperación internacional, eventualmente de privados. Pero, mientras nosotros no lideremos el proceso y asumamos de manera proactiva el reto, nadie va a venir a solucionar nuestros problemas.

En nuestras manos esta y depende de nuestra voluntad!

MANUEL JULIAN DAVILA ABONDANO.
Presidente CRC.

ALFREDO DIAZ GRANADOS CABALLERO.
Presidente Ejecutivo Cámara de Comercio de Santa Marta.
Secretaría Técnica CRC.

JAVIER JIMENEZ SALGAR.
Coordinador CRC.

1. GENERALIDADES

1.1 TENDENCIA MUNDIAL

El nuevo informe del Banco Mundial, “Perspectivas económicas mundiales 2009”¹, analiza el impacto de la crisis financiera en el crecimiento del PIB en todo el mundo, señalando una marcada desaceleración en cada una de las regiones, incluso en los países en desarrollo que hasta ahora parecían casi inmunes. La publicación revela que en el futuro se podrá alcanzar un equilibrio de la oferta y la demanda de productos básicos clave, como el petróleo y los alimentos, mediante la adopción de políticas acertadas en los sectores de la energía y la agricultura.

El informe pronostica una baja del crecimiento global del PIB del 2,5% en 2008 al 0,9% en 2009. Se espera que el crecimiento de las naciones en desarrollo disminuya del 7,9% —el fuerte nivel registrado en 2007— al 4,5% en 2009. El crecimiento de los países ricos será probablemente negativo el próximo año.

"Vemos que la economía mundial está en una transición entre un largo período de crecimiento sólido liderado por los países en desarrollo y otro período de gran incertidumbre, debido a que la crisis financiera ha sacudido los mercados internacionales", y, el comercio mundial se contraerá un 2,1% en 2009, la primera vez que disminuye desde 1982.

Todos los países resultarán afectados por esta disminución de las exportaciones, la cual refleja no sólo una brusca desaceleración de la demanda global, sino también la escasa disponibilidad de créditos a la exportación afirma Hans Timmer, director de Tendencias mundiales del Grupo de análisis de las perspectivas de desarrollo del Banco Mundial.

Con condiciones crediticias más estrictas y menor exposición al riesgo, se prevé que el crecimiento de la inversión en los países en desarrollo disminuya del 13% en 2007 al 3,5% en 2009, una cifra muy significativa si se tiene en cuenta que una tercera parte del crecimiento del PIB puede atribuirse a esos países.

En América Latina y el Caribe, el aumento del PIB —que se prevé que alcance el 4,4% en 2008— está en riesgo y ejerce presión sobre la inversión del sector privado. A medida que bajan los precios de los productos básicos, los principales exportadores, como Argentina, pueden registrar déficits en cuenta corriente. Otros, como Brasil y México, experimentarán una baja en sus exportaciones a los Estados Unidos y Europa, ya azotados por la recesión. Se estima que las perspectivas regionales se deteriorarán en 2009, con una caída del PIB al 2,1%, debido a una disminución en los gastos de capital.

¹Informe del Banco Mundial. Perspectivas Económicas Mundiales 2009.
<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/NEWSSPANNISH/0,,contentMDK:22006682~menuPK:51191012~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074568,00.html>

Las recientes y bruscas bajas en los precios del petróleo y los alimentos marcan el final de lo que ha sido el alza de precios de productos básicos más histórico del último siglo. Entre principios de 2003 y mediados de 2008, los precios del petróleo subieron un 320%, en términos de dólares, y los precios de los alimentos comercializados internacionalmente un 138%.

Sin embargo, se espera que permanezcan más altos que en los años noventa durante los próximos los 20 años, debido a la demanda de cereales alimentarios para la producción de biocombustibles. Es probable que los precios del petróleo promedien los US\$75 por barril el año que viene y se espera que, por los siguientes cinco años, los precios reales de los alimentos en todo el mundo continúen un 25% más altos que en la década de 1990.

A pesar de la caída en los precios de los productos básicos, persisten las preocupaciones sobre la oferta y la demanda a largo plazo, al igual que respecto al impacto de que podrían tener estos altos precios en la población pobre. La economía mundial está entrando en una fase de menor crecimiento, debido al escaso aumento demográfico, el envejecimiento de la población en los países de ingreso alto y un crecimiento más lento en algunas grandes naciones en desarrollo de rápido crecimiento, mientras se ponen al día los niveles de ingreso. Por otra parte, el progreso tecnológico redujo los recursos energéticos y alimentarios utilizados por unidad del PIB. Se espera que se establezca la demanda de metales de China —que explica una subida mundial en la intensidad de utilización del metal—, y luego disminuya en consonancia con el resto del mundo.

Es probable que la demanda de automóviles y camiones nuevos en los países en desarrollo genere el 75% de las necesidades adicionales de energía entre ahora y 2030, razón por la cual es crítico un aumento de la eficacia en el transporte, que podría incluir coches híbridos, eléctricos y de hidrógeno.

Dado el lento crecimiento de la población, es poco probable que el mundo se quede sin alimentos. No obstante, es posible que la oferta no siga el mismo ritmo que la demanda por lo tanto, se debe estimular la productividad agrícola interna, mejorando las redes de carreteras rurales y aumentando la investigación y el desarrollo del sector agrícola.

"El cambio climático podría reducir la productividad agrícola en nada más y nada menos que el 25% para 2080, si no se toman medidas al respecto", dijo Burns. "No hay motivo para la complacencia y existen muchas posibilidades para la acción política, incluso el apoyo a tecnologías mejoradas".

Los precios de los alimentos continuarán probablemente siendo más sensibles a los precios del petróleo como resultado de la mayor producción de biocombustibles derivados de cultivos alimenticios. Sin embargo, las nuevas tecnologías, como los biocombustibles no basados en cereales y otras energías alternativas, podrían hacer que los biocombustibles basados en cereales resultaran poco económicos.

Otra conclusión importante del informe es que las exportaciones de productos básicos pueden favorecer el crecimiento si se formulan políticas acertadas. En particular, éste indica que aunque los países que dependen de recursos tienden a crecer con lentitud, las naciones con abundantes recursos suelen ser de ingreso alto.

La publicación concluye que no es la dependencia en los productos básicos lo que causa un lento crecimiento y pobreza, sino que más bien es el lento crecimiento —la falta de desarrollo de otros sectores de una economía no relacionados con los productos básicos— lo que explica dicha dependencia.

Los países ricos en recursos han manejado sus recientes ingresos inesperados en forma más prudente que en el pasado, y ahora están mejor preparados para la actual caída de precios. Pero las naciones que recién descubrieron recursos y aquéllas que dependen mucho de préstamos bancarios podrían estar en riesgo.

Finalmente, el informe señala que los altos precios de los productos básicos — en particular los alimentos— han tenido una profunda repercusión en la pobreza, sumiendo entre 130 y 155 millones de personas por debajo de la línea de pobreza desde diciembre de 2005 hasta diciembre de 2007. El peor impacto se sintió en las zonas urbanas. Mientras que las políticas gubernamentales reaccionaron rápidamente para compensar los efectos más perjudiciales de los altos precios, muchos de estos esfuerzos estuvieron mal dirigidos y fueron costosos.

"Si miramos hacia el futuro, es necesario encaminar mejor los programas de asistencia social de manera tal que la próxima vez que éstos se amplíen durante una crisis, llegue mucho más ayuda a los más necesitados", agregó Burns. "También es menester intervenir a nivel mundial con miras a desalentar las prohibiciones a la exportación de granos alimenticios, fortalecer los organismos —como el Programa Mundial de Alimentos—, y mejorar la información y la coordinación de las actuales reservas nacionales de granos".

Las respuestas ante la emergencia de desarrollo, identifican las siguientes esferas de acción prioritarias²:

- ✓ Asegurar una respuesta fiscal adecuada para promover el crecimiento económico y proteger de las repercusiones de la crisis a los segmentos pobres y vulnerables de la población, manteniendo al mismo tiempo la estabilidad macroeconómica
- ✓ Respaldar el sector privado y mejorar las condiciones para la recuperación y el crecimiento en el ámbito de las inversiones privadas, prestando especial atención, entre otras cosas, al fortalecimiento de los sistemas financieros.

² Informe Sobre Seguimiento Mundial 2009

- ✓ Redoblar los esfuerzos para alcanzar los objetivos sobre desarrollo humano, promoviendo, entre otras cosas, la función del sector privado.
- ✓ Aumentar la ayuda a los países pobres y vulnerables gravemente afectados por la crisis
- ✓ Mantener un sistema comercial y financiero abierto, con inclusión de medidas rápidas vinculadas a la ronda de Doha.
- ✓ Asegurar que el sistema multilateral tenga el mandato, los recursos e instrumentos necesarios para apoyar una respuesta mundial eficaz frente a la crisis

1.2 TENDENCIA NACIONAL

Colombia ha asumido la “*competitividad*” como una ruta para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Mayor competitividad, requiere mejor productividad y en consecuencia, mayor capacidad de generar ingresos y empleos de calidad.

La premisa, es que la competitividad de Colombia se construye a partir de la sumatoria de la competitividad de los Departamentos. Por lo tanto, es allí donde se deben ejecutar las apuestas productivas de los empresarios y donde la administración pública tiene la posibilidad de favorecer o limitar el desarrollo de dichas apuestas productivas.

La Visión País 2032 implica pasar de un PIB per cápita de USD 3.000 a USD 18.000, y del octavo a por lo menos el tercer puesto en América Latina en materia de competitividad, a través del desarrollo de cuatro grandes objetivos:

Una economía que garantice mayor nivel de bienestar, una sociedad más igualitaria y solidaria, una sociedad de ciudadanos libres y responsables y un Estado eficiente al servicio de los ciudadanos.

Para cumplir estos objetivos, los Departamentos, a través de su propia Comisión Regional de Competitividad, han diseñado un Plan Regional de Competitividad. Instrumento que permite implementar la Política de Competitividad, la cual debe desarrollar mecanismos institucionales que promuevan la coordinación eficaz público-privada a nivel Regional, de manera que su actuar, se traduzca en una transformación productiva del Departamento.

1.3 TENDENCIA SANTA MARTA

El crecimiento económico es fundamental para reducir la pobreza. Un sector privado dinámico es esencial para el crecimiento económico y la creación de empleo. El estímulo fiscal favorecerá un crecimiento económico sostenido únicamente si existe una respuesta enérgica del sector privado. Éste, a su vez sólo se reactivará si las condiciones son propicias. Si a esto sumamos, que la innovación es el mecanismo que permite que las ventajas competitivas sean sostenibles en el tiempo, y que la academia es quien debe liderar los procesos de Investigación y Desarrollo (I&D); tendríamos en plataforma, los actores protagonistas de todo proceso de competitividad: Sector Público + Sector Privado + Empresarios + Academia.

El Plan Regional de Competitividad del Magdalena, es una “hoja de ruta” con horizonte de largo plazo, formulado con el objetivo de hacer una transformación productiva del Departamento. Una Región competitiva, con empresas productivas y competitivas.

Su construcción se hizo durante el 2008, coordinado por la Cámara de Comercio y el apoyo de la Administración Departamental, la Administración Distrital, otros entes públicos, el Sector Empresarial, Representantes de la Academia y soporte metodológico del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación.

Está basado, en las apuestas productivas “históricas” de la región, construido sobre las ventajas comparativas y fortalezas del Departamento. De la decisión, capacidad de organización y gestión de nuestros empresarios y el apoyo de la administración pública a todo nivel, dependerá que se logre consolidar una senda de evolución gradual hacia apuestas productivas más sofisticadas y de talla mundial.

2. PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD.

2.1 METODOLOGIA.

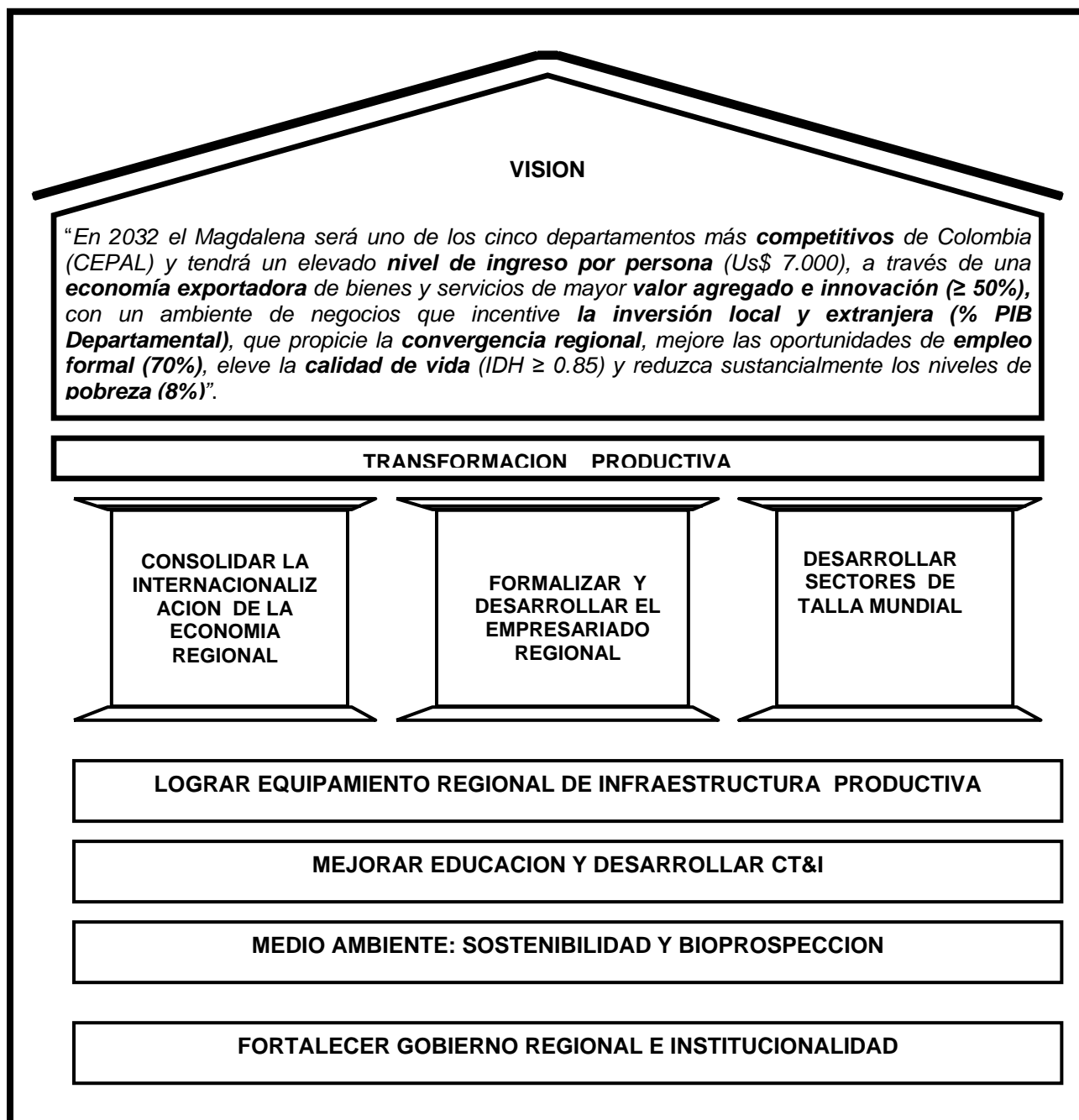
El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo –MCIT-, entidad encargada de coordinar y dar soporte a la formulación del desarrollo del Plan Regional de Competitividad, propuso una metodología específica para tal fin.

Ver archivo Anexo. MCIT. Magdalena. Bases PRC. Pereira Mar 12/2008

De acuerdo a la metodología, la Figura 1. Plan Regional de Competitividad, ilustra la composición integral de la propuesta.

FIGURA 1. PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD.

UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO REGIONAL.



2.2 OBJETIVOS ESTRATEGICOS.

2.2.1 Consolidar La Internacionalización De La Economía Regional

El Departamento del Magdalena, a pesar de contar con grandes ventajas comparativas, está rezagado en su actividad productiva y exportadora. Sus exportaciones están concentradas en pocos productos de bajo valor agregado. Para lograr una transformación productiva de la Región, es necesario comenzar por incrementar significativamente la producción, que se vea reflejada en el PIB departamental. Adicionalmente, se debe comenzar por redefinir y diversificar la canasta productiva y exportadora de la Región, conquistar nichos de mercado de mayor valor agregado para las exportaciones tradicionales como banano, café y aceite de palma.

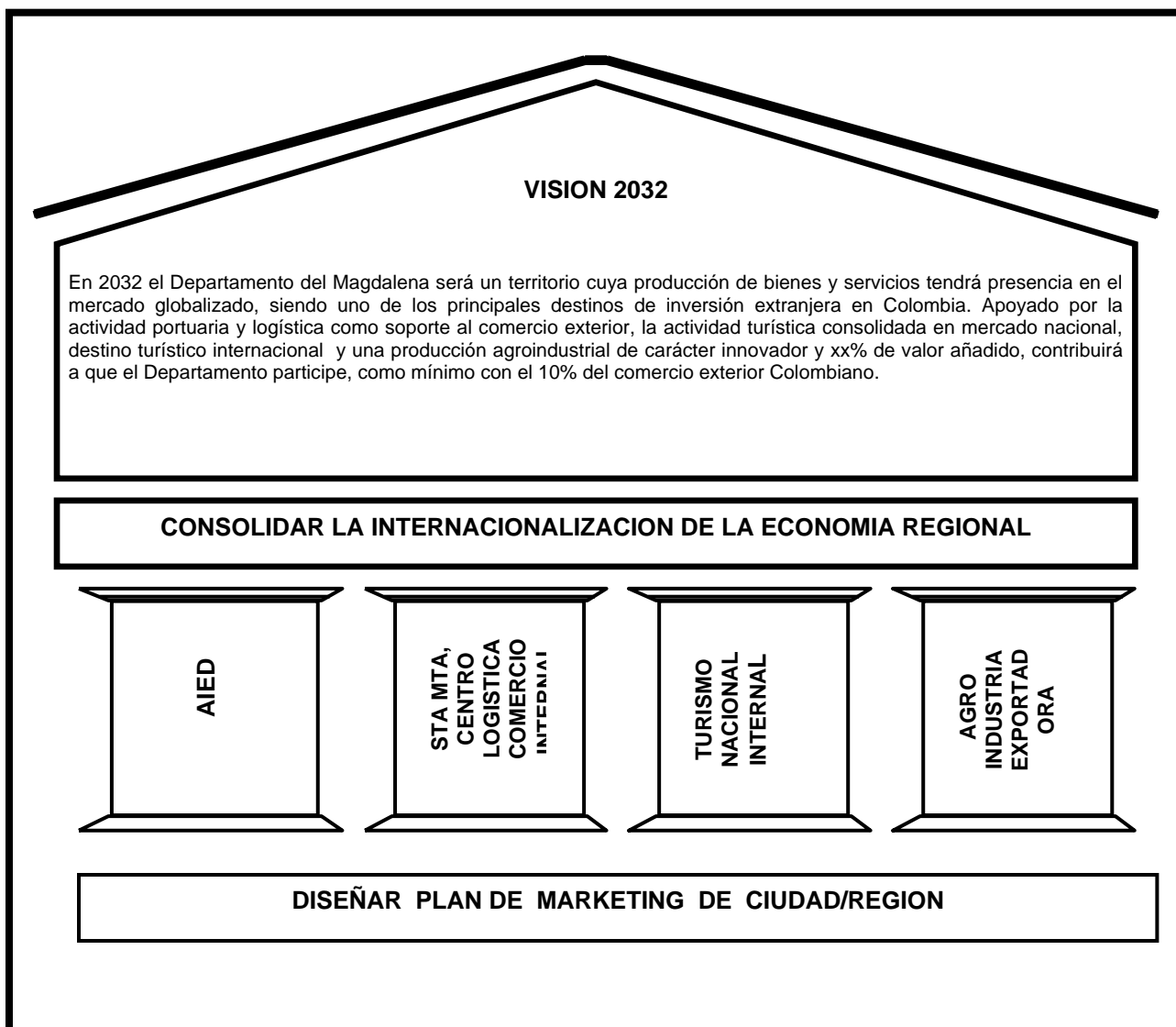
Para lograr este objetivo, se necesita que la Administración Departamental, Distrital y Municipales, usen como guía los programas propuestos para mejorar la competitividad regional, desarrollar mecanismos institucionales que promuevan la coordinación eficaz público-privada a nivel Departamental, de manera que el resultado sea la transformación productiva del Departamento, desde los municipios.

El desarrollo de *clusters* en particular, es un proceso fundamental para propiciar el desarrollo endógeno y deben ser construidos a partir de la iniciativa público – privada.

El objetivo de internacionalizar la economía regional, pretende insertar al Magdalena en la economía global. La posición geográfica respecto al País y al principal socio comercial (USA), es un factor que se debe explotar para lograr beneficios.

Por tal motivo, se proponen las siguientes acciones:

FIGURA 2. CONSOLIDAR LA INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMIA REGIONAL



2.2.1.1 Atraer Inversión Extranjera Directa y Nuevas Empresas.

La competencia entre ciudades y regiones por atraer Inversión Extranjera Directa (IED) es cada vez más intensa y las que toman ventaja, son las que cuentan con condiciones idóneas y están desarrollando políticas activas para atraer y captar los beneficios de la IED. Y las más beneficiadas serán las que hayan centrado los esfuerzos por atraer IED en el contexto de sus objetivos de desarrollo tanto presente, como en su futuro posicionamiento competitivo proyectado.

Se parte de la premisa de que los recursos económicos del Departamento, no son suficientes para activar un proceso de Transformación Productiva, que genere el impacto necesario para superar los grandes atrasos y cerrar la brechas de carácter socio económico de que adolece el Magdalena.

Se requieren nuevos inversionistas, nacionales y extranjeros, que puedan “percibir” que operar sus empresas desde ciudades del Departamento les genera beneficios, que aporten capital, innovación, “know how” y mercado para los productos. Empresas, preferiblemente industriales, que puedan agregar valor a nuestros productos primarios, que tengan potencial para contribuir a que las ventajas comparativas del Departamento se desarrollen en competitivas. Que sean capaces de generar empleos de calidad, que generen nuevos ingresos a las familias y por esa vía, contribuir a mitigar la pobreza.

El Magdalena y Santa Marta requieren IED para dinamizar su proceso de crecimiento económico. Sin embargo, previamente se debe definir las empresas objetivo que le conviene atraer al Departamento. Es necesario diseñar una política que corresponda a las ventajas, aspiraciones y recursos disponibles para la gestión. Se debe diseñar e implementar un “*Plan de Marketing*” de Ciudad-Región, que permita identificar y difundir de manera congruente y articulada, los atributos diferenciables de la Ciudad/Región. El objetivo es atraer IED que propicie un efecto multiplicador y sacar el máximo provecho a los beneficios de las inversiones existentes.

TABLA 1. ATRAER INVERSION EXTRANEJRA DIRECTA. AIED.

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. Bogota si tiene puerto.	1	Justificar y socializar la propuesta: CRC Mag, CCB, CCB/manga, Min Transporte e INCO
	2	Formular Plan de Acción, ejecución y seguimiento
2. Identificar Sectores, Subsectores, Empresas de Interés	3	Contratar consultoría. Identificar Sectores/subsectores/Empresas Prioritarios - Objetivo. Definir criterios para identificar proyectos objetivo para AIED. Definir estrategia de promoción. Hacer análisis particular sector de la construcción (desarrollo inmobiliario, turístico). Construir Alianzas. Agencias de Promoción otras ciudades.

