

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**ANALISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR COLOMBIANO DE CARNE BOVINA Y
PORCINA A LA FEDERACION RUSA**

TRABAJO DE GRADO

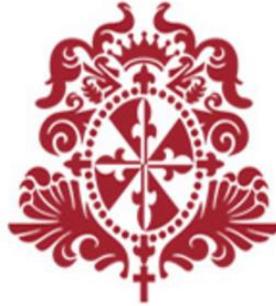
CAMILO ANDRES BAUTISTA DIAZ

CAMILO ANDRES ROJAS MESA

BOGOTÁ D.C

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**ANALISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR COLOMBIANO DE CARNE BOVINA Y
PORCINA A LA FEDERACION RUSA**

TRABAJO DE GRADO

CAMILO ANDRES BAUTISTA DIAZ

CAMILO ANDRES ROJAS MESA

MAURICIO ESCOBAR SALAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C

2016

CONTENIDO

GLOSARIO	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
1. CAPITULO I: RESUMEN DEL ANTEPROYECTO	11
1.1 Situación problemática.....	11
1.2 Problema o necesidad identificada.....	12
1.3 Pregunta central de investigación.....	12
1.4 Subpreguntas	12
1.5 Justificación.....	12
1.6 Tipo de investigación	13
1.7 Metodología	13
1.8 Objetivo general	14
1.9 Objetivos específicos.....	14
2. CAPITULO II: MARCOS DE REFERENCIA	15
2.1 Antecedentes	15
2.1.1 Estudio Geográfico de la Federación Rusa.....	15
2.1.2 Relaciones comerciales Colombia- Federación Rusa.....	16
2.1.3 Juicios técnicos.....	18
2.2 Marco Antropológico	20
2.2.1 Perfil del consumidor y su poder adquisitivo	20
2.2.2 Comportamiento del consumidor	22
2.2.3 Producción local ganadera Federación Rusa	26
2.2.4 Tendencia y potenciales Consumidores	28

2.3 Marco Contextual	29
2.3.1 Zonas productoras de carne bovina y porcina en Colombia.....	30
2.3.2 Zonas de consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa	33
2.4 Marco Teórico	36
3. CAPITULO III: POTENCIAL EXPORTADOR COLOMBIANO DE CARNE BOVINA Y PORCINA	38
3.1 Introducción	38
3.2 Colombia como país exportador	39
4. CAPITULO IV: OFERTA Y DEMANDA DE CARNE BOVINA Y PORCINA EN LA FEDERACIÓN RUSA.....	42
4.1 Introducción	42
4.2 Cifras de oferta y demanda de carne bovina y porcina en la federación rusa	44
4.3 Producción de carne bovina y porcina en la federación rusa	46
4.4 Consumo de carne bovina y porcina en la federación rusa	48
5. CAPITULO V: MEDIDAS SANITARIAS Y ZOOSANITARIAS EXIGIDAS POR EL MERCADO DE LA FEDERACIÓN RUSA.....	50
5.1 Generalidades de las medidas sanitarias y zoosanitarias	50
5.1.1 Vigilancia sanitaria y epidemiológica	50
5.1.2 Registro estatal del producto (con el que se sustituye al certificado de higiene por el certificado de inscripción estatal)	50
5.1.3 Declaración de conformidad (sustituye la certificación de conformidad para muchos productos)	51
5.2 Actualidad de normas de acceso de mercado a la Federación Rusa	53
5.2.1 Requisitos de acceso de mercado a la Federación Rusa.....	54
5.2.2 Oportunidades de mejora para Colombia en la exportación de carne bovina y porcina	56

5.3 El potencial colombiano.....	57
6. CAPITULO VI: CONCLUSIONES	59
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa geográfico de la Federación Rusa	15
Figura 2 Paridad del poder adquisitivo Federación Rusa.	21
Figura 3 Consumo per cápita de productos cárnicos en la Federación Rusa.....	23
Figura 4 Hábitos de consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa.	24
Figura 5 Centros de consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa.	25
Figura 6 Existencias bovinas en la Federación Rusa.	27
Figura 7 Faena y producción de carne en la Federación Rusa.....	28
Figura 8 Mapa Socio económico de la Federación Rusa.....	33
Figura 9 Mapa del potencial de generación de biomasa.	39
Figura 10 Proyección de crecimiento del hato bovino colombiano.....	40
Figura 11 Potencial mundial de crecimiento en la producción de carne bovina.	41
Figura 12 Producción de Carne Porcina Federación Rusa.....	46
Figura 13 Producción de Carne Bovina Federación Rusa.	47
Figura 14 Consumo de Carne Porcina Federación Rusa.	48
Figura 15 Consumo de Carne Bovina Federación Rusa.	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de carnes colombianas a la Federación Rusa.	19
Tabla 2 Gastos de consumo de los hogares en la Federación Rusa.	22
Tabla 3 Canales de distribución de productos cárnicos en la Federación Rusa.....	26
Tabla 4 Pronóstico de la producción, consumo y desarrollo de ganado en la Federación Rusa hasta 2020.....	29
Tabla 5 Censo Bovino Nacional 2016.	31
Tabla 6 Censo Porcino Nacional 2016.....	32
Tabla 7 Rusia: Gasto en consumo según región 2015.	34
Tabla 8 Oferta y Demanda de productos cárnicos y pronóstico Federación Rusa.	44

GLOSARIO

Cadena productiva: Sistema a través del cual se planifican las diferentes actividades de producción, transformación y comercialización de uno o varios productos que hacen parte de un sector económico en específico.

Certificación sanitaria: Documentación expedida por los servicios de control oficial de un país, a través del cual se garantiza que los productos alimenticios con destino de exportación son aptos para el consumo humano.

Demanda: La cantidad de un artículo que un individuo está dispuesto a comprar en un periodo de tiempo específico.

Fiebre aftosa: Enfermedad viral contagiosa, que afecta animales de rebaño (bovinos-porcinos) que genera consecuencias tales como fiebre y úlceras en forma de ampollas en la lengua y labios, en la boca y entre las pezuñas. Es catalogada como una enfermedad de directa notificación por parte de las autoridades sanitarias.

Licencia de importación: Documento equivalente a permiso legal que autoriza a una persona natural o jurídica, la libre importación de artículos que serán introducidos dentro de un territorio aduanero.

Oferta: La cantidad de un artículo que un productor único está dispuesto a vender en un periodo determinado de tiempo.

Productos sustitutos: Denominados aquellos productos o servicios, que, si bien poseen características físicas diferentes, puede generar el mismo grado de satisfacción al consumidor

RESUMEN

El estudio del potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina a la Federación Rusa en función de su oferta y demanda es un proyecto que pertenece a la línea de realidad dentro del área de investigación de la Universidad del Rosario. Es una investigación tipo exploratoria con un enfoque cualitativo que buscará dar respuesta a si Colombia cuenta con el potencial exportador de carne bovina y porcina al mercado de la Federación Rusa.

El marco teórico que justifica el proyecto de investigación se compone de la investigación de mercados, el estudio del potencial de la demanda y las restricciones de acceso a otros mercados. A su vez los resultados esperados del proyecto de investigación serán diagnosticar el potencial exportador que tiene Colombia en relación a la carne bovina y porcina, así como examinar la oferta y demanda de estos productos en el mercado de la Federación Rusa y por último detallar las medidas sanitarias y zoosanitarias exigidas por el mercado de la Federación Rusa.

Finalmente se utilizarán herramientas de tipo cualitativo que soportarán el desarrollo del proyecto de investigación, para conseguir alinear el objetivo del proyecto con el de la línea de realidad de la universidad y al objetivo del profesor, que buscan la producción de materiales académicos de uso permanente en la Universidad.

Palabras clave: Potencial exportador, carne bovina, carne porcina, Federación Rusa, oferta, demanda, investigación exploratoria, enfoque cualitativo, Colombia, investigación de mercados, medidas sanitarias, medidas zoosanitarias, mercado.

ABSTRACT

The study of the Colombian export potential of beef and pork to the Russian Federation according to its supply and demand is a project that belongs to the reality line within the research area of the Universidad del Rosario. It is an exploratory research with a qualitative approach that will seek to answer if Colombia has the potential exporter of beef and pork to the market of the Russian Federation.

The theoretical framework that justifies the research project is composed of market research, the study of the potential of demand and the restrictions of access to other markets. In turn, the expected results of the research project will be to diagnose Colombia's export potential in relation to beef and pork, as well as to examine the supply and demand of these products in the market of the Russian Federation and finally to detail the measures Sanitary and animal health measures required by the Russian Federation market.

Finally, qualitative tools will be used to support the development of the research project, in order to align the objective of the project with that of the reality line of the university and the objective of the teacher, who seek the production of academic materials of permanent use in University.

Key words: Export potential, beef, pork, Russian Federation, supply, demand, exploratory research, qualitative approach, Colombia, market research, sanitary measures, zoosanitary measures, market.

1. CAPITULO I: RESUMEN DEL ANTEPROYECTO

1.1 Situación problemática

El estudio busca analizar la viabilidad de exportar carne bovina y porcina colombiana a la Federación Rusa, abriendo una nueva posibilidad de destino a la producción nacional del subsector ganadero y porcicultor colombiano.

A causa de lo anterior, se encontró que la Federación Rusa es uno de los mayores importadores de productos cárnicos en el mundo detrás de países como Estados Unidos, China y de la Unión Europea. La Federación Rusa está en búsqueda de carne bovina y porcina, ya que su producción interna no alcanza a cubrir su demanda. Esto representa para el subsector ganadero y porcicultor colombiano una oportunidad para obtener mayores ventas en los mercados extranjeros (Procolombia, 2015).

Además, según la FAO, la Federación Rusa tiene pronosticado para el 2020 un consumo de productos cárnicos de 2.286.000 toneladas y una oferta de 1.786.000 toneladas, lo que evidencia una carencia de oferta de carne bovina y porcina.

Adicionalmente, en la Federación Rusa se ha impulsado el consumo interno de carne bovina y porcina, gracias a la recuperación económica que ha vivido el país desde 2012.

Así mismo, la Federación Rusa por su posición geográfica tiene uno de los inviernos más fuertes y una de las sequías más intensas, comparado con otras regiones del mundo. Esta situación, según los informes de la USDA advierten que la faena de animales está en declive, especialmente en las regiones Central, los Urales y del Volga con la consecuente escasez de forraje para alimentar el ganado. Como consecuencia de ello se ha pasado de 25,5 millones de cabezas en 2001 a 17,5 millones de cabezas en 2010.

Por consiguiente, la Federación Rusa está enfocando sus esfuerzos en atender esta difícil situación generada por el cambio climático durante los últimos años, promoviendo compras externas de una amplia gama de productos que Latinoamérica le puede suplir. Así mismo, actualmente la Federación Rusa representa uno de los mercados con mayor poder adquisitivo a nivel mundial (Caballero & Padín, 2012).

1.2 Problema o necesidad identificada

La oferta interna de carne bovina y porcina en la Federación Rusa no cubre su demanda.

1.3 Pregunta central de investigación

¿Cuenta Colombia con el potencial exportador de carne bovina y porcina que pudiera ser ofrecido a la Federación Rusa?

1.4 Subpreguntas

¿Cuál es el potencial exportador que tiene Colombia de carne bovina y porcina?

¿Cuál es la oferta y demanda de carne bovina y porcina en la Federación Rusa?

¿Está la ganadería colombiana en condiciones de cumplir con los requisitos fitosanitarios que exige el mercado de la Federación Rusa?

1.5 Justificación

Este proyecto se justifica desde un punto de vista práctico, por tanto, lo que trata es de analizar las posibilidades reales que tiene Colombia para exportar carne bovina y porcina a la Federación Rusa.

Es de gran relevancia comprender la realidad del sub sector ganadero y porcicultor colombiano, analizando variables como oferta, demanda, precio, calidad que influyen en el comportamiento de dicho subsector. Es por lo anterior, que el análisis del potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina a la Federación Rusa se desarrollará con la finalidad de evaluar, si para Colombia es viable exportar carne bovina y porcina al mercado de la Federación Rusa, teniendo en cuenta las variables anteriormente mencionadas. Esto se realizará con base en un estudio detallado desde una perspectiva a nivel de competitividad y productividad tanto interna como externa, sin dejar a un lado el ámbito regulatorio que exige el mercado de la Federación Rusa.

1.6 Tipo de investigación

El análisis del potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina a la Federación Rusa es una investigación de tipo cualitativa que busca estudiar objetos e individuos en su ambiente natural y busca dar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorguen.

Por consiguiente, en búsqueda de brindar una descripción holística, es decir, intentar analizar exhaustivamente un fenómeno en detalle, fue necesario utilizar información secundaria especializada como la que suministra el Banco Mundial, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), el Servicio Estadístico Federal de Rusia (Roostat), el Instituto Colombiano Agropecuario, la Federación Colombiana de Ganaderos, entre otros.

1.7 Metodología

El análisis del potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina a la Federación Rusa tiene como objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa.

Para ello, la metodología a desarrollar sería en secuencia la definición del tema central de investigación a través de la lectura de entidades promotoras de comercio internacional y asociaciones nacionales e internacionales de carne bovina y porcina como Procolombia, Fedegan, DANE, USDA, Roostat, FAO, entre otras, que sugerían que Colombia tenía oportunidad de abastecer el mercado de la Federación Rusa de carne bovina y porcina. En seguida lo que se hizo, fue el estudio del análisis del comportamiento del consumidor ruso y de esta manera poder determinar sus gustos, preferencias, motivaciones de compra, usos de canales de distribución y comportamientos que definen su modo de consumir carne bovina y porcina en la Federación Rusa.

Posteriormente, se consultaron bases de datos como Trade Map, Wizer, Nielsen, Euromonitor, entre otras con la finalidad de conocer las cifras de oferta y demanda de carne bovina y porcina en la Federación Rusa, además de brindar un diagnóstico del potencial exportador colombiano. Una vez obtenidos estos datos, lo que se hizo fue una comparación entre la producción nacional de carne bovina y porcina con la demanda exigida por el mercado de la Federación Rusa para conocer si Colombia cuenta con el potencial para abastecer dicho mercado. Finalmente, se realizó un

análisis de las normas de acceso de mercado de la Federación Rusa y así poder determinar si es viable o no el proceso de exportación de carne bovina y porcina a la Federación Rusa.

