

**Análisis de las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el
Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de
competitividad e innovación del Magdalena**

Mariana Morón Narváez

**Universidad Del Magdalena
Facultad De Ciencias Empresariales Y Económicas
Programa De Negocios Internacionales
Santa Marta D.T.C.H
2019**



**Análisis de las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el
Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de
competitividad e innovación del Magdalena**

Mariana Morón Narváez

**Trabajo Presentado Como Requisito Parcial Para Optar Al Título De:
Profesional en Negocios Internacionales**

**Director Del Grupo:
MSC. Jaime Alberto Morón Cárdenas**

**Director De Pasantías:
Niver Alberto Quiroz**

**Grupo De Investigación:
Grupo De Análisis De Ciencias Económicas (GACE)**

**Universidad Del Magdalena
Facultad De Ciencias Empresariales y Económicas
Programa De Negocios Internacionales
Santa Marta D.T.C.H
2019**



Agradecimientos.

Primeramente le doy gracias a Dios por permitirme tener la vida y todas las experiencias que he podido disfrutar, gracias a la vida porque me demuestra lo hermosa y lo justa que puede llegar a ser; gracias a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar, creer en mí y en mis expectativas; gracias por desear y anhelar siempre lo mejor para mi vida, gracias por cada consejo y ser mi guía en este camino.

Gracias a mi hermana, mi hija, mi novio y demás familiares por también ser parte fundamental en este proyecto porque cada día tengo la oportunidad de estar y disfrutar al lado de las personas que sé que me aman.

Gracias a mi universidad porque me permitió llegar a ser una profesional, en la carrera que tanto me apasionaba, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso de formación, y en especial gracias a todos mis compañeros de universidad.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyendo en la realización de mi carrera profesional.

Tabla de contenido

1. Resumen	5
2. Abstract	5
3. Introducción	6
4. Objetivos.....	8
5. Justificación	9
6. Antecedentes de comercio exterior	10
7. Agenda de competitividad e innovación del Magdalena.....	12
8. Perfil del departamento	13
9. Análisis de las fortalezas para el desarrollo de comercio exterior	¡Error!
Marcador no definido.	
10. Análisis de las debilidades para el desarrollo de comercio exterior	19
11. Análisis de las de fortalezas y debilidades	21
12. Conclusiones	22
13. Bibliografía	23

Resumen ejecutivo

En este informe se efectúa un estudio sobre las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena; identificando aspectos sobre los diferentes indicadores de comercio exterior en el Departamento; todo ello, identificando diferentes aspectos sobre los productos que se exportan en este país, lo cual genera una idea general de los productos o servicios que se están llevando a otras economías y que en algunos casos no se producen con suficiente competitividad; teniendo en cuenta la importancia del comercio exterior en la economía del Departamento.

En este sentido, es importante resaltar que se llevó a cabo un estudio de revisión de diferentes bases de datos como la DIAN, DANE, MARO; además se analizaron varios aspectos como el comercio exterior y su importancia, el perfil del Departamento del Magdalena.

Dentro del trabajo se identificó el comportamiento del comercio exterior en el Departamento y cuál es la importancia de este; como fortalezas se analizaron las apuestas productivas, la ubicación estratégica del departamento, entre otras; así mismo dentro de las debilidades encontramos algunos productos de exportación no poseen valor agregado, además de los problemas logísticos de la infraestructura vial del departamento; Se concluye ofreciendo un análisis general que relaciona las fortalezas y las debilidades y ofreciendo unas estrategias para disminuir las debilidades y fortalecer el sector

Abstract

In this report a study is carried out on the strengths and weaknesses for the development of foreign trade in the Department of Magdalena within the framework of the update of the competitiveness and innovation agenda of Magdalena; identifying aspects of the different foreign trade indicators in the Department; all of this, identifying different aspects of the products that are imported into this country, which generates a general idea of the products or services that are being taken to other economies and that in some cases are not produced with sufficient competitiveness; taking into account the importance of foreign trade in the economic department.

In this sense, it is important to highlight that a review study of different databases such as DIAN, DANE, and MARO; In addition, several aspects were analyzed such as: foreign trade and its importance, the profile of the Magdalena Department.

Within the work, the behavior of foreign trade in the Department was identified and its importance; as strengths the productive bets were analyzed, the location strategy of the department, among others; Also within the weaknesses we find some export products do not have added value, in addition to the logistical problems of the department's road

infrastructure; It concludes by offering a general analysis that relates strengths and weaknesses and offering strategies to reduce weaknesses and strengthen the sector

Introducción

A partir de los años 90, la política económica y de comercio exterior del país tuvo un cambio notorio. Se siguieron las políticas de corte neoliberal –lideradas por Estados Unidos y el Reino Unido, en especial por sus primeros mandatarios, Ronald Reagan y Margaret Thatcher, respectivamente y se dio inicio a la apertura económica. Esta fue acompañada por una serie de transformaciones en las estructuras de algunas entidades; por ejemplo, se fusionó la Dirección de Impuestos Nacionales con la Dirección de Aduanas Nacionales para constituir la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). También se crearon el Ministerio de Comercio Exterior, Bancóldex y Proexport (hoy ProColombia).

