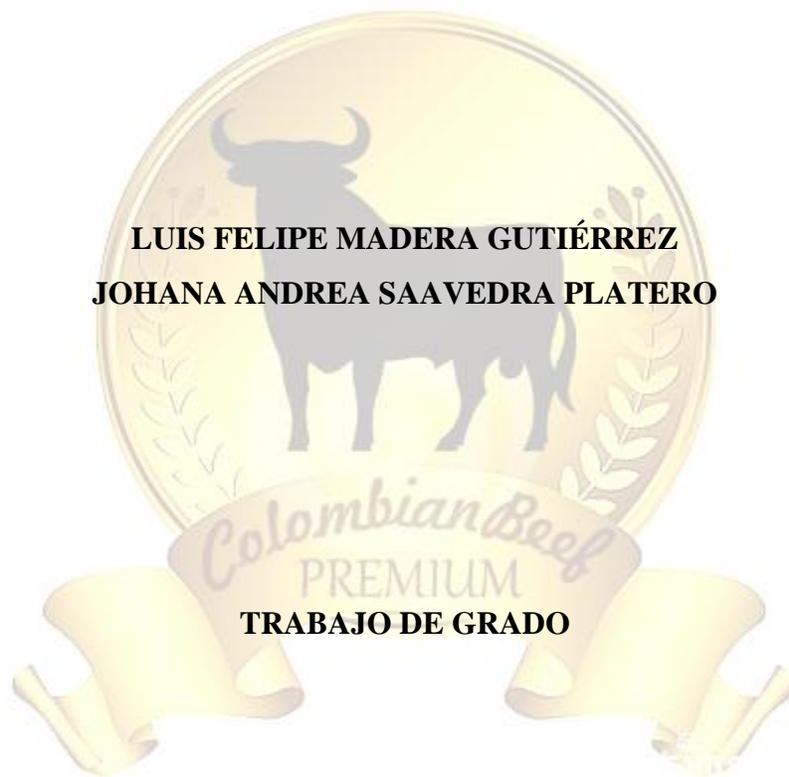


**INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR CÁRNICO (BOVINO) EN EL
DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA
(PLAN DE NEGOCIOS)
COLOMBIAN BEEF**



**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., ENERO DE 2012**

**INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR CÁRNICO (BOVINO) EN EL
DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA
(PLAN DE NEGOCIOS)
COLOMBIAN BEEF**

**LUIS FELIPE MADERA GUTIÉRREZ
JOHANA ANDREA SAAVEDRA PLATERO**

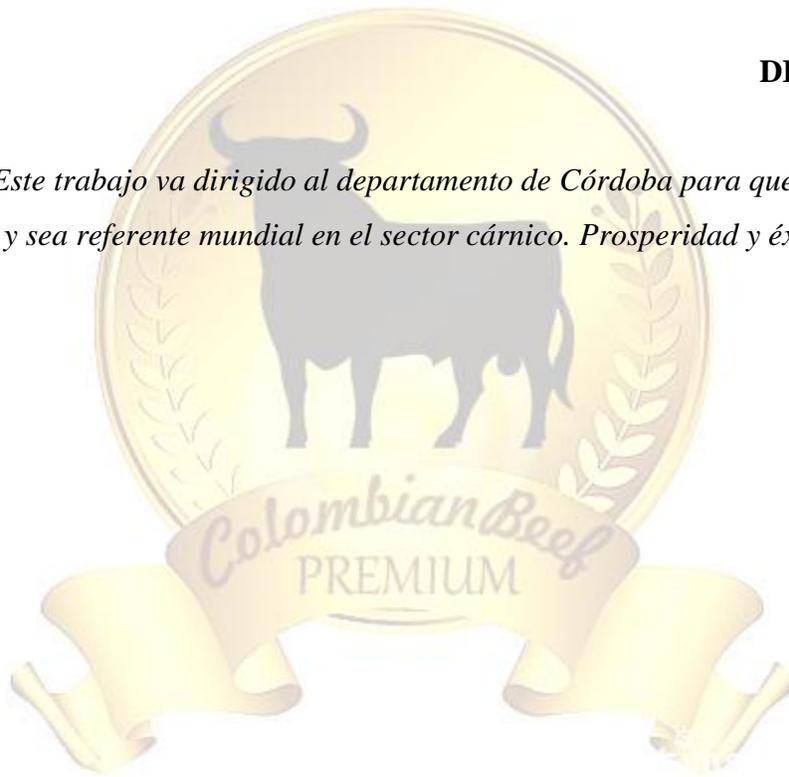
TRABAJO DE GRADO

**TUTOR:
ANDRÉS MAURICIO CASTRO FIGUEROA**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., ENERO DE 2012**

DEDICATORIA

Este trabajo va dirigido al departamento de Córdoba para que siga creciendo positivamente y sea referente mundial en el sector cárnico. Prosperidad y éxitos a todos los cordobeses.



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las personas que con su apoyo, paciencia, conocimientos y guía aportaron esfuerzos para realizar este trabajo investigativo con el cual esperamos ayudar al desarrollo del departamento de Córdoba.

Agradecimientos especiales a nuestras familias, amigos y colaboradores del frigorífico FRIGOSINU en la ciudad de Montería.