1.8 Objetivo general

Analizar el potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina que pudiera ser ofrecido a la Federación Rusa.

1.9 Objetivos específicos

- Describir el potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina.
- Precisar la oferta y demanda de carne bovina y porcina en la Federación Rusa.
- Analizar las medidas sanitarias y zoonosológicas exigidas por el mercado de la Federación Rusa.

2. CAPITULO II: MARCOS DE REFERENCIA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Estudio Geográfico de la Federación Rusa



Figura 1 Mapa geográfico de la Federación Rusa

Fuente: Tomado de Central Intelligence Agency

La Federación Rusa tiene 17,098,242 kilómetros cuadrados de tierra y 720,500 km cuadrados de agua, dividiéndose entre Asia del Norte y el oeste de Europa.

En términos de superficie es el país más grande del mundo, sin embargo, dentro de su amplio espacio carece de suelos y climas aptos para desarrollar la agricultura.

Dentro de la agricultura la oferta interna de productos derivados del ganado bovino y porcino no es constante porque principalmente el medioambiente en el que están localizados y se reproducen estos animales, influencia negativamente el bienestar y producción de los mismos.

Por ejemplo, ante eventuales cambios climáticos, bien sea extremo frío o calor, se observan en el país alteraciones en el consumo de alimento, en el comportamiento animal y en la productividad del sector. Es importa por sus implicaciones en la reducción de índices productivos, principalmente la tasa de ganancia de peso (MLA, 2013).

2.1.2 Relaciones comerciales Colombia- Federación Rusa

Las relaciones económicas internacionales entre Colombia y la Federación Rusa se fijan bajo la intención de alcanzar la liberalización del comercio internacional, buscando año tras año eliminar toda barrera arancelaria proteccionista que no permita la fácil comercialización de bienes o servicios. que a su vez tienen su origen en países en vías de desarrollo, y su destino hacia los mercados de los países más avanzados y atractivos del mundo (Euromonitor, 2015).

Actualmente las relaciones comerciales entre los dos países se centran en la importación de productos textiles, flores, bananos, café, azúcar y otros productos agrícolas colombianos por parte de la Federación Rusa, e importaciones colombianas de artículos industriales como los equipos energéticos y de construcción de máquinas, helicópteros, automóviles, metales y fertilizantes minerales rusos.

Estos movimientos comerciales han afianzado otros tipos de cooperación económica y tecno científica, bajo el marco de la creación de Comisión Soviético-colombiana en el año 1995. (APC, 2015).

Además, para la Federación Rusa estrechar vínculos con un socio estratégico en Latinoamérica terminaría de posicionarlo como líder en la dinámica del desarrollo de las relaciones comerciales y científico-técnicas en mercados emergentes y ambiciosos.

Lo anterior se ve reflejado en cifras del año pasado, donde el comercio bilateral entre la Federación Rusa y Colombia se mantuvo al nivel de los 350-400 millones de dólares (APC, 2015).

Dentro de este comercio bilateral resaltan la exportación de camiones, aviación civil y militar desde la Federación Rusa con un centro de servicio técnico en la ciudad de Bogotá.

No obstante, el artículo que premia en las exportaciones rusas a Colombia son los fertilizantes minerales, al cubrir el 13-15% de la importación total (Trade Map, 2015).

Por el lado de Colombia, el país se ha convertido en el tercer proveedor de flores de la Federación Rusa, cubriendo más del 10% de la demanda. También ocupa los primeros puestos en la exportación de plátanos y café hacia la Federación Rusa.

Por esta razón Colombia fue incluido en el sistema general ruso de preferencias, de lo cual se vio beneficiado al recibir una reducción del 25% de los impuestos aduaneros en varios productos agrícolas (Cancillería, 2015).

De igual manera servicios técnicos y de explotación para centrales hidroeléctricas como la de Urrá, y yacimientos de petróleo por parte de la Federación Rusa, fueron posibles gracias a la maduración de las relaciones comerciales con Colombia (Cancillería, 2015).

Por este mismo camino se encuentran proyección de futuros servicios rusos a desarrollarse en Colombia para el uso del espacio, la energía, servicios para el sector del automóvil, el transporte y el complejo industrial-militar (DANE, 2015).

Asimismo, el sector de la educación y el turismo se verán beneficiados con la cooperación entre los ministerios de educación de ambos países que se ha desarrollado en los últimos años, consiguiendo un incremento de 30 a 40 becas anuales para colombianos en las universidades rusas (Euromonitor, 2015).

En 2009 se acordó que el visado para ciudadanos rusos en viajes de hasta 90 días no sería necesario, apuntándole al aumento del 50% en flujo de turistas de esta nacionalidad en Colombia, recibiendo como respuesta positiva la noticia de la misma determinación por parte de la Federación Rusa para viajeros colombianos.

Por último, resultante del buen manejo de las relaciones comerciales colombo-rusas, el sector ganadero se vio beneficiado según cifras del Fondo de Estabilización de Precios, FEP, dando a conocer que la Federación Rusa compró 996 toneladas de proteína roja deshuesada refrigerada y congelada de enero a junio del 2015 por un valor de USD 2 millones 936 mil, lo que representa el 43 % de las exportaciones totales (Trade Map, 2015).

Es más, tomando únicamente las ventas de carne a la Federación Rusa, durante los primeros meses de 2015, se puede identificar una frecuencia de tonelada y media exportada por día desde Colombia a este mercado.

Sin embargo, para que esta relación comercial entre Colombia y la Federación Rusa siga dando frutos es importante tener presente la importancia de adoptar todo tipo de medidas exigidas para los diferentes productos previo a su entrada y comercialización. La más urgente y desatendida actualmente, es la mejora del marco legal, evaluado en un nivel bajo.

2.1.3 Juicios técnicos

Para Colombia es importante no centrar sus esfuerzos en remendar sus relaciones comerciales con Venezuela cuando de productos cárnicos se trata, esto principalmente porque durante los primeros 6 meses de 2015 Venezuela dejó de ocupar el primer puesto como comprador natural de carne de res colombiana. Sin embargo, bajo este panorama apareció la Federación Rusa asumiendo el rol de principal comprador con su significativo aumento en la compra de productos cárnicos 345 % comparado con años anteriores. Esto representa alrededor de 996 toneladas de carne; aproximadamente tonelada y media por día (Euromonitor, 2015).

Por otro lado, Curazao ocupó el segundo lugar importando de Colombia 577 toneladas de carne por valor de USD2 millones 236 mil. Seguido por Perú en el tercer puesto con 340 toneladas por USD1 millón 563 mil.

Mercados como España, Hong Kong, Angola, Estados Unidos y la isla San Martín están registrados como países que en algún momento importaron bien sea carne de res, cerdo o vísceras colombianas desde el 2015.

En consecuencia, Colombia registro en el primer semestre del año 2015 un total de exportaciones equivalentes a 2.307 toneladas por valor de USD8 millones 383 mil (Cancillería, 2015).

Con esta información la oficina de Planeación del Fondo Nacional del Ganado, FNG, resalto que analizando los resultados de las últimas exportaciones registradas es importante entender que

la clave del éxito estará en abrir mercados nuevos para después ser constantes en las ventas. No ser intermitentes en los envíos entre un mes y otro (APC, 2015).

Entonces, el trabajo para Colombia en el marco internacional radicará en la conquista de nuevos mercados, donde pagan a precios justos y buenos, sin tener el desgaste de remendar continuamente las mismas relaciones comerciales.

Además, ser constantes en los envíos harán que la comercialización de la carne colombiana se posicione para posteriormente ser pedida por quienes vean en la etiqueta el sitio de procedencia. Así sabiendo que la consolidación de mercados demora entre 3 y 4 años, será indispensable mantener relaciones comerciales con mercados como el de la Federación Rusa, lo que impulsa y facilita la llegada de productos colombianos a mercados aledaños con exigencias similares.

En conclusión, situaciones como que Colombia haya registrado exportaciones a Venezuela por 5.662 toneladas de carne en el primer semestre de 2014 por valor USD29 millones 937 mil, disminuyendo en relación al semestre anterior, o que durante gran parte del 2015 no se haya comercializado al país vecino, y por último que haya logrado enviar un contingente con 26 toneladas a Jordania finalizando el 2015, marca una clara iniciativa de Colombia de ser competitivo estudiando nuevas alternativas desde su apertura a nuevos mercados con un producto de alta calidad (DANE, 2015).

Tabla 1 Exportaciones de carnes colombianas a la Federación Rusa.

EXPORTACIONES COLOMBIANAS A RUSIA					
Departamento de origen	P.A.	2011 US\$FOB	2012 US\$FOB	2013 US\$FOB	2014 US\$FOB
Santander	0202300090	-	-	-	5.458.974
	0201300090	-	-	-	204.820
Atlántico	0202300090	556.846	751.152	-	848.711
	0202300010	215	57.657	-	-
Córdoba	0202300090	-	-	-	188.309
Bogotá	0202300090	-	-	-	98.076
Total general		557.061	808.809	-	6.798.889

Fuente: Tomado de DANE.

2.2 Marco Antropológico

2.2.1 Perfil del consumidor y su poder adquisitivo

Los habitantes de la Federación Rusa ahorran poco, porque el sistema bancario no les brinda la suficiente confianza. Un habitante en promedio gasta aproximadamente el 80% de sus ingresos. Es clave resaltar que la clase media emergente asciende a 25 millones de habitantes, y esta a su vez genera el 80% de la demanda del país (Trade, 2015).

El cliente de esta nación se caracteriza por ser educado y sofisticado. Adicionalmente, la conducta de solicitar créditos para el consumo es habitual. Para el consumidor de la Federación Rusa, es de gran importancia que en su dieta alimenticia esté presente la carne bovina o porcina, ya que son vistos como alimentos que favorecen la salud y el bienestar de las personas.

Los habitantes de la Federación Rusa poseen una vasta tradición de consumo de carne, sin embargo, a diferencia de occidente, se ha caracterizado por los alimentos procesados en lugar de carnes frescas. Esto se debe principalmente a que durante el crudo invierno se dificulta el engorde de animales, transporte, procesamiento y almacenaje. Esto conlleva a que muchas tiendas al por menor en la Federación Rusa ofrezcan un sin fin de productos cárnicos con valor agregado, desde salchichas con altos contenido de vegetales hasta embutidos crudos curados, carnes en conserva, etc (Yushin, 2013).

A pesar de esta tendencia de alimentos procesados, existe una lenta occidentalización lo que fomenta el consumo de carnes de alta calidad, impulsado por un número creciente de Asadores y restaurantes principalmente en Moscú y San Petersburgo.

En lo que refiere a las preferencias de consumidor, la población rusa evalúa los productos cárnicos a partir de las siguientes variables:

1. Calidad en cuanto a frescura, suavidad, jugosidad.
2. Precio con base en la calidad de la presentación.
3. Admisibilidad sanitaria.
4. Conocimiento de la marca del respectivo país.
5. Acceso a las muestras.

El poder adquisitivo de los habitantes de la Federación Rusa ha venido en aumento recientemente, esto se ve reflejado en el aumento en el gasto del consumo de los hogares. Todo lo anterior evidencia que la Federación Rusa se vuelve un destino atractivo para las exportaciones de productos del sector ganadero (Trade, 2015).

A continuación, se evidenciará cómo ha sido la paridad del poder adquisitivo y el comportamiento del gasto de los hogares de la Federación Rusa:

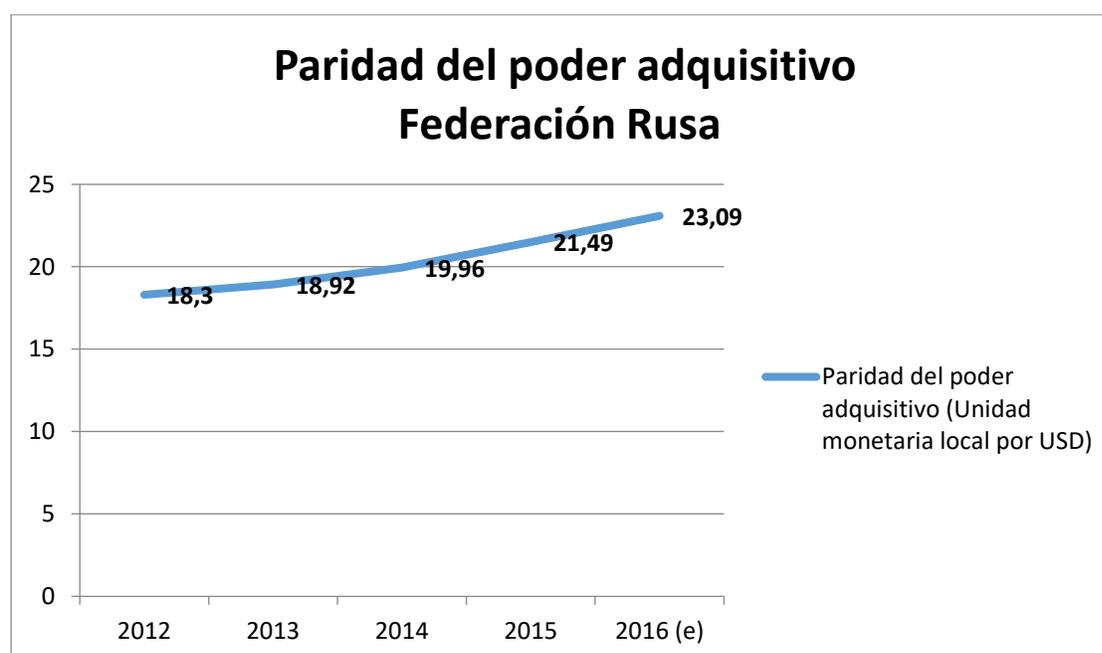


Figura 2 Paridad del poder adquisitivo Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de Santander Trade.

