

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Productos del sector agrícola colombiano y derivados que tienen oportunidad de ser vendidos en el mercado de la Federación Rusa

Trabajo de grado

Juan Diego Camacho Ferro

Bogotá D.C.

2015

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Productos del sector agrícola colombiano y derivados que tienen oportunidad de ser vendidos en el mercado de la Federación Rusa

Trabajo de grado

Juan Diego Camacho Ferro

Ivarth Palacio Salazar

Administración de Empresas

Bogotá D.C.

2015

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	1
RESUMEN	3
Palabras clave:	3
ABSTRACT.....	4
Key Words:	4
1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.2. Justificación	8
1.3. Objetivos de la investigación.....	9
1.3.1 Objetivo General:.....	9
1.3.2 Objetivos Específicos:	10
1.4 Alcance y vinculación con el proyecto del profesor.....	10
1.5 Tipo de investigación y metodología.....	11
2. MARCOS DE REFERENCIA.....	13
2.1 Marco Contextual.....	13
2.1.1 Análisis Comparativo: Federación Rusa y Colombia.....	13
2.1.3 Dinámica del comercio exterior de la Federación Rusa	23
2.1.4 Dinámica de comercio exterior de Colombia	27
2.1.5 Comercio Agrícola de Colombia	28
2.1.6 Comercio bilateral entre Colombia y la Federación Rusa	30
2.2 Marco Teórico.....	34
2.2.1 La industria agroalimentaria en un entorno globalizado.....	34

2.2.2 Etapas en la internacionalización.....	35
2.2.3 Barreras a la internacionalización de productos agroalimentarios	37
2.3 Marco Conceptual.....	40
3. CONSIDERACIONES	43
3.1 Tratados Comerciales.....	43
3.2 Perfil de logística desde Colombia hacia la Federación Rusa	44
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Comparación Composición PIB	17
Figura 2. Comparación Crecimiento PIB.....	18
Figura 3. Importaciones y exportaciones rusas entre los años 2009 y 2013.....	24
Figura 4. Socios comerciales de la Federación Rusa Exportaciones vs Importaciones.	25
Figura 5. Composición de exportaciones desde Suramérica hacia la Federación Rusa.	26
Figura 6. Importaciones y exportaciones colombianas entre los años 2009 y 2013.....	28
Figura 7. Exportación de productos agrícolas.....	29
Figura 8. Principales productos agrícolas exportados.....	30
Figura 9. Balanza comercial Colombia-Federación Rusa.....	32
Figura 10. Comparación Logistics Performance Index	45
Figura 11. Líneas navieras con oferta de Servicios a la Federación Rusa.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis Geográfico entre la Federación Rusa y Colombia.....	14
Tabla 2. Análisis Demográfico entre la Federación Rusa y Colombia.....	15
Tabla 3. Análisis Económico entre la Federación Rusa y Colombia.....	16
Tabla 4. Comparación Índice de Desarrollo Humano entre la Federación Rusa y Colombia	19
Tabla 5. Producción Federación Rusa de productos agrícolas de alto consumo	20
Tabla 6. Producción agrícola por tipo de empresa en la Federación Rusa	21
Tabla 7. Producción Colombia de productos agrícolas y pecuarios	22
Tabla 8. Composición Importaciones Colombia-Federación Rusa	33
Tabla 9. Composición Exportaciones Colombia-Federación Rusa	34
Tabla 10. Lista de tratados comerciales que la Federación Rusa tiene en vigor	43
Tabla 11. Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos	46

GLOSARIO

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB): es el valor total de los bienes y servicios producidos por un país en un periodo de tiempo determinado.

COMERCIO EXTERIOR: es el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

TRATADO COMERCIAL: es un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la forma en que adelantaran las transacciones comerciales de bienes, productos y servicios.

MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS: estas hacen referencia a los mecanismos que garantizan que se suministren a los consumidores de un país alimentos que no les vayan a hacer daño y que cumplan con las normas de salud y seguridad.

NICHO DE MERCADO: es una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas.

SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS: es un conjunto ordenado de normas y procedimientos que concede arancel cero o aranceles reducidos a los países que obtienen beneficio de este por parte de otro país.

COMPETITIVIDAD: Es entendida como la capacidad que tiene una empresa para generar la mayor satisfacción en los clientes, por ofrecer excelente calidad, y además fijar un precio adecuado al mercado.

RESUMEN

Este trabajo tuvo como fin identificar los productos del sector agrícola colombiano y derivados que tienen oportunidad de ser vendidos en el mercado de la Federación Rusa. Esto con el objetivo de tener un documento para los exportadores colombianos donde puedan consultar las oportunidades de negocio que tiene el sector y que pueden ser explotadas. El trabajo se adelantó mediante la consulta de fuentes de información terciaria, como los sitios web de distintas asociaciones, información de los importadores y la consulta a expertos sobre el tema. De esta forma, se logró recopilar la información adecuada para el desarrollo de los objetivos trazados. Fue clave identificar la relación entre el consumo ruso y la importación de productos agrícolas, como también, la producción rusa y la exportación de productos agrícolas.

Se tomó a la Federación Rusa, por ser uno de los países que más importa productos alimenticios. De esta manera, se ahondó en las particularidades del mercado ruso, lo que permitió tener un mejor entendimiento sus negocios y sus hábitos de consumo y así poder analizarlo de una mejor manera. Este trabajo muestra los componentes principales que se deben tener en cuenta para la exportación de productos agrícolas, de la misma forma analiza la oferta, demanda y el papel de Colombia y la Federación Rusa en la venta y compra de este tipo de productos.

Palabras clave:

Palabras clave: Federación Rusa, Colombia, internacionalización, exportación, productos agrícolas, preferencias arancelarias, ventaja competitiva, ventaja comparativa.

ABSTRACT

This work aims to find the Colombian agricultural products and byproducts that have chance of being sold in the Russian market. This work aims also to create a document for Colombian exporters, where they can find business opportunities. This study was conducted by consulting third-party sources of information, such as websites of various associations, information from importers and consultation with experts. It was key to find the relationship between Russian consumption and imports of agricultural products, as well as, Russian production and export of agricultural products.

The Russian Federation was chosen because it is one of the countries with more imports. Thus, we delved into the specifics of the Russian market; we studied their business and their consumption habits in order to analyze it. This work shows the main components that should be taken into account for the export of agricultural products, while in the same way analyzed the supply, demand and role of Colombia and the Russian Federation in the sale and purchase of these products.

Key Words:

Key Words: Russia, Colombia, internationalization, export, agricultural products, preferential tariffs, competitive advantage, comparative advantage.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En Colombia se desarrollan una gran cantidad de productos agrícolas que tienen mercado en el exterior tanto por la calidad como por ser particulares y exóticos. Sin embargo, se presentan dificultades para encontrar los nichos de mercado donde los productos son atractivos y es difícil que se examine la viabilidad que tiene el producto para su exportación ignorando los potenciales compradores de estos.

La agricultura juega un papel fundamental en la economía. Con base a los datos proporcionados por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación la agricultura es la principal fuente de ingresos y de trabajo para el 47% de la población mundial de habitantes de zonas rurales, que son el 70% pobres. (IADB 2015)

La comercialización de productos agrícolas en el mundo está concentrada en China, Estados Unidos, La Unión Europea, India y Brasil debido a la industrialización de la misma junto con las ventajas competitivas de los países en materia de fertilidad de la tierra, mano de obra y disponibilidad de agua. (USDA 2014)

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la agricultura de América Latina padece de un lento crecimiento de la productividad. La producción agrícola de la región necesita tener un crecimiento del 80% entre 2007 y 2050 para satisfacer un aumento previsto de su población de más del 35% en el mismo período. Por otro lado, las exportaciones en 2013 registraron tasas negativas correspondientes a los distintos bloques que fueron: los países andinos (-4%), centroamericanos (-2%) y el MERCOSUR (-1%). (BID 2014)

En Colombia los indicadores muestran que el aporte real de la agroindustria al PIB colombiano es del 14% según las cifras oficiales y del 18% según datos del Banco Mundial. Según estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE 2015) los

productos como el café, las flores, plantas vivas, banano y el aceite de palma son los que encabezan las exportaciones de Colombia. Según el último informe presentado por ProColombia el agro se ha venido recuperando en materia de exportaciones durante el 2013. (ProColombia 2015)

Las exportaciones agrícolas colombianas tienen como principal destino a su socio comercial más importante Estados Unidos y por tal motivo la diversificación de destinos se ha visto estacionada. En este sentido, para asegurar la perdurabilidad de las empresas del agro colombiano, las empresas y organizaciones gubernamentales se ven obligadas a encontrar nuevos destinos para la exportación de los productos que aquí se producen, como por ejemplo la Federación Rusa.

Por otro lado, en el transcurso de los últimos años la Federación Rusa se ha convertido en uno de los países con mayor poder adquisitivo. Adicionalmente, importa gran cantidad de productos de primera necesidad como calzado, marroquinería, textiles, ropa, carnes de res en cortes finos y productos cárnicos, frutas tropicales, pulpas de frutas y concentrados para jugos, cacao, azúcar, café soluble y camarones. (ProColombia 2015)

Adicionalmente, las recientes coyunturas políticas dificultan las negociaciones comerciales de la Federación Rusa con sus principales socios de la Unión Europea y con los Estados Unidos. Esta situación ha generado una enorme oportunidad para empresarios latinoamericanos. Pues en el componente de productos alimenticios, la Unión Europea tiene una cuota de \$2700 millones de dólares anuales y los Estados Unidos \$1300 millones de dólares anuales. (RT 2014)

De esta forma, la oportunidad de ingresar al mercado de la Federación Rusa es cada vez más despejada y necesaria. Debe hacerse un estudio que ayude a encontrar los parámetros por los cuales debe guiarse la producción agrícola colombiana y sus ventajas competitivas hacia la satisfacción de la necesidad y requerimientos de los consumidores rusos. Este estudio se realizará mediante la recopilación de datos y estudios que muestren los productos que son comprados por la Federación Rusa en el mercado internacional junto con información de cómo los productos colombianos pueden competir en cantidad, calidad y precio.

Esta investigación se dirige a determinar cuáles productos del sector agrícola colombiano tienen oportunidad de ingresar en el mercado de la Federación Rusa.

Así mismo, con este proyecto se apoya al sector agrícola colombiano y los empresarios involucrados que están en la obligación de buscar nuevos socios comerciales no convencionales, para así asegurar su perdurabilidad. De esta manera, se hace uso de los conceptos: productividad, competitividad y comercio para el desarrollo de estrategias de viabilidad de venta y mercadeo de productos agrícolas colombianos en la Federación Rusa.

Como resultado de la homogeneidad de los productos y la falta de diversificación de los clientes, en Colombia los productores son altamente vulnerables y no están suficientemente preparados para los cambios climáticos, la fluctuación precio internacional y las coyunturas políticas. Además, tienen un portafolio pequeño y un mercado saturado, lo cual cada día agrava su situación frente a los competidores.

Los empresarios agrícolas colombianos deben enfrentarse a competidores extranjeros con mejor tecnología y con subsidios estatales, disminuyendo la capacidad de Colombia para competir. Por tal motivo, competir con productos que tradicionalmente se han producido en Colombia ha sido una tendencia en el sector. Según estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) los productos como el café, las flores, plantas vivas, banano y aceite de palma, reportan liderazgo en la balanza comercial de Colombia y fortalecer el sector agrícola, es clave para mejorar otros sectores, como el cuero, alimentos, entre otros.

Sin embargo, existen muchísimos productos que Colombia produce y no exporta, que podrían llegar a ser interesantes para consumidores extranjeros y abrirse mercado en el exterior. La búsqueda de productos y de nichos de mercado nuevos son componentes vitales para estructurar una estrategia de perdurabilidad de los empresarios del sector agrícola colombiano.

Adicionalmente, dentro de este amplio conjunto de posibilidades la exportación de la diversidad colombiana es cada día más atractiva en el extranjero y puede ayudar a corregir la tendencia de déficit en la balanza comercial colombiana. Las empresas a nivel nacional han explorado en el sector y hasta ahora los resultados son buenos. Según palabras del director de la

oficina de ProColombia en Moscú, son cada día más los productos que aprenden a consumir en el mercado europeo y se abren mercado allí.

De esta forma, con la recolección de información y el análisis de la misma se tendrá más conocimiento acerca de las falencias y de las ventajas de Colombia para afrontar estos mercados. Así más adelante se podrán cumplir las metas dentro de una negociación de un posible tratado comercial con la Federación Rusa y más países eslavos. En este sentido se derivan las siguientes preguntas y sub-preguntas.

Pregunta Central:

- ¿Qué productos del sector agrícola colombiano tienen oportunidad de abrirse paso en el mercado de la Federación Rusa?