3. Promocionar las Zonas Francas	4	Diseñar Estrategia de Promoción específica de las Zonas Francas, según Plan de MKT y Empresas/sectores objetivo
	5	Crear un equipo de apoyo y seguimiento.
4. Diseñar Estrategia Integral de Incentivos para Atraer Empresas.	6	Articular incentivos Departamentales y Distritales, alineados con Política Nal.
	7	Diseñar Estrategia Integral: "Atractivo Ciudad/Región", elementos diferenciables

2.2.1.2 El Magdalena y Santa Marta, un Centro de Logística y Comercio Exterior.

El sector logístico es, sin lugar a dudas, el camino natural de puesta en practica de los nuevos sistemas de comercialización, lo cual implica que se hace necesaria una infraestructura logística rápida, segura y eficaz para que este nuevo sistema de comercialización alcance tal dimensión, que pueda suponer una autentica revolución en la estructura económica internacional que haga frente a los requerimientos de ese nuevo panorama de globalización económica.

La Logística y Servicios al Comercio Exterior, es una de las apuestas productivas del Departamento. Con el Plan de Expansión y Modernización del Puerto de Santa Marta, la construcción del puerto de Palermo, la proyección de aumento de carga por movilizar, el proyecto de Concesión del Sistema Ferroviario Central que permitirá la movilización de carga en tren con el interior del País, articulado con la Ruta del Sol, la vía alterna al puerto y el Aeropuerto Simón Bolívar, una vez concluya las obras de modernización del terminal.

La apuesta es que el Magdalena con los puertos de Palermo, Santa Marta y Puerto único de Carbón, se constituya en el eje de un "Centro de logística + Servicios de comercio exterior + Central de transporte multimodal", que integre de manera congruente y eficiente, los servicios de importación y exportación.

TABLA 2. EL MAGDALENA Y SANTA MARTA, CENTRO DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. Diseñar Centro de Logística y Comercio Exterior	1	Estructurar Puerto Mono Operador
	2	Articular Servicios de Comercio Exterior y Estructurar Servicio Puerta - Puerto.
	3	Estructurar comercio internacional de Santa Marta. Especial atención al Caribe y USA.
2. Consolidar Cluster de la Cadena Logística	4	Contratar consultoría para diagnosticar y desarrollar el Cluster
	5	Articular actores para servicio integral
3. Estructurar Conexión Multimodal Puerto Sta Marta - Bogotá	6	Seguimiento a Licitación Corredor Férreo La Dorada - Puerto de Santa Marta
	7	Seguimiento Proyecto y Licitación Construcción Puerto Seco en La Dorada o Puerto Salgar.
	8	Seguimiento Proyecto y Licitación doble calzada Bogotá - La Dorada o Puerto Salgar. Seguimiento Licitación "Ruta del Sol"
4. Modernizar Puerto de Santa Marta	9	Ejecución Proyecto de Inversión Us\$ 127MM: Modernización y expansión.
	10	Desarrollar Estrategia de Promoción y Posicionamiento Operación Puerto de Palermo

2.2.1.3 Santa Marta y El Magdalena, Destino Turístico Nacional e Internacional.

El turismo se ha consolidado como un sector clave para el desarrollo económico y la modernización de regiones rezagadas, debido a su contribución a la generación de inversión, empleo y divisas. También ejerce un impacto positivo sobre la distribución del ingreso, en razón a que utiliza mano de obra poco calificada; estimula las inversiones en infraestructura básica (acueducto, alcantarillado, electricidad, vías) que mejora las

condiciones de vida de la población local; y genera importantes ingresos para el gobierno a través de impuestos³.

Sin embargo, si el turismo no se desarrolla en forma planificada y con la activa participación de la población local, puede dar lugar a impactos negativos, entre los cuales se destacan: el deterioro ambiental, ocasionado por el mal manejo de los recursos o de la inversión en infraestructura; exclusión de la población de los beneficios económicos cuando la mayoría de los beneficios se transfieren fuera del área donde se generan; el aumento de precios para los pobladores locales debido a la mayor demanda de bienes y servicios por parte de los turistas y las alteraciones a las practicas culturales, valores y estructuras de las comunidades receptoras⁴.

En el área de planeación, el Magdalena y especialmente Santa Marta, requiere un esfuerzo considerable, que debe articular con el programa de atraer IED. Es necesario definir –de acuerdo a sus recursos- que tipo de turismo quiere desarrollar. Entonces sería pertinente un reordenamiento del territorio para zonificar la región, y asignar a cada zona un tipo de turismo a establecer.

Se debe planificar el sector, segmentar el mercado, diseñar una oferta integral de productos y/o servicios, y diseñar una estrategia comercial apropiada para cada segmento, según el producto a ofrecer. Los presupuestos de los gobiernos municipal y departamental, deben reflejar la verdadera importancia del sector como dinamizador de la economía regional y local.

El Proyecto que se diseñe, debe contemplar otra serie de acciones tendientes a suplir falencias del sector en el Departamento:

- ✓ Crear en la población cultura para el turismo. Desarrollar una actitud amable hacia los turistas. Eliminar la hostilidad.
- ✓ Crear una conciencia ambiental entre las comunidades receptoras de ecoturismo, agroturismo.
- ✓ Fortalecimiento del bilingüismo y capacitación a todo nivel, orientada a los prestadores de servicios turísticos.
- ✓ Capacitación de guías para los diferentes subsectores y atracciones.
- ✓ Desarrollar un portal *web* turístico del Magdalena en Internet.
- ✓ Establecer un programa para certificar la calidad de los prestadores de servicios turísticos del departamento.

³ DDTS-DNP. 2019 Visión Colombia II Centenario. Aprovechar el territorio marino-costero en forma eficiente y sostenible. Propuesta para discusión. Bogotá. 2007

⁴ Programa de las Naciones Unidas Para el Medio Ambiente. www.pnuma.org/industria/turismo_sustentable.php

- ✓ Crear un Sistema Departamental de Microfinanzas, fondos de preinversión y capital de riesgo, orientado a financiar la transformación del sector informal que atiende al turista y apoyo al desarrollo de planes de negocio e iniciativas comerciales del sector.
- ✓ Crear un programa de formalización empresarial para quienes actualmente prestan servicios turísticos de manera informal, acompañado de un proceso de acreditación de calidad de esos servicios.
- ✓ Redefinir un Plan de Reordenamiento Territorial.
- ✓ Diseñar un Plan Estratégico del Sector a largo plazo, que incorpore el desarrollo del “cluster” de turismo e integre las iniciativas de la Admon Departamental + la Admon Distrital + las privadas (locales y/o externas).
- ✓ Estructurar oferta de turismo de salud.
- ✓ Estructurar, promover, posicionar y articular oferta turística de otros municipios del departamento.
- ✓ Integrar y articular la oferta turística del Departamento y la oferta turística del Distrito de Santa Marta.

TABLA 3. TURISMO

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. Articular la Política Sectorial del Depto y Distrito. Alinear con incentivos y política Nacional	1	Revisar y Articular la Política Sectorial de Turismo del Departamento y el Distrito de Santa Marta
	2	Revisar POT´s con carácter de largo plazo, con el objetivo de dar estabilidad jurídica y confianza a los inversionistas
2. Estructurar Plan Estratégico de L. P.	3	Elaborar Planificación Estratégica del Sector en el Depto y el Distrito.
3. Hacer Inventario y definir Oferta de Productos y Servicios	4	Inventario de productos y servicios turísticos actuales. Calificar calidad.
	5	Consultoría. Definir oferta de productos y servicios según ventajas diferenciables.
	6	Estructurar oferta de Turismo de Salud.
4. Estructurar Estrategia y Plan de Mercadeo y Comercialización	7	Consultoría. Definir mercados objetivo, estrategia de promoción a cada segmento.

5. Asociación, Formalización y Capacitación de Prestadores de Servicios	8	Lograr Acuerdo Gremial para diseñar una estrategia unificada de formalización.
	9	Elaborar censo de prestadores de servicios y oferentes de productos.
	10	Asesoría del SENA y CAE-CCSM para la formalización de prestadores de servicios y oferentes de productos.
	11	Programa de Capacitación y Asesoría continua a nuevos empresarios. Programa Región Bilingüe
6. Certificación de Calidad	12	Estructurar Programa de Seguimiento y Mejoramiento continuo de la calidad de productos y prestadores de servicios.
7. Red de Desarrollo y Promoción del Turismo del Magdalena	13	Crear una plataforma de información en la web para el flujo de información bidireccional. Programa de Participación en eventos de interés, para promocionar oferta de productos turísticos nivel Nal e Internal.

2.2.1.4 Agroindustria Exportadora.

Sin duda alguna, otro potencial del Departamento del Magdalena es la producción agroindustrial, acuícola y piscícola. El Banco Mundial, ha erigido a la agricultura, como el instrumento de desarrollo fundamental para alcanzar el objetivo de desarrollo del milenio, de reducir la proporción de personas que padecen hambre y viven en la extrema pobreza e insta a la comunidad internacional, a diseñar y poner en práctica, programas y proyectos de agricultura que generen cambios positivos en la vida de las personas que viven en el área rural.

Sin embargo, se requieren proyectos con un fuerte aumento en la productividad, que generen empleo rural mediante la diversificación hacia una agroindustria de alto valor agregado y uso intensivo de mano de obra. Proyectos que permitan una expansión de los mercados nacionales e incursión a los mercados internacionales, proyectos que requieran una acción colectiva de pequeños y medianos productores e incorpore avances en biotecnología, que generen masa crítica de producción, de manera que permitan abastecer mercado interno y proyectar exportaciones futuras. Concluye, que así se podrá utilizar la agricultura como motor del desarrollo⁵.

⁵ Banco Mundial. R. Zoellick. Informe sobre el desarrollo mundial 2008. Agricultura para el Desarrollo. 2008. Washington D.C.

Las conclusiones, obtenidas por el trabajo juicioso de las diferentes Mesas de Trabajo, propusieron varias líneas de acción para el Plan Regional de Competitividad (PRC), teniendo en cuenta las ventajas comparativas del Departamento y experticia de algunos grupos de producción básica, como ganaderos, pescadores, pequeños agricultores, entre otros.

2.2.1.4.1 Ganadería.

El mercado de carne presenta una demanda en aumento de carnes maduradas, cortes tiernos y magros, obtenidas sin químicos, de manera respetuosa con el medio ambiente y no cruel con los animales. El Magdalena tiene muchas ventajas para la industria: una ancestral cultura ganadera, tierras, está más cerca de Estados Unidos y el Gran Caribe –dos mercados muy atractivos- respecto de otros centros de producción nacional. Sin embargo, para ser competitivos, es requisito tecnificar la producción ganadera y certificarla con normas de calidad e inocuidad. Una reconversión del sector incluyendo la “empresarización” de los ganaderos es requisito para lograr esta transformación.

2.2.1.4.2 Acuicultura.

A nivel mundial, por diversas razones, las capturas de peces disminuyen mientras que la demanda de sus productos crece. La alternativa para equilibrar la ecuación Oferta Vs Demanda, es la acuicultura. La Mesa de Trabajo instalada para analizar este renglón productivo; teniendo en cuenta aspectos de mercado (demanda), precios de los productos en el mercado externo, costos de producción y ventajas de Ciudad/Región, propone la producción industrial de pulpo, langosta y pectínidos, a través de un integrador que aporte capital, mercado y tecnología, para asociarse con pescadores y productores independientes (nacionales o extranjeros), de manera individual o colectiva.

2.2.1.4.3 Piscicultura.

A pesar de que el Departamento cuenta con cerca de 65 mil Has de espejo de agua en la ciénagas del sur del Departamento, los pescadores artesanales, año tras año se ven abocados a una progresiva disminución de capturas de especies nativas, que compromete sus ingresos y su seguridad alimentaria. Es un recurso no explotado. El PRC propone un desarrollo piscícola, con criterio agroindustrial, para explotar en primera instancia, especies nativas que tienen gran demanda en el mercado nacional y posteriormente, explorar alternativas de exportación de filetes, de gran demanda.

2.2.1.4.4 Industria de la madera.

Los productos y subproductos de esta industria tienen una gran demanda nacional e internacional. La propuesta del PRC va orientada en dos modalidades. La primera, explotaciones madereras exclusivas, para lo cual, el Departamento cuenta con tierras aptas en el sur y en las cuencas de sus principales afluentes. La segunda, que el desarrollo ganadero propuesto, se haga a través de sistemas silvopastoriles intensivos (Sspi) propuestos por FEDEGAN. Es una modalidad de “agroforestería” ganadera que combina en el mismo espacio plantas forrajeras (gramíneas y leguminosas rastreras), arbustos y árboles destinados a la alimentación animal y usos complementarios.