Tabla 2 *Gastos de consumo de los hogares en la Federación Rusa.*

Gastos de consumo de los hogares	2012	2013	2014
Gastos de consumo de los hogares <i>(Millones de USD)</i>	620.5	651.3	659.7
Gastos de consumo de los hogares <i>(crecimiento anual, %)</i>	7%	5%	1%
Gastos de consumo de los hogares per capita <i>(USD, precio constante de 2000)</i>	4.334	4.539	4.516
Gastos de consumo de los hogares <i>(% of GDP)</i>	49,1	51,6	53,0

Fuente: Tomado de IMF – *World Economic Outlook Database, 2015.*

2.2.2 Comportamiento del consumidor

El consumidor de la Federación Rusa se caracteriza por ser impulsivo. La marca y la calidad del producto que están consumiendo son elementos prioritarios para ellos. Normalmente el precio es un aspecto secundario, sin embargo, el habitante de la Federación Rusa es altamente susceptible por las promociones. Actualmente, un porcentaje equivalente al 50% de la población de la Federación Rusa consume a diario carne de diferentes tipos (Procolombia, Rusia busca carne congelada bovina, 2015).

La venta de productos de carne bovina y porcina se mantiene de manera estable y a pesar del creciente interés de los consumidores. Las marcas principales locales preferidas por los consumidores de la Federación Rusa son: Miratorg, Ostankino, Cherkizovo, Avstraliysky Torgovy Dom, etc.

A continuación, se brindará una figura que expone cómo ha sido la dinámica de consumo de productos cárnicos en los últimos años por parte de los habitantes de la Federación Rusa (Procolombia, 2015).

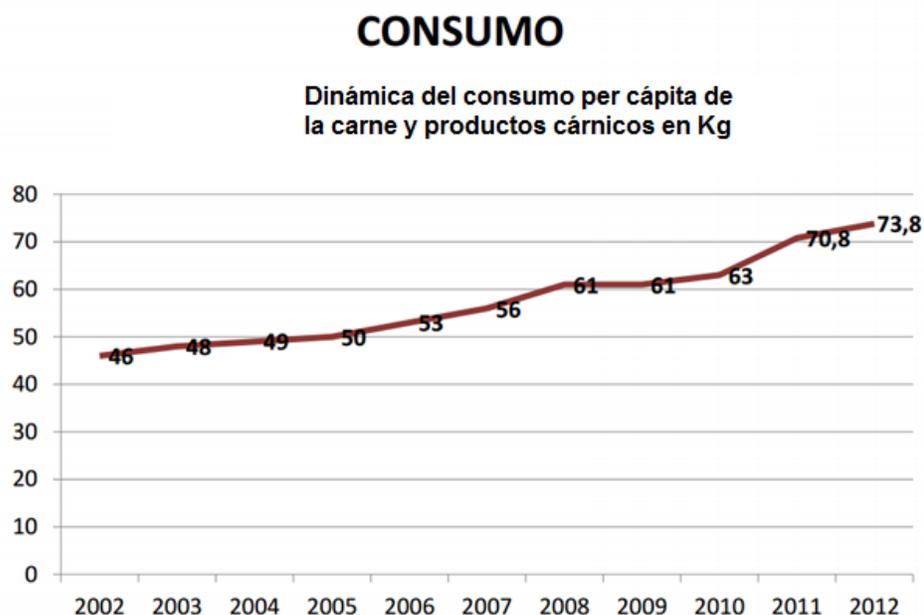


Figura 3 Consumo per cápita de productos cárnicos en la Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de Rosstat.

El consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa ha mostrado un incremento constante entre 2002 y 2012. Pasó de 46 kg per cápita al año a 73, 8 kg (Roostat, 2014).

Las siguientes figuras describen cómo son los hábitos de consumo de carne bovina y porcina en los habitantes de la Federación Rusa, y cómo es el consumo de dichos productos segmentado por las regiones más grandes de dicho país.

HÁBITOS DEL CONSUMO

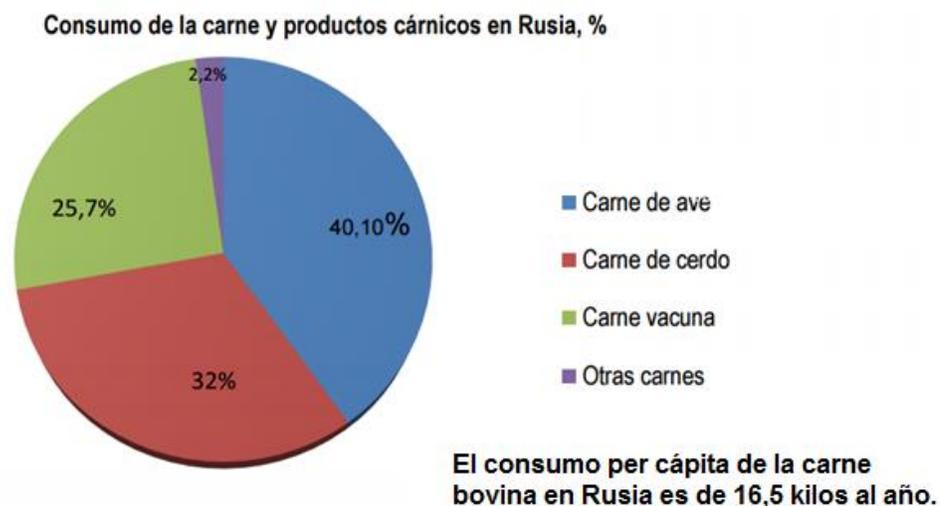


Figura 4 Hábitos de consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de Agriconsult.

En la anterior figura se puede concluir que el consumo de la carne bovina y porcina en la Federación Rusa es de 25.7% y 32% respectivamente. Esto quiere decir que los rusos tienen una mayor preferencia sobre las carnes de bovino y porcino juntas que sobre la carne de ave, lo que representa una gran oportunidad como mercado de destino a las exportaciones colombianas.

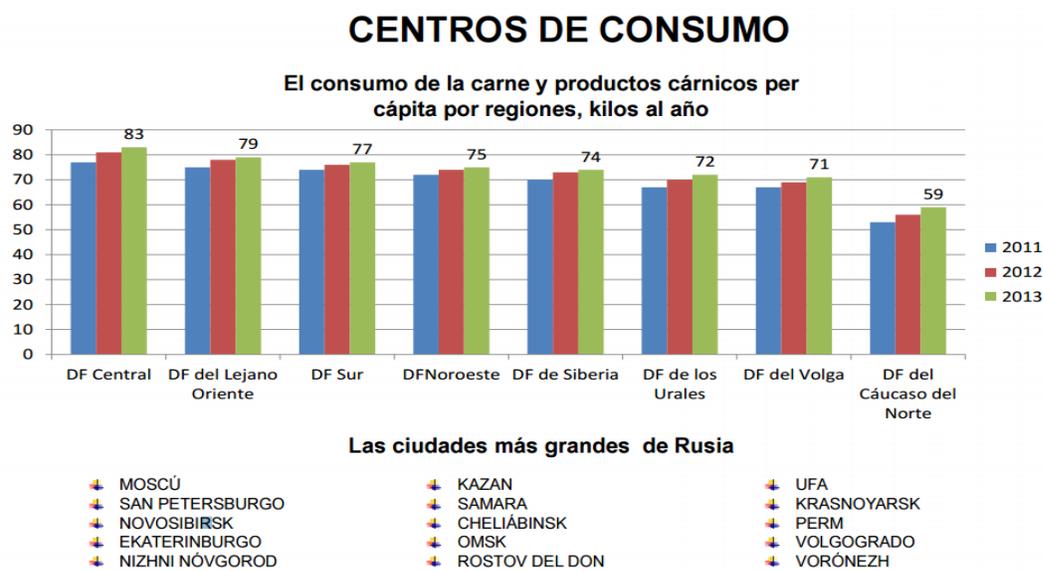


Figura 5 Centros de consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa.

Fuente: Tomado de Rosstat.

En cuanto a la cantidad de productos cárnicos que los habitantes de la Federación Rusa consumen, se puede observar que las regiones que presentan un mayor consumo de este tipo de producto son la zona centro, la zona del lejano oriente y la zona sur respectivamente.

Otro factor clave del estudio del comportamiento del consumidor de los habitantes de la Federación Rusa es el canal de distribución que ellos usan para adquirir productos cárnicos.

La comercialización de productos cárnicos depende de la condición del producto (fresco, congelado o transformado). Normalmente, los canales de distribución utilizados para la comercialización de carne fresca y congelada son los hipermercados, supermercados y las tiendas de conveniencia. No obstante, el canal de mayorista tradicional de autoservicio que en muchos casos son tiendas pequeñas, también se dedican a la comercialización de este tipo de producto. (Roostat, 2014).

Los principales canales utilizados por los consumidores de la Federación Rusa en cuanto a la compra de carne bovina y porcina son: X5 retail Group, Zao Tander, Auchan, Metro y Grupo Dixi (MLA, 2013).

Los principales canales utilizados por los consumidores de la Federación Rusa en cuanto a la compra de carne bovina y porcina son: X5 retail Group, Zao Tander, Auchan, Metro y Grupo Dixi (MLA, 2013).

Tabla 3 Canales de distribución de productos cárnicos en la Federación Rusa.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN			
Compras de carne por tipo de establecimiento %			
LUGARES DE COMPRA	RUSIA EN GENERAL	MOSCÚ	SAN PETERSBURGO
Mercado Agropecuario	43,5	21,6	23,2
Tienda de alimentos	20,1	24,2	31,4
Mercado Mayorista	11,2	29,9	9,4
Tienda especializada	6,4	3,8	8,5
Universam	5,5	9,4	14,9
Otro	5,1	3,6	1,8
Supermercado	4	8,6	3,1
Quiosco en la calle	1,8	1,5	6,3

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Procolombia, 2015.

2.2.3 Producción local ganadera Federación Rusa

Desde el año 2001 la ganadería viene sufriendo una caída constante en su stock con una disminución de 8 millones de cabezas desde esa fecha. En los últimos años la contracción en el rodeo vacuno viene en línea con la caída en las existencias de su rodeo lechero. Esta caída en el stock vacuno, ha provocado una disminución sistemática en el nivel de faena en la industria local y la consecuente producción de carne. De acuerdo a datos de USDA, el stock vacuno descendió

de 10 millones de cabezas en 2001 a 7,4 millones en 2009. Esta caída, provocó una disminución en la producción de carne bovina de 500.000 toneladas en el mismo período (USDA, 2014).

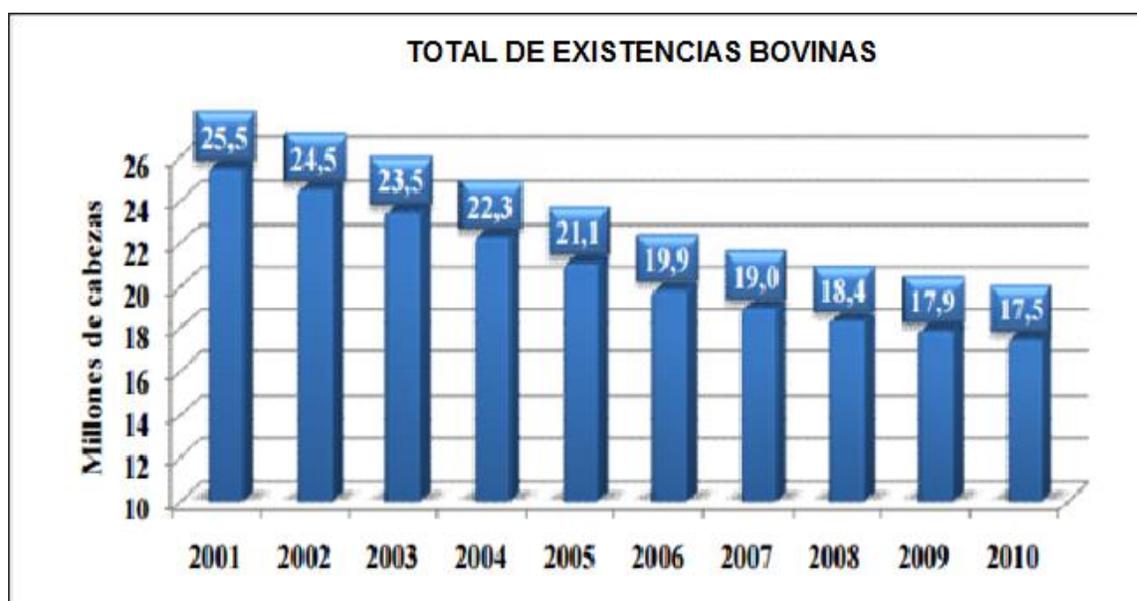


Figura 6 Existencias bovinas en la Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de Foreign Agriculture Service, USDA.

Además, los informes de la USDA advirtieron que la faena de animales seguirá en declive para los periodos próximos como consecuencia de la sequía que sufrió este país en la región Central, los Urales y del Volga con la consecuente escasez de forraje para alimentar el rodeo, provocando una aceleración en la caída del stock del orden del 4% anual. Todos estos eventos han llevado al país desde el año 2010 a tomar medidas en contra del fenómeno de la sequía, sin embargo, los efectos fueron dramáticos afectando claramente la producción de carne bovina y porcina en la Federación Rusa (USDA, 2014).