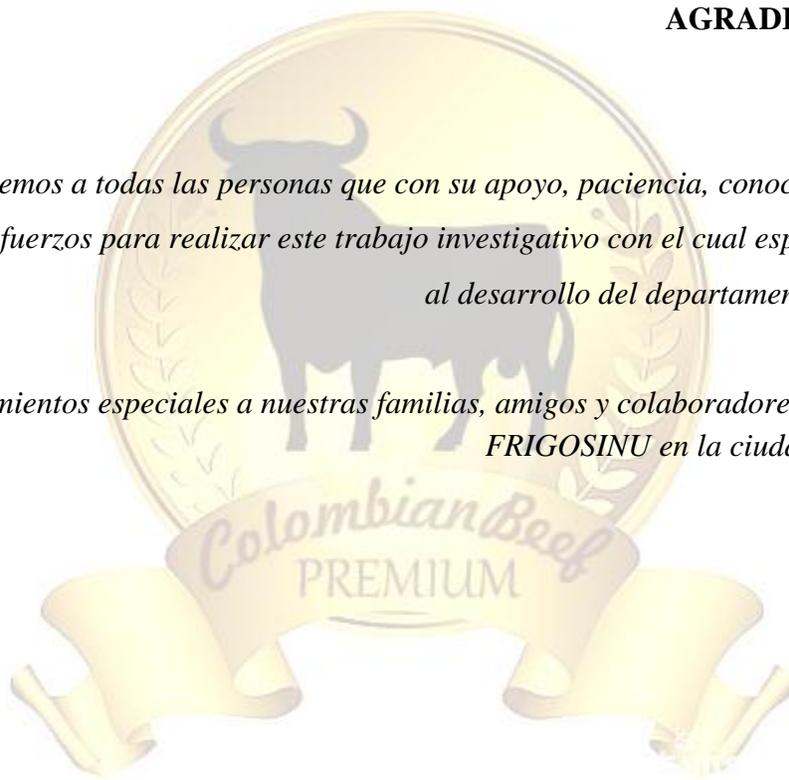


TABLA DE CONTENIDO

LISTAS ESPECIALES	I
RESUMEN	III
ABSTRACT	IV
INTRODUCCIÓN.....	1
1. CONTEXTO MUNDIAL Y NACIONAL DEL SECTOR CÁRNICO.....	5
1.1 MIRADA GLOBAL AL SECTOR CÁRNICO	5
1.1.1 Producción Mundial De Carne.....	5
1.1.2 Perspectivas Del Sector.....	9
1.1.3 Exportaciones	11
1.2 EL MERCADO BOVINO EN COLOMBIA	12
1.2.1 Situación Actual Del Sector.....	17
2. FRIGORÍFICOS EN COLOMBIA.....	19
2.1 CLASIFICACIÓN DE LOS MATADEROS EN COLOMBIA.....	19
2.2 SACRIFICIO DE BOVINOS	20
2.3 CLASIFICACIÓN DE CANALES DE CARNE BOVINA EN COLOMBIA	22
2.4 MADURACIÓN DE LA CARNE.....	24
2.5 CONSERVACIÓN DE LA CARNE.....	24
2.6 FRIGORÍFICOS EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA	26
2.6.1 REDCARNICA.....	26
2.6.2 FRIGOSINÚ S.A.	26
2.6.2.1 Proceso actual de la sala de sacrificio.....	27
2.6.2.2 Proceso de la sala de deshuese para carne empacada al vacío y congelada	30
2.6.2.3 Despacho de carne empacada al vacío y congelada.....	33
3. COLOMBIAN BEEF (AGENCIA EXPORTADORA).....	35
3.1 MISIÓN	36
3.2 VISIÓN	36
3.3 OBJETIVOS	36
3.4 POLÍTICAS.....	37
4. INTELIGENCIA DE MERCADOS (IM).....	38
4.1 PRESELECCIÓN DE PAÍSES.....	38
4.1.1 Primer Filtro.....	38
4.1.2 Segundo Filtro.....	42
4.2 MERCADOS SELECCIONADOS.....	46
4.2.1 PAÍS OBJETIVO: MERCADO CANADIENSE	46
4.2.1.1 Comercio Exterior.....	48
4.2.1.2 Importaciones de Canadá desde el Mundo:	48
4.2.1.3 Exportaciones de Canadá al Mundo:	51

4.2.1.4	Balanza Bilateral:.....	53
4.2.1.5	Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá.....	59
4.2.1.6	Sector Cárnico en Canadá.....	61
4.2.1.7	Exportando a Canadá.....	62
4.2.1.8	Perfil del consumidor canadiense.....	62
4.2.1.9	Tendencias del Consumidor.....	63
4.2.1.10	Documentación de Exportación.....	63
4.2.1.11	Ferias Comerciales.....	64
4.2.1.12	Directorio de Organizaciones Industriales y comerciales.....	64
4.3	PAÍS ALTERNO: MERCADO RUSO	66
4.3.1	Mercado de Rusia.....	66
4.3.1.1	Comercio Exterior.....	68
4.3.1.2	Sector Cárnico en Rusia.....	69
4.3.1.3	Oportunidades del mercado ruso.....	70
4.3.1.4	Tendencias del Consumo en Rusia.....	70
4.3.1.5	Exportando a RUSIA.....	71
4.4	PAÍS CONTINGENTE: COREA DEL SUR	72
4.4.1	Mercado de corea del Sur.....	72
4.4.1.1	Comercio Exterior.....	74
4.4.1.2	Sector Cárnico en Corea del Sur.....	75
4.4.1.3	Oportunidades del Mercado Coreano.....	76
4.4.1.4	Exportando a Corea del Sur.....	77
5.	PLAN ESTRATÉGICO	79
5.1	OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	79
5.2	NEGOCIOS INTERNACIONALES.....	79
5.3	EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	79
5.3.1	Producto.....	80
5.3.2	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.....	81
5.3.3	Tarifas.....	81
5.3.4	Empaque, Etiquetado y Embalaje.....	81
5.3.5	Transporte.....	83
5.3.6	Logística de Exportación.....	84
5.4	PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	86
5.4.1	Organismos De Control A Las Exportaciones.....	86
5.4.1.1	Gestión Aduanera.....	87
5.4.1.2	Documentos De Exportación.....	89
5.4.1.2.1	Factura Proforma.....	89
5.4.1.2.2	Factura Comercial.....	92
5.4.1.2.3	Lista De Empaque (Packing List).....	93
5.4.1.2.4	Certificado De Origen.....	94

5.4.1.2.5 Vistos Buenos	96
5.4.1.2.6 Incoterms	97
CONCLUSIONES	99
ANEXOS	102
□ DATOS ESTADÍSTICOS	102
MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO – FILTRO 10 PAÍSES.	107
MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO – FILTRO 3 PAÍSES.	108
□ FOTOGRAFÍAS DE LA PLANTA.....	109
BIBLIOGRAFÍA	111



LISTAS ESPECIALES

LISTAS DE TABLAS

Tabla 1: Panorama Del Mercado Mundial De La Carne	7
Tabla 2: Exportaciones Animales En Pie Y Productos Cárnicos Desde Colombia, País Destino	13
Tabla 3: Sacrificio Formal De Ganado 2010.....	16
Tabla 4: Variables Y Su Ponderación Matriz De Selección 10 Países.	41
Tabla 5: Matriz De Selección De Mercados Ranking De Los 10 Países.	42
Tabla 6: Variables Específicas Y Su Ponderación En Matriz De Selección 3 Países.....	43
Tabla 7: Matriz De Selección, Ponderación Por Países	45
Tabla 8: Matriz De Selección De Mercados Ranking De Los 3 Países.	45
Tabla 9: Indicadores Macroeconómicos Y Sociales De Canadá	47
Tabla 10: Balanza Comercial De Canadá.....	48
Tabla 11: Principales Productos Importados Por Canadá En Los Últimos 5 Años	49
Tabla 12: 10 Principales Productos Importados En Canadá – Participación.....	50
Tabla 13: Principales Productos Exportados Por Canadá En Los Últimos 5 Años	53
Tabla 14: Importaciones En Canadá Desde Colombia	57
Tabla 15: Principales Productos Importados En Canadá Desde Colombia	58
Tabla 16: Concesiones Hechas Por Canadá A Colombia Tlc.....	60
Tabla 17: Sector Cárnico En Canadá.....	62
Tabla 18: Indicadores Macroeconómicos Y Sociales De Rusia	68
Tabla 19: Balanza Comercial De Rusia.....	68
Tabla 20: Sector Cárnico En Rusia.....	69
Tabla 21: Indicadores Macroeconómicos Y Sociales De Corea Del Sur	74
Tabla 22: Balanza Comercial De Corea Del Sur	74
Tabla 23: Sector Cárnico En Corea Del Sur.....	76
Tabla 24: Doing Business Con Canadá	83
Tabla 25: Desempeño Logístico De Canadá	84
Tabla 26 : Costos Logísticos De La Mercancía.....	85
Tabla 27: Factura Proforma.....	90
Tabla 28: Factura Comercial	92