Los Sspi tienen grandes ventajas: incrementa la capacidad de carga hasta cinco UGG/Ha, aumenta la producción de carne y leche, permite capitalizar el hato y obtener ingresos adicionales significativos por la venta de madera, el sistema no demanda uso de agroquímicos, entre otros.

2.2.1.4.5 Frutas y Hortalizas.

Las frutas y hortalizas son una alternativa de producción agroindustrial para muchas zonas del País y genera en promedio un empleo directo por hectárea, con la ventaja que es una actividad orientada a pequeños y medianos productores. Tanto en frutas como hortalizas, las expectativas están centradas en la exportación de productos frescos y encadenamientos con la industria agroalimentaria para la producción de frutas en almíbar, pulpa de frutas, jugos, néctares, conservas, salsa, aderezos. Las hortalizas se prefieren enteras y/o troceadas, congeladas, en vinagre o solución a base de ácido acético.

En Santa Marta y algunos municipios del Departamento, la diversidad de pisos térmicos que ofrece la Sierra Nevada, otorga un potencial inmenso para producir frutas y hortalizas de diversos climas. El Comité Departamental de Cafeteros, adelanta iniciativas y acciones para desarrollar proyectos productivos con grupos asociativos de la zona cafetera. Estos proyectos se deben apoyar para hacerlos crecer.

2.2.1.4.6 Cafés especiales.

FEDERACAFE los define como “aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles, por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores, que redunden en mayor

bienestar de los productores”. El Comité Departamental de Cafeteros y la Asociación de Empresarios del Magdalena, con el apoyo de la Cámara de Comercio, están impulsado el “Café Sierra Nevada de Santa Marta. El Café del Caribe Colombiano”, con el objetivo de posicionarlo como un marca con denominación de origen en el mercado internacional.

2.2.1.4.7 Sábila

Establecer el cultivo de la sábila, ha sido propuesto como un proyecto sostenible para la población vulnerable del Departamento del Magdalena, que cuenta con 103.614 personas desplazadas (2005).

Al proyecto le destacan las siguientes ventajas:

- ✓ El cultivo en pequeñas parcelas es altamente productivo (lo que no sucede con cultivos tradicionales).
- ✓ Requiere de mano de obra en forma intensiva (598 jornales por Ha/año, para actividades de manejo y 564 para las actividades permanentes)
- ✓ Este cultivo se adapta con facilidad a suelos que no son aptos para otros cultivos de pan coger
- ✓ Este proyecto integrará tierras improductivas al sistema agrícola de la zona.

Convertir a la Cadena Productiva de la Sábila del Departamento del Magdalena en el productor, procesador, comercializador y exportador más importante a nivel nacional es el reto de los productores, buscando alta productividad en los procesos de cultivo e industrialización, creando productos innovadores y certificados, propiciando así el mejoramiento de la calidad de vida de los productores.

TABLA 4. AGROINDUSTRIA EXPORTADORA

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. Consolidar Sectores Tradicionales	1	Estudios sectoriales para consolidar desarrollo agroindustrial de renglones existentes a partir de innovación tecnológica y valor agregado. Banano, café, palma, cacao.

AGROINDUSTRIA EXPORTADORA

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
2. Tecnificar nuevos sectores para exportación	2	<p>Formular Factibilidad y Plan de Negocios para los renglones priorizados: acuicultura, tecnificación ganadería, frutas, hortalizas, sábila, Cafe® y madera.</p> <p>Diseñar estrategia para atraer inversionistas al sector.</p>
3. Estructurar Cluster Agroindustrial.	3	Estudio de factibilidad para desarrollar el cluster agroindustrial: Diagnóstico, identificación de eslabones y alianzas.
	4	<p>Desarrollar y proyectar Unidad de Agronegocios*: *Realizar estudio de factibilidad del proyecto *Desarrollar estrategia para vincular agroindustriales *Gestionar recursos de financiación y atracción de inversionistas *Desarrollar programa de promoción de exportaciones agroindustriales</p>
4. Adoptar Tecnología, innovación y desarrollo de nuevos productos	5	Alianzas y/o acceso a redes de I&D para incorporar tecnología y generar valor agregado a los productos priorizados
	6	Banco de proyectos con asistencia técnica empresarial. Implementación de programas de producción sostenible, convenios de BPA.
5. Articular Acceso a Redes e Inteligencia de Mercados	7	Crear observatorio de mercados para los productos de interés del Departamento. Identificación de mercados.
	8	Diseñar Estrategia de Promoción de exportaciones agroindustriales. Penetración de mercados.

** Unidad de Agronegocios. Soportada en una red de entidades público-privadas que articule la oferta institucional y apoyo internacional. Promueva esquemas asociativos en los renglones priorizados. Asesoría técnica, administrativa, financiera, logística y comercial.*

2.2.1.5 MARKETING DE CIUAD/REGION.

Santa Marta y el Departamento, han diseñado e implementado varias campañas de promoción turística en los últimos veinte años. Sin embargo, teniendo en cuenta la profesionalización de la competencia, hoy es necesario hacer un Plan de Marketing de ciudad/región, que identifique las ventajas diferenciables, elabore un inventario de la oferta turística, identifique el

mercado/segmentos objetivo y diseñe una estrategia, que de manera integral y articulada, promocióne a Santa Marta y el Departamento a diferente nivel y en cualquier escenario.

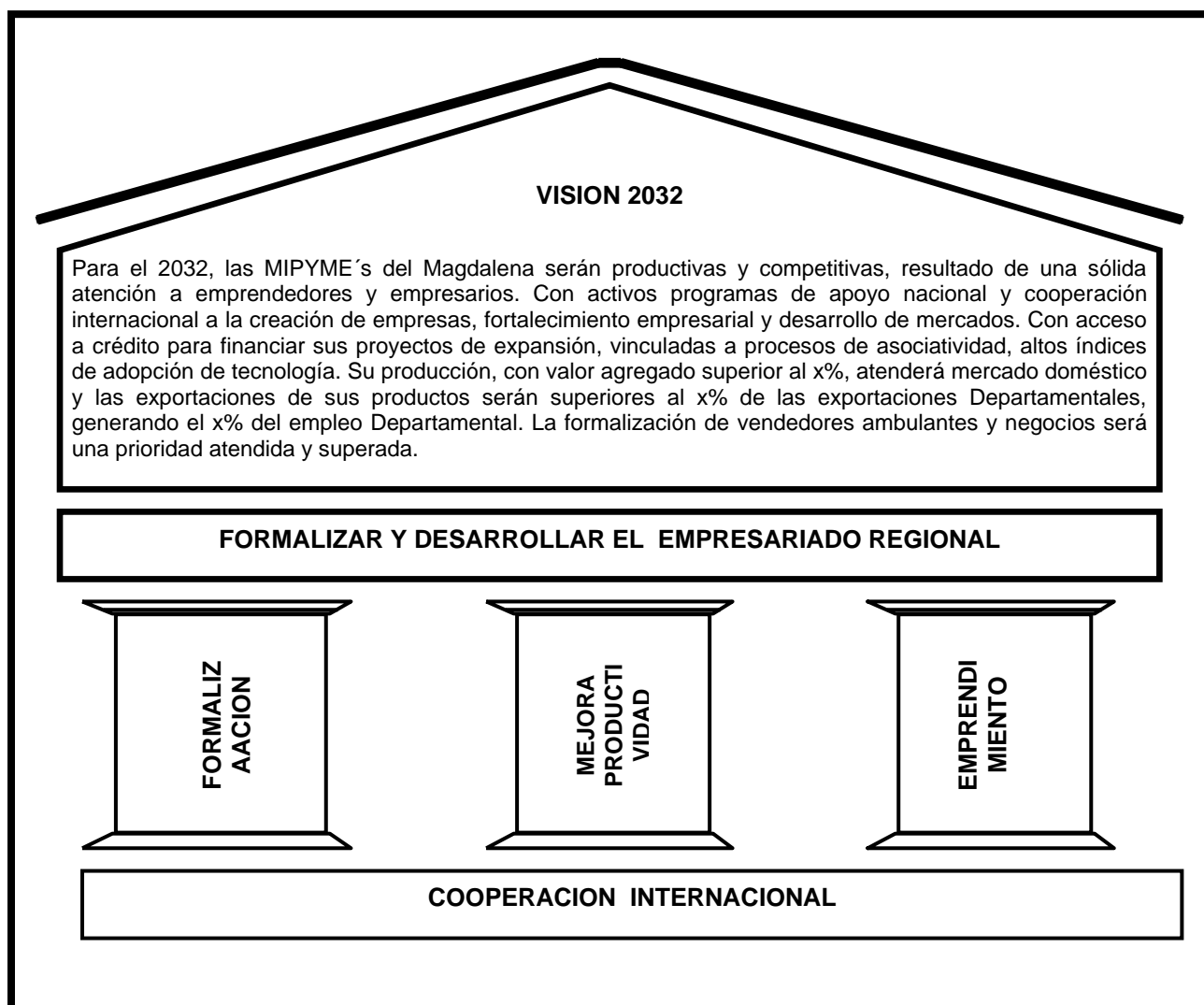
TABLA 5. MARKETING DE CIUDAD/REGION

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. Desarrollar Plan de Marketing de Ciudad/Región	1	Contratar consultoría. Definir identidad. Percepción domestica e internacional. Consultar a los municipios para identificar símbolos/valores. Identificar ventajas diferenciables. Diseñar e implementar estrategia de promoción de Ciudad/Región

2.2.2 Formalizar y Desarrollar el Empresariado Regional.

Un de los objetivos estratégicos fundamentales, propuestos por el Plan Regional de Competitividad, para hacer del Magdalena una Región competitiva es lograr un salto en la productividad y el empleo. Para lograrlo, es necesario ampliar la base de actividades económicas, desarrollando proyectos productivos sostenibles y de impacto significativo en la economía regional, liderados por nuevas empresas y/o expansión de las existentes.

FIGURA 3. FORMALIZAR Y DESARROLLAR EL EMPRESARIADO REGIONAL



2.2.2.1 Formalización de Negocios y Vendedores ambulantes

En Colombia el 57% de los ocupados⁶ y el 59% de las microempresas, son informales⁷. La informalidad es un problema con gran impacto negativo en la ciudad y tiene efectos nocivos sobre la productividad. Las empresas informales son empresas pequeñas, con limitado acceso al crédito y mercados externos, con personal reducido y poco calificado, con bajo nivel de inversión de capital. Equipamiento básico y generalmente obsoleto. Por otra parte, los trabajadores informales en general, tienen los ingresos más bajos de la economía, cuentan con menor acceso, entre otros, a servicios de salud, pensiones y capacitación laboral⁸. La existencia de empresas informales se traduce en una competencia desleal para las empresas formales, ya que no tributan, no pagan parafiscales y adicionalmente, incrementa la carga tributaria sobre las empresas formales.

El reto para Santa Marta es diseñar procesos que faciliten la formalización empresarial e implementar el régimen de transición que el Gobierno está diseñando para tal fin. Adicionalmente, diseñar una estrategia que permita un mejoramiento continuo en el *Doing Business*, con el objetivo de simplificar las regulaciones para que sean más eficientes y racionales y así, asegurar que se protejan debidamente los intereses públicos.

TABLA 6. FORMALIZACION EMPRESARIAL

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. FORMALIZAR	1	Diseñar Estrategia y Divulgar Ventajas de Formalización
	2	Transferir Régimen de Transición de Informalidad a la Formalidad (Nal)
	3	Diseñar Medidas de apoyo a la formalidad. Mejorar su rentabilidad, reducir costos de formalizar.
2. BANCARIZAR MIPYME'S	4	Diseñar Estrategia y Promoción para bancarizar MIPYME's
3. TECNIFICAR NUEVAS UNIDADES EMPRESARIALES	5	Diseñar Programa de Asesoría y Acompañamiento técnico y administrativo.