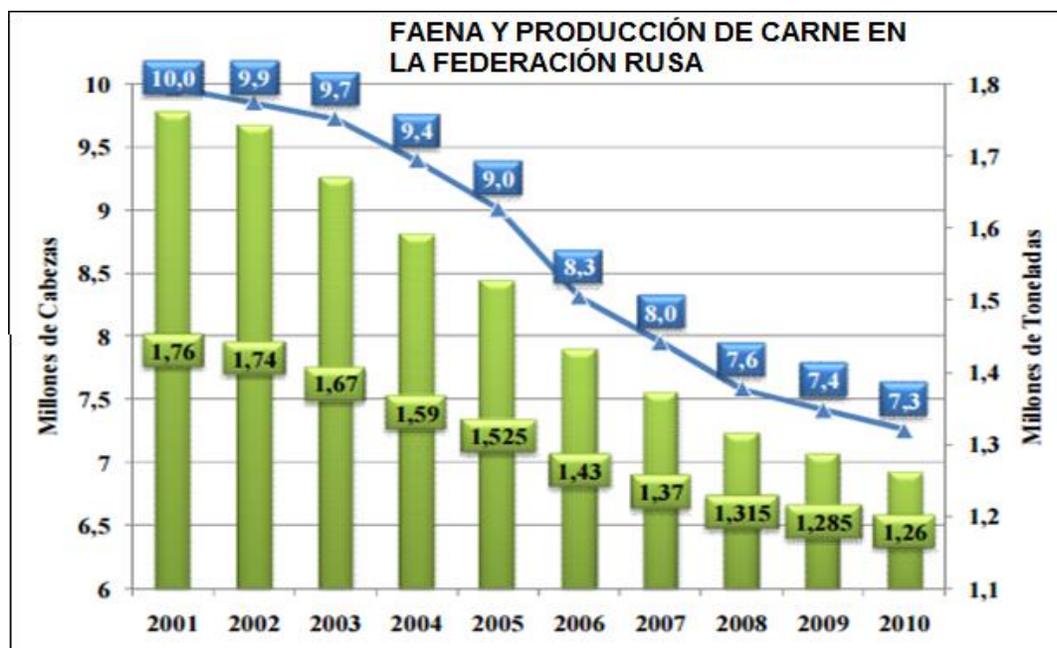


Figura 7 Faena y producción de carne en la Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de Foreign Agriculture Service, USDA.

A pesar de la caída en la producción local, el consumo se ha mantenido durante los últimos 10 años, entre los 15 y 17 kilos de carne por habitante por año, en donde el aumento de las importaciones reemplazó la menor producción interna de carne (USDA, 2014).

2.2.4 Tendencia y potenciales Consumidores

La Federación Rusa se encuentra dentro de los mayores importadores de carne bovina y porcina del mundo, donde en 2013 compró un estimado de 571.000 toneladas. El consumo de carne en Rusia se ha visto afectado positivamente por el fortalecimiento de su economía durante los últimos años, aumentando los niveles de consumo de carne bovina y porcina (Procolombia, 2015).

Se espera que para el 2020 en la Federación Rusa la demanda de carne bovina y porcina sea de 2.286.000 y 3.439.000 toneladas respectivamente, superando su oferta interna pronosticada en 1.786.000 toneladas, generando importaciones por más de 550.000 toneladas (FAO, 2015).

A continuación, se expone cómo se ha comportado este mercado en variables tales como demanda, oferta, exportaciones e importaciones, y así tener un panorama más claro acerca de lo que se está estudiando.

Tabla 4 Pronóstico de la producción, consumo y desarrollo de ganado en la Federación Rusa hasta 2020.

OFERTA Y DEMANDA DE DIFERENTES TIPOS DE CARNE EN RUSIA Y PRONÓSTICO (miles de toneladas) 2005-2020									
	Indicador	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2015*	2020*
Aves de corral	Producción	1388	1632	1925	2217	2555	2847	3850	4251
	Consumo	2706	2906	3219	3438	3541	3512	4030	3941
	Importaciones	1318	1274	1295	1224	986	661	240	90
	Exportaciones	0	0	1	3	6	19***	60	400
Cerdo	Producción	1569	1699	1930	2042	2170	2331	2925	3389
	Consumo	2154	2361	2615	2854	2836	2970	2165	3439
	Importaciones	585	662	685	822	667	639	240	50
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	40	200
Carne de res	Producción	1809	1722	1699	1769	1741	1727	1715	1786
	Consumo	2484	2456	2488	2643	2502	2463	2285	2286
	Importaciones	674	734	786	874	760	621	570	550
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia con datos de FAO-meat sector review (FSSS, Unión de carne de Rusia y Meatinfo).

2.3 Marco Contextual

Esta investigación se orienta a las posibilidades de exportar carne bovina y porcina colombiana a la Federación Rusa.

Por consiguiente, es importante identificar las zonas productoras de carne bovina y porcina en Colombia y las zonas a las que sería posible exportar estos productos en la Federación Rusa.

2.3.1 Zonas productoras de carne bovina y porcina en Colombia

Colombia cuenta con una ubicación geográfica afortunada por su gran variedad de pisos térmicos, los cuales a su vez facilitan la explotación de diferentes razas bovinas y porcinas productoras de carne, leche, y doble propósito.

Es por esto que el país destina 494.402 predios para las diferentes razas bovinas, hospedando cerca de 22'555.549 animales, ubicados principalmente en los departamentos de Antioquia (11,67%), Córdoba (8,61%), Casanare (8,18%), Meta (7,36%), Santander (6,26%) Cesar (6,02%), Caquetá (5,94%), Cundinamarca (5,57%) y Magdalena (5,35%) que agrupan el 64,96% de la población total nacional (ICA, 2016).

Del mismo modo Colombia distribuye a su población porcina de 5'094.664 animales, en 218.698 predios. Estos están localizados en los departamentos de Antioquia (34,42%), Cundinamarca (10,17 %), Valle del Cauca (8,18%), Meta (4,64%) y Boyacá (4,62%) y Cauca (3,77%) en estos departamentos se concentra el 65,80% de la población nacional (ICA, 2016).

De ahí que cifras publicadas por Fedegan revelaran que para 2014 Colombia logro comercializar más de 200 toneladas por un valor de USD 1,5 millones únicamente al mercado ruso y se comprometió a alcanzar un crecimiento del 22 % en el año 2020. Para su producción los departamentos de Córdoba, Antioquia, Casanare, Caquetá, Cesar, Meta y Cundinamarca, en donde se agrupa más del 60 % de bovinos y porcinos en el país, fueron los que más aportaron en la producción destinada para exportación, según el Inocoder (Fedegan, 2015).

Finalmente, Procolombia asocio este crecimiento del sector con la certeza de que el 50 % de la población rusa consume carne a diario. Y la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) indicó que Colombia, para el año 2020, también sufrirá un aumento en su demanda interna, llegando posiblemente a 2.286.000 toneladas (Procolombia, 2015).

Tabla 5 Censo Bovino Nacional 2016.

DEPARTAMENTOS	TOTAL BOVINOS 2016	TOTAL FINCAS CON BOVINOS 2016
AMAZONAS	1.264	121
ANTIOQUIA	2.632.125	58.419
ARAUCA	1.048.543	9.328
ATLANTICO	224.978	5.851
BOLIVAR	925.446	12.845
BOYACA	614.830	52.493
CALDAS	370.345	8.783
CAQUETA	1.340.049	13.263
CASANARE	1.845.226	13.531
CAUCA	273.663	17.845
CESAR	1.357.512	12.449
CHOCO	152.228	2.327
CORDOBA	1.942.770	26.721
CUNDINAMARCA	1.256.535	54.552
DISTRITO-CAPITAL	26.125	867
GUAINIA	4.703	72
GUAVIARE	281.611	3.281
HUILA	415.246	15.021
LA-GUAJIRA	285.298	4.775
MAGDALENA	1.207.764	11.552
META	1.660.147	13.740
NARINO	384.686	42.416
NORTE-SANTANDER	389.694	19.560
PUTUMAYO	197.611	7.417
QUINDIO	81.788	2.430
RISARALDA	109.117	3.790
S.ANDRES/PROVID	825	70
SANTANDER	1.412.313	37.000
SUCRE	862.008	14.089
TOLIMA	547.647	17.429
VALLE	459.596	10.741
VAUPES	1.223	85
VICHADA	242.633	1.539
Total general	22.555.549	494.402

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Agropecuario Colombiano.

Tabla 6 Censo Porcino Nacional 2016.

DEPARTAMENTO	TOTAL PORCINOS 2016	TOTAL PREDIOS PORCINOS 2016
AMAZONAS	500	0
ANTIOQUIA	1.753.388	23.656
ARAUCA	60.400	2.624
ATLANTICO	100.820	2.443
BOLIVAR	81.568	6.354
BOYACA	235.357	5.154
CALDAS	133.323	4.446
CAQUETA	58.608	2.646
CASANARE	22.780	2.960
CAUCA	192.122	4.001
CESAR	65.577	7.595
CHOCO	28.850	1.599
CORDOBA	157.516	26.549
CUNDINAMARCA	517.939	21.639
DISTRITO-CAPITAL	3.708	473
GUAINIA	316	18
GUAVIARE	5.832	253
HUILA	84.654	4.968
LA-GUAJIRA	33.064	2.667
MAGDALENA	176.580	10.033
META	236.264	4.233
NARINO	149.994	27.497
NORTE-SANTANDER	68.254	18.761
PUTUMAYO	23.459	1.876
QUINDIO	70.140	965
RISARALDA	131.529	2.351
S.ANDRES/PROVID	2.223	205
SANTANDER	74.680	2.806
SUCRE	124.455	22.204
TOLIMA	77.176	4.627
VALLE	416.784	2.732
VAUPES	163	0
VICHADA	6.641	363
Total general	5.094.664	218.698

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Agropecuario Colombiano.

2.3.2 Zonas de consumo de productos cárnicos en la Federación Rusa

Dado el gran tamaño de la Federación Rusa, es importante segmentar sus regiones para poder identificar los principales centros de consumo y producción de carne bovina y porcina. A través del siguiente mapa se describen las principales regiones de la Federación Rusa, teniendo en cuenta la división administrativa del país en 12 extensas regiones, denominándose aquellos como distritos federales.

Moscú y San Petersburgo son las dos principales ciudades de la Federación Rusa, en las cuales se puede evidenciar el mayor poder adquisitivo per cápita comparado con otras regiones. Adicionalmente estas ciudades están catalogadas como unas de las más costosas a nivel mundial, según lo advierte la firma Mercer en 2015 en el que ocuparon las posiciones 4 y 28 respectivamente (Mercer, 2015).

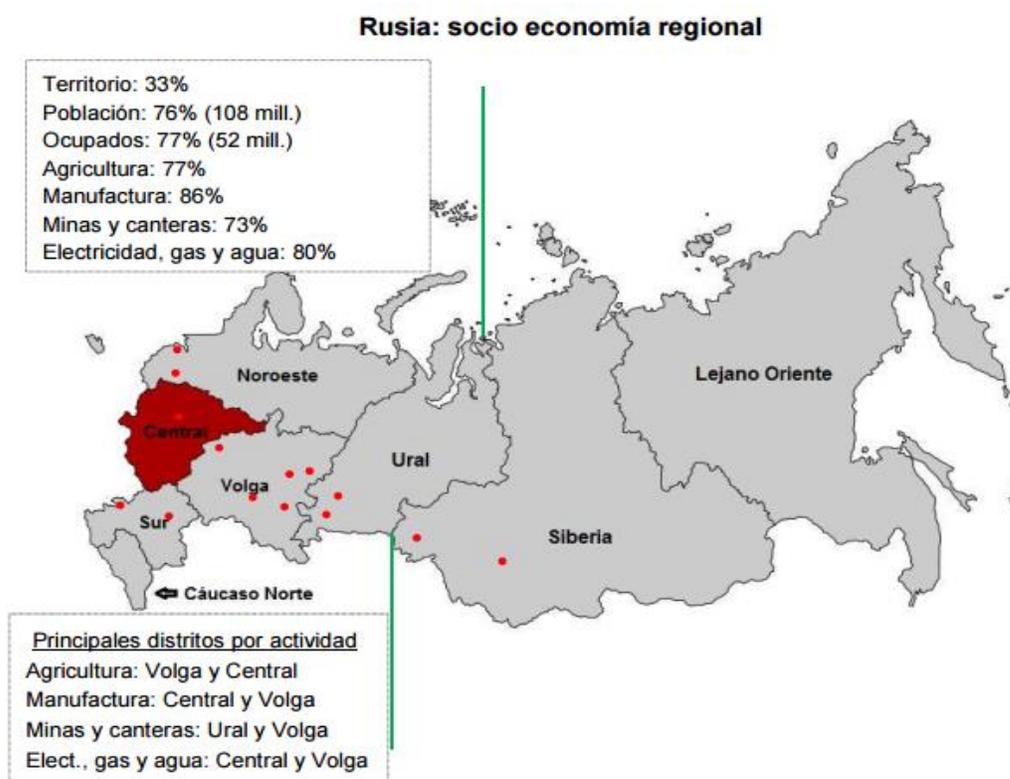


Figura 8 Mapa Socio económico de la Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de Rosstat

Cabe resaltar, que en San Petersburgo y Moscú se da el mayor movimiento de intercambio de bienes y servicios, gracias a condiciones que las favorecen como lo es tamaño de su población, su alta capacidad en cuanto a infraestructura, posición estratégica en la región, entre otras. En lo que refiere a la región, el distrito federal central de la Federación Rusa es el que genera el mayor impulso económico, dado el alto nivel de gasto en consumo de sus habitantes con un monto estimado de 307.474 USD (Euromonitor, 2015).

Así, la segunda región en cuanto a relevancia económica es Volga y finalmente el distrito Noroeste. Sin embargo, hay que tener en cuenta elementos como: tamaño de cada región influye en el monto total de consumo, ubicación de los principales centros de consumo de este tipo de producto y el gasto regional por hogar. Según mediciones realizadas por Roostat, en este último factor, el distrito Noroeste lidera el nivel de gasto por hogar por un valor de 20.901 USD, teniendo en cuenta que en esta región se encuentra la segunda ciudad en importancia de la Federación Rusa, San Petersburgo. (Roostat, 2014).

Tabla 7 Rusia: Gasto en consumo según región 2015.

Rusia: gasto en consumo según región. 2015		
(USD)		
	Total	Por hogar
Noroeste	115.636,9	20.901,6
Lejano Oriente	52.505,8	20.386,2
Central	307.474,7	20.296,1
Ural	100.655,3	17.900,9
Volga	171.687,9	14.451,8
Siberia	110.346,4	14.314,4
Sur	74.806,6	14.200,6
Cáucaso Norte	26.701,0	10.711,2
Total	959.814,6	17.069,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor.