Sub-preguntas:

- ¿Cuáles productos agrícolas compra en el mercado internacional la Federación Rusa?
- ¿Cuáles productos agrícolas está vendiendo Colombia actualmente a la Federación Rusa?
- ¿Cuáles productos agrícolas, de los que compra en el mercado internacional la Federación Rusa, Colombia está en capacidad de ofrecer en cantidad, calidad y precio?
- ¿Cuáles son los nichos de mercado potencialmente atractivos en el mercado de la Federación Rusa para introducir productos agrícolas colombianos?

1.2. Justificación

El trabajo se justifica desde el punto de vista práctico debido a la presentación de un documento que permite a los productores y exportadores de productos agrícolas contar con información

pertinente para lograr tener un referente a la hora de iniciar vínculos con la Federación Rusa. De esta manera, buscar oportunidades concretas para productores nacionales, tratando con los posibles importadores de productos agrícolas en la Federación Rusa. Además, proporciona bases para la diversificación de socios comerciales y para el conocimiento de lo que están demandando y como satisfacerlo.

En los últimos años Colombia ha enfrentado situaciones políticas y dificultades con algunos socios comerciales tradicionales y se ha visto obligada a crear nuevas relaciones comerciales con diferentes países. Sin embargo, es importante venderles mayores volúmenes a estos socios para distribuir el riesgo de tener socios comerciales limitados.

“Si bien se ha registrado un considerable aumento de los socios comerciales y sin duda ha habido un viraje hacia los países asiáticos, la distribución de las cuotas de los cinco principales mercados exportadores se ha mantenido casi constante. Por lo tanto, los países en general han logrado poco en lo que se refiere a la diversificación de los riesgos.” (Dingemans 2012)

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General:

- Examinar los productos del sector agrícola colombiano que tienen oportunidad de abrirse paso en el mercado de la Federación Rusa.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Determinar los productos agrícolas comprados en el mercado internacional por la Federación Rusa.
- Determinar los productos agrícolas vendidos por Colombia a la Federación Rusa.
- Determinar los productos agrícolas, de los comprados en el mercado internacional por la Federación Rusa, en los que Colombia está en capacidad de ofrecerle cantidad, calidad y precio.
- Establecer los nichos de mercado potencialmente atractivos en el mercado de la Federación Rusa para introducir productos agrícolas colombianos.

1.4 Alcance y vinculación con el proyecto del profesor

El proyecto está relacionado a dos puntos de la investigación desarrollada en la línea de realidad. Por un lado está enfocado al sector agrícola colombiano y su determinante social y económico en el país; y por el otro lado a la labor del gobierno en la búsqueda de socios comerciales para desarrollar acuerdos que contribuyan a mejorar la situación de los productores agrícolas en respaldo a su perdurabilidad y sostenimiento.

Con el desarrollo de este proyecto se dará a entender una posible solución de diferentes conflictos que nacen diariamente, como los numerosos debates relacionados con el desarrollo del sector agrícola en Colombia y el resultado de las políticas comerciales sobre la economía nacional. Las aplicaciones concretas y como estas afectan el resultado de las empresas y son la posible solución. Sería además aplicable a próximos debates, lo que traería resultados favorables en el desarrollo del grupo y ayudaría próximas investigaciones sobre los protagonistas de la economía global y las relaciones de Colombia con estos.

Se decidió desarrollar este trabajo sobre la búsqueda de nichos de mercado de productos agrícolas colombianos, para dar a conocer las oportunidades que estos tienen y como al dinamizar las exportaciones se tiene un impacto positivo en los campesinos, productores y empresarios nacionales. Por consiguiente con el desarrollo del trabajo se busca brindar herramientas para examinar mercados potenciales que los productos colombianos no han aprovechado en la Federación Rusa.

1.5 Tipo de investigación y metodología

En este trabajo se utilizó el tipo de investigación documental y analítica. Esto en referencia a la recolección de información relevante sobre el tema, con diferentes fuentes terciarias y el apoyo de expertos. Luego, el razonamiento sobre la misma y el levantamiento de posturas que contribuyan a crear una visión diferente o respaldar la visión existente sobre el tema.

Para estudiar las características de consumo de la Federación Rusa de productos agrícolas, la tendencia que tiene, los últimos resultados y el uso de importaciones; se hará uso de fuentes oficiales del Gobierno Ruso como informes del Servicio de Estadística Ruso, el Servicio Federal de Aduanas Rusa, entre otros. Los cuales determinarán los socios comerciales actuales, los montos financieros y la cuota de mercado que representa la Federación Rusa.

Con el fin de determinar los productos que componen el catálogo de exportación de productos agrícolas colombianos, será fundamental la búsqueda y análisis de documentos de entidades oficiales con respecto a las actividades productivas y comerciales que sostienen al país. La consulta de fuentes como FAOSTAT y el Ministerio de Agricultura proporcionará datos referentes a la producción agrícola, el consumo y el producto destinado a la exportación, con énfasis en la relación comercial que sostiene actualmente con la Federación Rusa.

Para determinar los productos que Colombia está en capacidad de ofrecer a la Federación Rusa en calidad, cantidad y precio, se explorarán textos investigativos de diferentes economías latinoamericanas que consolidan información general rusa y su complementación con las economías de América Latina. También se observará el trabajo de investigación adelantado por el Gobierno Colombiano a través de la embajada y de ProColombia y el trabajo de la Cámara de Comercio Colombo Rusa.

Con el fin de establecer cuales nichos de mercado son potencialmente atractivos para introducir productos agrícolas a la Federación Rusa, se consultarán informes de ProColombia contrastados con ejemplos de empresarios, colombianos o latinoamericanos, que han encontrado un nicho o han creado alguno en el mercado ruso.

2. MARCOS DE REFERENCIA

2.1 Marco Contextual

La agricultura es una actividad clave tanto en Colombia como en la Federación Rusa. Su relevancia para la seguridad alimentaria de ambas naciones la hace un tema sensible en cuanto impacta el trabajo y el sustento de las personas, como también la política nacional de ambos países. Varios puntos se debaten alrededor de la agricultura la productividad, competitividad, el impacto al medio ambiente, entre otros. En los países desarrollados predominan diferentes prácticas para mejorar la productividad agrícola, como la investigación y tecnología, y existen otras que aseguran su sostenibilidad financiera, como los subsidios. La producción mundial de alimentos, el gasto estatal en subsidios y los superávits o déficit agrícolas son otros temas predominantes. Los recursos invertidos en investigación y subsidios en el sector agrícola en Colombia no tienen relevancia en comparación a la Federación Rusa.

2.1.1 Análisis Comparativo: Federación Rusa y Colombia

La Federación Rusa tiene un territorio de 17.125.246 km², más de una octava parte de toda la superficie terrestre, atraviesa Asia hasta llegar a Europa y su frontera, compartida con 22 países tiene 20.018km y línea de costa es de 37.653km, aumentando tanto su diversidad comercial como su capacidad portuaria y territorialmente limita con 14 países y dos repúblicas independientes (Kazajistán 6846km, China 3645km, Mongolia 3485km, Ucrania 1576km, Finlandia 1340km, Bielorrusia 959km, Georgia 365km, Estonia 294km, Azerbaiyán 284km, Lituania 280km, Polonia 232km, Letonia 217km, Noruega 196 km, Corea del Norte 19km, Abjasia 245km y Osetia del Sur 74km). En su territorio están concentrados el 40% de las

reservas de recursos naturales del mundo, es el primer productor mundial de Gas Natural, Níquel y Vanadio y segundo productor mundial de Petróleo, Diamantes, Platino y Aluminio. (Pitfield, 2010).

Tabla 1.

Análisis Geográfico entre la Federación Rusa y Colombia

	Federación Rusa	Colombia
Área total	17.125.246 km ² (World Rank 1)	1.141.748 km ² (World Rank 26)
Territorial	17.000.000 km ² (World Rank 1)	1.039.000 km ² (World Rank 28)
Continente	Asia, Europa	América

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2013)

La organización territorial de La Federación Rusa está constituida por distintos tipos y niveles de subdivisiones. La Federación Rusa está constituida por 85 sujetos federados incluyendo Crimea y la ciudad federada de Sebastopol, que no son reconocidas internacionalmente. Los 85 sujetos federales están constituidos por 22 repúblicas, 46 regiones (oblasts), 9 territorios (krais), 4 áreas autónomas (okrugs), 3 ciudades federadas y una región autónoma.

Los 85 sujetos federados pertenecen tanta a 9 distritos federales como a 12 distritos económicos y 4 militares. Los distritos federales tienen como objetivo hacer una división administrativa, dirigida desde la presidencia; los distritos económicos tienen como objetivo dividir el territorio bajo condiciones climáticas, ecológicas y geológicas que infieren en un diferente desarrollo económico de cada uno y los distritos militares tienen como objetivo dividir estratégicamente la protección territorial bajo comandos principales.

Por otro lado, Colombia tiene 1.141.748 km² de territorio y está ubicado justo sobre la Línea Ecuatorial en Sur América. Sus 6.342 km de frontera son compartidos con 5 países (2.219km con Venezuela, 1.645km con Brasil, 1626km con Perú, 586km con Ecuador, 266km

con Panamá) y los límites marítimos se comparten con 6 países más (Costa Rica, Haití, Honduras, Jamaica, Republica Dominicana y Nicaragua).

La organización territorial de Colombia está constituida por 32 departamentos, 1.101 municipios y el territorio indígena, que son numerosas áreas determinadas en diferentes locaciones. Sin embargo, los departamentos tienen una división territorial por provincias y existen áreas metropolitanas y distritos especiales en relación a su relevancia económica, turística, histórica o industrial.

Tabla 2.

Análisis Demográfico entre la Federación Rusa y Colombia

	Federación Rusa	Colombia
Población	146 (mill)Habitantes	48 (mill)Habitantes
Población Urbana	74%	76.4%
Densidad	8,38 hab/km ²	47 hab/km ²
Crecimiento	0,102 por año	1,29% por año
Esperanza de Vida	68 años	74 años
Edad promedio	38,4 años	27,1 años
Idioma	81% Ruso	98% Español
Raza	79,8% Blanco	58% Mestizo
	12,1% Otro	20% Blanco
Religión	60% Cristianismo	97% Cristianismo
	7,6% Islam	
Alfabetismo	99,68% (2010)	93,58% (2010)

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2013)

En el censo realizado en el 2010 La Federación Rusa tenía 142.905.200 de habitantes concentrados en la región occidental y europea del país. Para 2015 se estima que le cifra alcanza los 146.000.000 de habitantes. En el censo realizado en el 2005 Colombia tenía 41.468.384 de habitantes. Para 2015 se estima que le cifra alcanza los 48.000.000 de habitantes, un crecimiento de 1.29% anual, según información del DANE. (DANE 2015)

Con base a la tabla anterior, se evidencia que algunas cifras demográficas evidencian características positivas de Colombia en comparación con la Federación Rusa. Primero la tendencia de crecimiento de la población rusa es muy baja. No alcanza el 1% y es 12 veces menor a la colombiana. Además, la población colombiana es más joven y tiene una esperanza de vida mayor. Sin embargo, la diversidad religiosa y el alfabetismos sigue siendo mucho menor que el registrado por los rusos.

Tabla 3.

Análisis Económico entre la Federación Rusa y Colombia

	Federación Rusa	Colombia
PIB	2.096.800 millones de dólares	378.415 millones de dólares
PIB per Cápita	14.612 hab/año	7.831 hab/año
Crecimiento PIB	1,319% año (2014)	4,678% (2014)
Inflación	7,83%	2,88%
Gini	0,397	0,535
Mano de Obra	76 millones de personas	23 millones de personas
Tasa de desempleo	5.6%	10.5%
Tasa Tributaria Total	48,9%	75,4%

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2013)

La Federación Rusa, tras el colapso de la Unión Soviética, se vio obligada a evolucionar su economía. Actualmente es un jugador importante de los mercados de bienes en el mercado global, por su relevancia como productor y el poder adquisitivo que eso le ha generado. Actualmente el PIB ruso en relación a número de habitantes es el doble que el de Colombia, por habitante. Esto unido a que el coeficiente de Gini es menor, indica la superioridad que tiene la Federación Rusa en términos de disponibilidad de capital por habitante.

En conclusión tanto la economía rusa como la colombiana están en desarrollo y no evidencian un desempeño excepcional. Los logros alcanzados por los rusos evidencian una ventaja sobre Colombia en cuanto cobro impositivo, empleos disponibles, ecuanimidad económica y crecimiento económico reciente.

En cuanto a la composición del PIB es importante resaltar los componentes donde más se diferencia Colombia de la Federación Rusa, observando la siguiente figura.