Esta apertura económica significó un gran adelanto en la forma como se consideraba el comercio exterior. Aunque pudo planificarse mejor para minimizar el impacto desfavorable en algunos sectores, así se consiguió que las empresas modernizaran sus estructuras, renovaran sus maquinarias y pensarán en el consumidor. La competencia que ingresó al país fue tan fuerte, gracias a la disminución en los aranceles, que las empresas tuvieron que despertar de su letargo y conformismo.

En el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena se espera que el Departamento le dé soluciones a sus fallas de mercado, de articulación y de gobierno que limitan el crecimiento de la productividad y la sofisticación del aparato productivo colombiano y del Departamento del Magdalena

En este sentido, se requiere que la agenda atienda exclusivamente apuestas productivas priorizadas a nivel Departamental a partir de metodologías únicas; a través de mecanismos de ejes transversales de competitividad y desarrollo productivo.

En materia de comercio exterior la agenda tiene como propósito el desarrollo de las apuestas productivas, fortalecer las ventajas competitivas no sólo de grupos de empresas pertenecientes a un mismo sector productivo, sino a una cadena productiva completa, para lograr tener mayor producción de bienes o servicios que sirvan de intercambio comercial y obtener la apertura a nuevos mercados.

El objetivo principal del comercio exterior es satisfacer la demanda de los consumidores aprovechando las ventajas comparativas que tiene cada país. El concepto que engloba el comercio exterior de todos los países es el de comercio internacional.

Es importante mencionar que el desarrollo del comercio exterior se produce gracias a que existe una liberalización comercial, además de una eliminación de prohibiciones y trabas fronterizas. A su vez, la política de aduanas y fletes así como la de impuestos al comercio

exterior debe ser racional y prudente. Debe intentar fomentar la competencia del bien o servicio en el exterior y permitir que el país pueda recibir otras divisas diferentes. Todo ello, con la finalidad de que se puedan exportar bienes o servicios sin ningún tipo de política proteccionista

En este proyecto se determinaron cuáles son las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena; dado que en la actualidad un factor clave para el crecimiento económico es el comercio exterior, ya que este es el que engloba la compra y la venta de bienes y servicios entre distintos países y sus mercados; en materia de competitividad el comercio exterior es el puente para llegar a mercados internacionales y alcanzar mayor liderazgo nivel mundial.

Dentro de las principales fortalezas encontramos las apuestas productivas con las que cuenta el Departamento del Magdalena se agrupan 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, Sin embargo, como debilidad la producción de este Departamento tiene desventajas como la baja participación de productos de alto valor agregado en las exportaciones agroindustriales, la poca diversificación de su oferta exportadora y la limitada capacidad del Departamento.

Según la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (2015). El Magdalena tiene una ubicación geográfica privilegiada, abundancia de suelos fértiles y escenarios naturales de gran belleza y diversidad. Además de esto el Departamento cuenta con muchas oportunidades esto se debe a la capacidad productiva agroindustrial que tiene el Departamento; según el DANE en 10% de empresas en el Magdalena registran algún proceso de comercio exterior; Su mayor reto es fortalecer su capital humano para aprovechar sus riquezas naturales y encauzar el desarrollo regional hacia metas de beneficio común.

Según Procolombia (2015).El Magdalena es el séptimo Departamento más exportador de Colombia y puede seguir creciendo porque este cuenta con oportunidades que otros no tienen, y es que está ubicado en la costa por lo que se pueden llegar fácilmente a otros países.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar las Fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena

Objetivos Específicos

- Detallar las principales fortalezas para el desarrollo del comercio exterior en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena.
- Detallar las debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena.
- Relacionar las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el departamento del Magdalena

Motivación y justificación

El presente trabajo se realizó para lograr identificar cuáles son las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena.

El estudio busca analizar cuáles son las fortalezas y las debilidades con las que cuenta el Departamento; buscando la importancia de estos factores en el desarrollo del comercio con el fin de plantear cuales son los argumentos que debemos tener en cuenta para lograr un buen desarrollo y ser lo más altamente competitivo en el sector donde se pueda desempeñar las actividades económicas de Departamento.

Tendremos las bases suficientes para analizar y descubrir cuáles son las fortalezas y las debilidades, y ver cuáles serían las posibles estrategias que ayuden al Departamento a consolidarse en el mercado internacional, cumpliendo con los diferentes estándares internacionales.

Se pretende realizar una investigación a fondo de todos los indicadores y los temas específicos para para lograr obtener y analizar los resultados correctos frente al estudio de la investigación.

Análisis de las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el Departamento del Magdalena en el marco de la actualización de la agenda de competitividad e innovación del Magdalena.

Antecedentes de comercio exterior.

En los años 80, Colombia asumió las posiciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la cual tenía una marcada orientación Keynesiana en donde se empezaba a profesar la liberación económica a través de la integración, pero sujeta a una fuerte supervisión por parte de los Estados. Predominaba entonces una perspectiva proteccionista.