⁶ DANE. Encuesta de Hogares. 2008 B. Bogotá.

⁷ Cárdenas y Mejía. Basado en encuesta de Microempresarios del DANE. 2007. Bogotá.

⁸ Consejo Privado de Competitividad 2008-09. Para la Prosperidad Colectiva. 2008. Bogotá.

2.2.2.2 Mejora en la Productividad

Mejorar la productividad de las empresas del Departamento, es fundamental para alcanzar la Visión propuesta. Para tal fin, es necesario el incremento en la productividad y el empleo en las actividades más intensivas en mano de obra. Sin embargo, teniendo en cuenta el tamaño del sector empresarial del Magdalena, el nivel de adopción de nuevas tecnologías y la penetración de su oferta productiva en mercados globalizados, es necesario ocuparse primero del fortalecimiento de la productividad de las empresas, a través de las siguientes acciones.

TABLA 6. FORMALIZACION EMPRESARIAL

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
4. DESARROLLAR CAPACIDAD PRODUCTIVA DE MIPYME'S	6	Vincular Proveedores de Proyectos
	7	Vincular Servicios de Consultoría especializada en MIPYME's
	8	Formulación y ejecución de proyectos de expansión en MIPYME's
	9	Estrategia de acceso y transferencia de tecnología para mejorar productividad
	10	Crear una Red para la Promoción de la Asociatividad
5. TIC'S	11	Apropiación generalizada del uso de TIC's para mejorar productividad, I&D y penetración de mercados de MIPYME's
6. INTERNACIONALIZACIÓN DE MIPYME'S	12	Crear programa de creación de empresas sostenibles, competitivas y exportadoras, con énfasis en logística, turismo y agroindustria
	13	Crear programas de capacitación en inteligencia de mercados, asociatividad y adopción de nuevas tecnologías.

2.2.2.3 Apoyo al Emprendimiento

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión

de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad⁹.

El Emprendedor es una persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Para fomentar la cultura del emprendimiento es preciso que se inicie un proceso desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede llegar a triunfar tanto personal como económicamente.

Lamentablemente nuestro sistema educativo se ha enfocado a formar empleados y asalariados más no empresarios. Y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores.

Por lo anterior, se propone:

TABLA 6. FORMALIZACION EMPRESARIAL

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
7. Emprendimiento	15	Crear la cátedra emprendedor - empresario en todas las facultades
	16	Crear Fondo de Capital de Riesgo y articular Universidad - Empresa - Emprendedor
	17	Estrategia de Promoción y Fomento al Emprendimiento. Diseñar política/programas de Apoyo a Emprendedores

2.2.2.4 Cooperación Internacional.

La cooperación para el desarrollo comprende el conjunto de actuaciones, realizadas por actores públicos y privados, entre países de diferente nivel de renta con el propósito de promover el progreso económico y social de diversas zonas y que resulte sostenible.

Por lo que respecta a los actores, el sistema de la cooperación al desarrollo está constituido por actores de diversa índole y funciones, coexistiendo organizaciones públicas y privadas, generalistas y especializadas, y con

⁹ AGUIRRE, Espinosa Angélica. <http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>.

distintas formas y estrategias de acción. De manera general cabe distinguir entre instituciones públicas y privadas. Entre las primeras están las instituciones multilaterales, los gobiernos de los países donantes y receptores, las administraciones públicas regionales y locales, las universidades, etc.

La cooperación la constituyen los flujos que las agencias oficiales, incluidos los gobiernos estatales y locales, o sus agencias ejecutivas que destinan a los países en desarrollo y a las instituciones multilaterales y que en cada operación satisfacen las siguientes condiciones: a) tienen como principal objetivo la promoción del desarrollo económico y el bienestar de los países en desarrollo y b) son de carácter concesional y contienen un elemento de donación de al menos el 25% de los proyectos aprobados.

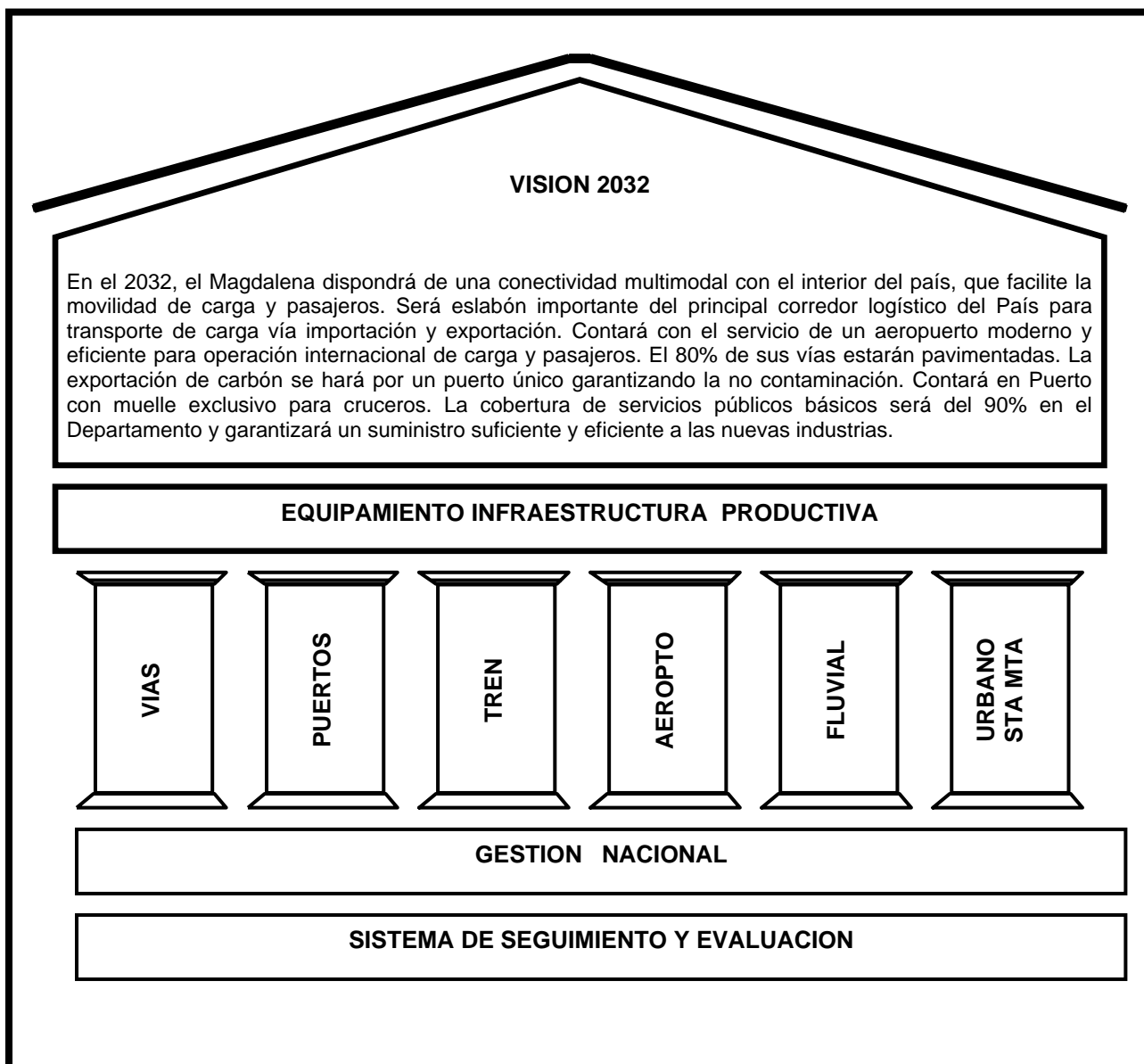
El Magdalena puede ser sujeto de este tipo de aportes vía cooperación, para aplicar a los diferentes proyectos y propuestas. El PRC propone, integrar un equipo que diseñe una estrategia y adelante una gestión integral y articulada, con el único objetivo de capturar la mayor cantidad posible de recursos de cooperación internacional.

2.2.3 Desarrollar Sectores de Talla Mundial.

El PRC por ahora no aborda este tema. La CRC, basada en estudios técnicos, las ventajas comparativas del departamento y la política nacional, deberá evaluar y proponer que sectores de talla mundial desarrollar en el Departamento.

2.2.4 LOGRAR EQUIPAMIENTO REGIONAL DE INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA.

FIGURA 4. EQUIPAMIENTO INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA



La infraestructura, el transporte y la logística son tres componentes claves para incentivar el crecimiento económico y la integración regional.

El Magdalena cuenta con 656 kms de vías, que lo ubica en el puesto 13 de 32 Departamentos en el País. Pero solo 309 kms (3.22% de total de vías del País), están pavimentadas; razón por la cual cae al puesto 16 de 32. La red vial del departamento está muy por debajo del promedio nacional, con el

agravante de que la red secundaria y terciaria que permiten la conectividad intra departamental para la movilidad de la producción regional, está en mal estado y colapsa en época de invierno.

Un estudio del Banco Mundial, reportado por el Consejo Privado de Competitividad¹⁰, calculó que los costos logísticos de Colombia eran 18.6% de las ventas, mientras que en los Estados Unidos eran de 8.1%. Del total de costos logísticos en Colombia, el 52.2% son costos de transporte. El costo de transporte Ton/km en Colombia, es 20% superior al de Argentina, 38% al de México y 13% más que Brasil.

Afortunadamente para el Magdalena y particularmente para Santa Marta, las condiciones de infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria, han cambiando sustancialmente en los últimos dos años, para integrar un corredor logístico desde el interior del país al puerto de Santa Marta, gracias al apoyo de la Presidencia.

Estamos en proceso de fortalecer el transporte intermodal y multimodal. Obras como la Ruta del Sol, vía en doble calzada Bogotá-Santa Marta, la vía alterna al puerto y el traslado de la vía férrea del sector de Pozos Colorados, permitirán canalizar el tráfico pesado, fuera del sector turístico y el casco urbano de Santa Marta. Se debe continuar con los proyectos para la competitividad, de manera que se puedan articular la red interna de vías del Departamento con los corredores de comercio exterior y dobles calzadas. Desarrollar la "Vía de la Productividad" sobre el dique (margen derecho del Río Magdalena) que permitirá habilitar extensas zonas de suelos productivos.

La licitación del Ferrocarril Central, permitirá la operación de transporte férreo de carga en primera instancia y posteriormente de pasajeros, desde La Dorada hasta el Puerto de Santa Marta, con una reducción importante de costos. En La Dorada se desarrollará un centro de distribución de carga.

La modernización del terminal y extensión de 500 metros de la pista del Aeropuerto Simón Bolívar, facilitará la operación aérea de pasajeros nacionales, extranjeros y carga.

La Sociedad Portuaria de Santa Marta, una vez obtuvo la prórroga de la concesión de operación por 25 años más, acomete inversiones por Us\$127MM, para modernizar su operación y expandir las instalaciones del puerto, incluido un muelle exclusivo para cruceros.

¹⁰ Consejo Privado de Competitividad. Informe Nacional de Competitividad 2008-09. 2008. Bogotá.