LISTAS DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Índices De La Fao Para Los Precios Internacionales De La Carne	6
Gráfica 2: Producción De Carne Bovina 2010 – Países.	8
Gráfica 3: Proyecciones Del Consumo De Carne Bovina En El Mundo (Miles De Toneladas)	10
Gráfica 4: Proyecciones De Las Importaciones 2010-2020 (Miles De Toneladas).....	10
Gráfica 5: Exportaciones Carnes Y Animales Vivos Desde Colombia	13
Gráfica 6: Distribución De Las Exportaciones Colombianas Por Categoría	14
Gráfica 7: Sacrificio De Bovinos, Tasa De Extracción Y Consumo Aparente En Colombia.....	15
Gráfica 8: Cadena De Comercialización Cárnica.....	17
Gráfica 9: Proceso Actual De La Sala De Sacrificio	29
Gráfica 10: Diagrama De Flujo De Carne Empacada Al Vacío	32
Gráfica 11: Diagrama De Flujo De Carne Congelada	33
Gráfica 12: Diagrama De Flujo De Carne Empacada Al Vacío Y Congelada	34
Gráfica 13: Mapa De Canadá	46
Gráfica 14: Comercio De Canadá – Mundo 2002-2009 Usd Millones.....	52
Gráfica 15: Balanza Comercial Colombia – Canadá 2008-Mayo 2011.....	54
Gráfica 16: Principales Subsectores Exportados – No Tradicionales, 2010.....	55
Gráfica 17: Principales Subsectores Importados – No Tradicionales, 2010.....	56
Gráfica 18: Productos Importados En Canadá Desde Colombia.	58
Gráfica 19: Mapa De Rusia	67
Gráfica 20: Canales De Distribución En Rusia	72
Gráfica 21: Mapa De Corea Del Sur	73
Gráfica 22: Empaque Y Embalaje	82

RESUMEN

Colombian Beef es una agencia exportadora de carne bovina del departamento de Córdoba. La agencia actualmente exporta productos cárnicos a Egipto, mercado que ha significado altos esfuerzos a nivel productivo y logístico; donde aspectos claves como la religión, han limitado el crecimiento de la agencia. Por lo tanto, en el presente trabajo investigativo se pretende ampliar las relaciones comerciales, implementando un plan exportador que permita visualizar nuevos mercados internacionales a los cuales vender los productos cárnicos que ofrece la agencia.

El hato ganadero del departamento permite ingresar a nuevos mercados y realizar negocios sostenibles. El sector cuenta con condiciones aptas para ser competitivo mundialmente, teniendo en cuenta variables fundamentales como lo son la infraestructura y la capacidad productiva. Sin embargo, hace falta realizar e implementar estudios de mercados que incentiven a las agencias exportadoras a diversificar sus negocios. Es por esto la importancia de internacionalizar el sector a través de un análisis del mercado internacional (Inteligencia de Mercados) en el cual se selecciona el país con mayor potencial para iniciar relaciones comerciales a mediano plazo.

Finalmente, este trabajo va dirigido a todos los ganaderos, agencias exportadoras, frigoríficos y agentes negociadores de la región que estén interesados en ingresar a nuevos mercados y posicionarse a nivel mundial.

PALABRAS CLAVE

- ✓ Internacionalización.
- ✓ Sector cárnico.
- ✓ Competitividad.

- ✓ Diversificar.
- ✓ Inteligencia de Mercados

ABSTRACT

Colombian Beef is a meat exporting agency from Córdoba. The agency currently exports beef products to Egypt, market which has meant high efforts in the production and logistical issues such as religion which has stopped the growth of the agency, so the present research paper aims to expand its trade relationships looking for new international markets which buy meat products.

The department's stock allows search for new markets and launch sustainable businesses. The sector has the conditions to be competitive worldwide; we got the infrastructure and productive capacity, but not advanced markets research to encourage exporters to diversify their businesses. That is why the importance of the internationalization of the sector through an analysis of the international market (Market Intelligence). The research is looking forward to finding the country with the highest potential to start trades at short or half time. The paper provides highlights for farmers, export agencies, refrigerators and brokers in the region to build successfully business.

KEY WORDS

- ✓ Internationalization.
- ✓ Meat Sector.
- ✓ Competitiveness.
- ✓ Diversification.
- ✓ Market Intelligence.

INTRODUCCIÓN

Diferentes factores mundiales han dejado evidencia que Colombia debe prepararse mejor, generando cambios significativos en diferentes aspectos que le permitan ser más competitivo e innovador a nivel mundial. Según el reporte de competitividad global 2011-2012 presentado por The World Economic Forum¹ donde Colombia se ubicó en el puesto 68 de competitividad, siendo uno de los factores más bajos la innovación y la sofisticación.

Los grandes problemas comerciales con los países vecinos en los últimos años han hecho un llamado de atención a los diferentes sectores del país que se sentían seguros y dependían de pocos socios comerciales, un claro ejemplo de esta situación es el cierre fronterizo con Venezuela, hecho que desestabilizó al país haciendo un llamado de emergencia. Colombia no progresó en factores productivos quedando así rezagado a nivel mundial para suplir otros mercados.

Son varios los motivos que tiene Colombia para potencializar sus recursos. La crisis económica mundial desde el 2008 a la actualidad muestra que los diferentes sectores comerciales deben prepararse mejor para afrontar retos y nuevos cambios. La crisis económica inició en Estados Unidos, donde el nivel de desconfianza se propagó rápidamente por el mundo, causada principalmente por una crisis crediticia e hipotecaria, acompañado de un alza en los precios de las materias primas, alta inflación y crisis alimentaria. Los países que han sufrido en mayor proporción la situación son los más ricos, pero para Colombia la crisis económica mundial ha significado una oportunidad para crecer, tal como dijo el Fondo Monetario Internacional “La economía colombiana está mejor preparada para hacer frente a la crisis; Los directores ejecutivos elogiaron a las autoridades colombianas por la aplicación de políticas macroeconómicas adecuadas y por la amplia gama de reformas estructurales, que han contribuido a acelerar el crecimiento y

¹ World Economic Forum. Informe de competitividad 2011-2012 <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>

reducir las vulnerabilidades.”² Sin Embargo, el sector cárnico se vio afectado por el incremento de las materias primas y el comportamiento de las tasas de cambio.