A partir de los años 90, la política económica y de comercio exterior del país tuvo un cambio notorio. Se siguieron las políticas de corte neoliberal lideradas por Estados Unidos y el Reino Unido, en especial por sus primeros mandatarios, Ronald Reagan y Margaret Thatcher, respectivamente y se dio inicio a la apertura económica. Esta fue acompañada por una serie de transformaciones en las estructuras de algunas entidades; por ejemplo, se fusionó la Dirección de Impuestos Nacionales con la Dirección de Aduanas Nacionales para constituir la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). También se crearon el Ministerio de Comercio Exterior, Bancóldex y Proexport (hoy ProColombia).

Esta apertura económica significó un gran adelanto en la forma como se consideraba el comercio exterior. Aunque pudo planificarse mejor para minimizar el impacto desfavorable en algunos sectores, así se consiguió que las empresas modernizaran sus estructuras, renovaran sus maquinarias y pensarán en el consumidor. La competencia que ingresó al país fue tan fuerte, gracias a la disminución en los aranceles, que las empresas tuvieron que despertar de su letargo y conformismo.

En realidad, en un país pequeño un arancel hace ineficientes a los consumidores y productores; a los primeros, porque no tienen productos con que comparar, y a los segundos, porque al no haber competencia no les interesa innovar, hacer reingeniería, planes de mejora ni procesos de calidad.

Numerosas críticas a esta apertura ocasionaron un estancamiento. Pero a comienzos del nuevo milenio, los tratados de libre comercio adquirieron protagonismo y no solo se contemplaron con los países de Latinoamérica, sino también con los desarrollados. De esta manera, se fueron estableciendo negociaciones comerciales con Estados Unidos, la Unión Europea, Canadá, con los países del EFTA, Corea del Sur, Israel, Turquía y Japón.

Esta internacionalización brindó nuevas oportunidades a los exportadores nacionales, dio vía libre a la inversión extranjera, la cual incentivó la generación de empleo y las importaciones de las materias primas vitales para desarrollar la propia industria.

El objetivo principal del comercio exterior es satisfacer la demanda de los consumidores aprovechando las ventajas comparativas que tiene cada país. El concepto que engloba el comercio exterior de todos los países es el de comercio internacional.

Es importante mencionar que el desarrollo del comercio exterior se produce gracias a que existe una liberalización comercial, además de una eliminación de prohibiciones y trabas fronterizas. A su vez, la política de aduanas y fletes así como la de impuestos al comercio exterior debe ser racional y prudente. Debe intentar fomentar la competencia del bien o servicio en el exterior y permitir que el país pueda recibir otras divisas diferentes. Todo ello, con la finalidad de que pueda importar bienes o servicios sin ningún tipo de política proteccionista.

Ventajas y desventajas de comercio exterior.

- **Ventajas**

Una de las mayores ventajas del comercio exterior es la posibilidad de que las personas y empresas puedan acceder a bienes y servicios (incluyendo insumos) más variados y baratos. En efecto, el comercio exterior impulsa la competencia entre distintos países que cuentan con una disponibilidad de recursos diferentes. Lo anterior permite que las personas puedan acceder a bienes que no se producen localmente o los mismos bienes locales pero a un precio reducido.

El comercio exterior permite también complementar la producción interna cuando esta es insuficiente para poder satisfacer la demanda local.

Además, el comercio exterior impulsa la eficiencia ya que permite que los países aprovechen sus ventajas comparativas, tanto en recursos como en tecnología y ubicación.

- **Desventajas**

El comercio exterior puede ser perjudicial para las empresas locales menos eficientes. En efecto, la mayor competencia de las empresas de otros países puede presionar a la salida de las empresas locales que no son capaces de adaptarse y atraer las preferencias de los clientes. No obstante, esto no es perjudicial para los consumidores ni para la sociedad en general. De hecho, este es el objetivo del libre mercado, promover la competencia para que solo los más

eficientes puedan quedarse y satisfacer de la mejor forma posible la demanda de los consumidores (con menores precios y mayor calidad).

Agenda de competitividad e innovación del Magdalena

La agenda interna para la productividad y competitividad del departamento es un documento que sustenta y define las apuestas productivas del Magdalena, con el propósito formular las acciones a seguir en materia de competitividad en cada uno de los sectores en los que se considera que el Magdalena tiene mayores ventajas, partiendo de su base de recursos naturales y sus dinámicas económicas.

En este sentido, el documento proporciona los lineamientos estratégicos sobre políticas y proyectos pertinentes en factores claves como infraestructura, tecnología, normatividad, servicios Especializados a las Empresas en sectores como el turismo, agroindustria y servicios asociados al comercio exterior. Así mismo, la agenda aborda temáticas transversales como la formación de capital humano y aspectos institucionales, con fin de articularlos con la Agenda Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Magdalena.

Así mismo, teniendo en cuenta la diversidad de instancias y de agendas, se hace necesario que las comisiones regionales de competitividad integren las prioridades existentes en las agendas de los diferentes actores departamentales y de las subregiones en un único instrumento de planificación que gire en torno al mejoramiento de factores que impactan el costo país y las apuestas productivas focalizadas en el Departamento, con el objetivo de lograr la asignación eficiente de recursos y mejorar los indicadores de competitividad y productividad.