TABLA 7. EQUIPAMIENTO INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA

INICIATIVAS		ACTIVIDADES		
1. VIAS	Conectividad Nacional e Internacional	1	Doble Calzada "Y" de Ciénaga – Mamatoco	
		2	Vía alterna al Puerto. Quebrada el Doctor - Puerto Santa Marta	
		3	Doble Calzada Mamatoco – Paraguachón.	
		4	Autop Las Américas: Panamá – Maracaibo.	
		5	Ruta del Sol: Bogotá – Sta Marta	
	Plan Vial del Magdalena	Conectividad Intra Departamental	6	Vía de la Productividad 197 Kms
			Vía Minca – Campano – La Tagua	
			El Piñón – Pivijay 33.7 Kms	
			Pivijay – Apure 90 Kms	
			Santa Ana – La Gloria (Final) 59.5 Kms	
			Sta Ana – Guamal 65 Kms	
			El Banco – El Burro 12 Kms	
			Pueblo Nuevo – Sta Rosa de Lima 87 Kms	
			San Pablo – San Pedro 20 Kms	
Traslado Corredor Férreo 26 Kms				
Puerto Único de Carbón				
2. PUERTOS	7	Modernización y Expansión del Puerto de Santa Marta. Inversión SPSM Us\$ 127MM.		
	8	Operación del Puerto de Palermo.		
3. TREN	9	Seguimiento a la Licitación del Ferrocarril Central. Para habilitar transporte de carga y pasajeros desde Bogotá a Puerto/Santa Marta		
4. AEROPUERTO	10	Corto Plazo. Alargue de la pista (500 mts) y modernización del terminal.		
	11	Largo Plazo. Traslado y construcción nuevo terminal aeroportuario.		
5. FLUVIAL	12	Habilitar la navegabilidad del Río Magdalena para transporte de carga desde y hacia el interior del País.		
6. INFRAESTRUCRURA URBANA EN SANTA MARTA	13	Asegurar calidad y suministro de servicios públicos en Santa Marta que garanticen demanda de nuevas empresas y sector turismo.		
	14	Trasporte masivo de transporte urbano		
7. GESTION NACIONAL	15	Estructurar bloque de gestión ante gobierno nacional e instituciones de cooperación internacional con el objetivo de asegurar recursos para la Región. (Gob(s)+Alcalde(s)+Parlamentarios+Empresarios)		
8. SEGUIMIENTO	16	Estructurar grupo y mecanismo de control y seguimiento.		

2.2.5 MEJORAR EDUCACIÓN Y DESARROLLAR CT&I.

Los aumentos de productividad son los que permiten a una sociedad alcanzar y mantener altos niveles de vida en el largo plazo. La innovación hace posible mejorar permanentemente la productividad. En consecuencia, de la capacidad de innovación de una Región depende en gran medida que pueda ser competitiva y alcanzar la prosperidad colectiva¹¹.

El concepto de innovación va desde el diseño de nuevos productos y servicios, su introducción al mercado, hasta, procesos y formas de comercialización y organización.

Como señala el documento CONPES¹², “El conocimiento es en el siglo XXI un recurso crucial entre los múltiples determinantes de la competitividad de un país. La generación de valor, en base a la creación intelectual, es decir, la producción de conocimiento, así como el uso del conocimiento disponible son herramientas fundamentales para producir bienes y servicios innovadores capaces de insertarse adecuadamente en los mercados competitivos”.

El reto para Santa Marta en esta área, como primera medida es mejorar los índices de cubrimiento, calidad y escolaridad de la educación básica, secundaria y superior. Con nuestros técnicos y profesionales, debemos desarrollar capacidades científicas y tecnológicas que se deben traducir en innovaciones de nuestras las productivas del Departamento. Se necesita desarrollar instrumentos para apoyar los emprendedores y el emprendimiento innovador (fondo económico, capacitación, asesoría, acompañamiento). Dar apoyo a las pequeñas empresas, que constituyen el mecanismo medular para la comercialización de nuevas tecnología. La sinergia Universidad – Empresa se debe propiciar y fortalecer. En este proceso, el CODECYT está llamado a ser el líder natural del cambio que se requiere.

¹¹ Idem anterior

¹² CONPES 3533. 2008. Bogotá,

FIGURA 5. MEJORAR EDUCACION Y DESARROLLAR CT&I

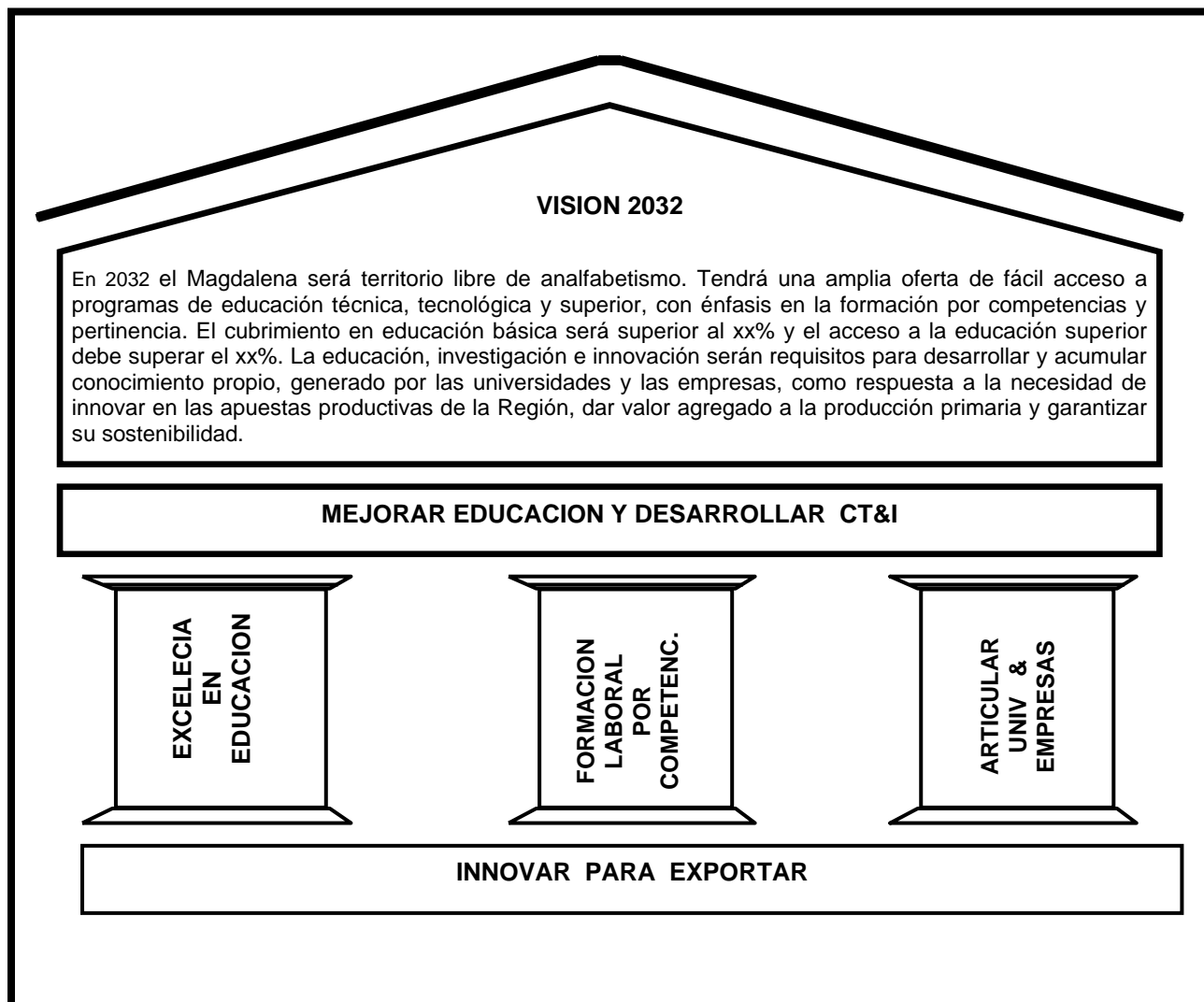


TABLA 8. MEJORAR EDUCACION Y DESARROLLAR CT&I

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. EXCELENCIA EN EDUCACIÓN.	1	Diseñar Plan para mejorar índices de educación (infraestructura, calidad, cubrimiento, deserción).
	2	Revisión de contenidos y priorizar educación por competencias para formar capital humano que fortalezca sectores productivos. Enfasis dominio idioma inglés.
	3	Priorizar educación tecnológica y formación para el trabajo
	4	Diseñar Plan de capacitación de docentes
2. FORMACIÓN LABORAL POR COMPETENCIAS	5	Estudio para caracterizar la vocación de cada región del Depto. y su vocación competitiva
	6	Identificar y caracterizar el perfil técnico y profesional de los sectores priorizados
	7	Coordinar entidades para construir, adecuar y dotar politécnicos regionales
	8	Definir programas de formación básica que soporte los procesos de industrialización agropecuaria, turismo, otros
3. ARTICULAR UNIVERSIDAD & EMPRESA	9	Promover Alianza Universidad – Empresa para desarrollar proyectos de investigación e innovación. Prioridad apuestas productivas
	10	Desarrollar estrategia para proteger la propiedad intelectual e industrial
4. INNOVAR PARA EXPORTAR	11	Formular estrategia para captar recursos de Colciencias e instituciones de Cooperación Internacional para I&D
	12	Estructurar acuerdo para generar fondos de I&D. % del PIB regional y % de utilidades de empresas.
	13	Articular con redes de I&D para innovar en apuestas productivas. Dar valor agregado a la producción primaria.

2.2.6 MEDIO AMBIENTE. SOSTENIBILIDAD Y BIOPROSPECCION

La Sierra Nevada de Santa Marta es una subregión estratégica para el Caribe colombiano, en la medida en que es la principal fuente de agua para tres departamentos. Los ríos que nacen en la Sierra Nevada producen más de 10.000 millones de metros cúbicos de agua por año, de los cuales una parte se convierte en fuente de agua para 1.5 millones de personas. Las cuencas forman en la parte plana y circunvecina de la Sierra, valles aluviales que en conjunto suman más de 280.000 hectáreas de fértiles tierras¹³.

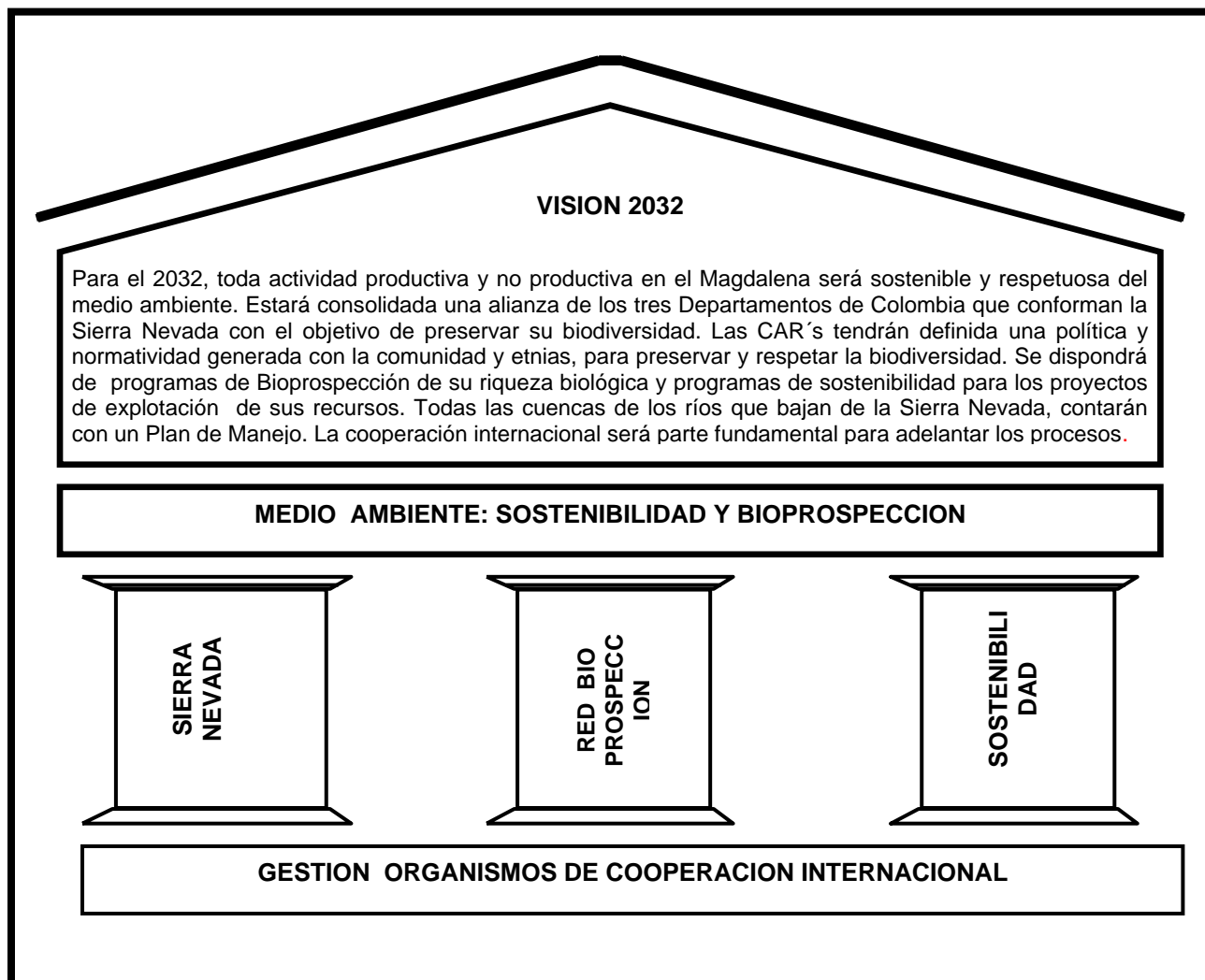
La Sierra Nevada cuenta con una aceptable disponibilidad de agua, pero así mismo se presenta una alta presión sobre sus cuencas, debido a la presión de los colonos que explotan de manera no sostenible los suelos. Adicionalmente, desde la década de 1970 la inseguridad ha sido creciente en el macizo montañoso, con la presencia de cultivos ilícitos y grupos armados ilegales.