De igual manera, El sector se ha visto afectado por el invierno que ha azotado al país pero las emergencias se han podido controlar y se han establecido mecanismos preventivos. Así mismo, Los ganaderos han sabido responder a las necesidades del mercado nacional y tienen potencial para atender el incremento de la demanda mundial de carne. “Colombia es un importante productor de ganado, ubicándose entre los primeros 13 productores a nivel mundial, con una participación cercana al 2% del total. En América Latina es superado sólo por Brasil, Argentina y México.”³

El departamento de Córdoba se está preparando, cuenta con las tierras, el pasto, las condiciones climáticas, las cabezas de ganado y los frigoríficos para suplir la demanda mundial. Frigoríficos como Frigosin y Red Cárnica son empresas ejemplares. Red Cárnica creada en junio del 2010 en el municipio de Ciénaga de Oro de Córdoba es el frigorífico más avanzado en América Latina según el gerente general César Zuluaga, construido con tecnología brasileña, cuenta con capacidad para producir 180 toneladas diarias y solo se está produciendo 45 toneladas diarias⁴, cumple con los nuevos requerimientos gubernamentales como el decreto 1500 emitido por el Ministerio de Protección Social en el que se busca transformar el sector “por el cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte,

² Informe: Colombia frente a la Crisis Económica. Consultado en: <http://www.colombia.ru/spa/images/stories/news/brochure%20minhacienda%20esp.pdf>

³ Informe PROEXPORT: Sector Cárnico en Colombia. Razones para invertir. Visto online en: [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/294_\(Microsoft%20Word%20-%20PerfilCarnicoEspa.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/294_(Microsoft%20Word%20-%20PerfilCarnicoEspa.pdf)

⁴ Noticias: Red Cárnica, un frigorífico que nace con vocación exportador. CONSTANZA GÓMEZ. 26 de Julio de 2010. Visto en: <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-7825450>

comercialización, expendio, importación o exportación”⁵. Igualmente, El Congreso de la República de Colombia aprobó la ley 914 de 2004 con la cual se crea el Sistema Nacional de Identificación e Información de Ganado Bovino, Lo que permitirá tener un control exacto de la vida del ganado y su proceso productivo. Todo esto encamina a la formalización del sistema para tener un sector cárnico, específicamente carne bovina, especializado y con estándares de calidad.

Los retos son grandes pero se va por buen camino en el sector, por ejemplo, “Colombia dio un paso importante en el acceso del sector cárnico al mercado austral, ya que el Gobierno de Chile reconoció cuatro zonas libres de fiebre aftosa con vacunación, así se conoció durante la IV reunión de la Comisión Administradora del Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre los dos países que se realizó en Bogotá.”⁶ En el Departamento de Córdoba, “Luis Carlos Caraballo, coordinador regional del ICA dio a conocer que el año pasado se vacunaron en Córdoba 2 millones 361 bovinos, para cobertura del 99.8% en 25 mil 409 predios”⁷.

Para el sector en Córdoba, los retos recaen en buscar nuevos mercados y sostenibles, es por esto que el proyecto investigativo plantea soluciones y propone estrategias para abrir el mercado e internacionalizar el destacable sector Cárnico en Córdoba. Donde se propone una vía logística y comercial a través del plan de negocios. Se trabajará con la ayuda de Frigosinu y La agencia Exportadora de Ganado Colombian Beef, quienes están interesados en gestionar investigaciones como base para exportar.

Por lo tanto, del proyecto investigativo se beneficiará la región pero principalmente la Agencia Exportadora de Ganado Colombian Beef de Córdoba que desea trabajar en

⁵ Decreto 15000 de 2007

http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/FNG_PORTLETS/FEDEGAN/NORMAS/NORMAS_CARNICAS/DECRETO_1500_2007.PDF

⁶ Noticia: Territorio libre de aftosa, caminos al fortalecimiento económico. Prensa SOY EMPRENDEDOR. Publicado 6 de Mayo de 2011. Visto en: http://soyemprendedor.net/index.php?option=com_k2&view=item&id=1645:territorio-libre-de-aftosa-caminos-al-fortalecimiento-económico&Itemid=418

⁷ Noticias Territorio libre de Aftosa. Visto online en: <http://www.frigosinu.com/web/noticias.htm>

conjunto con el proyecto para expandir su mercado mundial, disminuyendo requerimientos y garantizando perdurabilidad de la empresa.

El presente trabajo es un plan de Negocios en el que el lector encontrará un estudio de mercado el cual permite determinar la oferta y demanda del sector, con el estudio se especifica el producto principal a trabajar, los países principalmente atractivos para internacional el sector y el país con el que se desarrollará el proyecto exportador de la Agencia Colombian Beef.

Luego de estudiar el sector en contexto global y nacional, el lector encuentra un análisis de los procesos productivos y técnicos del sector en el departamento de Córdoba, donde principalmente se estudia al frigorífico FRIGOSINU. Aprovechando el análisis del Frigorífico y la información obtenida por la agencia, se plantea un perfil empresarial para la agencia Colombian Beef.

El lector encontrará un apartado donde se implementó un estudio de Inteligencia de Mercado el cual permitió escoger un mercado potencial para exportar los productos de la agencia Colombian Beef e identificar los aspectos relevantes en el proceso del plan de negocio con el país objetivo. La metodología de recolección y análisis de información se hizo a través de matrices de selección de mercados donde se le asigna un peso a las variables estudio y se califica a los países seleccionados para filtrar los mercados y obtener 3 mercados estudio.

El plan de Negocio culmina con un plan estratégico donde se recuerda los requerimientos en el proceso exportador que facilitarán información relevante a la agencia para afrontar con conocimiento, experiencia y astucia la internacionalización del sector.

1. CONTEXTO MUNDIAL Y NACIONAL DEL SECTOR CÁRNICO

1.1 MIRADA GLOBAL AL SECTOR CÁRNICO

La ganadería es una práctica económica antigua que consiste en la crianza de animales para su aprovechamiento. Se conoce como ganadería la práctica de domesticación de los animales como medio de sustento y aprovechar la variedad de los productos derivados, tales como la carne, la leche, huevos, cueros, entre otros.⁸

Según el modo de producción, la ganadería se determina por Ganadería intensiva y extensiva. La intensiva se desarrolla en establos o granjas, donde a través de tecnologías se busca un mayor nivel productivo y la Extensiva se realiza en terrenos amplios donde los animales pueden pastar y el ganado se alimenta de forma natural, por lo tanto se requiere de grandes territorios, muchas veces la ganadería extensiva se utiliza con el propósito donde le ganadero cría a las reses, las mantiene pastando y las vende cuando el precio sea mayor.

1.1.1 PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CARNE

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) el mercado mundial de la Carne actualmente presentan un incremento significativo en el precio, el índice de la FAO de precios de la carne a marzo del 2011 marcó 175 puntos, el cuál en comparación en el mismo periodo en el 2010 fue de 145⁹; El histórico del índice de precio muestra un ascenso en los años y se proyecta que siga creciendo principalmente por la escasez de la oferta en el mercado internacional, las condiciones ambientales, los hatos se encuentran en recuperación por los problemas atmosféricos del 2010, las enfermedades de los animales y el aumento de los costos de insumos¹⁰.