Para acompañar la construcción de las agendas integradas Departamentales de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación en 9 departamentos y la Gobernanza de estas, se desarrollaron las siguientes acciones:

- Construir el primer ejercicio en el país a partir de la Política pública para la construcción de las agendas integradas en el componente transversal.
- Implementar la metodología en 9 departamentos, incluyendo el Magdalena
- Identificar las necesidades de mejora y de articulación con la agenda vertical, es decir, con las apuestas productivas.
- Validar la dinámica de las Comisiones Regionales y las recomendaciones en términos de su gobernabilidad, sostenibilidad y operación.
- Recomendaciones al Gobierno Nacional en términos de Comisiones Regionales, agendas integradas, y articulación.

En materia de comercio exterior la agenda tiene como propósito el desarrollo de las apuestas productivas, fortalecer las ventajas competitivas no sólo de grupos de empresas pertenecientes a un mismo sector productivo, sino a una cadena productiva completa, para lograr tener mayor producción de bienes o servicios que sirvan de intercambio comercial y obtener la apertura a nuevos mercados

Dentro de los Determinantes y componentes de la productividad de la política de desarrollo Productivo de la agenda y el cual se tratara en este informe está el determinante relacionado con el entorno competitivo y los procesos productivos; estos son aquellos que facilitan la generación de un entorno competitivo y promueven las modificaciones que se requieren en los procesos productivos de las unidades productoras para aumentar las posibilidades de acceso de estas a los mercados extranjeros. Tal es el caso de las cadenas de valor, los sistemas de calidad y la exposición a mercados internacionales.

El comercio internacional afecta positivamente la productividad de varias maneras. En primer lugar, genera un efecto de reasignación de recursos hacia firmas más productivas y mayor escala de producción en éstas, mientras las menos productivas salen del mercado

Por otra parte, el comercio y la inversión transnacional son los medios a través de los cuales se transmiten las nuevas tecnologías de producción y se construyen nuevas capacidades productivas; cabe mencionar que para competir en mercados internacionales las empresas suelen invertir en procesos de innovación, absorción y transformación de conocimiento y tecnología, con el fin de adaptar sus bienes y servicios a los estándares internacionales.

Perfil del departamento.

Aspectos generales:

Número municipios: 30

Extensión territorial: 23.188 km²

Población (2019(p)): 1.298.691 habitantes

Participación en la población total (2019(p)): 2,6 %

Participación en el PIB nacional (2018(p)): 1,34 %

PIB per cápita 2018(p): US\$3.549

Exportaciones per cápita (2018): US\$579.6

Importaciones per cápita (2018): US\$314.6

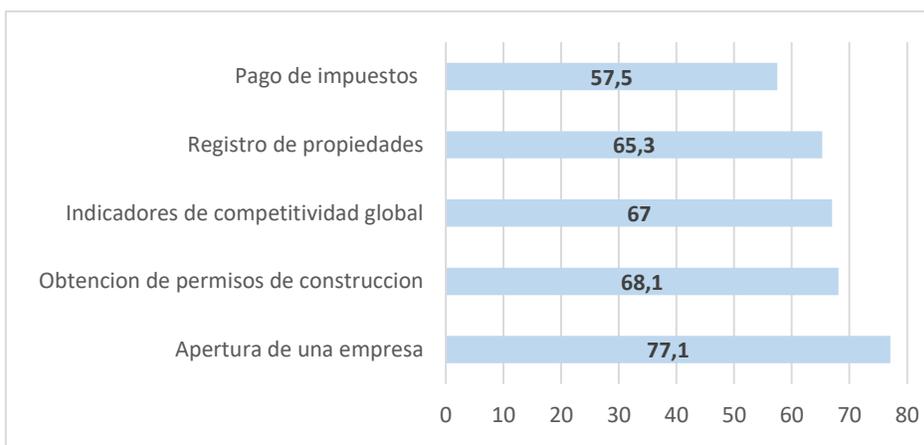
Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

Indicadores de competitividad:



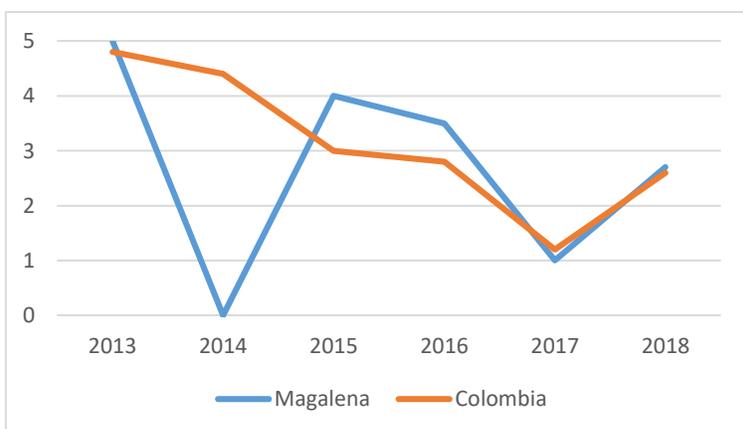
Fuente: Consejo Privado de Competitividad, 2017

Doing Business:



Fuente: Banco Mundial, 2017.