El resultado de estas condiciones socio económicas, es una disminución apreciable de los caudales de los ríos que bajan de la Sierra Nevada, comprometiendo de manera dramática, la sostenibilidad de toda actividad humana y agroindustrial, localizada en los valles de la parte baja.

Al garantizar las condiciones de seguridad y sostenibilidad, se lograría promocionar a la Sierra Nevada de Santa Marta como destino internacional del ecoturismo y turismo cultural. Así mismo, se aumentaría su producción de café, cacao, miel, hortalizas y frutas orgánicas, entre otros productos, de amplia demanda en el mercado internacional.

¹³ VILORIA, de la Hoz Joaquín. SIERRA NEVADA DE SANTA MARTA: ECONOMÍA DE SUS RECURSOS NATURALES. Banco de la República. Julio, 2005

FIGURA 6. MEDIO AMBIENTE: SOSTENIBILIDAD Y BIOPROSPECCION



2.2.6.1 Sierra Nevada.

Es necesario hacer una recopilación de los diversos estudios, de los cuales ha sido objeto la Sierra Nevada de Santa Marta y definir el estado del arte. La Universidad del Magdalena, propone adelantar estudios orientados a la profundización del conocimiento de la Sierra Nevada de Santa Marta, con el fin de proponer las alternativas de manejo que garanticen la conservación de los ecosistemas y su inestimable biodiversidad y asegure la oferta hídrica para el abastecimiento de las comunidades que de ella dependen.

2.2.6.2 Bioprospección

De acuerdo al Plan Nacional de Bioprospección Continental y Marina, la bioprospección se define como la “*Temática y trabajo colectivo orientados a la búsqueda, conocimiento y selección de organismos o productos derivados, con uso actual o potencial en salud, alimentación, industria y medio ambiente, entre otros y su aprovechamiento sostenible en procesos productivos a escala industrial o artesanal, con aplicación nacional o internacional de los productos o servicios generados*”¹⁴.

El contexto amplio al cual se hace referencia está determinado por la posibilidad de aprovechar el recurso biológico y genético con que se cuenta y de aplicar el desarrollo tecnológico-productivo que pueda ser generado, en aquellas situaciones en que exista la necesidad o se presente la oportunidad de colonizar mercados.

La bioprospección apoyaría actividades tales como la identificación de sistemas naturales y de especies nativas, estudios básicos y desarrollo de metodologías de conservación *insitu* para reducción y captura de gases con efecto invernadero; estudios para identificación de capacidad de carga; monitoreo; generación de inventarios en áreas protegidas para fortalecimiento del ecoturismo; búsqueda de organismos, metabolitos, tecnologías y procesos utilizados para biorremediación en tratamientos de vertimientos; productos naturales no maderables con selección de especies, caracterización, evaluación de tecnologías de transformación, producción, conservación, creación de bancos de germoplasma *ex situ*; productos naturales maderables con procesos de selección de especies nativas promisorias, propagación vegetativa, implementación de viveros, investigación en producción de semillas; agricultura ecológica mediante investigación y desarrollo de biofertilizantes y bioplaguicidas; actividades en biotecnología, mediante el desarrollo de técnicas que sirvan como herramientas para los procesos que así lo requieran¹⁵.

Es evidente, que la Sierra Nevada, ofrece una oportunidad inmensa de desarrollo en esta área. La Universidad del Magdalena así lo entiende y a través del INTROPIC, propone acciones en ese sentido:¹⁶

- ✓ Realizar Programas de inventario y caracterización de especies con uso potencial y promisorio.

¹⁴ MELGAREJO, L. M., J. SÁNCHEZ, C. REYES, F. NEWMARK y M. SANTOS-ACEVEDO Plan Nacional en bioprospección continental y marina (propuesta técnica) Bogotá: Cargraphics, 2002. 122p.--(Serie de Documentos Generales INVEMAR No.11)

¹⁵ Idem

¹⁶ UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA. INTROPIC.

- ✓ Identificar organismos y sus productos derivados aplicados a la seguridad alimenticia y desarrollo industrial.
- ✓ Generar paquetes tecnológicos para el aprovechamiento sostenible de los recursos biológicos regionales.
- ✓ Fomentar programas de entrenamiento y transferencia de tecnologías de nuevos productos alimenticios.
- ✓ Realizar estudios y análisis de factibilidad económica y técnica, para la producción y comercialización de productos obtenidos mediante procesos de bioprospección.
- ✓ Promover alianzas estratégicas entre las empresas, los gremios, las comunidades organizadas, las universidades, grupos de investigación y centros de desarrollo tecnológico que permitan la consolidación de cadenas productivas competitivas.
- ✓ Identificar y caracterizar los recursos biológicos con potencial económico para implementar proyectos de investigación orientados al aprovechamiento sostenible de la biodiversidad en la región Caribe Colombiana.

2.2.6.3 Sostenibilidad.

Toda actividad productiva en el Magdalena debe ser sostenible y respetuosa del medio ambiente. El criterio incluye cualquier acción que se adelante en la Sierra Nevada. Se propone:

- ✓ Fomentar programa de monitoreo ambiental participativo, desarrollar información biológica y socioeconómica para la protección y manejo del ecosistema.
- ✓ Involucrar a las comunidades locales de las áreas de ecosistemas críticos para que se apropien de la información de estudios biológicos y sociales, y para que participen en la protección y manejo de las áreas protegidas en sus zonas de influencia a través de la educación ambiental.

Para conseguir los objetivos, se deben combinar esfuerzos en el trabajo directo con las comunidades que viven en las áreas de ecosistemas críticos, a través de concesiones y convenios con entidades públicas y privadas de carácter regional, nacional e internacional

2.2.6.4 Gestión Apoyo Organismos de Cooperación Internacional.

- ✓ Gestionar y obtener apoyo nacional e internacional para la participación en proyectos de conservación y manejo sostenible de los ecosistemas de la Sierra Nevada y la creación de áreas protegidas públicas y privadas.

TABLA 9. MEDIO AMBIENTE: SOSTENIBILIDAD Y BIOPROSPECCION

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. PROTECCION DE LA SIERRA NEVADA DE SANTA MARTA.	1	Revisión estudios preliminares. Estado del Arte
	2	Elaborar propuestas de manejo
	3	Elaborar Plan para asegurar recurso y oferta hídrica
2. BIOPROSPECCION	4	Elaborar inventario y caracterización de especies con uso potencial
	5	Identificar organismos/productos sujetos de desarrollo alimentario y/o industrial
	6	Generar paquetes tecnológicos para aprovechamiento sostenible del recurso biológico
	7	Establecer factibilidad Ec. y Tec. De productos de bioprospección
	8	Promover alianzas Empresas - U-Comunidades para consolidar cadenas productivas
	9	Identificar y caracterizar recursos biológicos con potencial Ec
3. SOSTENIBILIDAD	10	Desarrollar programa de monitoreo ambiental, información biológica y socioeconómica para proteger el ecosistema
	11	Desarrollar programa de protección y manejo de áreas con las comunidades
4. GESTION ORGANISMOS DE COOPERACION INTERNACIONAL	12	Gestionar y obtener apoyo nacional e internacional para la participación en proyectos de conservación y manejo sostenible de los ecosistemas de la Sierra Nevada y la creación de áreas protegidas públicas y privadas.

2.2.7 FORTALECER EL GOBIERNO REGIONAL E INSTITUCIONALIDAD.

La competitividad de un país tiene, necesariamente, una dimensión regional. La competitividad país, es la resultante de la competitividad de sus regiones. Las empresas operan dentro de un ámbito espacial específico y su desempeño depende en buena medida, de las características del entorno¹⁷.

La competitividad regional está por supuesto, afectada por la calidad de las políticas públicas tanto a nivel nacional como a nivel regional y local. Y, dentro de estas, es necesario destacar la importancia de la fortaleza de las finanzas locales y regionales, el grado de desarrollo, dinámica y compromiso de una institucionalidad que permita una coordinación y articulación público privada eficaz, como elementos fundamentales para la definición y sostenibilidad de estrategias de largo plazo alrededor de la competitividad¹⁸.

Nuevos análisis de la teoría de crecimiento, han permitido comprender la competitividad de un modo más amplio. Nos han permitido entender como las externalidades, los encadenamientos productivos, las economías de escala en economías externas, complementariedades estratégicas, montos de inversión, la innovación tecnológica entre otras, son aspectos claves para el desarrollo.

Sin embargo, una transformación significativa en las interpretaciones, ocurrió con el reconocimiento de la importancia de las instituciones en las operaciones de mercado y su relación con el cambio y el crecimiento. Las instituciones permean todas las actividades económicas, afirma la CEPAL¹⁹.

Hoy en día el desarrollo económico se entiende como un proceso de superación de la acción colectiva, en el que la creación de normas, marcos legales y regulatorios, permiten reducir costos de transacción, gracias a lo cual es posible crear empresas y desarrollar mercados.

El papel del Estado y sus instituciones como complemento del mercado es evidente. En las regiones, la institucionalidad toma un rol particular, dependiendo de la manera como asuma de manera eficiente y efectiva sus

¹⁷ Consejo Privado de Competitividad. Informe Nacional de Competitividad 2008-2009. Ruta a la Prosperidad Colectiva. Bogotá. 2008.

¹⁸ Idem anterior

¹⁹ RAMIREZ, OSORIO Y PARRA- PEÑA. Escalafón de Competitividad de los Departamentos en Colombia. Naciones Unidas. Cepal. Bogotá. 2007.

responsabilidades. Aspectos como derechos de propiedad, estructuras de regulación, calidad e independencia del sistema judicial, capacidad y calidad burocrática, transparencia, rendición de cuentas; son factores de gran importancia para iniciar y sostener cualquier proceso de cambio social y crecimiento económico²⁰. Adicionalmente, generan confianza en el sector empresarial.

Por otro lado, las reformas implementadas para sustituir el Estado proveedor y subsidiario por un Estado con funciones de financiamiento, regulación y diseño de política social, han sido la base de la política de descentralización, orientada en tres aspectos fundamentales:

En el orden político, se promueve una efectiva participación ciudadana a nivel local como parte de los procesos de democratización. En el orden económico para mejorar la eficiencia en la provisión de servicios sociales, necesidades y preferencias de la población a nivel local. Finalmente, en el orden institucional, fortalece la interacción del gobierno nacional con los regionales e implica asumir nuevas funciones y atribuciones localmente, de carácter territorial, fiscal-financiero, rendición de cuentas, entre otros.

Por lo anterior, es que el proceso de Transformación Productiva propuesto, requiere instituciones a nivel regional fortalecidas, transparencia en las ejecuciones públicas, de manera que se genere confianza en sus actuaciones. Adicionalmente, es requisito, una estrecha articulación público – privada.

Es necesario un compromiso, participación activa, dinámica y protagónica de la Administración Departamental, Distrital y Municipales, para el diseño de políticas que promuevan la inversión de privados, como generador de cambio²¹.