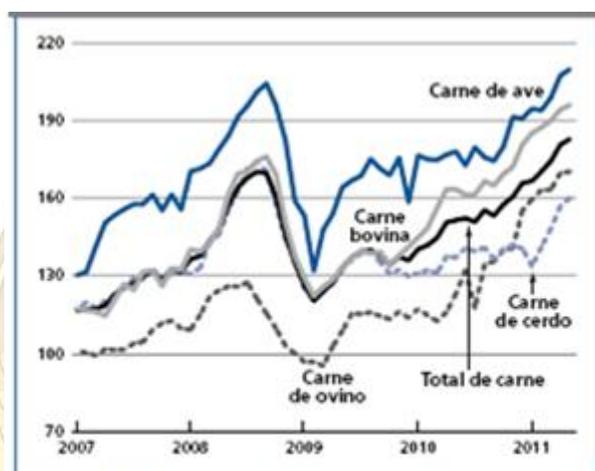
⁸ RAE. Diccionario Real Academia de la Lengua Española.

⁹ Informe Perspectivas Alimentarias: Análisis de los mercados mundiales. Realizado por FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y SMIAR (Sistema Mundial de Información y Alerta sobre la agricultura y alimentación). Junio 2011. Consultado on-line en: <http://www.fao.org/docrep/014/al978s/al978s00.pdf>

¹⁰ ANEXOS: Tabla 1 y 2. Precios Internacionales de la carne e índices de precios de la FAO para la carne

En el transcurso del año los precios internacionales de todos los tipos de carne han aumentado pero el que presenta un mayor incremento es los tipos de carne de cerdo. Sin embargo, mirados “con perspectiva de 12 meses, los aumentos más sólidos se dieron en las carnes de ovino y de bovino, cuyos índices subieron desde mayo de 2010 en un 38 y 20 por ciento, respectivamente”¹¹.

Gráfica 1: Índices de la FAO para los precios Internacionales de la Carne



Fuente: FAO Perspectivas Alimentarias, Análisis de los mercados mundiales Junio 2011

Se puede observar en el comportamiento internacional del sector que los países que más producen carne son los que más la consumen, pero esta tendencia ha ido cambiando, las excepciones las presentan “Australia y Nueva Zelanda que por su baja población exportan mayores cantidades que las consumidas internamente. En cambio, pequeños productores como Corea del Sur y Japón son importantes consumidores e importadores”¹².

Aplicando una mirada global, el sector presenta un incremento en los precios por la disminución de la oferta de carne con respecto a la demanda mundial y los altos costos de los cereales limitan la rentabilidad del sector. La Participación del sector en el comercio

11 Informe Perspectivas Alimentarias: Análisis de los mercados mundiales. Realizado por FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y SMIAR (Sistema Mundial de Información y Alerta sobre la agricultura y alimentación). Junio 2011. Página 44. Consultado on-line en: <http://www.fao.org/docrep/014/al978s/al978s00.pdf>

12 Elicabe, Hernán. Tesis de Grado: “Análisis de las exportaciones de cortes de calidad de carne vacuna argentina. Julio 2002 – julio 2008”. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y sociales. Año 2009. Página 17.

mundial por tipo de carne es de 44% de carne de aves, seguido por la de vacuno 29%, luego la de cerdo con el 24% y por último la de ovino se queda en el 3%¹³.

El informe de perspectivas alimentarias realizado por la FAO arroja que en el mercado de carne de Bovino, la producción se ha mantenido estancada los 3 últimos años. Se prevé que la producción mundial de la carne de bovino será de 65 millones de toneladas para el año 2011 debido a la disminución en 1% de la producción de países desarrollados, los cuales representan el 45% de la producción mundial. Tal es el caso de **Canadá** y **Estados Unidos**, los cuales iniciaron el año con hatos pequeños de vacas y escasos novillos. Por otra parte, países como **Australia** y **Nueva Zelanda** se están recuperando por los problemas atmosféricos pero se han reducido los sacrificios y la producción.

Tabla 1: Panorama del Mercado Mundial de la Carne

	2009	2010 estm.	2011 pronst.	Variación de 2011 a 2010
<i>millones de toneladas</i>				
BALANZA MUNDIAL				
Producción	283.2	290.6	294.0	1.1
Carne de bovino	64.9	64.9	65.0	0.2
Carne de ave	93.6	98.0	100.2	2.3
Carne de cerdo	106.3	109.2	110.0	0.7
Carne de ovino	12.9	13.0	13.1	0.5
Comercio	25.2	26.2	26.8	2.4
Carne de bovino	7.2	7.5	7.7	1.9
Carne de ave	11.1	11.5	11.7	1.6
Carne de cerdo	5.8	6.1	6.4	5.0
Carne de ovino	0.9	0.8	0.8	0.8
INDICADORES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA				
Consumo humano per capita:				
Mundo (kg/año)	41.3	41.9	41.9	0.1
Desarrollados (kg/año)	78.0	78.4	78.4	0.0
En desarrollo (kg/año)	31.1	31.8	32.0	0.5
Índice de la FAO para los predos de la carne (2002-2004=100)	2009	2010	2011 Ene-May	Variación de Ene-May 2011 a Ene-May 2010 %
	133	152	175	19.9

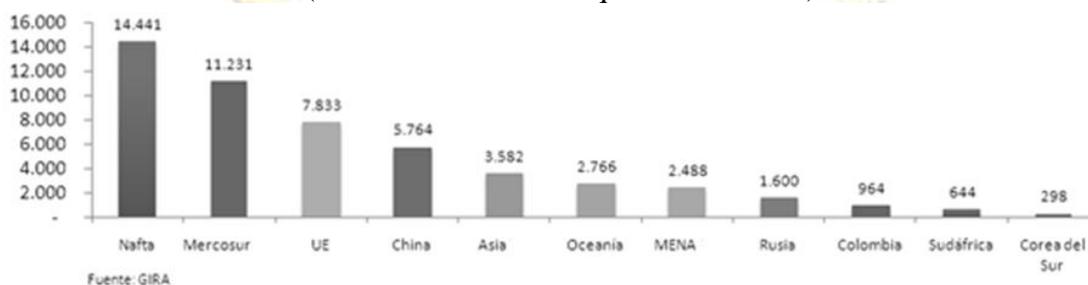
Fuente: FAO Perspectivas Alimentarias, Análisis de los mercados mundiales Junio 2011

13 Noticias: Producción mundial de carne limitada en 2011. Publicada junio 13 del 2011. El Sitio Avícola. Vista On-line en: <http://www.elsitioavicola.com/poultrynews/22026/produccion-mundial-de-carne-limitada-en-2011>

El panorama en **América Latina** y el **Caribe** es favorable teniendo en cuenta que la producción de carne vacuna va ascendiendo, especialmente por el crecimiento de la producción de **Brasil** (Segundo productor mundial) y que en **México** los precios internos son un 10% menores a los de **Estados Unidos** lo cual estimula el comercio entre los países. Sin embargo el Sector en **Argentina** ha presentado significativos decrecimientos por la pérdida de 3.500 puestos de trabajo, se ha agotado las cabezas de ganado y existen altas incertidumbres en las reglamentaciones de producción lo cual ha desfavorecido el sector.