PIB



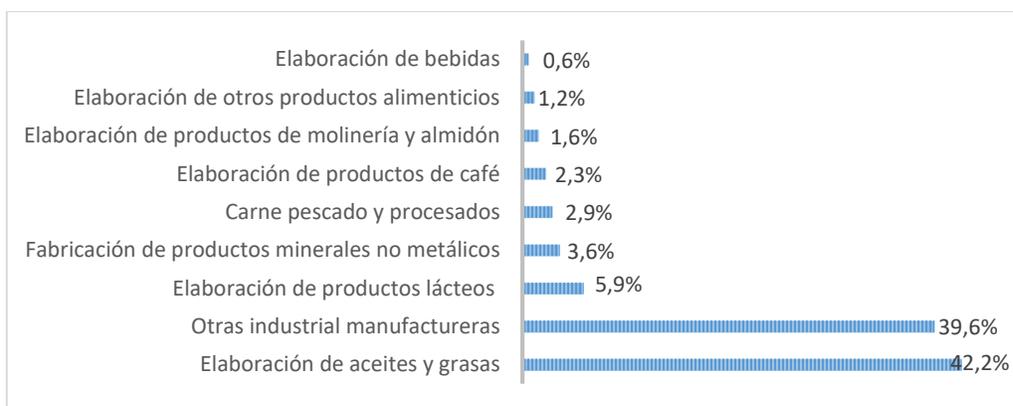
Fuente: Cuentas departamentales - DANE. Fecha de Publicación: 25 de junio de 2019.

Participación de ocupados según ramas de actividad económica



Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares - DANE. Fecha de Publicación: 30 de agosto de 2019.

Producción industrial

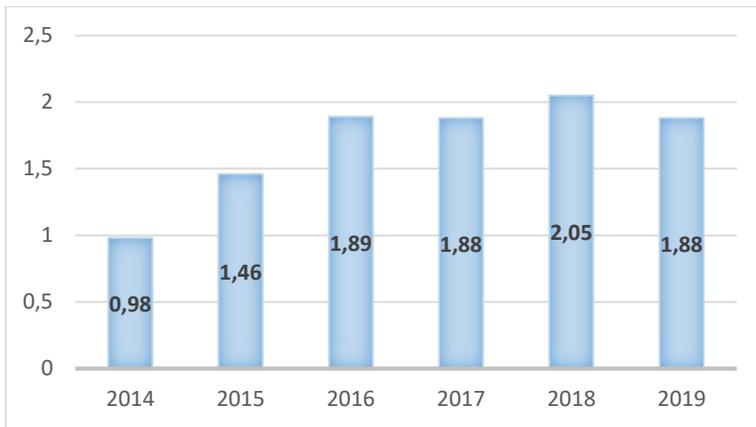


Estas nuevas actividades industriales representaron el 100% de la producción total y el 100% del valor agregado total del departamento.

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera CIU Rev.4. Fecha de Publicación: 07 de diciembre de 2018.

Comercio Exterior.

Participación de las exportaciones totales.

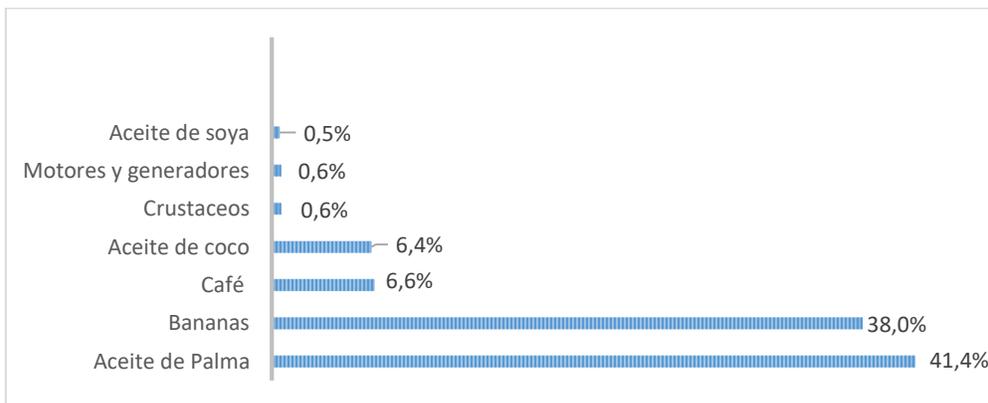


Las exportaciones de Magdalena representaron en promedio 1,2 % de las exportaciones nacionales entre 2011 y 2018. A junio de 2019, el departamento registró una mayor participación.

Fuente: Exportaciones DANE - DIAN. Fecha de Publicación: 02 de agosto de 2019.