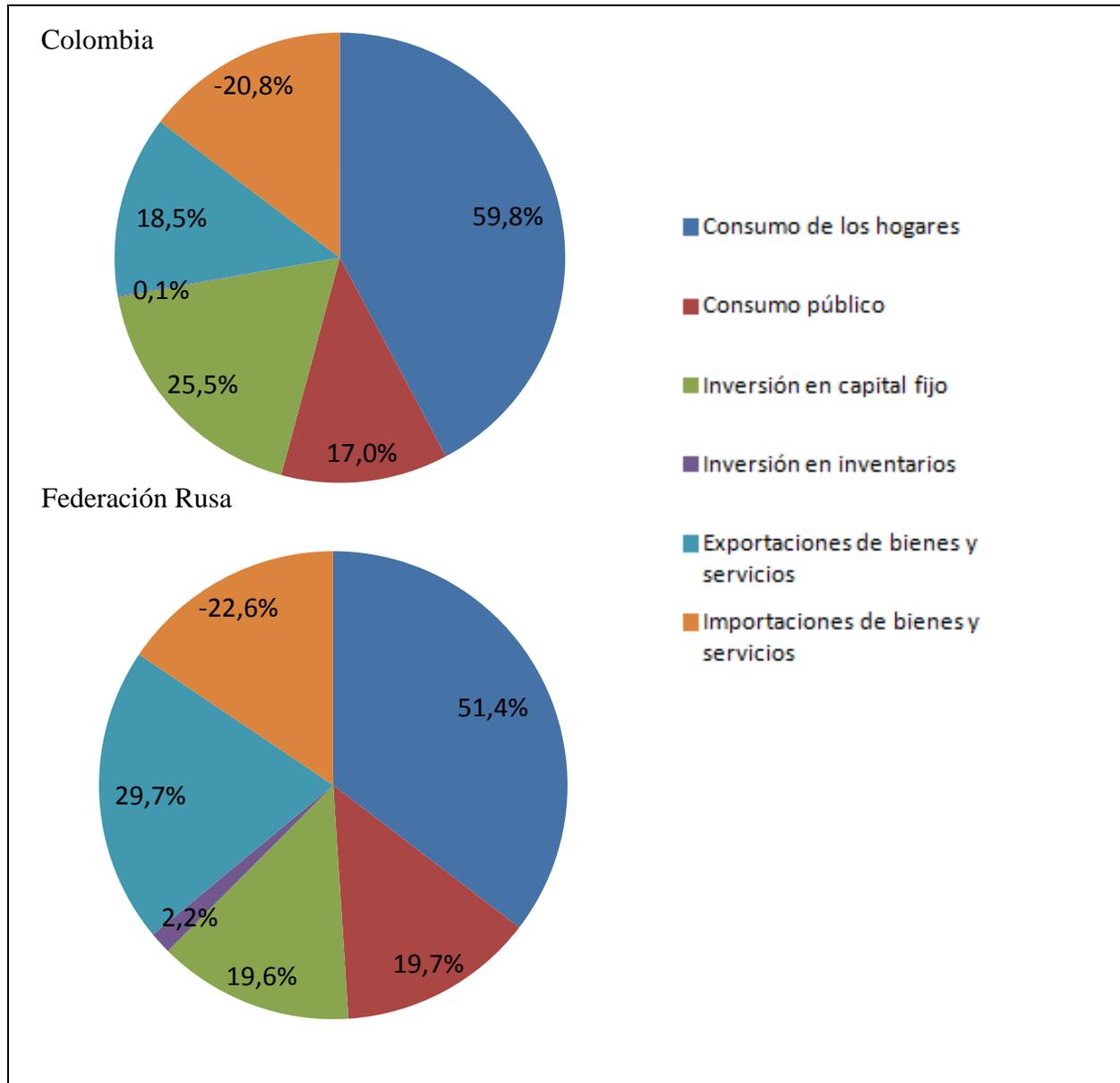


Figura 1. Comparación Composición PIB

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2013)

La relación entre la producción y la venta tiende a estar más equilibrada en Colombia. Esto libera recursos para ser invertidos en otros campos, a diferencia de la Federación Rusa donde hay mayor cantidad de recursos destinados a un nivel de inventarios más alto. También es importante resaltar que el registro de las importaciones y exportaciones de la Federación Rusa, tiene un saldo positivo, a diferencia de Colombia. Ese superávit contribuye al PIB, mientras que en Colombia el saldo negativo presiona negativamente el crecimiento. La inversión en capital fijo es mayor en Colombia, pues en los últimos años el país ha demandado mejor infraestructura.

Otros componentes con comportamientos más similares entre los dos países son el nivel de consumo público y el nivel de consumo de los hogares o consumo privado, que incluye todos los bienes y servicios en general más los montos y aranceles pagados por concepto de permisos y licencias. Donde Colombia y la Federación Rusa destinan mayor porcentaje de su PIB, dejando en evidencia la importancia el peso que tiene el consumo local sobre la economía y donde Colombia se apoya un poco más, en términos porcentuales.

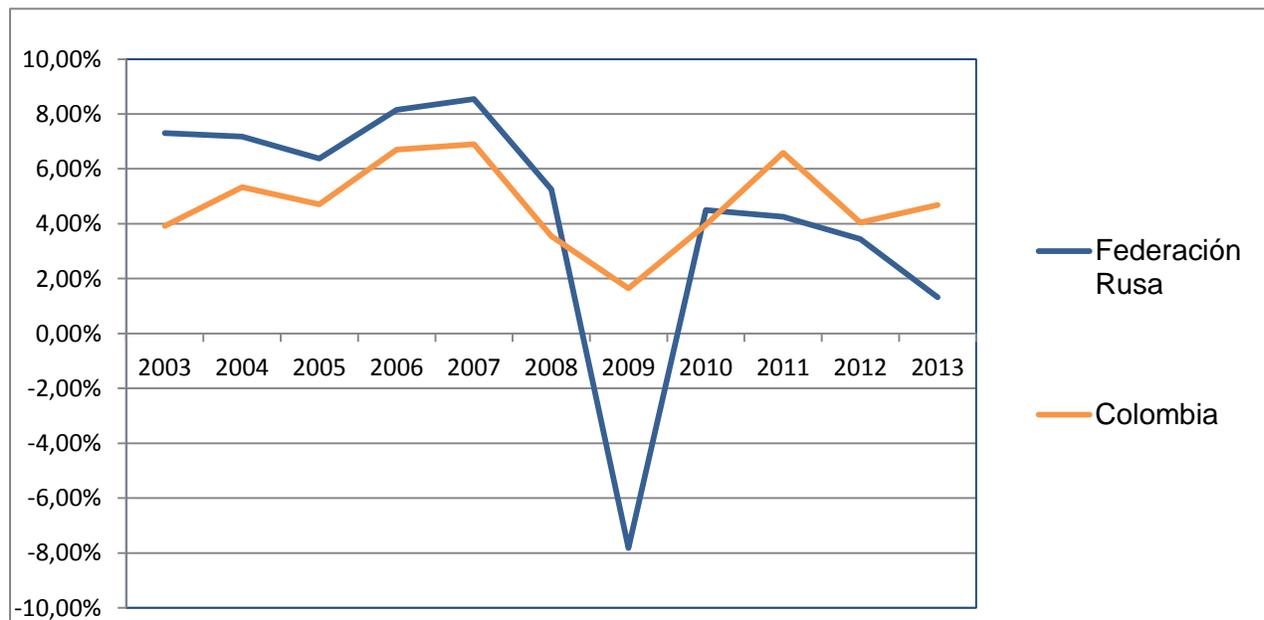


Figura 2. Comparación Crecimiento PIB

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2013)

La economía rusa está concentrada principalmente en la extracción, distribución y exportación de gas, petróleo y carbón. Por tal razón se vio beneficiada por los precios de petróleo, entre otras materias primas, de la década pasada y principios de esta. El país tuvo un crecimiento continuo del PIB, 4.4% en promedio, a pesar de la recesión del 7.8% tras la crisis del 2008. Además, el sector industrial ruso es bastante importante, la producción de maquinaria, automóviles y equipo militar, es el segundo componente de las exportaciones y convierte al país en uno de los 5 principales proveedores de esta clase de equipos.

Por su parte, la economía colombiana, concentrada en sectores como el financiero y el petrolero, ha tenido crecimiento positivo durante la década pasada y principios de esta. En promedio la economía ha crecido a un ritmo de 4.7% anual, creció incluso durante la crisis del 2008. La economía colombiana también se vio palancada en los precios de materias primas, petróleo y carbón. Por otra parte, el fortalecimiento institucional contribuyó a una mayor confianza inversionista, especialmente el sector agrícola y minero-energético se vieron beneficiados por los capitales.

Tabla 4.

Comparación Índice de Desarrollo Humano (IDH) entre la Federación Rusa y Colombia

	Federación Rusa	Colombia
Esperanza de vida	68 años	74 años
Años promedio de escolaridad	11,7 años	7,1 años
Estándares de vida	0,713	0,663
Índice (2013)	0,778 (World Rank 57)	0,711 (World Rank 98)

Fuente: Elaboración propia con base en Naciones Unidas (2013)

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Índice de Desarrollo Humano (IDH) elaborado bajo los tres parámetros siguientes: vida larga y saludable, educación y nivel de vida digno, ubica a la Federación Rusa y a Colombia en el mismo nivel de desarrollo, con un nivel Desarrollo Humano Alto, entre 0.7 y 0.8. Sin embargo, la Federación Rusa tiene un puntaje mayor que Colombia y está más cerca de un muy alto nivel de desarrollo humano, mientras Colombia apenas sobrepasa el nivel de desarrollo humano medio. En términos económicos el IDH indica un consumidor con un nivel de vida mejor.

2.1.2 Actualidad de la producción agrícola

Según la FAO, la Federación Rusa es líder mundial en producción agrícola de diferentes productos donde sobresalen los cereales: es primer productor de Cebada, Avena y Alforfón; en frutas: es primer productor de Frambuesa y Grosella; y en vegetales, segundo productor de Zanahoria, tercero de Calabaza, Repollo, Papa y Nabos. Por su lado, Colombia es el segundo mayor productor de flores, cuarto productor principal de Café, quinto de Aguacate y primero de fibras de Agave. (FAO 2014).

El uso del suelo destinado a agricultura para arado, para cultivos permanentes y para pastoreo, es un actor diferenciador en cuanto a la productividad agrícola de cada país. Según datos del Banco Mundial, la Federación Rusa destina un 13% de su suelo a actividades agrícolas. Esto representa alrededor de 220 millones de hectáreas, más del doble de todo el territorio colombiano. Por su parte Colombia destina el 39%, algo así como 44 millones de hectáreas. (Banco Mundial 2013)

Tabla 5.

Producción Federación Rusa de productos agrícolas de alto consumo

Grupo	2013 (Mill. Ton.)
Granos	92,40
Remolacha	39,30
Semillas de girasol y soya	14,20
Papas	30,20
Verduras	14,70
Frutas, bayas y uvas	3,40
Ganado y aves de corral	8,50
Leche	30,50
Huevos	41,30
Lana	55,00

Fuente: Elaboración propia con base en GKS (2013)

La producción agrícola de la Federación Rusa es un dato difundido por el comité estatal de estadísticas e incluye algunos de los productos de la agricultura o que se producen a través del cultivo, como son granos, remolacha, semillas de girasol y soya; papas, verduras, frutas, ganado, aves de corral, leche, huevos y lana. Cabe mencionar que no incluye una amplia diversidad de cultivos que se ve motivada por el modelo de producción que manejan en ese país. Un modelo que incluye una gran cantidad tanto de empresas industrializadas como de productores independientes, pequeños propietarios y productores, que gozan de algunos beneficios que el gobierno ruso debió implementar y ahora mantiene tras la finalización del sistema que regía la economía en la época de la Unión Soviética y que sin ellos hubiera sido imposible una transición al sistema capitalista actual. La siguiente tabla evidencia como están conformados los productores agrícolas rusos y la relevancia del productor independiente.

Tabla 6.

Producción agrícola por tipo de empresa en la Federación Rusa

	Empresas agrícolas (%)	Empresas familiares (%)	Campe ^o sinos empresarios individuales (%)	Total (%)
Granos	76,8	1	22,2	100
Remolacha	87,6	0,4	12	100
Semillas de girasol	72,4	0,5	27,1	100
Papas	13,1	78,9	8	100
Verduras	17,1	69,1	13,8	100

Fuente: Elaboración propia con base en GKS (2013)

La producción se distribuye a favor de los pequeños productores asegurando el abastecimiento interno de los mismos. Por otro lado la importación de alimentos no manufacturados, según el servicio federal de aduanas, representan el 33% del consumo total de alimentos en la Federación Rusa. Las frutas por su parte dependen en un 85% de las

importaciones y solo el 15% es producido en la Federación Rusa. En cuanto a vegetales la cifra no es muy diferente y solamente el 29% es producción nacional y el 79% se importa.