En **Asia** se presenta un estancamiento. En **China** los precios alcanzaron el nivel más alto en cuatro años, se prevé descenso en la producción pues los ganaderos están reconstruyendo los hatos después de un escándalo en el 2008 por contaminación de melanina; en **Pakistán**, la producción disminuirá un 2%, consecuencia de las inundaciones del 2010; en **Japón**, la producción disminuirá un 5% como consecuencia del terremoto, el tsunami y las pérdidas radioactivas del 2011; en **Turquía**, se han intensificado las reglamentaciones del sector para hacerlo más competitivo lo cual supone una traba en el crecimiento del mismo; **República de Corea**, muestra altos números de cabeza de ganado lo cual puede aumentar la producción; En **Indonesia**, se pronostica que el apoyo del Gobierno en pro de la autosuficiencia en carne vacuna favorecerá el incremento de la producción; en **África** las condiciones climáticas están favoreciendo la recolección de buenas cosechas de cereales y la presencia de forrajes suficientes, pero en ciertos sectores la sequía disminuye la producción la cual se prevé para toda la región de 5 millones de toneladas¹⁴.

Gráfica 2: Producción de Carne Bovina 2010 – Países.
(Miles de Toneladas Equivalente Canal)



Fuente: Informe Perspectivas Alimentarias: Análisis de los mercados mundiales. Realizado por FAO.

¹⁴ Informe Perspectivas Alimentarias: Análisis de los mercados mundiales. Realizado por FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y SMIAR (Sistema Mundial de Información y Alerta sobre la agricultura y alimentación). Junio 2011. Página 44. Consultado on-line en: <http://www.fao.org/docrep/014/al978s/al978s00.pdf>

El Comportamiento comparativo del 2010 con el 2009 por bloques comerciales y algunos países muestran que en NAFTA se dio un descenso del -1,4% peor presenta la mayor producción mundial¹⁵.

1.1.2 PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Para finales del 2011 el sector cárnico pronostica un crecimiento limitado, donde países como **Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Argentina y Uruguay** presentarán producciones estancadas mientras recuperan poblar el hato ganadero.

La FAO prevé un aumento en el comercio mundial de carne vacuna del 2% a finales del 2011 con 7,7 millones de toneladas, a pesar del incremento en los precios, donde los países con un mayor crecimiento económico (desarrollados) demandarán carne importada pues la producción nacional no es proporcional al consumo.

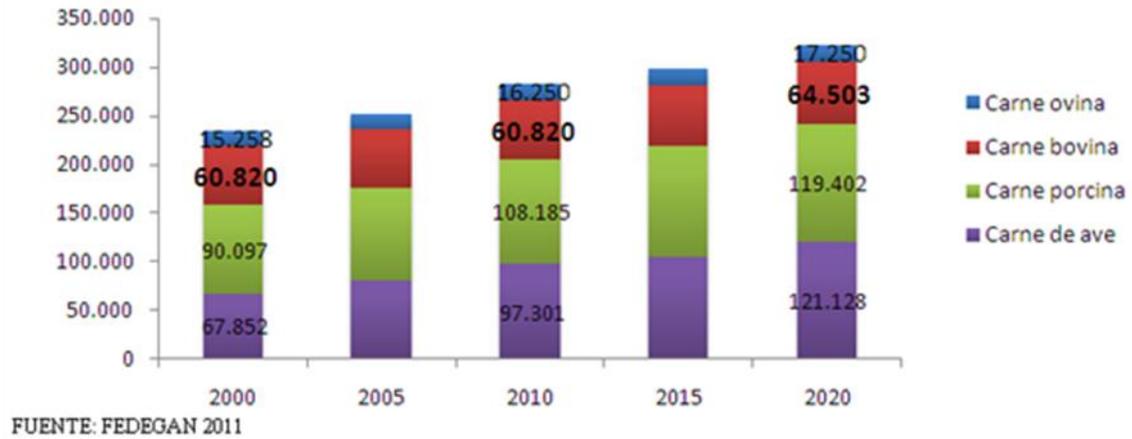
Los pronósticos de la FAO indican que países Asiáticos como **Japón, Malasia y la República de Corea** aumenten sus importaciones en un 5%. A diferencia de **Indonesia**, donde se espera un decrecimiento aproximadamente de 100 toneladas, debido a una reducción del contingente arancelario preferencial de 120.000 toneladas en 2010 a 72.000 toneladas en el 2011.

La federación colombiana de Ganaderos FEDEGAN “estima que para el 2020 el consumo mundial de carne bovina habrá crecido cerca de 4 millones de toneladas; sin embargo, predominarán las carnes de menor precio (pollo y cerdo)”¹⁶.

¹⁵ Lafaurie , José Félix. Presidente Ejecutivo FEDEGAN. Situación actual y perspectivas de la producción de carne de res. Presentación FEDEGAN MAYO 2011. Vista On-Line en: <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

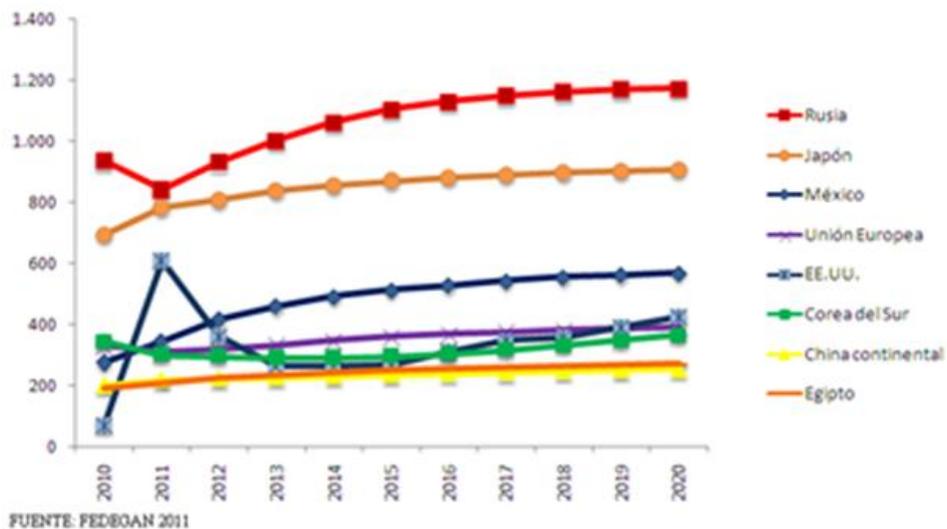
¹⁶ Lafaurie, José Félix. Presidente Ejecutivo FEDEGAN. Situación actual y perspectivas de la producción de carne de res. Presentación FEDEGAN MAYO 2011. Vista On-Line en: <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

Gráfica 3: Proyecciones del consumo de Carne Bovina en el Mundo (Miles de Toneladas)



En las proyecciones para el 2020 FEDEGAN postula que Asia liderará la demanda de carne bovina debido a su crecimiento económico. De Igual manera, en China y Rusia el consumo interno será limitado por falta de oferta, barreras sanitarias y políticas de apoyo a la producción domestica. Rusia será el referente mundial de aumento del consumo importando al 2020 alrededor de 1 millón 200 mil toneladas.