Exportaciones a Junio de 2019

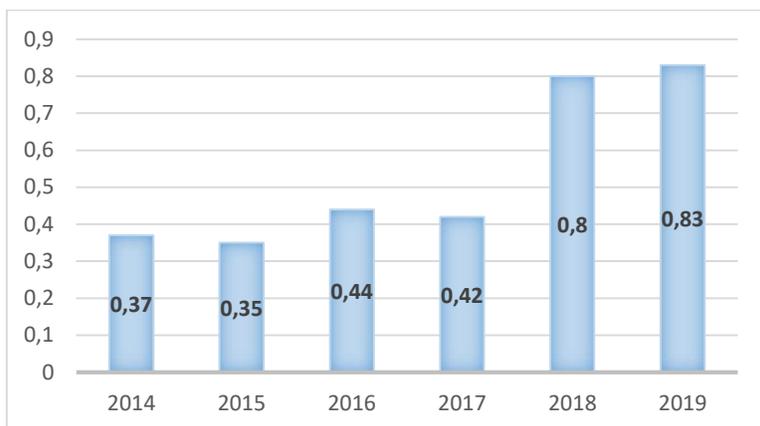
Principales productos



En lo corrido del año, el aceite de palma representó el 41,4 % de las exportaciones del departamento. El principal destino de las ventas externas de Magdalena fue Países Bajos.

Fuente: Exportaciones DANE - DIAN. Fecha de Publicación: 02 de agosto de 2019

Participación en las importaciones totales

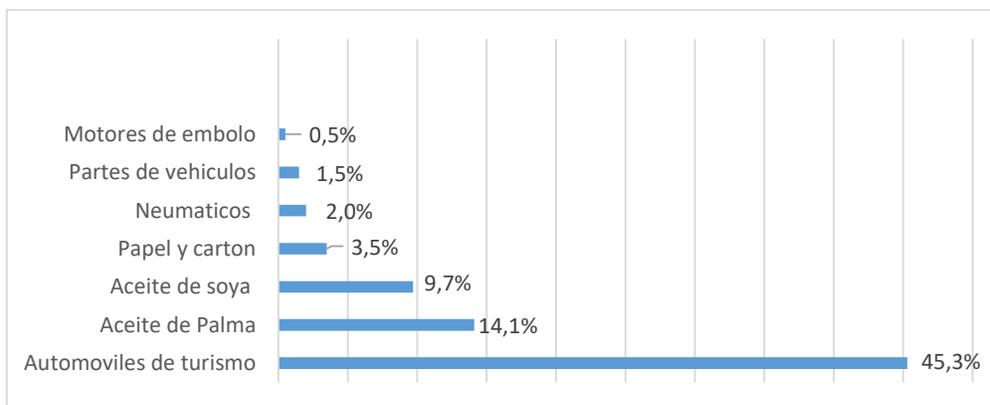


Las importaciones de Magdalena representaron en promedio 0,9 % de las importaciones nacionales entre 2011 y 2018. A junio de 2019, el departamento registró una menor participación.

Fuente: Exportaciones DANE - DIAN. Fecha de Publicación: 14 de agosto de 2019.

Importaciones a Junio de 2019

Principales productos

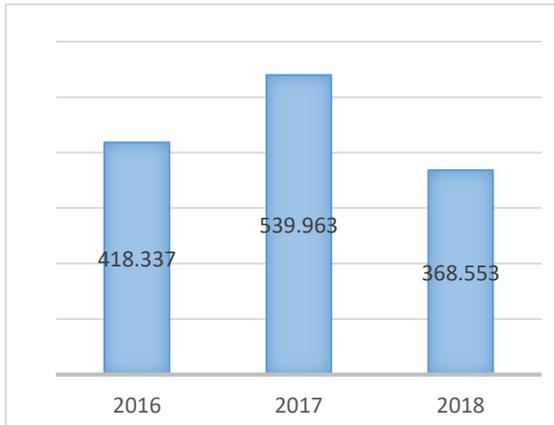


En lo corrido del año, los automóviles de turismo representaron el 45,3 % de las importaciones del departamento. El principal origen de las compras externas de Magdalena fue Estados Unidos.

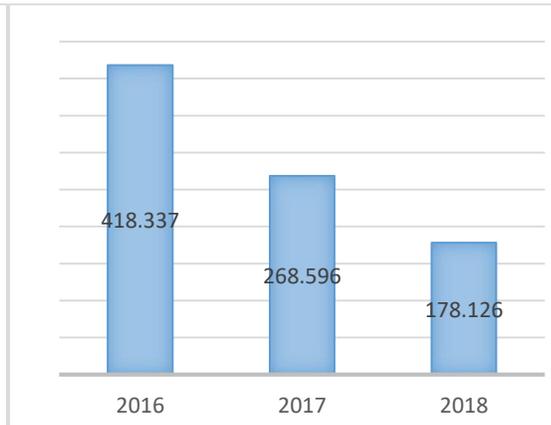
Fuente: Exportaciones DANE - DIAN. Fecha de Publicación: 14 de agosto de 2019

Balanza Comercial miles de dorales FOB

Año Completo



Año acumulado



Fuente: DANE - DIAN. Fecha de Publicación: 02 de agosto de 2019 y 14 de agosto de 2019

Análisis de las fortalezas para el desarrollo del comercio exterior

De acuerdo a la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Magdalena, las principales fortalezas para el comercio son las apuestas productivas del departamento; estas apuestas se concentra en tres sectores: el desarrollo Agroindustrial; los Servicios de Logística y el Turismo

Dentro de las apuestas del desarrollo agroindustrial los principales productos son el banano, el café, el cacao, la palma de aceite, frutas y hortalizas; estos productos se han consolidado como productos altamente exportados y de gran calidad, logrando el aumento de las exportaciones e incrementando el sector productivo de Departamento.