Tabla 7.

Producción Colombia de productos agrícolas y pecuarios

Grupo	Producto	2013 (Ton.)
Cereales	Arroz Riego	2.388.283
	Maíz Tecnificado	1.752.316
	Trigo	4.264
Hortalizas	Ahuyama	97.974
	Espinaca	7.750
	Tomate	592.945
	Zanahoria	258.730
Leguminosas	Arveja	62.586
	Frijol	164.438
	Habichuela	53.423
Frutales	Banano	316.063
	Guayaba	116.453
	Mango	264.107
	Naranja	191.674
	Papaya	150.385
Oleaginosas	Palma de Aceite	953.417
	Cacao	44.195
	Caña	2.454.198
	Caña Panelera	1.312.271
Tubérculos y Plátanos	Papa	1.754.788
	Plátano	3.185.071
	Yuca	2.351.640
Pecuarios	Pollo*	1.274.270
	Carne**	957.000

Fuente: Elaboración propia con base OSAN Colombia 2013, según datos de AGRONET-Sistema de Información de Oferta Agropecuaria - MADR. *FENAVI y **FEDEGAN.

Por otro lado, dentro de los datos que presenta el Sistema de Información de Oferta Agropecuaria y las diferentes federaciones, se encuentra que el potencial agrícola en Colombia se puede observar en algunas características de sus productos. El hecho de que existe una gran

diversidad de productos dentro de los grupos enunciados varios de estos son frutas y vegetales. Estos productos por sus características de cultivo necesitan condiciones térmicas que no se encuentran en la región donde está ubicada la Federación Rusa y que en Colombia son habituales.

2.1.3 Dinámica del comercio exterior de la Federación Rusa

Tras la disolución de la Unión Soviética, la economía rusa tuvo que implementar una economía de libre mercado, una economía donde las relaciones de comercio exterior son un elemento necesario y donde las políticas aplicadas en el pasado no contribuían lo suficiente. A pesar de las reformas que el gobierno adelantó con el propósito de adelantar esa transición, en 1998 la Federación Rusa vivió una de sus crisis más severas, disminuyendo su PIB a más de la mitad, pasando de 506.000 millones de dólares en 1989 a 195.000 millones de dólares en 1999. Esta crisis marcó el punto inflexión para iniciar una época de crecimiento y desarrollo. Desde inicios de milenio y hasta la crisis financiera de 2008 la economía rusa creció hasta multiplicarse 8 veces, llegando a 1.660.800 millones de dólares en 2008. (Banco Mundial, 2013).

Durante ese periodo de crecimiento las exportaciones aumentaron 6 veces de 84.000 millones de dólares en 1999 a 520.000 millones de dólares. Ese incremento en los ingresos convirtió a la Federación Rusa en un cliente llamativo, pues la cantidad de negocios que ahora se podían llevar a cabo en la Federación Rusa hacían que gran cantidad de nuevos productos ingresaran al mercado. Las importaciones aumentaron 7 veces, pasando de 51.000 millones de dólares en 1999 a 366.000 millones de dólares en 2008. (Banco Mundial, 2013).

Tras la crisis financiera de 2008, las exportaciones aumentaron 74% a un promedio de 16% anual. Mientras las importaciones un 88% a un promedio de 18% anual. Es decir que las importaciones vienen creciendo con mayor velocidad que las exportaciones, aunque siempre se mantiene una balanza comercial positiva.

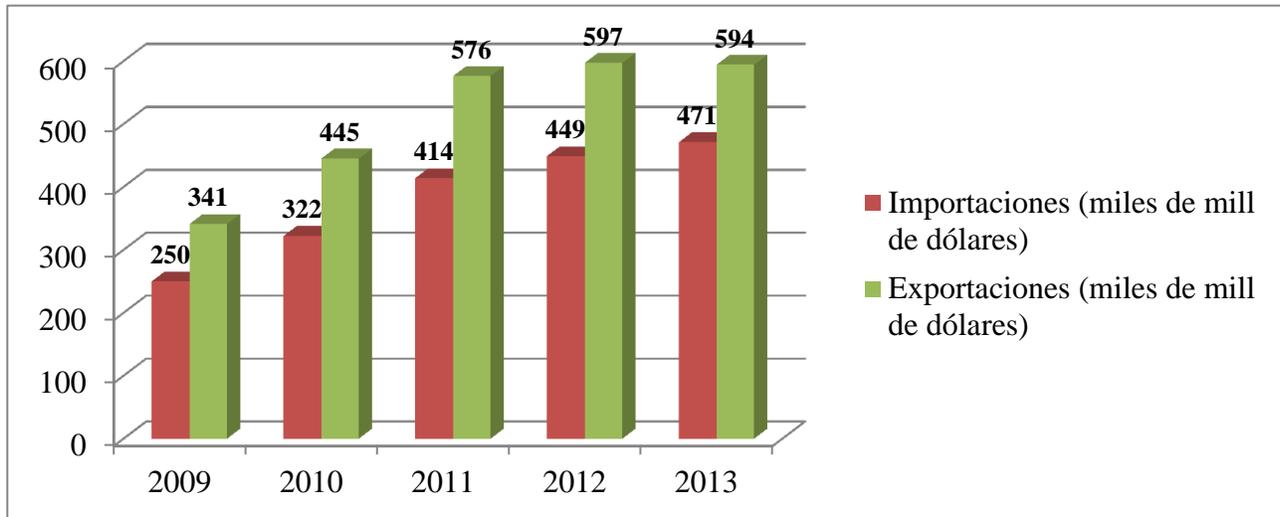


Figura 3. Importaciones y exportaciones rusas entre los años 2009 y 2013

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2013)

Según los datos de la tabla siguiente, los principales socios comerciales de la Federación Rusa representan un 39.1% de las exportaciones, alcanzando los 232.300 millones de dólares, y un 49% de las importaciones, alcanzando los 23.100 millones de dólares. Cifras que sobrepasan la dinámica comercial de Colombia con cualquiera de sus socios.

Para el año 2013, los principales destinos de las exportaciones rusas eran Países Bajos que representaba un 6.9%, China 6.3%, Alemania 4.9% e Italia 4.5 y los países principales de donde vienen sus importaciones eran China que representa el 10.3%, Alemania 9.7%, Bielorrusia 3.4%, Ucrania 3.2% y Estados Unidos 3.1%. En cuanto a los productos alimenticios de origen animal, vegetal y combinados representaban tan solo el 3.4% de las exportaciones totales, superando los 20.000 millones de dólares mientras que las importaciones son el 13.4% algo así como 60.000 millones. Por su lado, todas las importaciones originarias de Suramérica alcanzan el 2.2% del total, lo cual deja en evidencia la poca relación comercial y la cantidad de mercado que no se está aprovechando. (WISERTrade 2015)

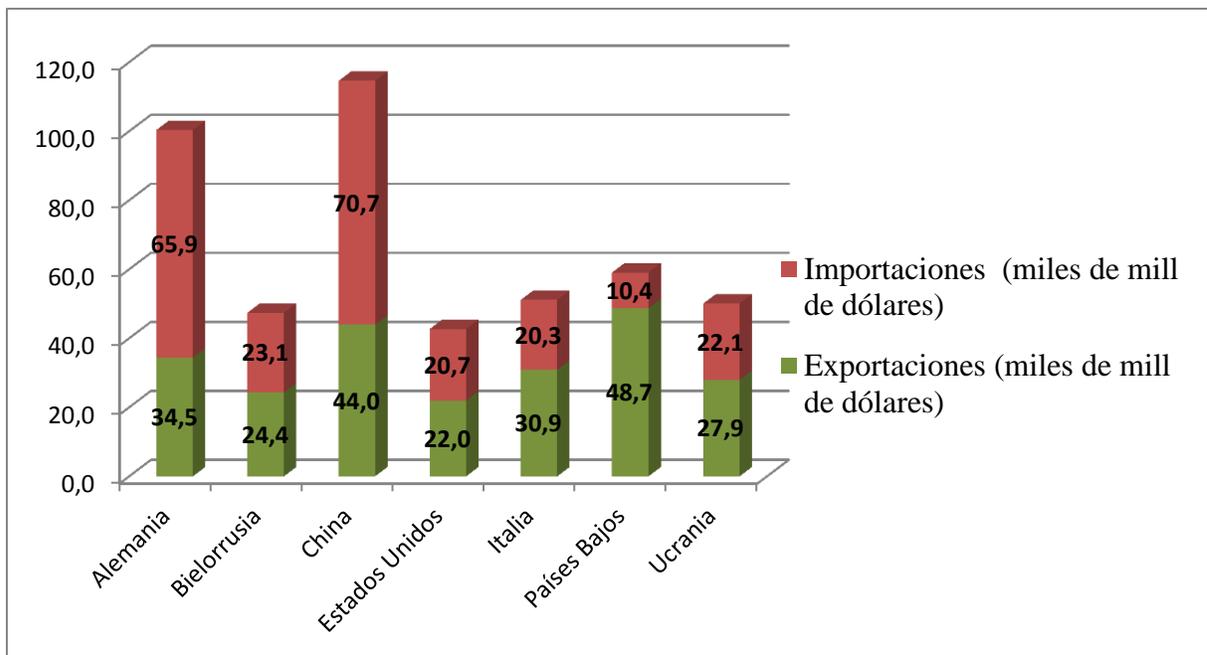


Figura 4. Socios comerciales de la Federación Rusa Exportaciones vs Importaciones año 2013

Fuente: Elaboración propia con Base en OEC, Observatorio de la Complejidad Económica. (2013)

Adicionalmente, la importación de frutas de la Federación Rusa asciende a los 5.480 millones de dólares en 2014, posicionándola como el quinto país que más importa este producto después de Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y Reino Unido. En cuanto a la importación de vegetales la situación no es muy distinta, el valor asciende a los 2.959 millones de dólares en 2014, ubicándolo quinto después de Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Francia. La Federación Rusa también es la décima importadora de café, té y mate con un valor de 1.300 millones de dólares. De esta forma se evidencia la importancia de las relaciones comerciales entre la UE y la Federación Rusa, poniendo las relaciones políticas como un posible obstáculo para mantener el comercio. (WISERTrade 2015)

La importante participación en el mercado de las importaciones de productos, hace más atractiva la oportunidad de suplir a la Federación Rusa con productos agrícolas colombianos, especialmente frutas, café, vegetales, flores y azúcar. Sin embargo, ya existe una gran cantidad

de mercado en el sector del café y las flores, de esta forma, atreverse a exportar productos como las frutas tropicales sería una alternativa interesante o recuperar mercado en productos tradicionales, por ejemplo, el mercado del banano y los plátanos frescos en la Federación Rusa está liderado por las importaciones de origen ecuatoriano. El total de las importaciones alcanzó los 958 millones de dólares en 2014, de los cuales el banano ecuatoriano representaba el 97% y el colombiano el 0.07%. Lo anterior no quiere decir que Colombia no tenga interés en exportar bananos a la Federación Rusa, sino que la exportación de este producto está copada con el mercado estadounidense y europeo y por eso deben buscarse otros productos de los que si haya capacidad de producir excedentes.

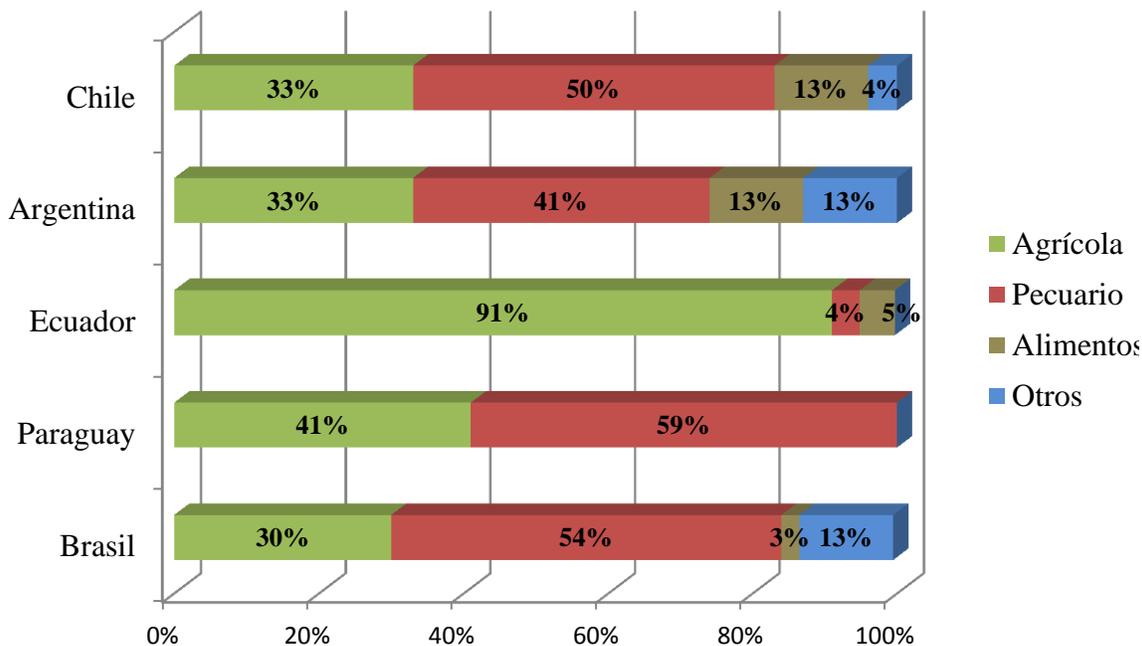


Figura 5. Composición de exportaciones desde Suramérica hacia la Federación Rusa

Fuente: Elaboración propia con Base en OEC, Observatorio de la Complejidad Económica. (2013)

Sin embargo las exportaciones de Suramérica se componen en al menos un 80% de productos agrícolas, pecuarios o alimentos y en países como Ecuador la cifra de productos agrícolas alcanza el 91%.