Gráfica 4: Proyecciones de las Importaciones 2010-2020 (Miles de Toneladas)

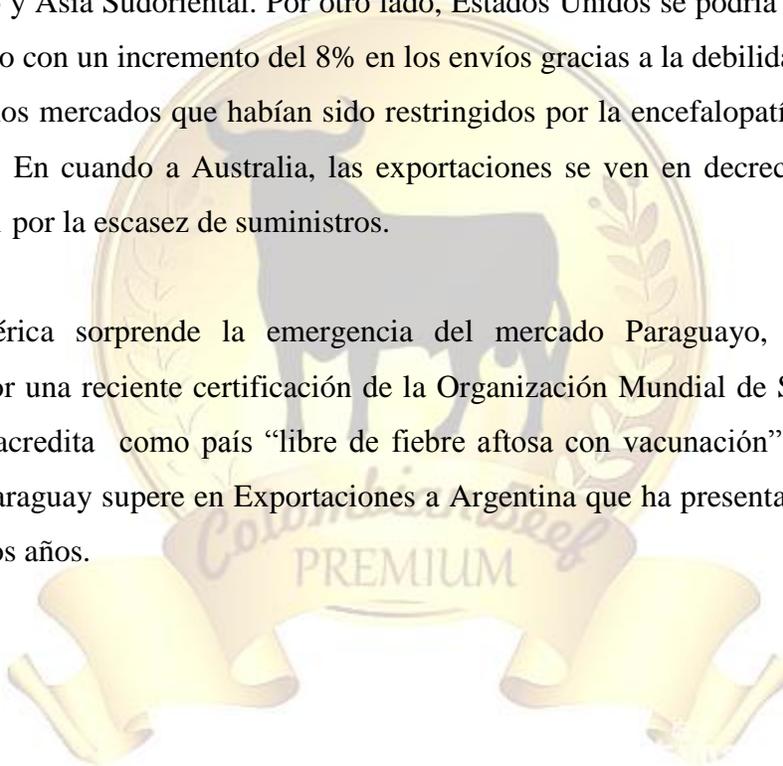


1.1.3 EXPORTACIONES

Según FEDEGAN en el 2011 las exportaciones crecieron 3% por Brasil y USA. Mientras que, Rusia, MENA, Japón y Corea se consolidan como importadores netos.

Brasil es el país con mayor exportaciones con 1.511 (miles de toneladas) seguido por Australia con 1.249 (miles de toneladas) y luego Estados Unidos con 1.162 (miles de toneladas)¹⁷. Las exportaciones de Brasil aumentaron por la demanda de los países de Oriente Medio y Asia Sudoriental. Por otro lado, Estados Unidos se podría proyectar como exportador neto con un incremento del 8% en los envíos gracias a la debilidad del dólar y la reapertura de los mercados que habían sido restringidos por la encefalopatía espongiforme bovina (EEB). En cuando a Australia, las exportaciones se ven en decrecimiento para el cierre del 2011 por la escasez de suministros.

En Latinoamérica sorprende la emergencia del mercado Paraguayo, el cual se ha beneficiado por una reciente certificación de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) que lo acredita como país “libre de fiebre aftosa con vacunación” lo que podrían generar que Paraguay supere en Exportaciones a Argentina que ha presentado disminución en los 2 últimos años.



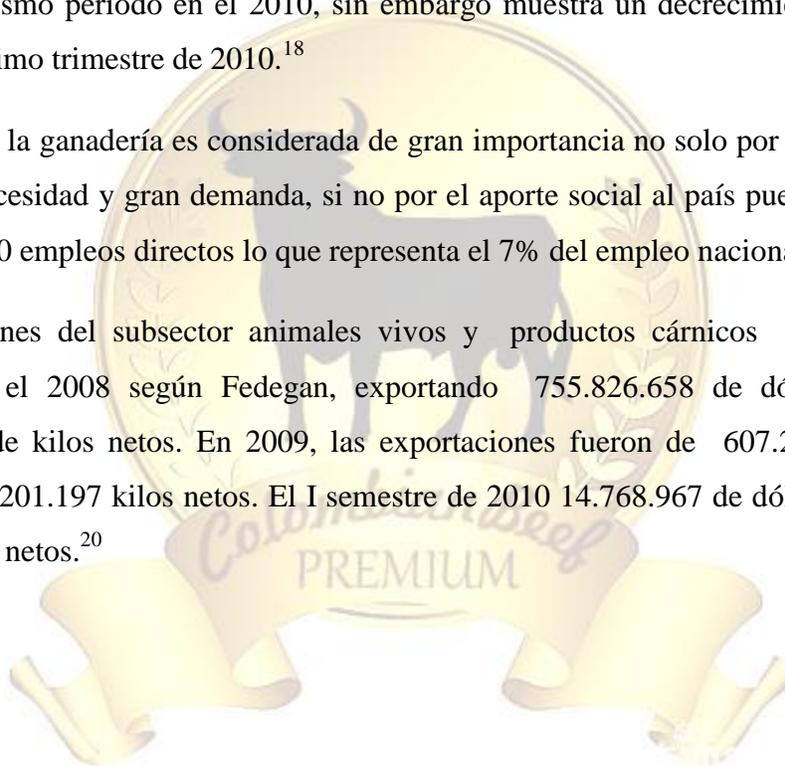
¹⁷ ANEXOS: Tabla 3: Estadísticas de la carne de Bovino

1.2 EL MERCADO BOVINO EN COLOMBIA

El mercado Bovino en Colombia esta caracterizado por ser una actividad generalizada es decir, que puede ser desarrollada en todo el país gracias a las condiciones geográficas que así lo permite. La economía del sector agropecuario es de gran importancia para el país, ya que este aporta el 8,5% del PIB nacional, adema según Fedegan hoy el sector agropecuario presento un crecimiento del 7.8%, impulsado por el subsector ganadero pues este represento el 39% de participación en el PIB sectorial con un crecimiento de 4.6% con respecto al mismo periodo en el 2010, sin embargo muestra un decrecimiento de 0.6 con respecto al último trimestre de 2010.¹⁸

Por otra parte, la ganadería es considerada de gran importancia no solo por ser un producto de primera necesidad y gran demanda, si no por el aporte social al país pues esta actividad genera 950.000 empleos directos lo que representa el 7% del empleo nacional.¹⁹

La exportaciones del subsector animales vivos y productos cárnicos tuvo su mayor esplendor en el 2008 según Fedegan, exportando 755.826.658 de dólares (FOB) y 150.396.018 de kilos netos. En 2009, las exportaciones fueron de 607.269.804 dólares (FOB) y 103.201.197 kilos netos. El I semestre de 2010 14.768.967 de dólares (FOB) y 7.742.960 kilos netos.²⁰