En cuanto a la apuesta en logística, el Departamento busca convertirse en el principal articulador de comercio exterior del país, como ventajas, el Magdalena cuenta con el mejor puerto natural de aguas profundas, 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 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; 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.

Como otra ventaja nos encontramos la ubicación del Departamento esto se debe a que el Magdalena es una región fértil con una producción competitiva y con grandes posibilidades de desarrollo agroindustrial, posee ventajas derivadas de altos rendimientos, adecuada infraestructura; dentro de las principales apuestas productivas con las que cuenta el Departamento encontramos el banano, la yuca, el maíz, el aceite de palma, y los cítricos; siendo el banano el principal producto agrícola de exportación en el Departamento

Según Procolombia (2015). El Magdalena es el séptimo Departamento más exportador de Colombia y puede seguir creciendo porque este cuenta con oportunidades que otros no tienen, y es que está ubicado en la costa por lo que se pueden llegar fácilmente a otros países; además que más de 66 países demandan los productos de diferentes sectores; según el DANE en los últimos años el Magdalena ha incrementado sus exportaciones un 5,9%; lo que representa un 1,3% de las exportaciones totales del país; cifra que trascienden a los 700.000 miles de dólares en valor FOB; favoreciendo el sector agroindustrial del Departamento lo que se reflejó en un incremento en el PIB.

Otra principal fortaleza son los acuerdos y tratados internacionales; actualmente Colombia cuenta con 15 tratados vigentes, que le han permitido al Departamento tener acceso preferencial a distintos mercados con una gran capacidad de compra y con una economía muy complementaria con la de Colombia, teniendo un impacto en las tasas de crecimiento económico y en la generación de empleo; dado que Colombia tiene una base productiva muy diversificada y que los productos son de alta demanda en el exterior, las exportaciones de diferentes tipos de productos se han visto favorecidas, ya que los tratados facilitan el tránsito de estos, disminuyendo las barreras arancelarias y los costos aduaneros de entrada a los demás países.

Otra fortaleza que se deriva de crear nuevos tratados internacionales es la oportunidad de atraer nuevos inversores; el comercio exterior por su parte da la apertura a nuevos mercados y dado esto estará atrayendo a otras personas o empresas internacionales interesadas en invertir en su empresa.

Análisis de las debilidades para el desarrollo del comercio exterior

La principal debilidad del Departamento para el desarrollo del comercio exterior es que los productos no poseen valor agregado; el Magdalena cuenta con una gran apuesta productiva, sin embargo tiene desventajas como la baja participación de productos de alto valor agregado en las exportaciones agroindustriales, la poca diversificación de su oferta exportadora y la limitada capacidad del Departamento; es decir el Departamento está produciendo su materia prima y la está exportando tal cual, no están perfeccionando sus industrias para lograr ampliar la gama de los productos; por ejemplo el café es un producto de alta calidad que tiene gran conocimiento internacionalmente; pero el Departamento se ha enfocado en exportar tal cual

es, cuando en la actualidad el café tiene múltiples gamas como el café descafeinado; tostado entre otros.

Otra debilidad para el Departamento son las barreras arancelarias; es decir los obstáculos que tienen que saltar quienes importan y exportan, además de, los distintos a los aranceles, medidas sanitarias, normas técnicas, procedimientos aduaneros, de conformidad, documentación y demás. Todo lo que se tiene que cumplir para poder acceder a mercados internacionales y que es invisible. Estas medidas de los aranceles son aplicadas a nivel mundial y son requerimientos que sirven para la regulación del comercio internacional.

Por otro lado pese a que el Departamento ha hecho grandes esfuerzos en inversiones para el mejoramiento de su infraestructura física, aún se encuentra atrasado en logística, lo que aumenta los sobrecostos y les resta competitividad a los productos de exportación; la infraestructura logística se encuentra en rezago tanto en las carreteras como en las vías férreas, puertos y aeropuertos, lo que ha ocasionado que el país se posicione en niveles inferiores en comparación con del país.

El Departamento no solo se debe considerar la eficiencia de las sociedades portuarias y sus tarifas. La infraestructura terrestre también deberá ser objeto de nuevos desarrollos, mejoramientos y ampliaciones, ya que es evidente la falta de inversión en carreteras aptas y pavimentadas para la expansión del comercio exterior; la exigencia de nuevas conexiones con los puertos colombianos será cada vez mayor. Por tal motivo, se debe crear un marco regulatorio que garantice la integración de los distintos modos de transporte y que tengan en cuenta modelos internacionales para ser superados.