Las exportaciones de Suramérica con destino a la Federación Rusa han ido aumentando en los últimos años, tal como la Federación Rusa ha aumentado sus importaciones. Una cualidad es que las importaciones de productos agrícolas en la Federación Rusa viene creciendo y las exportaciones de origen suramericano también. En este sentido, lo que los países suramericanos exportan se está comprando en la Federación Rusa. Sin embargo, en el mercado la proporción de participación sigue siendo muy pequeña y la capacidad de surtir toda la demanda rusa exige un volumen de producción que varios países latinoamericanos no logran, debido a la productividad de sus empresas.

2.1.4 Dinámica de comercio exterior de Colombia

Colombia a lo largo de la década pasada y hasta el 2008 había logrado un crecimiento importante de sus exportaciones pasando de 10.866 millones de dólares en 1998 a 37.626 millones de dólares en 2008. El nivel de importaciones en ese mismo periodo fue de 13.768 millones de dólares a 37.152 respectivamente. Las exportaciones crecieron en mayor medida multiplicándose 3.46 veces y las importaciones un poco menos por 2.69. (DANE 2015)

Las exportaciones de Colombia se han venido recuperando, con base a la información ilustrada en la figura anterior, crecieron en 81% al igual que las importaciones que crecieron un 79%. Se evidenció un mayor crecimiento de las exportaciones que ayudó a mantener una balanza comercial positiva. Sin embargo, las exportaciones de Colombia están concentradas en productos minero-energéticos y la cifra para el año 2013 correspondía al 55% el petróleo y un 11% el carbón, alcanzando los 32.483 y 6.687 millones de dólares respectivamente. Por tal motivo se evidenciará tanto para la Federación Rusa como para Colombia un impacto negativo

producto del cambio en precios de estos productos. En la siguiente figura se evidencia el comportamiento de los últimos años.

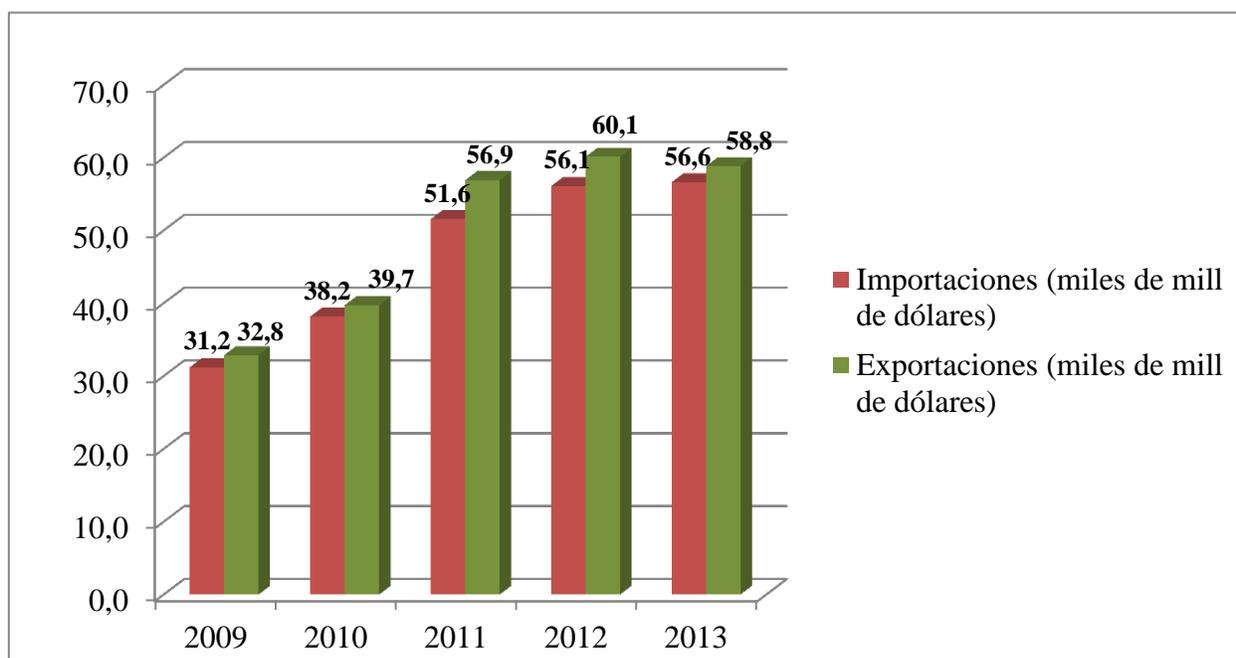


Figura 6. Importaciones y exportaciones colombianas entre los años 2009 y 2013

Fuente: Elaboración propia con base en DANE (2015)

2.1.5 Comercio Agrícola de Colombia

Es importante resaltar que los productos agrícolas que Colombia exporta alcanzan un valor de 5.326 millones de dólares, un 8% de las exportaciones totales, es decir que la exportación de todos los productos agrícolas combinados no supera las exportaciones de un solo producto tradicional de exportación, como por ejemplo el carbón. Una tendencia que parecería corregirse con el comportamiento de los precios de carbón y petróleo de los últimos años.

Adicionalmente, teniendo en cuenta que el comercio agrícola es una proporción pequeña de las exportaciones y la tendencia reciente es a disminuir, es una actividad importante dentro de la economía. La explicación posible a que represente tan poco está ligada a los altos costos relacionados a la producción agrícola y a la baja productividad del sector. Sin embargo, los productos que componen las exportaciones agrícolas evidencian la dependencia de los productos tradicionales de exportación y la diversificación no es un comportamiento evidente.

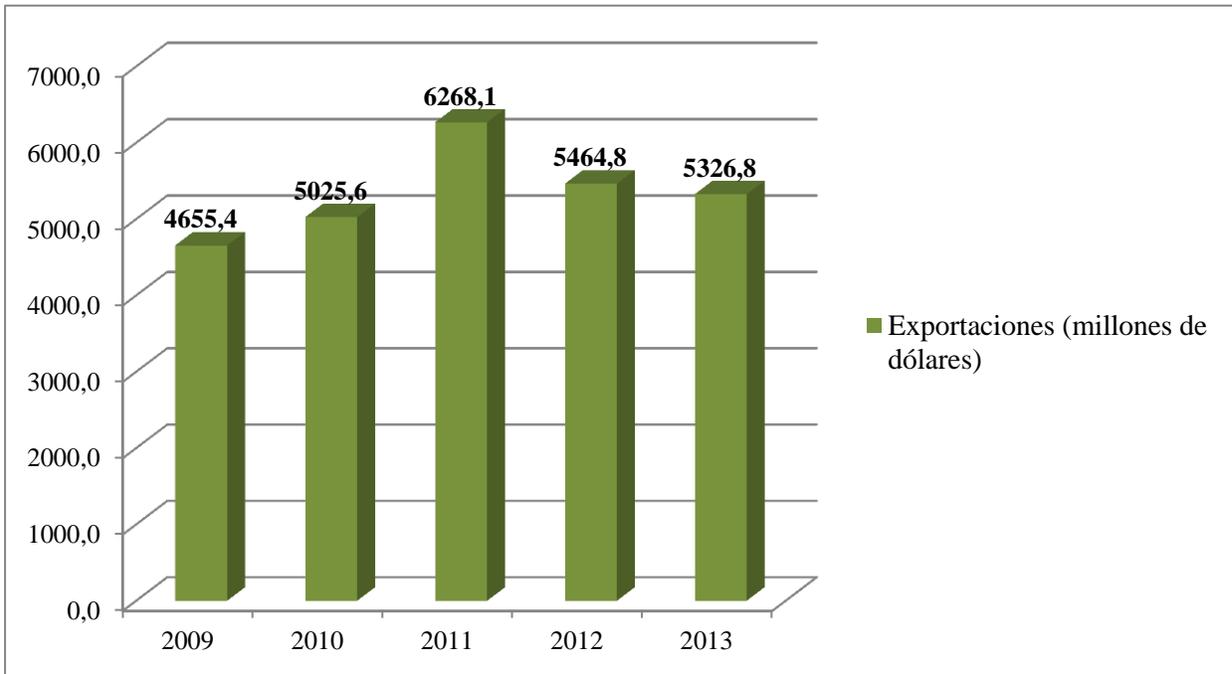


Figura 7. Exportación de productos agrícolas año 2013

Fuente: Elaboración propia con base en DANE (2015)

Los productos que lideran las exportaciones agrícolas son el café, 1.933 millones de dólares, las flores, 1.344 millones de dólares, y las frutas, 827 millones de dólares, considerados como productos tradicionales de exportación y que están establecidos en el mercado internacional donde la capacidad de expansión es más limitada. Sin embargo, la diversidad de realizar muchas clases de cultivos en Colombia le da al sector la oportunidad de innovar en la oferta.

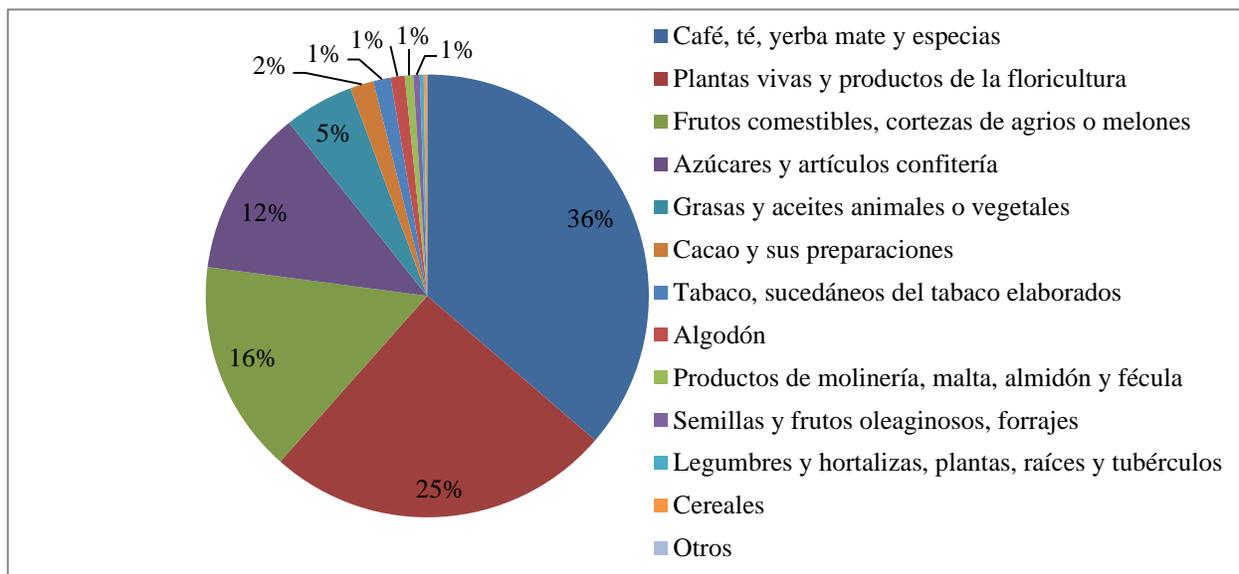


Figura 8. Principales productos agrícolas exportados año 2013

Fuente: Elaboración propia con base en DANE (2015)

2.1.6 Comercio bilateral entre Colombia y la Federación Rusa

El inicio de las relaciones entre Colombia y la Federación Rusa se dio por primera vez el 25 de junio de 1935. Sin embargo, fue hasta 1943 cuando las respectivas embajadas se establecieron en las dos capitales. En 1944 fue fundado, a iniciativa de varios destacados políticos colombianos, el "Instituto Cultural Colombo-Soviético", centro de difusión de conocimientos sobre lengua y cultura rusas y de contactos con distintos establecimientos de la URSS. Sucesos que facilitaban también el acercamiento en el ámbito comercial.