²⁰ RAMIREZ, OSORIO Y PARRA- PEÑA. Escalafón de Competitividad de los Departamentos en Colombia. Naciones Unidas. Cepal. Bogotá. 2007.

²¹ Consejo Privado de Competitividad. Informe Nacional de Competitividad 2008-2009. Ruta a la Prosperidad Colectiva. Bogotá. 2008.

FIGURA 7. GOBIERNO E INSTITUCIONALIDAD

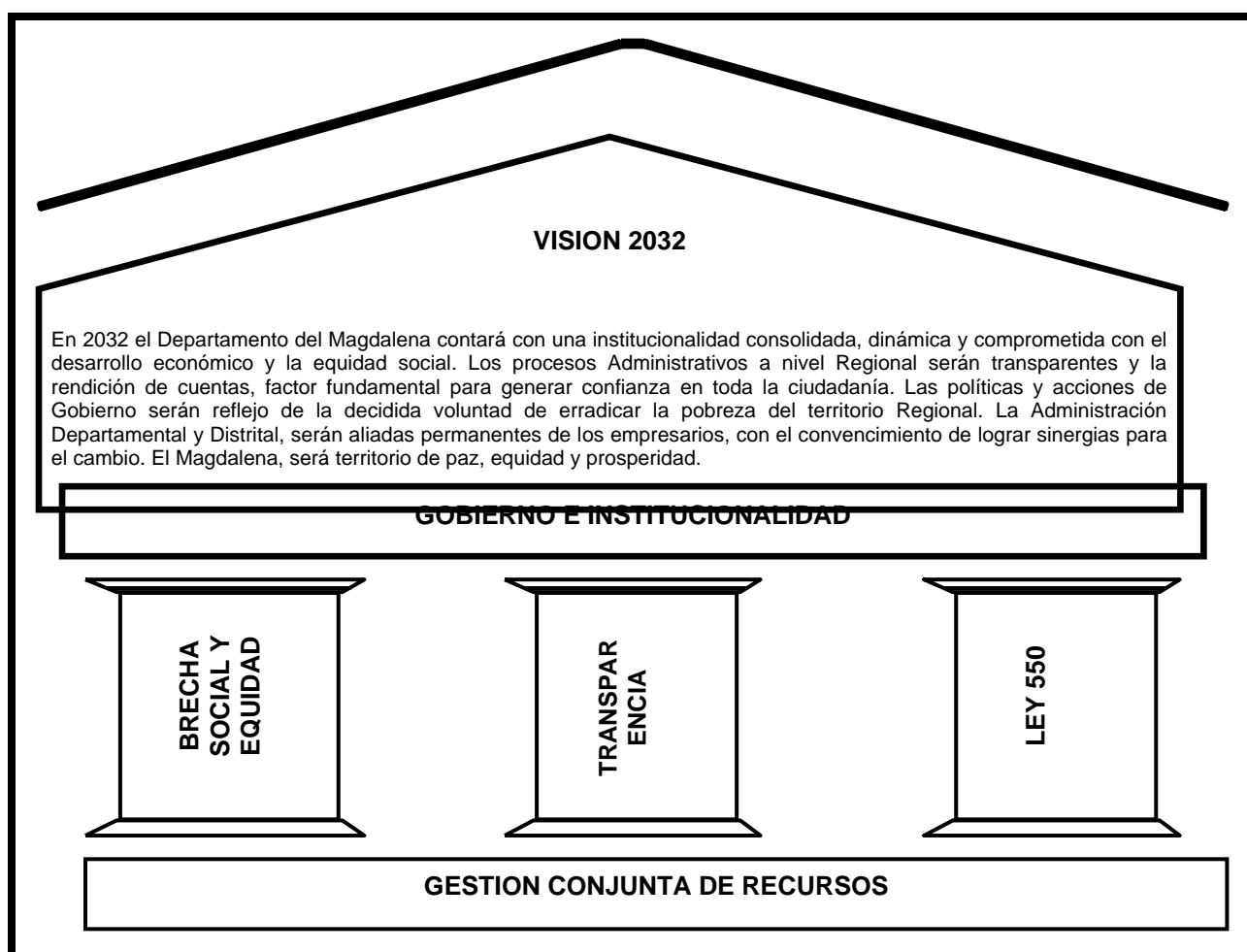


TABLA 10. GOBIERNO E INSTITUCIONALIDAD

INICIATIVAS	ACTIVIDADES	
1. BRECHA SOCIAL Y EQUIDAD.	1	Calidad de Vida y Equidad social*
	2	Territorio de reconciliación*
	3	Medio ambiente sano*
2. TRANSPARENCIA	4	Buen Gobierno y Ciudadanía responsable*
	5	Economía más productiva y competitiva*
3. LEY 550	6	Diseñar Estrategia para superar limitaciones de Ley 500 en Depto, Distrito y Municipios.
4. GESTION CONJUNTA DE RECURSOS	7	Consolidar "Bloque" de Gob + Alcalde + Senadores + Congresistas + Empresarios + Diputados + Alcaldes para gestionar recursos para la Región de manera conjunta y articulada.

* Ejes Estratégicos del Plan de Desarrollo 2008-11. Dr. Omar Díaz Granados.

3. REFLEXIONES Y RECOMENDACIONES.

- Los actores en la Gestión de la Comisión de Competitividad, han sido la Administración Departamental, la Administración Distrital, los Empresarios, y las Universidades. Ha sido evidente el interés de actores e instituciones comprometidos con el proceso de construcción del Plan de Competitividad.
- Importante para destacar, el compromiso, la diligencia y rigor técnico, con que las Mesas de Trabajo abordaron la tarea de identificar y justificar, las alternativas productivas.
- Se ha logrado el fortalecimiento público-privado en torno al tema de competitividad.
- Reconocemos la necesidad de profundizar los análisis, ya que se tiene información deficiente en algunas áreas y nos faltan indicadores.
- El Plan de Competitividad, no es un objetivo en sí mismo. Es una propuesta como punto de partida, para avanzar en consolidar su estructura, enriquecerlo con nuevos aportes y garantizar su ejecución.
- A pesar de ser un punto de partida, su conceptualización y focalización estratégica para dinamizar el desarrollo Regional, ha sido validado por las instituciones participantes.
- El PRC se convierte en una herramienta de articulación de voluntades alrededor de los proyectos e iniciativas propuestas, para lograr el desarrollo de Santa Marta, los municipios y el Departamento en general.
- Es fundamental para el éxito de la ejecución del Plan, que la CRC cuente con el decidido respaldo, del Gobernador, el Alcalde, los Empresarios la institucionalidad del Departamento, como ente articulador en torno a los temas de desarrollo.
- La estrecha relación Estado-Empresa-Universidad es un elemento fundamental para la ejecución y sostenibilidad de los proyectos.
- Es necesario desarrollar el Plan como Ciudad/Región. Departamento + Distrito Capital + Municipios. Por tal razón, se requiere un alineamiento estratégico con todos los municipios, buscando sinergias para el desarrollo de las subregiones.
- Se propone crear una “Agencia para el Desarrollo Regional”. Estructurar su financiamiento y funcionamiento, con el objetivo de lograr la ejecución del PRC.

4. PROPUESTA

CREAR UNA AGENCIA PARA EL DESARROLLO REGIONAL. ADR.

Justificación.

Actualmente no existe una oferta articulada de servicios que apoye la promoción de Santa Marta y el Magdalena en la toma de decisiones de potenciales inversionistas interesados en la Región. Desde diversas entidades públicas y privadas se adelantan iniciativas que manejan información y procedimientos diferentes, lo que resulta en una atomización de esfuerzos que generan poco impacto.

Descripción

Organización de carácter mixto para desarrollar una estrategia diferenciada con el fin de promover de manera proactiva la región de Santa Marta y el Magdalena, como destino de inversión extranjera, en base a las ventajas comparativas y desarrollos competitivos de la región. La Agencia Multilateral de Garantías del Banco Mundial, apoya la creación de este tipo “agencias”.

Es necesario elaborar un Plan de Negocios para que el ente mixto creado para tal fin, identifique los sectores, subsectores y empresas, tanto público como privadas, para atraer inversión hacia la región y se diseñe e implemente la mejor estrategia para promoverlos.

Construir un portafolio de proyectos –preferiblemente con plan de negocios- que oriente al inversionista sobre las oportunidades de inversión que la Región ofrece.

Objetivos

- ✓ Articular los esfuerzos e iniciativas que adelanta la Región para atraer inversión extranjera con el fin de aumentar los flujos de capital dirigidos a los sectores productivos de la Región.
- ✓ Contar con una estrategia de atracción de capital privado productivo hacia Santa Marta/Magdalena, para posicionar la Región dentro de nichos específicos de inversionistas acordes con su potencial en determinados sectores.
- ✓ Ofrecer al inversionista potencial, un portafolio de proyectos susceptibles de recibir inversión.
- ✓ Apoyar a las empresas a desarrollar ventajas competitivas a partir de sus ventajas comparativas.

- ✓ Promover la creación de redes de encadenamientos productivos, investigativos e innovadores.

Actividades

- ✓ Crear “Ente Mixto”: Definir financiamiento, comprometer entidades, realizar convenio, crear y poner en marcha.
- ✓ Estrategia para AIED. Identificar sectores y subsectores con potencial, hacer estudios subsectoriales, elaborar Plan de Negocios, definir estrategia de promoción, definir estrategia de financiamiento.
- ✓ Oportunidades de Inversión: Elaborar Planes de Negocio del portafolio de proyectos.

Contribuciones.

- ✓ Promover y gestionar un mejor aprovechamiento de los recursos locales y regionales.
- ✓ Diagnóstico e identificación actualizada de oportunidades y amenazas. (contexto externo) y de potencialidades y debilidades (contexto interno) en función del desarrollo de capacidades endógenas.
- ✓ Promoción de nuevas actividades económicas y de generación de ingresos.
- ✓ Asesoramiento, información y apoyo a microempresas.
- ✓ Movilización de ahorro e inversiones para emprendimientos.
- ✓ Coordinación de políticas y estrategias de acción con respecto a las ventajas competitivas.
- ✓ Fomento de la cooperación empresarial y de la participación de agentes locales en proyectos comunes.
- ✓ Creación y difusión de una imagen atractiva del territorio.

Bibliografía.

AGUIRRE, Espinosa Angélica.

<http://www.gerencia.com/cultura-del-emprendimiento.html>

ACEVEDO Plan Nacional en bioprospección continental y marina (propuesta técnica) Bogotá: Cargraphics, 2002. 122p.--(Serie de Documentos Generales INVEMAR No.11)

Banco Mundial. Informe Sobre Seguimiento Mundial 2009

Banco Mundial. Perspectivas Económicas Mundiales 2009.

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/NEWSSPANISH/0,,contentMDK:22006682~menuPK:51191012~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074568,00.html>

Banco Mundial. R. Zoellick. Informe sobre el desarrollo mundial 2008. Agricultura para el Desarrollo. 2008. Washington D.C.

Cárdenas y Mejía. Basado en encuesta de Microempresarios del DANE. 2007. Bogotá.

CONPES 3533. 2008. Bogotá,

Consejo Privado de Competitividad 2008-09. Para la Prosperidad Colectiva. 2008. Bogotá.

DANE. Encuesta de Hogares. 2008 B. Bogotá.

DNP. 2019 Visión Colombia II Centenario. Aprovechar el territorio marino-costero en forma eficiente y sostenible. Propuesta para discusión. Bogotá. 2007

MELGAREJO, L. M., J. SÁNCHEZ, C. REYES, F. NEWMARK y M. SANTOS- Programa de las Naciones Unidas Para el Medio Ambiente.

www.pnuma.org/industria/turismo_sustentable.php

RAMIREZ, OSORIO Y PARRA- PEÑA. Escalafón de Competitividad de los Departamentos en Colombia. Naciones Unidas. Cepal. Bogotá. 2007.

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA. INTROPIC. 2008.

VILORIA, de la Hoz Joaquín. Sierra Nevada De Santa Marta: Economía De Sus Recursos Naturales. Banco de la República. Julio, 2005