Otra debilidad para el desarrollo del comercio exterior tiene que ver con su nivel de competitividad; de acuerdo al Escalafón de Competitividad Departamental en Colombia, el departamento del Magdalena se encuentra en una las posiciones competitivas más baja de los 29 departamentos analizados en este estudio, superando únicamente a 7 Departamentos. Con referencia a la región Caribe, el Magdalena es el segundo departamento con menor nivel de competitividad superando únicamente a La Guajira. De acuerdo a Ramírez, J. & Parra-Peña, R. (2010), este comportamiento se explica por los bajos niveles que registra el Departamento en materia de fortaleza económica; infraestructura; finanzas y gestión pública; ciencia y tecnología, además de mostrar importantes deficiencias en materia de capital humano y medio ambiente.

Los bajos índices de competitividad demuestran que el Departamento no se encuentra al nivel la competencia; esto representa una gran debilidad debido amplia competencia que existe a nivel nacional; esta competencia puede ofrecer productos más diversificados y con valor agregado a diferencia de los productos del Departamento, esto a largo plazo puede significar las perdida de inversores o de los clientes locales e internaciones.

Análisis de las fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior

Análisis	Fortalezas
	<ul style="list-style-type: none"> • Apuestas Productivas • Ubicación • Tratados
Debilidades	Estrategia
<ul style="list-style-type: none"> • Productos sin Valor Agregado • Logística • Barreras Arancelarias • Competitividad 	<ul style="list-style-type: none"> • El Departamento se debe enfocar en crear productos novedosos que estén a la altura del mercado internacional, pero principalmente productos que posean alto valor agregado para lograr la fidelización de los clientes. • Gracias a los tratados que están en vigencia el Departamento puede disminuir las barreras arancelarias y exportar mayor cantidad de productos a diferentes y nuevos mercados internacionales; además de esto facilitar los trámites para las exportaciones o importaciones. • Si bien el Departamento cuenta con poca infraestructura logística, pero la mayor parte de estas falencias se deben no a la falta de los recursos si no a la poca utilización de estos; por ejemplo, existen rutas alternas de ferrocarriles y fluviales que pueden disminuir el tiempo y costos de transporte. • Gracias a la ubicación del Departamento se puede ampliar la gama de productos a ofrecer, reforzando el sector agroindustrial; potencializando cada sector productivo y aumentando los niveles de competitividad del Departamento. • Implementar estándares de internacionalización en las empresas con el fin de impulsar el desarrollo competitivo; y llegar a la altura del mercado internacional.

Conclusión

El comercio exterior en la actualidad es un factor clave para las economías mundiales, porque impulsa el crecimiento económico, Además permite complementar la producción interna cuando esta es insuficiente para poder satisfacer la demanda local y se da la posibilidad de que las personas y empresas puedan acceder a bienes y servicios más variados y baratos. En efecto, el comercio exterior impulsa la competencia entre distintos países

En materia de comercio exterior la actualización de la agenda tiene como propósito el desarrollo de las apuestas productivas, fortalecer las ventajas competitivas no sólo de grupos de empresas pertenecientes a un mismo sector productivo, sino a una cadena productiva completa, para lograr tener mayor producción de bienes o servicios que sirvan de intercambio comercial y obtener la apertura a nuevos mercados

Gracias al previo estudio del tema a investigar se lograron obtener una serio fortalezas y debilidades para el desarrollo del comercio exterior en el departamento; en conclusión las fortalezas obtenidos fueron las apuestas productivos del departamento, los tratados de comer lo exterior y la ubicación estratégica del departamento, por otro lado en las debilidades nos encontramos la infraestructura logística, las barreras arancelarias y el bajo nivel de competitividad del departamento.

Para concluir se hizo un análisis general de las fortalezas y debilidades y se propusieron una serio de estrategias que ayuden a disminuir la debilidades y a potencializar las fortalezas.

Bibliografía

- Paula Nicole Roldan (2016); Comercio Exterior; <https://economipedia.com/definiciones/comercio-exterior.html>
- Víctor Alfredo Tarra (2016); Evolución del comercio exterior colombiano <https://revistadelogistica.com/logistica/evolucion-del-comercio-exterior-colombiano/>
- Oficina de Estudios Económicos (2019); Información: Perfiles Económicos Departamentales
- Zack Alami; ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del comercio internacional; <https://internacionalmente.com/ventajas-desventajas-comercio-internacional/>
- Sandri S. (2013). Infraestructura portuaria en Colombia, un reto permanente para el comercio internacional
- González Carlos; Marzo 2019; Emagister blog; La importancia del comercio internacional.
- UPRA. Unidad de Planificación Rural Agropecuaria; información del Magdalena
- Cámara de comercio. Informe económico; dinámica competitiva del Magdalena
- Procolombia. (2015). Ubicación geográfica del Magdalena, principal ventaja para incrementar sus exportaciones
- Najar, A. (2006). Apertura económica en Colombia y el sector externo; Apuntes del Cenes