El 25 de Julio de 1967 se firmó el "Convenio Comercial y de Pagos entre la República de Colombia y la URSS", que sentaba las bases normativas indispensables para el desarrollo de relaciones económicas de todo tipo entre los dos países. Un año más tarde, con un restablecimiento de las relaciones comerciales, fue firmado el "Protocolo sobre la organización

de la Representación Comercial de la URSS en la República de Colombia y del Departamento Comercial de la Embajada de la República de Colombia en la URSS" y desde el 10 de septiembre de 1974, cuando fue firmado el primer "Convenio sobre los Principios de Cooperación entre las Organizaciones Deportivas de la República de Colombia y de la Unión Soviética", todos los convenios de cooperación económico-comercial y científico-cultural han venido renovándose de forma sistemática e ininterrumpida.

En 1991 termina la existencia de la Unión Soviética, y las Repúblicas Federadas que la formaban pasan a constituir la Comunidad de Estados Independientes (CEI). La Federación Rusa, ahora tornada independiente, se proclama sucesora derechohabiente de la URSS y reconoce como vinculantes para sí todos los acuerdos internacionales concluidos por la misma. Para ese momento, la tarea más prioritaria era la de renovar la base jurídica sobre la que se estructurarán las relaciones comerciales. Partiendo de esta necesidad, representantes de los dos países firmaron en Moscú, en abril del año 1994 un tratado sobre las bases de las relaciones entre la República de Colombia y la Federación Rusa. Posteriormente, fue reestablecida la Comisión Soviético-Colombiana con el fin de organizar la Comisión Intergubernamental Ruso-Colombiana para la Cooperación Económico-Comercial y Científico-Técnica en octubre del año 1995.

Desde el 2010 esta relación ha incrementado y por medio de los acercamientos que han adelantado altos dirigentes de ambos países se han alcanzado varios logros de cooperación, en particular reducciones arancelarias y en exención de visados. Año tras año con varios tipos de actividades el Instituto Cultural León Tolstoi en Bogotá, ha fortalecido los vínculos entre las dos naciones gracias a la enseñanza del idioma y la cultura en el país. Sin olvidar que este instituto también es uno de los contactos principales para la asignación de becas del gobierno ruso a estudiantes en Colombia. (Embajada Rusa 2015)

Para analizar las relaciones comerciales entre Colombia y la Federación Rusa, a continuación se muestra la balanza comercial entre ambas partes, desde el año 2011 al 2014. Se puede notar que la relación comercial entre Colombia y la Federación Rusa es bastante pequeña, teniendo en cuenta que la Federación Rusa está entre los 20 países que más comercia en el mundo, siendo el XV mayor exportador y el XVII en importaciones. Sin embargo, para

Colombia es el socio de destino de exportaciones puesto 40 y de origen de importaciones es puesto 24.

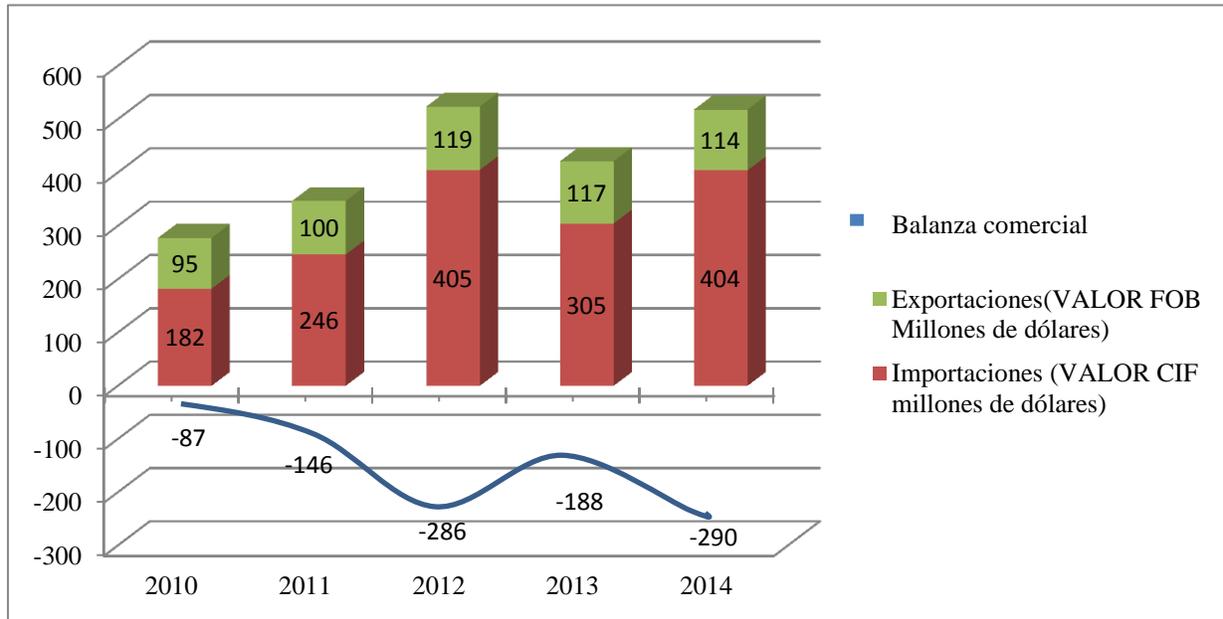


Figura 9. Balanza comercial Colombia-Federación Rusa

Fuente: Elaboración propia con base en Boletín Comercial DIAN (2014)

Los 421 millones de dólares que los países negociaron en el 2014, correspondientes 404 millones dólares importados y 114 exportados, son una cifra exigua. Adicionalmente, se evidencia que el valor de las importaciones es ampliamente superior que el valor de las exportaciones, teniendo en cuenta que los valores tienen un comportamiento desorientado, lo que sí ha venido creciendo es la brecha de la balanza comercial que en el último año se ubicó en los 290 millones de dólares de saldo negativo.

En cuanto las exportaciones colombianas con destino a la Federación Rusa se evidencian en los datos que desde el año 2009 hay orientación al crecimiento del valor total de exportaciones y un importante avance en la diversificación de productos, como por ejemplo los

polímeros, circuitos, adhesivos, motores eléctricos, entre otros productos que años atrás no registraban y ahora sí. (DIAN 2014)

La importación de productos de origen ruso ha tenido un mayor valor, principalmente por las importaciones de fertilizantes de potasio, vehículos aéreos (flota de la Fuerza Aérea Colombiana (FAC)) y alambre de cobre que en total aumentaron un 33%.

Tabla 8.

Composición Importaciones Colombia-Federación Rusa

Producto	Valor (millones de dólares)	Porcentaje (%)
Fertilizantes Nitrógeno & Potasio	161,5	40%
Vehículos Aéreos	50,2	12%
Cable de cobre	40,7	10%
Repuestos para aviación	27,1	7%
Aluminio	26,6	7%
Hierro & Acero	30,2	7%
Bombas de agua	8,9	2%
Otros	58,9	15%

Fuente: Elaboración propia con base en WISERTrade (2014)

Los productos importados desde la Federación Rusa, enunciados en la tabla anterior, a excepción de los vehículos y repuestos aeronáuticos, tampoco son de un alto valor agregado. Además se reconoce en los datos que los productos que exporta Colombia hacia la Federación Rusa son agrícolas en un 86%. Tomando como referencia el año 2014, la figura anterior muestra que durante ese año se destacaron las flores, el café, el chocolate y el azúcar. Pero también creció la demanda por frutas tropicales que sumadas alcanzan el valor de los bananos y plátanos frescos, un producto que está catalogado como tradicional.

Tabla 9.

Composición Exportaciones Colombia-Federación Rusa

Producto	Valor (millones de dólares)	Porcentaje (%)
Flores	67,2	59,0%
Café	14,7	12,9%
Chocolate	2,0	1,8%
Azúcar	1,6	1,4%
Bananos y plátanos frescos	0,4	0,3%
Frutas y nueces	0,2	0,2%
Frutas	0,1	0,1%
Otros	27,8	24,4%

Fuente: Elaboración propia con base en WISERTrade (2014)

2.2 Marco Teórico

2.2.1 La industria agroalimentaria en un entorno globalizado

El proceso de internacionalización de las empresas está constituido por las etapas que un empresario debe superar para lograr difundir su producto globalmente. Que incluye cambios técnicos, tecnológicos y principalmente de pensamiento y enfoque. Para el hallazgo y la creación de nichos de mercado en la Federación Rusa, con el objetivo de aprovechar las oportunidades que los productos agrícolas colombianos tienen en ese mercado, es fundamental que los empresarios tengan como objetivo principal expandir su negocio y así iniciar una investigación para encontrar la forma de hacerlo. (FIAB 2008)

Las etapas de la internacionalización y las barreras a la internacionalización de productos agroalimentarios son información suministrada por medio del centro de asesoría para la información de ProColombia.

2.2.2 Etapas en la internacionalización

La internacionalización es cuestión de enfoque y una empresa que se enfoca a un mercado internacional está iniciando su proceso de internacionalización. Una vez la empresa logra orientarse hacia un mercado extranjero, es consciente de las implicaciones productivas, financieras y comerciales que tiene y se ve comprometida con ello, termina su primera etapa y empieza las etapas concretas de la internacionalización.

Esta dinámica es de difícil implementación en industrias o sectores con una productividad baja, donde la principal ventaja que el empresario tiene es la proximidad de su cliente local. El sector agrícola colombiano tiene estas características. Por tal motivo, esta primera etapa es poco frecuente y se suma la incapacidad de la infraestructura para el envío y comercialización de productos en el exterior. (Lozano, C. 2015)

Durante la etapa de Exportación Ocasional se suele exportar a unos pocos mercados utilizando básicamente la producción sobrante en el mercado interior, pues aún no se tiene un compromiso de largo plazo con el mercado internacional. Es una práctica habitual durante esta fase exportar a través de intermediarios locales. (FOE 2008)

Cuando se cuenta con un grupo estable de clientes, se suele operar con agentes a comisión en varios países o nombrar distribuidores exclusivos. Es en este momento del proceso de internacionalización, que para agilizar la operativa exterior, se creen departamentos en las oficinas centrales. (FOE 2008)

Una vez que la empresa agroalimentaria logra consolidar un mercado de exportación, debe decidir si da un giro a su estrategia de internacionalización y asume las funciones comerciales que desarrollaban sus intermediarios en el mercado de destino. En esta etapa se fundan oficinas comerciales en los mercados prioritarios, desde donde se realizan funciones de comunicación, control y apoyo a los intermediarios. En el momento de tomar la decisión la empresa agroalimentaria deberá valorar las inversiones económicas y de capital humano necesarias. (FOE 2008)

Esta sería la última etapa del proceso de internacionalización de una empresa en cualquier sector. De este modo, las actividades productivas en el extranjero se añaden a las que ya se realizaban desde la oficina comercial en materias de marketing, promoción y distribución. Para llegar a esta etapa, además de un tamaño crítico y recursos suficientes, la empresa agroalimentaria debe considerar diferentes factores relacionados con el entorno del mercado de implantación. (FOE 2008)

La necesidad de Colombia de buscar nuevos mercados, hace primordial el cumplimiento de los pasos de la internacionalización, anteriormente descritos. Los datos recolectados anteriormente, muestran que el mercado ruso está consumiendo productos que Colombia tiene capacidad de producir. Una de las limitaciones que enfrentan los productores colombianos cuando se comprometen con la internacionalización es el incumplimiento de normas internacionales, tanto por desconocimiento como por olvido. Por esta razón la tarea de planificación debe ser lo suficientemente buena para conocer cada mercado.

De esta forma, dentro del sector agrícola colombiano, la mejor alternativa para iniciar un proceso de internacionalización y cumplir con los estándares internacionales es el trabajo cooperativo. Una vez se encuentre un modelo de asociación que logre vincular a los productores agrícolas colombianos de forma asertiva, la productividad del sector y la competitiva frente a los productores extranjeros será mejor.

El trabajo cooperativo no hace solamente referencia al trabajo entre productores locales o nacionales, se encuentra también en las alianzas internacionales, que consiste en el comercio entre un grupo de países bajo unas preferencias pactadas. Ya sea unas preferencias arancelarias para un bloque de países asociados como también para la integración de unidades productivas como para la exportación en conjunto.

2.2.3 Barreras a la internacionalización de productos agroalimentarios

Según documentos de la FOE en España, al igual que existen elementos que impulsan a la empresa alimentaria a su internacionalización, son varios los factores que pueden actuar como obstáculos a la actividad exportadora en general. Las pymes agroalimentarias deben tener presente estas barreras a la hora de identificar sus mercados prioritarios:

Obstáculos financieros.