Consecuentemente, la región del Lejano Oriente ocupa el segundo lugar en lo que refiere al gasto por hogar con un valor de 20.386 USD. Esta región tiene una particularidad y es su localización (zona asiática de Rusia) y su extenso territorio (región más grande de Rusia con un

territorio de 6.169,3 km²). Otro factor a tener en cuenta es su baja densidad poblacional con menos de 6.3 millones de habitantes. Dentro de sus principales ciudades, se encuentran Jabárovsk y Vladivostok, en donde se podrá encontrar el puerto ruso más importante en el Océano Pacífico (CIA, 2015).

Por el contrario, la región con menor del nivel de gasto por hogar es la del Cáucaso Norte, caracterizada por los constantes conflictos sociales y las pocas industrias desarrolladas en diversas localidades de la región.

De acuerdo a la figura 4, se puede evidenciar que la zona que más demanda productos cárnicos en la Federación Rusa es la zona central, la cual obtuvo un consumo per cápita para el año 2013 aproximadamente de 83Kg (Roostat, 2014). La zona centro está compuesta por ciudades como Moscú, Nizhni Nóvgorod, Smolensk, Yaroslavl, Vladímir.

La zona del lejano oriente ocupa el segundo lugar con un consumo per cápita aproximado de 79Kg (Roostat, 2014). Esta zona es una de las más extensas de la Federación Rusa. Dentro de la composición de esta zona se encuentran ciudades como Komsomolsk del Amur, Jabárovsk, Yakutsk y Vladivostok. No obstante, esta región se encuentra bañada por el océano pacífico lo que representa una gran ventaja para introducir productos extranjeros.

En tercer lugar, se encuentra la zona Sur con un consumo per cápita de 77Kg y en cuarto lugar la zona del Noroeste con un consumo per cápita de 74Kg, siendo San Petersburgo la ciudad más relevante de esta región.

Por consiguiente comparando las cifras de gasto por región vs consumo de productos cárnicos por zona se puede encontrar que las zonas principales como posible destino de exportación de carne bovina y porcina a la Federación Rusa teniendo en cuenta variables como gasto, consumo de productos cárnicos y posición geográfica serían la zona centro (Moscú, Nizhni Nóvgorod, Smolensk, Yaroslavl, Vladímir), noroeste (San Petersburgo, Nóvgorod y Pskov), y lejano oriente (Komsomolsk del Amur, Jabárovsk, Yakutsk y Vladivostok) respectivamente.

2.4 Marco Teórico

La oferta interna de carne bovina y porcina de la Federación Rusa no está cubriendo la demanda.

Es por esto que es importante remitirnos a la teoría del comercio internacional y resaltar las oportunidades que tendría Colombia dentro de los parámetros exigidos por la Federación Rusa. Teoría propia de Adam Smith, que demuestra que solo basta una pequeña diferencia en costo para que existan beneficios resultantes de cualquier intercambio de bienes o servicios entre países (Smith, 1776).

Por su parte Ricardo y Mill, desarrollan un poco más la teoría resaltando que el comercio internacional traerá como consecuencia un proceso de especialización en la producción de los bienes o servicios en los que cada país tiene una ventaja comparativa (Ricardo, 1817).

Más adelante se encontrará un escenario en la teoría expuesta anteriormente, donde el principal jugador entra a ser la dinámica de la economía mundial que obliga a los diferentes sectores y empresas a buscar oportunidades de mercado en todo el mundo, generando nuevos negocios globalmente, logrando aplicar estrategias netamente de mercadeo acordes con esta realidad.

Este escenario es el Mercadeo Internacional, que por definición es el mercadeo aplicado a otras culturas o a diferentes realidades diferentes a las propias, lo que exige contemplar múltiples factores en el producción y comercialización de bienes o servicios.

Es decir, cuando un sector o empresa busca posicionarse internacionalmente el primer paso será la adaptación a las demandas del nuevo entorno, para encontrar los factores de éxito. De igual manera las ventajas competitivas de los bienes o servicios varían según la competencia. Esto sucede principalmente porque las preferencias y gustos de las personas también varían en términos de noción de marca, nivel de consumo y por la forma de aproximarse al consumidor (Suranovic, 2010).

Dentro del mercadeo internacional, comercialmente aparece una herramienta importante a la hora de pensar en construir cualquier tipo de relación con otro mercado.

Esta herramienta es la Inteligencia de Mercados, que se define como el conocimiento del mercado mediante bases y flujos de información que están enfocados en determinar el comportamiento de los sectores, las empresas y las tendencias del mercado donde hay presencia (Callingham, 2004).

Además, para todo sector o empresa, realizar Inteligencia de Mercado es importante a la hora de definir su posición dentro del mercado, así como sus oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas para acercarse a los beneficios más significativos en relación a sus recursos corporativos.

La Inteligencia de Mercado recopila información tanto cuantitativa como cualitativa que permite tomar la mejor decisión posible en ese momento.

De igual manera, cabe destacar que la Inteligencia de Mercado tiene tres aspectos a saber: la inteligencia del negocio, la competitiva y la investigación de mercado. La inteligencia del negocio no es más que toda la información relacionada al negocio. La inteligencia competitiva por el contrario administra la información de la competencia y la investigación de mercado consigna la información del consumidor (Callingham, 2004).

Con la intención de entrar más en este estudio, es importante centrar la investigación en uno de los tres aspectos. Este es la investigación de mercados, ya que es la principal fuente de recolección de información asociada al mercado que seguida por un análisis exhaustivo determinara las decisiones a tomar (Hair, 2010).

Sin embargo, no hay una sola razón para realizar una investigación de mercados. Es decir, esta determinación puede ir desde una investigación que permita conocer las oportunidades de ingreso a un nuevo mercado, hasta una investigación que permita determinar el porqué del comportamiento bien sea del mercado mismo o del consumidor.

Asimismo, para su desarrollo interno cada investigación puede demandar únicamente la realización de entrevistas informales, o por el contrario una investigación formal que representaría un alto costo en materia de dinero y tiempo ya que implicaría realizar diferentes pruebas de mercado (Hair, 2010).

No obstante, toda investigación está seguida de un análisis, que para el caso de este estudio será el Análisis Competitivo. Contemplado como un proceso de relacionamiento entre el sector o empresa con su entorno. Es importante porque es lo que ayudara a identificar las fortalezas y debilidades propias, así como las oportunidades y amenazas presentes en el mercado objetivo.

De igual manera, entregara un diagnóstico del competidor que en su momento este satisfaciendo las mismas necesidades del producto ofertado al mismo mercado objetivo (Porter M. , 2009).

Resumiendo, para que todos estos conceptos y teorías en su momento sean aplicables, se necesita una guía a seguir, que, para el caso de este estudio, se conocerá como plan de exportación, enfocado únicamente en el evaluar la posibilidad y viabilidad de trabajar con productos como la carne bovina y porcina colombiana. Teniendo claro que la base del plan siempre será el análisis competitivo del potencial exportador del sector o empresa.

Para ello, se debe tener en cuenta la posición tecnológica y de innovación del sector o empresa, y las características del producto en sí. Además, debe considerar la capacidad comercial y financiera que se tenga, y los recursos humanos disponibles. Sin olvidar que lo más importante será enfocar el análisis en los elementos con los que cuenta y que pueden ser útiles para intentar expandir los negocios hacia otros mercados.

3. CAPITULO III: POTENCIAL EXPORTADOR COLOMBIANO DE CARNE BOVINA Y PORCINA

3.1 Introducción

Para que Colombia sea aceptado como proveedor de carnes especializadas y de alto valor dentro del Mercado internacional y por parte de los países europeos, no es suficiente que factores tales como el aumento de la demanda mundial de los alimentos y el crecimiento sostenido de la población en algunos países del cono sur tengan lugar.

Es necesario comenzar a implementar herramientas enfocadas hacia el incremento de estándares del consumo del mercado interno, la competencia que se puede manifestar, garantizar calidad, el desarrollo y promoción de sistemas de producción alternativos junto con el hecho de lograr tener consistencia dentro de la oferta de ganado y en las actividades enfocadas hacia el bienestar animal para que Colombia sea reconocido a nivel internacional, como un país productor de carnes biológicas, orgánicas y limpias y así, lograr la mejora en cuanto a rentabilidad del negocio cárnico nacional.

Con el objetivo de alcanzar lo anteriormente nombrado, es necesario tanto entender como apropiarse de distintas alternativas comerciales para su posterior aplicación en la exportación de carne de res a diversos países.

3.2 Colombia como país exportador

Colombia, además de verse beneficiada por su posición geográfica en el globo terráqueo, también lo es por la riqueza de agua y de tierras que hay disponibles, factor que lleva a que el país sea considerado como un potencial de crecimiento importante a diferencia de otros países productores.



Figura 9 Mapa del potencial de generación de biomasa.

Fuente: Tomado de Fedegan

A partir de estimaciones realizadas por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en las cuales se evidencia que en la Federación Rusa para el año de 2050 habrá una población de 128.5000.000 personas, es importante que las agrupaciones ganaderas estén organizadas de cierto modo que puedan responder a cada una de las necesidades que se presenten.

Teniendo en cuenta lo anterior, es indispensable que Colombia incorpore 3,7 millones de hectáreas hasta el año de 2030 y adoptar un ritmo similar por un periodo de tiempo de aproximadamente 20 años consecutivos para que logre estar a la altura de la demanda de mitad de siglo.

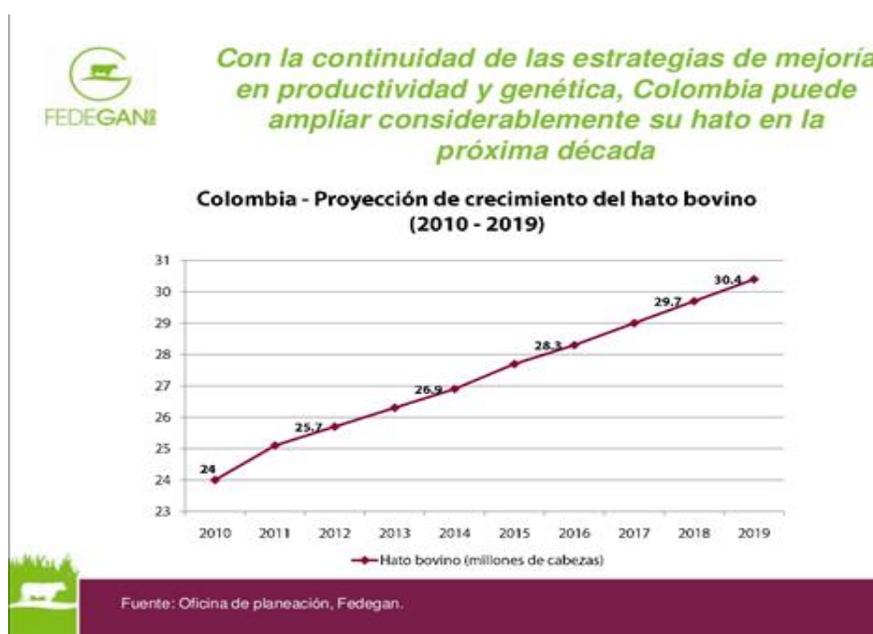


Figura 10 Proyección de crecimiento del hato bovino colombiano.

Fuente: Tomado de Fedegan

Resulta necesario, antes de adoptar cualquier tipo de incursión por parte de los gremios ganaderos en los mercados internacionales poder identificar tres aspectos fundamentales que son propios de la carne colombiana. En primera instancia, es el hecho de que es una carne magra (baja en grasa), lo cual dentro de la alimentación de las personas es de gran importancia en aspectos relacionados con el cuidado del peso y la salud.

En segundo lugar, el hecho de que los animales se encuentren ubicados dentro de su hábitat natural hace que la carne tenga naturalidad y así misma calidad lo cual lleva a tener posición dentro del mercado. Procolombia establece que existen dos criterios se suma importancia para los consumidores de Rusia los cuales son admisibilidad sanitaria y calidad llevando a que la carne del país se ajuste a estos.

En tercera y última instancia otro aspecto positivo que tiene Colombia como país es el hecho de tener el cuarto hato más grande de Latinoamérica y el número doce en el mundo contando con 23,8 millones de cabezas de bovino que según proyecciones de Fedegan para el año de 2025 van a aumentar su valor en un 65%.

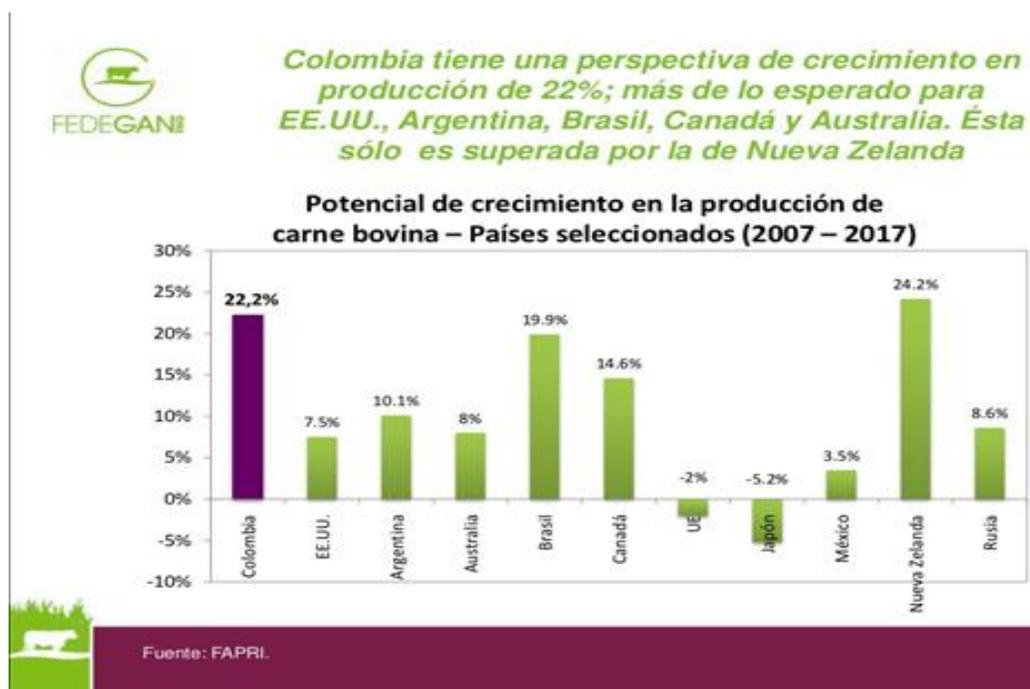


Figura 11 Potencial mundial de crecimiento en la producción de carne bovina.