- Falta de créditos adecuados para la exportación que permitan cubrir el ciclo completo desde la preparación del pedido hasta el cobro final al cliente extranjero.
- La posibilidad de altas fluctuaciones en el tipo de cambio.

Obstáculos comerciales.

Suelen estar relacionados con debilidades intrínsecas de la empresa. Como ejemplo, se señalan las siguientes:

- Desconocimiento de los mercados internacionales y las prácticas comerciales locales.
- Difícil acceso a los compradores potenciales en el extranjero.
- Falta de contactos en los mercados de destino.
- Carencia de un canal de distribución adecuado.
- Medios económicos y humanos limitados para el desarrollo de acciones de marketing y promoción.
- Obstáculos culturales.

Obstáculos lingüísticos.

En caso de que en el país de destino la lengua oficial no sea el inglés, habrá que evaluar el nivel idiomático general. Si como resultado de esa evaluación se determina que en las relaciones comerciales los interlocutores no se sienten cómodos en un entorno angloparlante, habrá que tener en cuenta la accesibilidad a intérpretes en dicho mercado y el coste adicional que esto supondrá en un viaje comercial.

En la Federación Rusa es fundamental para establecer una relación comercial sólida, el conocimiento del idioma local. Este requisito se puede cumplir a partir de la interacción por medio de un intermediario. El conocimiento del idioma es considerado un factor diferencial positivo para los proveedores.

Restricciones legales impuestas por los gobiernos de los mercados de destino.

- Barreras arancelarias: derechos aduaneros y políticas arancelarias restrictivas de la importación.
- Barreras no arancelarias: controles de calidad, sanidad, homologación, especificaciones técnicas, normas de seguridad, etc.
- Obstáculos a la implantación impuestos por los gobiernos de los países de destino.
- Controles a la propiedad de la empresa. Se suele exigir la participación mayoritaria de un socio nacional en la nueva sociedad que se crea.
- Restricciones para la repatriación de beneficios.
- Imposición de utilizar productos locales en el proceso productivo.

A pesar de que estos factores pueden actuar como barreras a la exportación y afectan a la decisión de entrada en los mercados, las empresas deben responder con una actitud persistente por parte de la dirección y del equipo comercial y, tras identificar las barreras existentes en sus

mercados prioritarios, elaborar un plan de acción valorando las fortalezas y los factores críticos de éxito que tiene la empresa para sortear dichas barreras y penetrar en nuevos mercados.

Además las empresas del sector cuentan en los organismos institucionales, nacionales y autonómicos, de fomento y promoción de la internacionalización, con diversos programas de ayuda, sobre los cuales es conveniente que la empresa agroalimentaria esté informada cuando se plantee la posibilidad de comenzar a actuar fuera de sus fronteras.

Las restricciones planteadas son temas que las oficinas de ProColombia alrededor del mundo han evidenciado y por ello trabaja para sobresaltarlas. Desde la creación de esta entidad, tras la apertura económica en 1991, su objetivo ha sido eliminar las barreras que las empresas colombianas tienen a la hora de exportar. Las acciones que realizan en las diferentes sucursales están enfocadas a sobrepasar los obstáculos comerciales, logísticos y culturales. Por otro lado, existe el soporte del Ministerio de Agricultura por medio del Banco Agrario y las acciones del gobierno para proteger al productor de prácticas desleales. Estas también son acciones para sobrepasar los obstáculos financieros. Los mecanismos de apoyo creados por el gobierno continúan creciendo aunque son insuficientes para el nivel de apoyo que existe en Europa y Norte América.

Las oficinas de ProColombia investigan los principales mercados en diferentes ciudades del mundo, con base a estas investigaciones asesoran a las compañías locales para que trabajen sobre prácticas comerciales que estén acorde a las prácticas del país destino, inicien el conocimiento de canales de distribución y además ponen a disposición de las empresas su equipo de trabajo para labores comerciales que los empresarios nacionales no están en capacidad de realizar. Adicionalmente las oficinas de ProColombia consultan constantemente la agenda de eventos, exposiciones y conferencias donde los empresarios colombianos puedan crear contactos y establecer relaciones en sus mercados de destino potenciales. No solo trabajan con el productor también trabajan como organizadores de eventos locales e invitan a los potenciales clientes de alrededor del mundo para que visiten proveedores locales.

2.3 Marco Conceptual

Para la debida interpretación y sustentación de la investigación, que busca identificar los productos del sector agrícola colombiano y derivados que tienen oportunidad de ser vendidos en el mercado de la Federación Rusa, se deben comprender el enfoque de las teorías de comercio y de investigación de mercados junto a los términos de agroindustria, productividad y competitividad; ventaja competitiva, ventaja comparativa y absoluta; comercio, investigación de mercados y acuerdos comerciales. En este sentido, los diferentes conceptos serán enunciados a continuación:

Las relaciones comerciales con la Federación Rusa tienen mayor contenido político que las relaciones que generalmente tienen empresarios entre empresarios en el mundo occidental, debido a que la transición económica rusa se ve marcada por su transformación macroeconómica y la relevancia que esta tiene en la creación de Estado (Poque, 2003).

Desde que Charles Carlin de Curtis Publishing Group funda el primer departamento de investigación de mercado en los Estados Unidos el enfatizar en la búsqueda de nichos de mercado y desarrollo de productos para consumidores especificados ha revolucionado la economía mundial, hasta el punto de moverse desde el qué se vende hasta el cómo se vende. La investigación de mercados según Naresh Malhotra, “es un componente del mercadeo interesado en la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática u objetiva, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo” (Malhotra, 2010).

La agroindustria en términos generales se define como todas las actividades de transformación de las materias primas provenientes del agro, dejándola en un campo de referencia muy amplio en cuanto actividades se refiere. Por tal motivo, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO 2015) la puntualiza como la sub-serie de actividades de manufacturación mediante las cuales se elaboran materias primas y productos intermedios derivados del sector agrícola. La agroindustria significa así la transformación de productos procedentes de la agricultura, la actividad forestal y la pesca (FAO, 1997).

La productividad es definida como la calidad de los resultados obtenidos en función de los recursos invertidos en la producción. Desde la perspectiva de economía neoclásica se evalúan los resultados obtenidos según los factores de producción que son generalmente capital y trabajo. En este sentido, la función producción de Cobb-Douglas ha venido siendo la herramienta más aceptada entre los economistas por la veracidad que presentan sus resultados al ser contrastados con datos estadísticos (Cobb & Douglas, 1928).

En publicaciones más recientes la productividad ha pasado a ser un tema abordado más desde la Administración de Operaciones que desde la misma economía. De esta forma, la competitividad también viene siendo abordada desde la Administración de Operaciones que la ve como el resultado positivo del enfrentamiento de la empresa a la competencia poniendo a prueba su productividad (Schroeder, 2010). Por otro lado Michael Porter también aporta a definir la competitividad, agregando que para distinguir en el mercado un comportamiento como comportamiento competitivo, este debe estar dirigido a la creación constante de barreras ante los competidores mientras también se eleva el nivel de preferencia de los productos en el mercado (Porter, 1985).

Según Michael Porter que introduce el término de ventaja competitiva, esta es consagrada como la única forma que tienen las organizaciones de subsistir a mediano y largo plazo. Entiéndase por ventaja competitiva una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia ante los ojos del mercado; también, un producto o servicio que el mercado percibe como único y determinante, constituye un factor diferencial de competitividad en las características de una empresa. (Porter, 1985)

Por otro lado la teoría de la ventaja absoluta fue desarrollada por Adam Smith, según la cual cada país se especializa en producir aquellas mercancías para las que tenga menor costo medio de trabajo que cualquier otro productor, es decir donde es más eficiente. En otras palabras, el país que produce de forma más eficiente determinado producto es quien posee una Ventaja Absoluta sobre los otros productores. Si un productor se especializa en producir solo ese producto donde tiene la ventaja absoluta, bajo condiciones de libre competencia, va a tener mayores beneficios que si se dedica a producir todos los productos que necesita el país y no hace uso del comercio. (Smith, 1794)

La ventaja comparativa es una teoría desarrollada por David Ricardo, en contraste con la teoría de Adam Smith cuyo postulado básico es que un país tiene ventaja comparativa cuando tiene un costo menor en la producción de un bien, en comparación a los otros bienes que produce y a los de otros países productores. Por tal motivo, los países pueden hacer uso del comercio para mejorar su bienestar y dedicarse al producto que tiene ventaja comparativa. (Ricardo, 1819)

El comercio internacional es el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países y surge como parte del proceso indispensable a la hora de buscar el desarrollo económico. El comercio internacional es una característica específica del capitalismo los economistas clásicos respaldan al comercio internacional como herramienta clave para aumentar beneficios y en el incluyen conceptos de ventas absoluta y ventaja comparativa. (Ledesma, 1990)

Los acuerdos comerciales son compromisos, en materia de regulación comercial adquiridos entre dos o más países y todas sus implicaciones, están sometidos al derecho internacional. El economista Adam Smith postulo que las naciones saldrían favorecidas del intercambio de bienes a medida que su composición fuera determinada por las fuerzas de mercado y no por los controles gubernamentales (Smith, 1794). Sin embargo, desde el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio General (GATT por su sigla en inglés) los tratados comerciales han hecho parte fundamental de la agenda económica de los gobernantes.

Las medidas sanitarias y fitosanitarias son aquellos mecanismos que garantizan que se suministren a los consumidores alimentos que cumplan las normas estrictas de salud y seguridad. La Organización Mundial del Comercio establece un “Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias”. Este acuerdo contiene un grupo de normas básicas y aplicables para todos los países miembros. Sin embargo, la OMC autoriza a cada país a establecer sus propias exigencias, siempre y cuando tenga sustento científico. (OMC, 2013)

La internacionalización se refiere a las distintas actividades que una empresa desarrolla en los mercados que no son considerados como su entorno geográfico natural y es un proceso que implica la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas.

3. CONSIDERACIONES

3.1 Tratados Comerciales

La Federación Rusa cuenta con varios tratados de libre comercio donde sobresalen Common Economic Zone y el Commonwealth of Independent States Free Trade Area dos tratados que afianzaron la alianza entre los países que pertenecieron a la Unión Soviética. Los objetivos de este tratado eran, mantener o mejorar derechos de aduana e impuestos, control de fronteras y jurisdicción común entre los países post soviéticos, teniendo en cuenta la influencia que sigue ejerciendo la Federación Rusa en la región.

Tabla 10.

Lista de tratados comerciales que la Federación Rusa tiene en vigor

Nombre	Miembros	Tipo
Common Economic Zone	Belarus, Kazakhstan, Russian Federation, Ukraine	Asociación
Commonwealth of Independent States Free Trade Area	Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Kazakhstan, Kyrgyz Republic, Moldova Republic, Russian Federation, Tajikistan, Ukraine, Uzbekistan	Asociación
Free Trade Agreement Armenia - Russia	Armenia, Russia	Bilateral
Free Trade Agreement Georgia - Russia	Georgia, Russia	Bilateral
Free Trade Agreement Kyrgyzstan - Russia	Kyrgyzstan, Russia	Bilateral
Free Trade Agreement Russian Federation - Ukraine	Russian Federation and Ukraine	Bilateral

Fuente: Elaboración propia con base en WTO (2014)

Una herramienta indispensable para el comercio actual es la creación de tratados. Deben sentarse bases jurídicas por medio de tratados comerciales que reglamenten la forma que los dos países comercian. Además, se debe tener en cuenta las diferencias entre ambos países que pueden llegar a malinterpretaciones. Sin embargo, todas estas bases y reglamentaciones deben simplificar la relación comercial y no crear trabas entre los socios.

Actualmente no existe un tratado de libre comercio entre Colombia y la Federación Rusa, tampoco se evidencia una decisión por parte del gobierno que impulse la firma de uno en el corto plazo. Sin embargo, existe un Sistema Generalizado de Preferencias SGP el cual establece, entre las preferencias adoptadas por ese país mediante la decisión N.130 del 27 de noviembre de 2009, que los países en vía de desarrollo incluido Colombia, tienen un 25% de descuento sobre el total del arancel en varios productos entre los que se incluyen algunos productos agrícolas como, tubérculos, chocolate, tabaco y productos pecuarios como la carne de res.

3.2 Perfil de logística desde Colombia hacia la Federación Rusa

Actualmente, la Federación Rusa ocupa el puesto 90 en cuanto al desempeño logístico, de acuerdo al Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2014. El índice entre 1 y 5 que obtuvo la Federación Rusa fue de 2.69.