Fuente: Tomado de Fedegan

Vale la pena mencionar que Colombia, dedica alrededor de 40 millones de hectáreas a la ganadería atribuyendo un poco más del 60% a las zonas de trópico bajo en donde en su mayoría se da la raza Cebú. El Brahman colombiano una de las razas de Cebú, es considerado ideal para la

producción de carne ya que es reconocido en todo el mundo, por la calidad en su genética en todo el mundo.

Con base en lo anterior, Colombia está ubicada entre los primeros 11 productores a nivel mundial de ganado tanto porcino como bovino y cuenta, con una participación del 2% del total en el mercado viéndose aventajada en América Latina únicamente por Argentina, México y Brasil. Adicionalmente, el hecho de tener esa posición lleva a que el país constantemente esté compitiendo a nivel de precio y calidad. A lo largo del último año alcanzó los 24 millones de cabezas en donde el 58.7% es dedicado a la producción de carne, 6.4% a la lechería y 35% a ambas labores.

4. CAPITULO IV: OFERTA Y DEMANDA DE CARNE BOVINA Y PORCINA EN LA FEDERACIÓN RUSA

4.1 Introducción

El análisis de oferta y demanda de carne bovina y porcina en la Federación Rusa brindará un panorama más claro en términos de cantidades y precios, buscando precisar las cifras de consumo y producción de este mercado con la finalidad de compararlas con las cifras del excedente exportador colombiano de carne bovina y porcina, y así evaluar si Colombia cuenta con la capacidad de cubrir la demanda de dicho mercado.

La Federación Rusa con una población de 146.300.000 habitantes consumió aproximadamente 9,8 millones de toneladas de productos cárnicos por año, el equivalente a 68 Kg per cápita en 2014 según datos del servicio estadísticos de la Federación Rusa (Roostat).

Desde el año 2000, el consumo de carne en la Federación rusa se ha elevado en un 70%, donde el consumo per cápita aproximado era de 41 Kg en ese entonces. Lo anterior se debe a un crecimiento del ingreso real de los habitantes, gracias a la recuperación económica que ha vivido el país durante los últimos años. Además, varios estudios de mercado han indicado que el 10% de

los habitantes de ingresos económicos altos en la Federación Rusa consumen seis veces más carne que el 10% de los habitantes de ingresos económicos bajos (Global Meat News, 2015).

Adicionalmente, según datos de Roostat el 73% de los habitantes de la Federación Rusa compran productos cárnicos cualquier día y consumen por lo menos este tipo de producto una vez cada dos días. Sin embargo, existe un 27% de la población que no está en la capacidad de hacerlo.

No obstante, una de las variables que más incide en la decisión de compra del consumidor ruso es el precio, aunque la única excepción es que el 86% de los rusos prefieren la carne refrigerada que la carne congelada, siendo la refrigerada un 10% o 15% más costosa que la carne congelada.

En lo que refiere a la estructura del consumo de carne en la Federación Rusa, esta ha cambiado significativamente durante las últimas dos décadas. Por ejemplo, en los años 50 la carne preferida era la carne bovina con una participación de 45% con un consumo per cápita anual de 21.5Kg, mientras la carne porcina ocupaba el segundo lugar con un consumo per cápita anual de 14.5 Kg (Global Meat News, 2015).

Para 2014, el consumo de carne de los habitantes de la Federación Rusa dio un giro de 180 grados donde la carne porcina está por encima de la carne bovina con una participación de 33% con un consumo per cápita anual de 22.4 Kg, mientras que la carne bovina tiene un consumo per cápita anual de 19.6Kg.

Esta situación, representa una nueva tendencia del mercado de la carne en la Federación Rusa, donde ahora el consumidor ruso prefiere consumir carne porcina que carne bovina (Global Meat News, 2015) .

4.2 Cifras de oferta y demanda de carne bovina y porcina en la federación rusa

Tabla 8 Oferta y Demanda de productos cárnicos y pronóstico Federación Rusa.

OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS CARNICOS Y PRONOSTICO (miles de toneladas) 2005-2020									
VARIABLE	INDICADOR	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2015	2020*
CERDO	Producción	1569	1699	1930	2042	2170	2331	2925	3389
	Consumo	2154	2361	2615	2864	2836	2970	2165	3439
	Importaciones	585	662	685	822	667	639	240	50
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	40	200
CARNE DE RES	Producción	1809	1722	1699	1769	1741	1727	1715	1786
	Consumo	2484	2456	2488	2643	2502	2463	2285	2286
	Importaciones	674	734	786	874	760	621	570	550
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia con datos de FAO-meat sector review (FSSS, Union de carne de Rusia y Meatinfo).

“De acuerdo a los recientes análisis, el consumo de carne en la Federación Rusa ha alcanzado un nivel record. Los datos revelan que el consumo de carne en dicho país aumentó un 9,8% en 2012 respecto al año anterior, alcanzando 66 kg per cápita. Los expertos señalaron que el consumo ha tendido al alza durante los últimos cinco años, con una tasa de crecimiento promedio anual de 8,4%.

Los rusos actualmente están consumiendo más carne que nunca. De acuerdo a un reporte realizado por la agencia de análisis Intesco Group, en 2011 el mercado de la carne en Rusia tuvo un valor de 15 mil millones de dólares y para finales de 2012 un valor de 16,3 mil millones de dólares.

No obstante, las encuestas muestran que más de la mitad de la población rusa consume carne todos los días. Al mismo tiempo, un cuarto de los encuestados consume carne una a dos veces por semana, mientras que sólo un 7% de toda la población rusa consume productos cárnicos unas pocas veces al mes. Finalmente, todos los encuestados consumen carne varias veces en el año, señalaron los expertos de Intesco Group Research.

Dentro de las regiones de la Federación Rusa, Moscú es el líder en cuanto a consumo de carne, donde el volumen del comercio al por menor es de alrededor de 3,5 mil millones de dólares, alcanzando una cuota de mercado total ruso de 23,2%. El segundo lugar lo ocupa la República de Bashkortostan, con una cuota de mercado de 5%.

El crecimiento del consumo será un factor importante en el desarrollo de la industria cárnica rusa en los próximos años. Actualmente, el consumo de carne no ha alcanzado los estándares médicos recomendados, con un déficit de 15-17 kg. Sin embargo, debido al aumento en el nivel de ingresos que se ha previsto para los ciudadanos de la Federación Rusa, se espera que para el año 2020 se consuma, en promedio, 73-77 kg de carne por habitante” (FAO, 2015).

“La compra de carne colombiana por parte de la Federación Rusa se ha incrementado 12 veces en los últimos cuatro años, al pasar de 557.061 dólares en 2011 a 6,8 millones de dólares en 2014, según datos de Procolombia.

Así, exportar a la Federación Rusa no solo significa tener acceso al principal importador de carne de res en el mundo sino también a los demás países miembros de la Unión Económica Euroasiática, como son Bielorrusia y Kazajistán, con libre circulación de los productos.

Según estadísticas de Trademap, la Federación Rusa le compra al mundo cerca de 3.000 millones de dólares en carne, teniendo como principales proveedores del producto congelado a Brasil, Paraguay, Argentina, Uruguay y Bielorrusia.

Para el 2020 se espera que la Federación Rusa consuma más carne de res que la que produce, por lo que a las actuales 571.000 toneladas que importa se sumarán otras 550.000 toneladas, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.” (El Economista, 2016).

4.3 Producción de carne bovina y porcina en la Federación Rusa

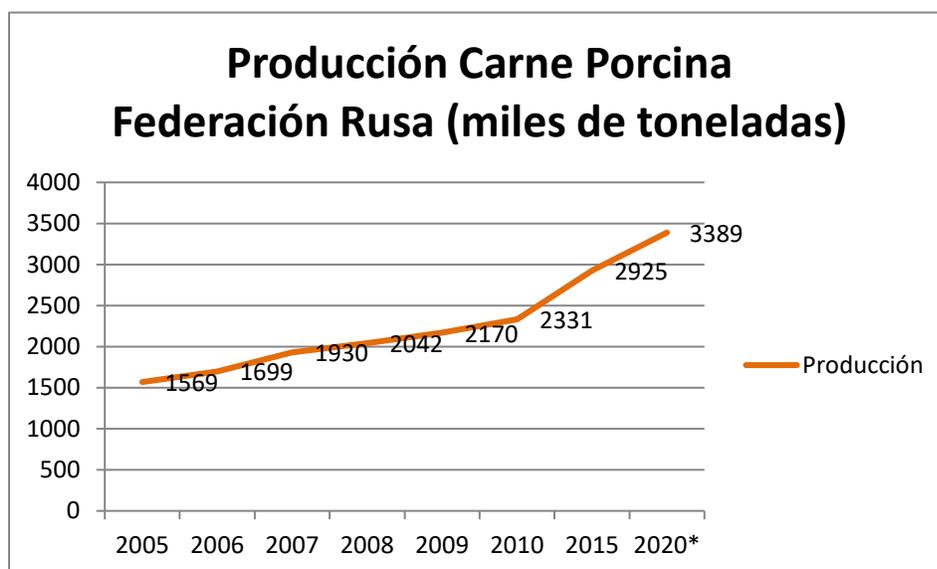


Figura 12 Producción de Carne Porcina Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO.

Las regiones de Rusia con mayor producción ganadera se encuentran en el sur, en especial las regiones de Krasnodar, Cáucaso, Volga y el sur de Siberia.

La producción de carne porcina en la Federación Rusa ha venido en aumento durante los últimos 5 años, donde ha pasado de 2.331.000 toneladas en 2010 a 2.925.000 toneladas para 2015. Esta tendencia refleja una disminución de las importaciones de carne porcina, donde en 2016 se proyecta una reducción de 355.000 toneladas, un 13% menos que en 2015.

Sin embargo, el aumento de producción de cabezas de porcinos se ha dado lentamente a tasas del 2,3%, debido a la situación de liquidación de focos de peste porcina africana que ha generado la muerte de más de 900.000 porcinos durante los últimos 7 años (Global Meat News, 2015).

Así mismo, mientras el brote de la peste porcina se expandía hace unos años, hubo un aumento de los precios de los cereales entre un 80% y 100%, que terminó afectando a los productores locales. Evidentemente si se comparan las cifras del 2015 con las del 2010, la producción interna poco a poco se ha venido recuperando con tasas de crecimiento del 9,5% llegando a tener una cabaña porcina en 2015 de 21.9 millones de cabezas (MLA, 2013).

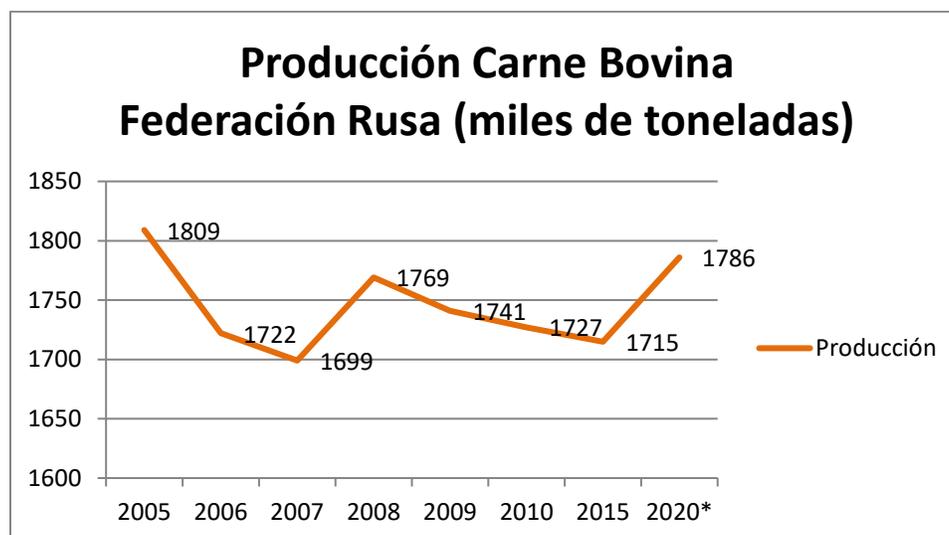


Figura 13 Producción de Carne Bovina Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO.

Por otro lado, analizando la producción de carne bovina en la Federación Rusa, esta ha venido disminuyendo desde el año 2008 a tasas entre el 1% y el 1,5%.

“Según previsiones hechas por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), se estima que la producción de carne bovina bajará un 3,3% para el año 2016. Lo anterior se sustenta a una caída en el censo ganadero del 1,3% y la falta de financiación para la mejora de las instalaciones y de la cabaña ganadera. La producción alcanzaría los 1,31 millones de toneladas, un 3,3% menos que en 2015. El USDA constata que el 90% de los animales que se sacrifican proceden de la producción láctea.” (Porcicultura.com, 2016)

Así mismo, en lo referente al total de existencias de bovinos, la Federación Rusa paso de tener en el año 2001, 25.5 millones de cabezas de ganado a 17.5 millones de cabezas de ganado en 2010.

Para 2016 se prevé un retroceso del stock ganadero en un 1,5%, donde se llegaría a 18,4 millones de cabezas de ganado según datos de la USDA.

4.4 Consumo de carne bovina y porcina en la federación rusa

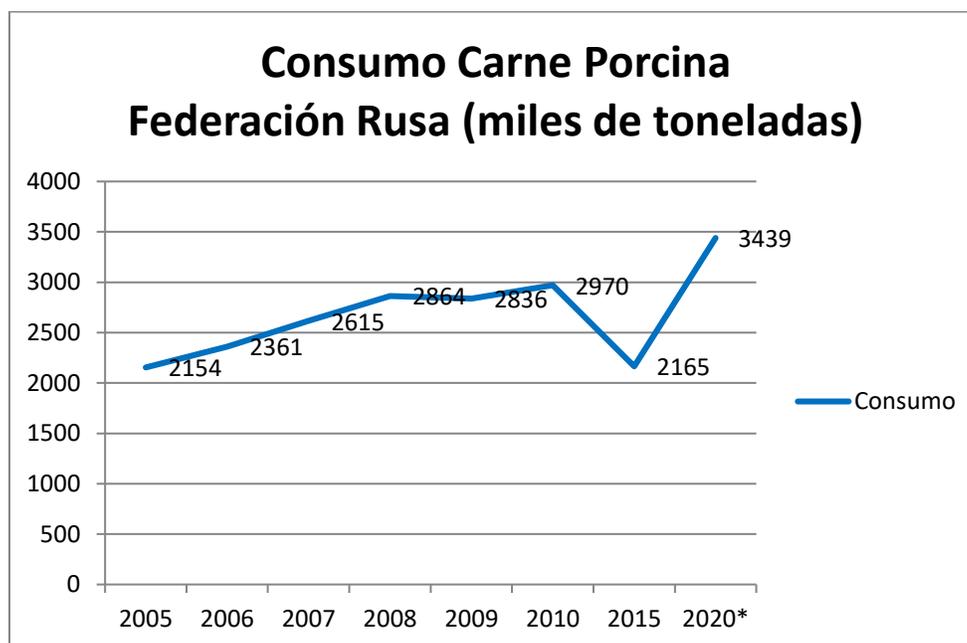


Figura 14 Consumo de Carne Porcina Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO.

En lo referente al consumo de carne porcina en la Federación Rusa, esta subiría hasta los 3,02 millones de toneladas para el año 2016 debido a que sigue siendo la alternativa frente a la carne bovina que es la de mayor valor y supone el 34% del total consumido.

Además, el consumo de carne porcina es la nueva tendencia de los consumidores de la Federación Rusa, por lo cual se prevé que para el 2020 su demanda será de 3.439.000 toneladas, mientras su oferta será de 3.389.000 toneladas, lo que evidencia un déficit, lo que puede representar para el subsector ganadero y porcicultor colombiano una oportunidad para entrar a dicho mercado.

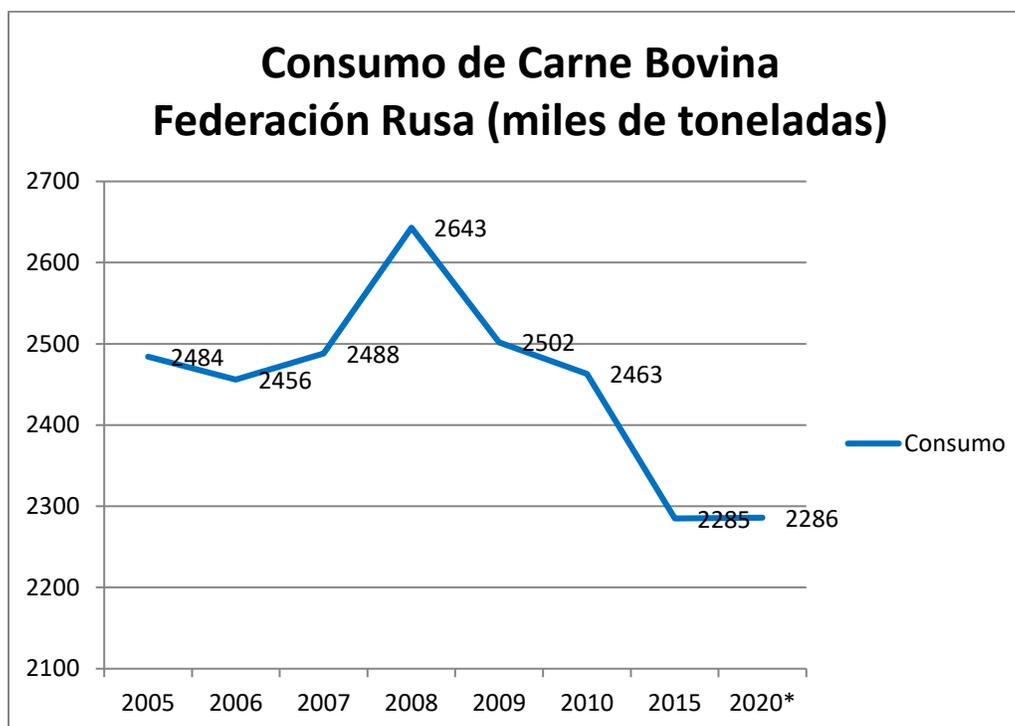


Figura 15 Consumo de Carne Bovina Federación Rusa.

Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO.

Por último, en lo que refiere al consumo de carne bovina en la Federación Rusa, esta ha venido decreciendo desde el año 2008 donde pasó de 2.643.000 toneladas a 2.285.000 toneladas en 2015.

Una de las principales razones por las cuales se ha disminuido el consumo de carne bovina en la Federación Rusa, es que la carne porcina se ha convertido en una alternativa de la carne bovina. Esta a su vez le ha quitado protagonismo a la carne bovina durante las últimas dos décadas.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la Federación Rusa es el primer importador de carne de res en el mundo, lo que hace lo hace ver un mercado muy atractivo con un consumo promedio anual de 2.000.000 de toneladas. Además, según la FAO se prevé que la Federación Rusa para 2.020 necesitara importar 550.000 toneladas más de carne de res para cubrir la demanda de su mercado.

Para 2015, la Federación Rusa generó una demanda de 2.285.000 toneladas de carne bovina, mientras su oferta interna fue de 1.715.000 toneladas, lo que representa una oportunidad de destino

a las exportaciones colombianas de carne bovina y porcina, ya que para los habitantes de la Federación Rusa es importante que en su dieta este la carne como símbolo de salud y bienestar.

5. CAPITULO V: MEDIDAS SANITARIAS Y ZOOSANITARIAS EXIGIDAS POR EL MERCADO DE LA FEDERACIÓN RUSA

5.1 Generalidades de las medidas sanitarias y zoosanitarias

Existen una serie de requisitos los cuales deben ser cumplidos si se van a importar productos alimenticios tanto en la Federación Rusa como dentro del territorio de la Unión Aduanera.

5.1.1 Vigilancia sanitaria y epidemiológica

Mercancías que es necesario que sean sometidas tanto a vigilancia sanitaria como epidemiológica, son todos los productos alimenticios que se emplean para la alimentación humana incluidos los transgénicos según la decisión que tomó la Comisión de la Unión Aduanera N° 299 de 28 de mayo de 2010.

5.1.2 Registro estatal del producto (con el que se sustituye al certificado de higiene por el certificado de inscripción estatal)

El Acuerdo de la Unión Aduanera sobre medidas sanitarias de 2010 tiene como principal norma el “Registro Estatal del Producto”, que determina los Requisitos Únicos sanitario-epidemiológicos e higiénicos para los productos sujetos al control sanitario-epidemiológico, con vigencia en Rusia, Kazajstán y Bielorrusia.

Sin embargo, para productos que con la nueva regulación no estén sujetos a control sanitario se exigirá una declaración de conformidad. Esta declaración juega un papel de registro por un plazo indefinido.

La página web del Rospotrebnadzor (Organismo para la defensa de consumidores y usuarios) ofrece el servicio de consulta en su base de datos de registros para tener mayor claridad del primer paso en la vinculación al proceso de exportación: <http://fp.crc.ru/evrazes/?type=min>.

Además, teniendo en cuenta que toda la documentación debe estar lista antes de la importación, también están disponibles la guía de exportación a seguir y el formulario estándar de registro estatal, dependiendo del producto a ingresar, teniendo en cuenta el Listado Único de Productos Sujetos al Control Sanitario-Epidemiológico en el Territorio y la Frontera de la Unión Aduanera, en el siguiente enlace: <http://www.tsouz.ru/db/techregulation/sanmeri/Pages/default.aspx>.

No obstante, existen requisitos generales independientemente de la documentación solicitada. Por ejemplo, los documentos deben estar traducidos al idioma ruso, legalizados ante un notario, y cuentan con un plazo de registro de 40 días a partir de la entrega de los documentos.

Por último, es importante tener claro que, si un producto está sometido al Certificado de Registro Estatal y al Certificado de Conformidad general, no se otorgará éste sin el primero.

5.1.3 Declaración de conformidad (sustituye la certificación de conformidad para muchos productos)

“En 2009 el gobierno de la Federación Rusa emitió la Resolución N° 982, referente a la sustitución del Sistema de Certificación Obligatoria de la Conformidad (GOST R) de los principales bienes de consumo, por el Sistema de Declaración de Conformidad.

Dicha sustitución logro que la Federación Rusa eliminara la certificación obligatoria (GOST R) y la sustituyera por una declaración de conformidad del producto con los reglamentos técnicos, la cual se tramita sin complicaciones en la Agencia Federal de Regulación Técnica y Metrología.

Luego en 2010 con la Decisión N° 319, la Comisión de la Unión Aduanera adoptó parcialmente el sistema ruso de Declaración de Conformidad. Esta medida surgió principalmente para aliviar la carga burocrática sobre los sectores y empresas, permitiéndole a los productores responder por sus productos basados en su propia verificación.

Sin embargo, no existe una lista unificada oficial que cubra todos los bienes o servicios que están sujetos a esta directiva, por eso se recomienda a los exportadores consultar todas las listas disponibles en los enlaces virtuales tratados en la sección anterior. Esta consulta les dara criterio suficiente para determinar si un producto es objeto de una evaluación de seguridad obligatorio o no.

Para este caso de estudio en particular, de acuerdo con la Resolución del Gobierno de la Federación Rusa N° 982, la declaración de conformidad es necesaria para la importación de casi todos los productos agrícolas y alimentarios, viéndose incluidas la carne bovina y porcina.

En este orden de ideas también es importante tener en cuenta la Resolución N° 766, donde las declaraciones de conformidad de los productos importados serán elaboradas por los importadores rusos y registrados en una entidad de certificación acreditada, agilizando el proceso de exportación apoyando a los productores.

En términos de tiempo, estas Declaraciones de conformidad normalmente tienen validez de 3 años y no pueden exceder los 5 años, permitiéndole a los importadores marcar los productos a ingresar con una señal de conformidad.

Por último, para cualquier revisión de documentación, las pruebas para la emisión de las declaraciones de conformidad se realizan en los laboratorios de ensayo incluidos en el Registro Unificado de organismos de certificación y laboratorios de pruebas de la unión aduanera, como servicio adicional al exportador.” (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, 2016)

5.2 Actualidad de normas de acceso de mercado a la Federación Rusa

En 2006 en Colombia se dieron los inicios de verificación de normas zoofitosanitarias por parte de Rosselkhozadzor (Servicio Federal de Supervisión veterinaria y Fitosanitaria de la Federación Rusa). Los primeros acercamientos se dieron con la visita que fueron atendidas por el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) y INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), siendo estas las entidades responsables del manejo sanitario de la producción agropecuaria, calidad e inocuidad de los alimentos en Colombia.

El objetivo de la visita por parte de este ente, buscaba auditar si las acciones emprendidas por los entes regulatorios Colombianos ICA e INVIMA como parte de los programas y estrategias de sanidad animal para el control de enfermedades como fiebre aftosa se estaba cumpliendo y de esta manera abrir la posibilidad de exportar carne bovina y porcina al mercado de la Federación Rusa.

Adicionalmente, el ente Rosselkhozadzor visitó diversos frigoríficos de distintas ciudades con la finalidad de evaluar si cumplían los requerimientos de salubridad que ellos exigen.

En 2011, la empresa Camaguey generó el primer envío con la salida de seis contenedores que transportaban aproximadamente 144 toneladas de carne en diferentes modalidades de cortes por valor de USD\$554.885 de carne bovina a la Federación Rusa.

El producto que se envió con destino a la ciudad de San Petersburgo ofrecía diferentes cortes de carne congelada, especialmente en cuartos delanteros los cuales iban a ser utilizados por el canal industrial de dicha ciudad.

A través de un trabajo en conjunto entre Procolombia, ICA, INVIMA, los frigoríficos y la Embajada de Colombia en Rusia se lograron cumplir los requerimientos de salud e higiene solicitados por los entes de la Federación Rusa, lográndose expedir la primera certificación sanitaria de exportación en 2011.

Desde aquel momento hasta el día de hoy, siete plantas colombianas de producción de carne congelada cuentan con el certificado de exportación otorgado por el Servicio Veterinario Ruso Rosselkhozadzor.

5.2.1 Requisitos de acceso de mercado a la Federación Rusa

A continuación, se encuentran los documentos exigidos actualmente para la exportación de carne bovina y porcina al mercado de la Federación Rusa:

1. Declaración de importación (para el importador)
2. Declaración de valor a efectos aduaneros (presentada por el importador)
3. Factura Pro Forma
4. Factura comercial
5. Packing List
6. Contrato
7. Documentos de transporte (Bill of Lading, Guía Aérea, Guía de camión).
8. Certificado de origen Forma A (este documento es clave para que el importador tenga acceso a la preferencia arancelaria)
9. Certificado veterinario de la UA firmado por Invima y el Ica (prestar atención que esté relleno correctamente, con el nombre de la planta igual al registrado en la web de Rossekhosnadzor)
10. Licencia de importación para carne de bovino, porcino, fresca o congelada. (para el importador)
11. Documento que autoriza a su titular a importar aquellos tipos de carne sujetos a cuota. (para el importador)
12. Permiso veterinario de importación: lo tramita el importador en el Ministerio Ruso de Agricultura y se aplica a todos los productos que requieran este tipo de control veterinario (importador)
13. Inspección veterinaria en frontera: documento que acredita que se ha pasado la inspección veterinaria en el punto de entrada en territorio aduanero.

Adicionalmente, el certificado de origen es una herramienta clave, el cual debe ser expedido por la DIAN por un funcionario autorizado. En caso de no ser aprobado, el producto si puede ser ingresado al país bajo otro trámite administrativo.