En la figura siguiente, se puede observar la calificación de la Federación Rusa y Colombia en el Logistics Performance Index. Colombia tiene una calificación de 2.64 lo que la ubica 7 puestos por debajo de la Federación Rusa. Entre los componentes que Colombia tiene calificados mejor, están la eficiencia aduanera y competitividad de transporte internacional de carga, mientras la Federación Rusa tiene mejor calificación en calidad de la infraestructura, competencia y calidad en los servicios logísticos, capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos y puntualidad en el transporte de carga.

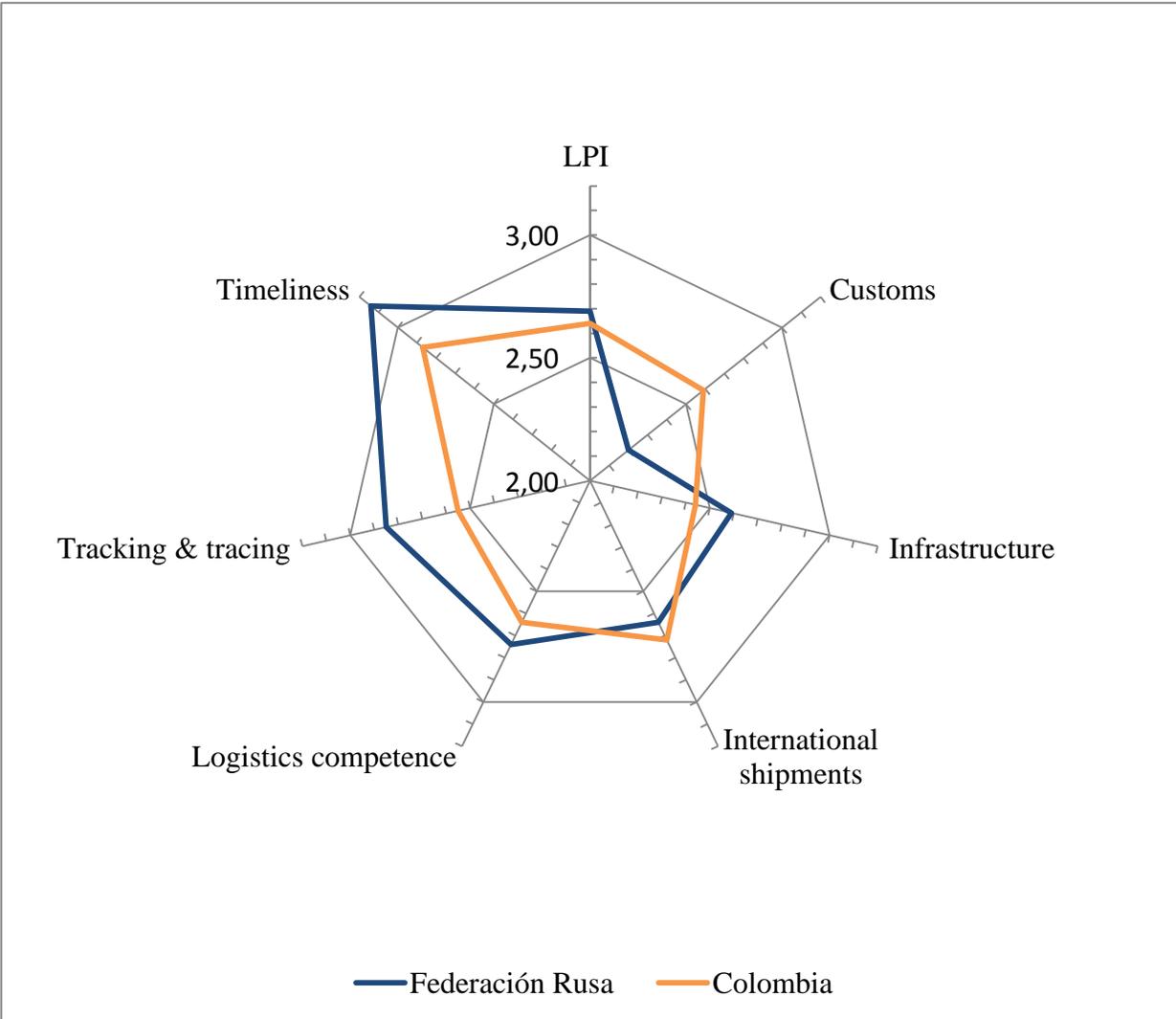


Figura 10. Comparación Logistics Performance Index

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2014)

Las implicaciones que el desempeño logístico tiene sobre la exportación de productos al exterior son muy importantes. La forma en que se puedan ejecutar de manera eficiente transacciones con el exterior, se ve coartada por la capacidad logística que tenga un país con base a su infraestructura, tecnología, política aduanera y mano de obra. A medida que el país logre reducir el costo de transportar un producto colombiano al exterior el producto tendrá más posibilidades de encontrar nicho. Esto solo se puede generar disminuyendo la cantidad de recursos que se invierten en movilizar el producto.

Tabla 11.

Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos

Origen	Destino	Tiempo de transito directo (días)	Tiempo de transito conexiones (días)	Frecuencia
Barranquilla	Moscú		29 – 36	Semanal
	San Petersburgo		25 – 34	Semanal
Buenaventura	Moscú		34 – 37	Semanal
	San Petersburgo		24 – 34	Semanal
Cartagena	Moscú		29 – 32	Semanal
	San Petersburgo		20 – 33	Semanal
Santa Marta	San Petersburgo	22	34	Semanal

En la tabla están ordenados las frecuencias y tiempos de tránsito hacia la Federación Rusa desde puertos colombianos.

Fuente: Elaboración propia con base en ProColombia (2015)

Es importante tener en cuenta que el costo de exportación por contenedor a los puertos rusos es de 2.615 USD, según datos de ProColombia. Además, los documentos generales requeridos para el ingreso de mercancías a la Federación Rusa desde Colombia son tres facturas comerciales firmadas por el exportador y el consignatario, declaración de un representante comercial ruso en el país de despacho, licencia de importación y lista de empaque. Sin embargo se deben tener los certificado fitosanitarios y veterinarios correspondientes.



Figura 11. Líneas navieras con oferta de Servicios a la Federación Rusa

Fuente: Elaboración propia con base en ProColombia (2015)

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Colombia es un país con una diversidad especial debido a su ubicación geográfica. Por tal razón, hay una gran variedad de productos que pueden cultivarse y producirse en el país. Adicionalmente, los principales socios comerciales de Colombia no cuentan con tal capacidad para cultivar gran variedad de productos y por ello deben comprárselos a países tropicales.

Los productos del sector agrícola colombiano, que tienen oportunidad de abrirse paso en el mercado de la Federación Rusa, son aceite de palma, flores, café, cacao, azúcar y banano. Adicionalmente, existe un grupo de productos exóticos con gran potencial en los mercados extranjeros y especialmente en la Federación Rusa, donde ya existe un mercado en crecimiento. Estos productos son maracuyá, guayaba, mango, lulo, papa criolla y yuca.

Los productos agrícolas comprados en el mercado internacional por la Federación Rusa están compuestos principalmente por frutas y verduras. Entre ellos sobresalen cítricos, manzanas, peras, bananos, uvas, tomates, soya, flores, té y café. Adicionalmente, importan algunos bio-productos como margarina, aceite de palma y aceite de coco.

Los productos agrícolas vendidos por Colombia a la Federación Rusa actualmente son principalmente flores, azúcar, cacao, café y banano. Adicionalmente, exporta mínimas cuantías de fruta congelada y vegetales congelados.

Los productos agrícolas comprados en el mercado internacional por la Federación Rusa y que Colombia está en capacidad de ofrecerle en cantidad, calidad y precio son muy pocos, se podría decir que es solamente las flores. El principal límite que Colombia tiene para ofrecerle a la Federación Rusa productos de forma competitiva es la capacidad de producción. La cantidad de tierras cultivables y la productividad de la industria agrícola colombiana no es suficiente para venderle la cuantía necesaria que la Federación Rusa demanda. Sin embargo, hay productos que la Federación Rusa importa en volúmenes pequeños y Colombia puede surtir, como maracuyá, lulo, guayaba y yuca.

El principal uso que se le da a las frutas tropicales es para la preparación de alimentos. En este sentido, los consumidores visitan supermercados que los exhiben frescos o congelados y restaurantes. Estos dos compradores, supermercados y restaurantes, son quienes más demandan estos productos y son los principales clientes que los colombianos deben fijar como objetivo.

Adicionalmente, debe tenerse en cuenta la necesidad de los productores colombianos de diversificar sus socios comerciales y la responsabilidad del gobierno nacional de eliminar barreras entre los posibles nuevos socios. La negociación de un tratado comercial con la Federación Rusa es un acercamiento importante y la prioridad que se le dé, determinará el fortalecimiento de las relaciones bilaterales, que hoy en día son pequeñas en comparación con otros socios comerciales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Mundial. 2013. *Datos*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de <http://datos.bancomundial.org>

Banco Mundial. 2014. *Logistic Performance Index*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2015 de <http://lpi.worldbank.org/>

BBC Mundo. 2014. *Rusia prohíbe importación de alimentos de la Unión Europea y EE.UU*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de http://www.bbc.co.uk/mundo/ultimas_noticias/2014/08/140807_ulnnot_rusia_anuncia_sanciones_economia_ch

Cobb, C. W., & Douglas, P. H. (1928). "A *Theory of Production*". USA: American Economic Review.

DANE. 2015. *Demografía y Población*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

DANE. 2015. *Comercio Exterior*. Recuperado el 20 de Junio de 2015 de <http://www.dane.gov.co/index.php/esp/comercio-exterior-busqueda>

DIAN. 2014. *Estadísticas de comercio exterior*. Recuperado el 20 de Junio de 2015 de <http://www.dian.gov.co/dian/14cifrasgestion.nsf/pages/Estadisticas%20comercio%20exterior?opendocument>

Dingemans, Alfonso (2012) "*Los acuerdos de libre comercio en América Latina desde 1990. Una evaluación de la diversificación de exportaciones*". Santiago de Chile: Revista CEPAL.

Embajada Rusa. 2015. *Colombia-Rusia*. Recuperado el 18 de Julio de 2015 de <http://colombia.mid.ru/es/kolumbia>

FAO. 2015. *Rural Income Generating Activities*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de <http://www.fao.org/economic/riga/rural-income-generating-activities/en/>

FAO. 1997. “*El estado mundial de la agricultura y la alimentación*”. Roma: FAO.

Fedegan. 2015. *Estadísticas*. Recuperado el 20 de Junio de 2015 de <http://www.fedegan.org.co/>

FENAVI. 2015. *Producción público*. Recuperado el 20 de Junio de 2015 de http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2472&Itemid=1330

FIAB. “*Una aproximación a la industria alimentaria y su comercio exterior*”. Madrid FIAB. 2008.

FOE. 2008. *Etapas en la internacionalización*. Recuperado 10 de Octubre de 2015 de <http://www.foe.es/portal/nuevosmercados/txtT02-03.html>

FOE. 2008. *Barreras a la internacionalización de productos agroalimentarios*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015 de <http://www.foe.es/portal/nuevosmercados/txtT02-04.html>

IADB. 2015. *Estadísticas de la agricultura en América latina*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015 de <http://www.iadb.org/es/temas/agricultura/estadisticas-de-la-agricultura-en-america-latina,2342.html>

IADB. 2013. *Estimaciones de las tendencias comerciales América Latina 2013*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015 de

- Ledesma, C. A. (1990). *“Principios de comercio internacional”*. Buenos Aires: Macchi.
- Lozano, C. (Octubre, 2015). *Charla Internacionalización ProColombia*. Bogotá, Colombia
- Malhotra, N. (2010). *“Marketing Research: An Applied Approach”*. USA: Pearson Education.
- OECD. 2015. *Observatorio de la complejidad económica*. Recuperado el 20 de Junio de 2015 de <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/rus/#Origins>
- OMC. 1998. *Explicación del Acuerdo de la OMC sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2015 de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/spsund_s.htm
- Poque, J. M. (2003). *“Retos de la transición económica rusa”*. Valencia: Servei de Publicacions Universitat de València.
- Porter, M. E. (1985). *“Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors”*. USA: Free Press.
- ProColombia. 2015. *Análisis de las Exportaciones Colombianas entre enero y agosto del 2014*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2015 de <http://www.ProColombia.com.co/publicaciones/informe-turismo-inversion-y-exportaciones>
- ProColombia. 2015. *COLOMBIATRADER*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2015 <http://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/paises/europa/rusia>

ProColombia. 2015. *Perfil de logística desde Colombia hacia la Federación Rusa*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2015 de http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_rusia.pdf

RT. 2010. *Componente Exportaciones Rusas*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de http://rusopedia.rt.com/economia/issue_125.html

USDA. *World Agricultural Production*. Recuperado el 20 de Agosto de 2014 de <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>

WISERTrade. 2015. *DATOS*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2015 de <http://www.wisertrade.org/>