Desde 2014, el ente regulador (ICA), incluyó nuevos requerimientos para la exportación de carne bovina y porcina para el mercado de la Federación Rusa. Dentro de ellos se encuentran:

1. Declaración obligatoria del número de cabezas de ganado que tiene el productor.
2. Certificación de los últimos cuatro ciclos de vacunación de fiebre aftosa.
3. Registros técnicos del veterinario que evidencien que el ganado se encuentra en una zona libre enfermedad.
4. Certificación a través de un veterinario que determine que el número de cabezas de ganado no cuenta con enfermedad como por ejemplo Tuberculosis y que el lugar donde se encuentre, las prácticas ganaderas sean las adecuadas.
5. Certificación que demuestre que el ganado sacrificado para exportación haya permanecido mínimo 120 días en el predio registrado.

Una vez se obtengan dichos requerimientos, para llevar a cabo del despacho de las cabezas de ganado, la persona que exporta deberá solicitar la Guía Sanitaria de Movilización Interna, la cual deberá ser emitida y aprobada por un veterinario del ICA.

El aseguramiento de estos requisitos, permitirán que los productores nacionales de ganado cumplan con las normas establecidas por las entidades sanitarias de países como la Federación Rusa y de esta manera cumplir uno de los pasos más importantes al momento de introducir carne bovina y porcina a mercados extranjeros que tienen una alta demanda de carne ya sea fresca o congelada.

Estas prácticas implementadas por el ICA son de gran reconocimiento de admisibilidad de países como Estados Unidos, Canadá y la Federación Rusa, siendo este modelo de controles uno de los más sofisticados y aplicados en Latinoamérica.

En la página web del ICA se podrán encontrar los requerimientos preestablecidos para que los dueños de fincas ganaderas que estén interesados en exportar carne a países extranjeros se puedan certificar en un plazo no mayor a 3 meses.

No obstante, el registro tendrá una fecha de caducidad de dos años. Posterior a este tiempo, el propietario del hato ganadero tendrá la obligación de renovar el registro realizando los trámites como si fuera la primera vez. En el caso en el que se desee mantener el certificado expedido por

este periodo, deberá solicitar al ICA un control oficial durante periodos pactados de que las condiciones de admisibilidad sanitaria se están cumpliendo, de lo contrario el registro será retirado.

5.2.2 Oportunidades de mejora para Colombia en la exportación de carne bovina y porcina

En estos últimos 5 años, Colombia ha explorado las distintas oportunidades que ofrecen los mercados internacionales en cuanto a carne porcina y bovina, y se ha dado cuenta que es clave para la industria abrir sus destinos de exportación, ya que les permite ser ms competitivos en cuanto a variables como calidad, precio tecnología, entre otras y al mismo tiempo garantizar la sostenibilidad económica a largo plazo del sector.

La conciencia de lo que se mencionó anteriormente llevó a que Procolombia junto con la consultora uruguaya CPA Ferrere lograran establecer una estrategia que le permita al país posicionarse como uno de los principales mercados proveedores de carne bovina y porcina en el mundo.

Para llegar al objetivo de esta posicionado como uno de los principales proveedores de carne a nivel mundial, Colombia debe garantizar el cumplimiento de los estándares internacionales al que han llegado países como Australia, Nueva Zelanda y Uruguay. El desarrollo de las exportaciones de este tipo de producto permite que el país y el sector logre beneficios como nuevos métodos de desarrollo de cadenas productiva, modernización de instalaciones, mejora de eficiencias enfocadas en tecnología, entre otras que hacen que el país avance cada día más.

Actualmente, los empresarios se les inculca la importancia de generar productos con valor agregado, esto fue un punto clave que se desarrolló durante el II Seminario Internacional del Sector Cárnico Bovino organizado por Fedegán en Montería.

El plan de acción que se quiere emprender junto a PROCOLOMBIA es a largo plazo, lo que se traduce en retos inmediatos de acceso a mercados extranjeros y al desarrollo de tecnología industrial de frío para obtener productos exportables de tipo competitivo como lo es hoy en día la carne congelada. Sin embargo, para llegar a cabo al cumplimiento del objetivo, es que tanto el sector público como privado tomen decisiones de inversión a largo plazo, buscando obtener

fuentes de financiación que permitan obtener equipos que faciliten la exportación de carne enfiada en cortes de alto valor y lista para consumo en mercados como el de la Federación Rusa.

Finalmente, Colombia tiene diferentes apuestas, entre ellas el desarrollo de procesos tecnológicos complejos que faciliten la producción de productos cárnicos, adicionalmente que generen un sello único de que es un producto 100% colombiano. Para ello se requiere tomar acciones en temas como plano productivo, comercial e institucional, para duplicar la capacidad y de esta manera Colombia pueda responder la demanda de un país como el de la Federación Rusa.

5.3 El potencial colombiano

La realidad que debe asumir Colombia y especialmente el sector cárnico se compone de factores como: el potencial del país como productor de carne bovina y porcina y la creciente demanda del mercado internacional.

Según datos de Fedegán, Colombia cuenta con el cuarto hato ganadero más grande de América Latina, después de países como Brasil, Argentina y México. La cifra aproximada son 23,5 millones de cabezas, y aun así se encuentra posicionada dentro los primeros 13 productores a nivel mundial.

La principal oportunidad para el sector está en el desarrollo y expansión de áreas productivas como por ejemplo el aumento de áreas de pasturas disponibles al hato ganadero. Esto generaría un eficiente uso de los recursos de alimentación animal, según indica el estudio de Procolombia.

Otra oportunidad que Colombia no debe desaprovechar es su posición geográfica, la cual le permite que el ganado pueda ser alimentado con pasto durante todo el año. Esto a diferencia de otros mercados productores de carne permite que Colombia no tenga la obligación de aplicar hormonas de crecimiento a su hato ganadero. El efecto de esta ventaja en el futuro lleva a que Colombia pueda producir carnes limpias, biológicas y orgánicas de gran demanda en los mercados internacionales.

Por otro lado, se prevé que entre 2010-2020 a nivel mundial la demanda de carne bovina y porcina será de 40 millones de toneladas, mostrando una tendencia creciente y atractiva para muchos mercados productores según lo afirma la empresa consultora GIRA.

Actualmente ya muchos países se están jugando un papel importante como mercados principales importadores de carne bovina y porcina en el mundo, entre ellos: según cifras de Trademap en 2012, se destacan China, Corea del Sur, Egipto y la Federación Rusa, que son los mercados que presentan las mayores oportunidades para las exportaciones colombianas, sujetas a los protocolos de acceso. (Procolombia, El mercado de la carne de res en Rusia, 2015).

A partir de lo mencionado anteriormente Colombia debe enfocarse a:

- Modernización y tecnificación de las plantas industriales: Sistemas de cadenas de frío, cámaras y depósitos, gestión del agua y la energía, entre otros.
- Enfocarse a promover siempre buenas prácticas ganaderas, aquellas siempre relacionadas al bienestar del hato ganadero. Factor relevante hoy en día en el comercio internacional.
- Mayor acceso y penetración de mercados extranjeros permitirán que el sector cárnico colombiano se fortalezca en términos de admisibilidad sanitaria, protocolos, equivalencias comerciales, y ampliación de la cadena productiva.
- Generar un sello único en la carne bovina y porcina colombiana no tiene otra opción, siempre hay que buscar diferenciación en las diferentes variables que componen el producto colombiano. La finalidad es lograr la valorización del producto colombiano en el mercado extranjero.
- Buscar ampliar la producción del hato ganadero por hectárea de 0.6 a 1.5, e incrementar otros indicadores productivos como tasa de nacimientos y de engorde.
- Capacitación al personal que trabaje con el hato ganadero, en términos de normativas, buenas prácticas y conocimientos de mercados líderes en producción de carne bovina y porcina.
- Mejoramiento continuo de los procesos de frío, frigoríficos y transporte. Lo anterior con la finalidad de ofrecer un producto sin restricciones y con fácil adaptación a otra cultura o mercado.
- Integración del sector productivo cárnico en Colombia. Esto en búsqueda de un trabajo continuo y en conjunto con organizaciones gubernamentales a nivel nacional e internacional

6. CAPITULO VI: CONCLUSIONES

- Tres son los aspectos positivos más importantes de la carne porcina y bovina colombiana. Es una es una carne magra, fresca y que cuenta con toda la naturalidad lo cual permite que se ajuste perfectamente a los estándares de calidad dentro del mercado de la Federación Rusa. Adicionalmente Colombia, cuenta con el hato más grande en Latinoamérica y el número 12 en el mundo de cabezas de bovino estimando que para el 2025 su valor seguirá aumentando en un 65%.
- En marzo de 2011, se alcanzaron los requisitos higiénicos exigidos por parte de las autoridades rusas para la certificación sanitaria de exportación lo que llevó a que actualmente, siete plantas del país cuenten con este certificado. Todo lo anterior por medio de un trabajo conjunto entre la Embajada Colombiana en Rusia, Procolombia, INVIMA e ICA.
- La oferta de carne Bovina y Porcina en el mercado de la Federación Rusa tiene dos comportamientos diferentes; la carne Bovina viene en declive, mientras la Porcina viene en crecimiento durante los últimos años. Sin embargo, en ambos mercados se observa un déficit de la producción de carne tanto Bovina como Porcina, lo que representaría una oportunidad para el subsector ganadero y porcicultor colombiano para los próximos años.
- La demanda de carne Bovina en el mercado de la Federación Rusa viene decreciendo durante los últimos 5 años, aunque en tasa menores, mientras que la de la carne porcina viene en aumento en tasas mayores, donde se pronostica para el año 2.020 que la gente consumirá 1.000 toneladas por encima de carne porcina que carne bovina.
- El control de las agencias rusas acerca de los alimentos importados continúa siendo complejo aún después de la adhesión que tuvo lugar a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en el año de 2012. Continua la unificación tanto de reglamentos técnicos como de normas sanitarias por lo que, las reformas y regulaciones respecto a los productos alimenticios puede durar un tiempo considerable.

- Partiendo del acuerdo de adhesión establecido por la OMC los productos cárnicos de Colombia tienen una alta probabilidad de ingresar a la Federación Rusa y continuar su inmersión en la economía mundial.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Agropecuario, I. C. (22 de Diciembre de 2016). Censo Pecuario Nacional 2016. Bogotá, Colombia .
- APC. (26 de Diciembre de 2015). Programas y Relaciones Bilaterales de Colombia. Bogotá, Colombia .
- Caballero, I., & Padín, C. (2012). *Comercio Internacional, Una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior* (21 ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Callingham, M. (2004). *Market intelligence : How and why organizations use market research* (3 ed.). Londres: Kogan Page.
- Cancillería. (20 de Diciembre de 2015). Embajada de Colombia en Rusia . Bogotá, Colombia .
- CIA. (20 de Diciembre de 2015). The World Factbook, Russia. Washington D.C, Estados Unidos.
- DANE. (29 de Diciembre de 2015). Sistema Estadístico Nacional . Bogotá, Colombia .
- Euromonitor. (28 de Diciembre de 2015). Market Research on Russia. Londres, Reino Unido.
- FAO. (15 de Marzo de 2015). *Pronostico de la estrategia de producción y desarrollo de ganado en Rusia hasta 2.020*. Obtenido de <http://www.fao.org/home/es/>
- Ganaderos, F. C. (20 de Junio de 2015). La carne bovina en Colombia toma importancia en Rusia. Bogotá.

- García, O. L. (2011). *Cómo negociar con éxito en 50 países* (3 ed.). Madrid, España: Global Marketing.
- Global Meat News. (29 de Junio de 2015). Retail Analysis: Russian Federation. *Global Meat News*, págs. 2-5.
- Hair, J. F. (2010). *Investigacion de Mercados* (4 ed.). España: McGraw Hill.
- Heckscher, E. F. (1931). *Mercantilism* (1 ed.). Estocolmo, Suecia.
- Hill, C. W. (2011). *Negocios Internacionales, competencia en el mercado global* (8 ed.). Nueva York, Estados Unidos: Mc Graw Hill.
- Krugman, P. (1990). *Strategic Trade Policy and the New International Economics* (3 ed.). Massachusetts: Cambridge.
- Map, T. (28 de Diciembre de 2015). Importaciones Rusia 2015. Londres, Reino Unido .
- Mercer. (2015). *Worldwide cost of living survey 2015 – City Ranking*. Nueva York.
- MLA. (2013). *Red meat market report Russia*.
- Pope, R. (2002). Why Small Firms Export: Another Look. *Journal of Small Business Management*, 17-26.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo* (3 ed.). Estados Unidos: Grupo Planeta (GBS).
- Porter, M. E. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones* (1 ed.). Massachusetts, Estados Unidos: Vergara.
- Procolombia. (15 de Marzo de 2015). El mercado de la carne de res en Rusia. Bogotá, Colombia.
- Procolombia. (15 de Septiembre de 2015). Rusia busca carne congelada bovina. Bogotá, Colombia.
- Ricardo, D. (1817). *The Principles of Political Economy and Taxation* (3 ed.). Londres, Reino Unido: Homewood, Illinois, Irwin.
- Roostat. (15 de Julio de 2014). *Consumo de carnes en la Federación Rusa*. Obtenido de http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/en/main/
- Salvatore, D. (2009). *Microeconomía* (4 ed.). Nueva York, Estados Unidos: Mc Graw Hill.
- Smith, A. (1776). *The Wealth of Nations* (3 ed.). Londres, Reino Unido: W.Strahan & T. Cadell.

Spiegel, H. (1991). *The Growth of Economic Thought*, Durham . *Duke University Press*, 5-8.

Suranovic, S. (2010). *International Economics: Theory and Policy*. *Flat World Knowledge*, 4-7.

Trade, S. (15 de Septiembre de 2015). *Rusia: Llegar al Consumidor*. Obtenido de
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/rusia/llegar-al-consumidor>

USDA. (6 de Junio de 2014). U.S. Department of Agriculture. Washington D.C., Estados Unidos.

Yushin, S. (2013). *Ficha País: Rusia, Carnes ovinas y ganado ovino en pie*. Buenos Aires.