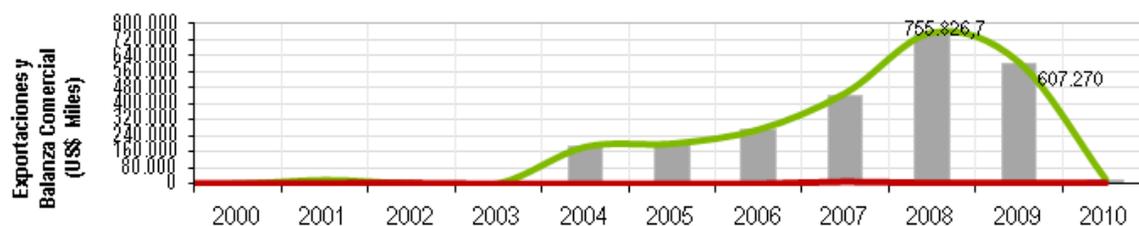


¹⁸ FEDEGAN, “PIB AGROPECUARIO”, Bogotá D.C – Colombia 2011, Disponible en internet en: http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/FNG_PORTLETS/NOTICIASYCOMUNICADOS/ARTICULOSPRESIDENCIA/POLITICA%20AGROPECUARIA/2011_07_01_EL_PIB_AGROPECUARIO.PDF

¹⁹ FEDEGAN, EXPOFRIGORIFICO”IMPORTANCIA DE LA ECONOMIA GANADERA”, Bogotá D.C – Colombia Mayo 2011, Disponible en internet en: <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

²⁰ *Ibíd.*

Gráfica 5: Exportaciones carnes y animales vivos desde Colombia



Fuente: DANE – DIAN. Cálculos: FEDEGÁN-Oficina de Planeación, recuperado de la página:

<http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

En 2010, las exportaciones fueron destinadas principalmente países como el Líbano (11.540.000 USD), Perú (1.840.879 USD) y Antillas Holandesas (778.836 USD). Sin embargo, países como Ecuador, Perú, China y Vietnam muestran un crecimiento positivo en las exportaciones.

Tabla 2: Exportaciones animales en pie y productos cárnicos desde Colombia, País Destino

PAIS	2010		2009		2008		Variación 2008-2009
	US \$ (FOB)	kilos Netos	US \$ (FOB)	kilos Netos	US \$ (FOB)	kilos Netos	
ALEMANIA	28.100	2.696	36.312	4.488	56.505	8.548	-36%
ANTILLAS HOLANDESAS	778.836	234.543	565.660	191.851	1.176.381	452.115	-52%
CHINA			119.595	71.026	63.487	50.025	88%
ECUADOR	8.5433	67.000	22.389	248.800	7.813	167.500	187%
ESTADOS UNIDOS	331.369	47.150	278.808	23.169	249.115	23.184	12%
FRANCIA			72.750	330	52.706	250	38%
HONG KONG	31.452	25.000	189.735	150.000	165.930	93.409	14%
LIBANO	11.540.000	6.847.460					
PERU	1.840.879	488.504	142.475	35.687	40.500	11.100	252%
VENEZUELA	99.000	11.000	604.728.886	102.152.795	752.895.096	149.271.531	-20%
VIET NAM			122.985	74.338	82.844	49.640	48%
Zona Franca Cúcuta			989.476	248.708	988.362	267.254	0.1%
otros países	218.331	19.607	1.113.194	323.051	1.119.125	361.188	-1%
Total general	14.768.967	7.742.960	607.269.804	103.201.197	755.826.658	150.396.018	-20%

Fuente: DANE, recuperado de la página:

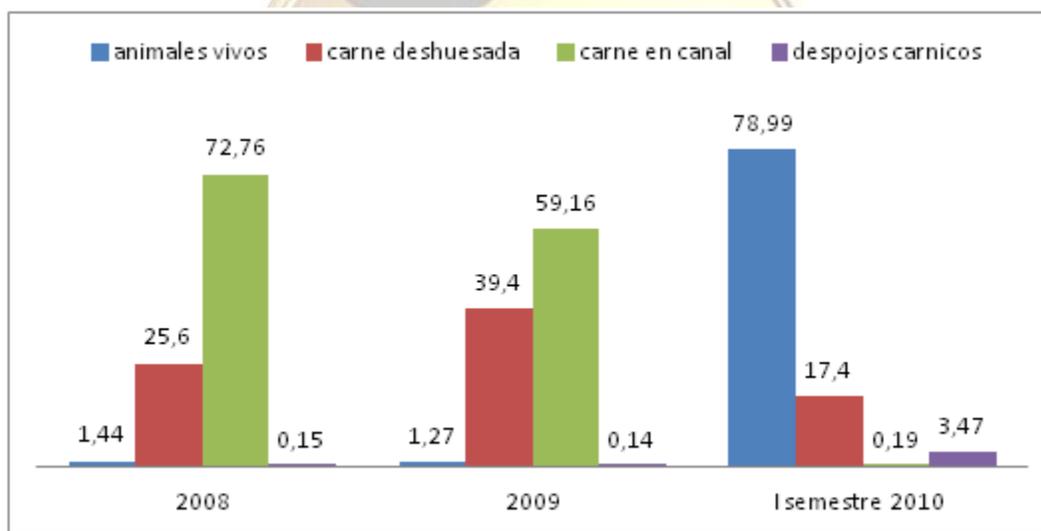
[http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/COMERCIO%20EXTERIOR/EXPORTACIONES%20DE%20CARNE%20\(%202023%20AGO_10\).PDF](http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/COMERCIO%20EXTERIOR/EXPORTACIONES%20DE%20CARNE%20(%202023%20AGO_10).PDF)

De estas exportaciones, se distribuyen en cuatro principales categorías de comercialización entre las que se destacan carne en canal y carne deshuesada, estas dos han sido fortalecidas

ya que por su proceso de producción y maduración generan valor agregado al producto final.

Sin embargo, se evidencia que en el año 2010 hubo un incremento representativo en la exportación animales vivos, lo cual tiende a ser preocupante para los ganaderos y la economía, como indica Luis Fernando Leyva, experto adscrito a Planeación de Fedegan, “con el esquema de exportación desarrollado por el país al permitir la salida de ganado en pie -el 10 por ciento de las cabezas de Colombia-, no se logra un precio remunerativo para los ganaderos porque no pueden aprovechar adecuadamente la res.”²¹

Gráfica 6: Distribución de las exportaciones Colombianas por categoría



Fuente: DANE, recuperado de la página:

[http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/COMERCIO%20EXTERIOR/EXPORTACIONES%20DE%20CARNE%20\(%202023%20AGO_10\).PDF](http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/COMERCIO%20EXTERIOR/EXPORTACIONES%20DE%20CARNE%20(%202023%20AGO_10).PDF)

Aunque el crecimiento del subsector fue importante durante este año, este no está en su mejor momento y no lo ha sido durante los últimos años, pues algunas variables como el clima, productividad, generación de valor agregado y falta de políticas que incentiven y

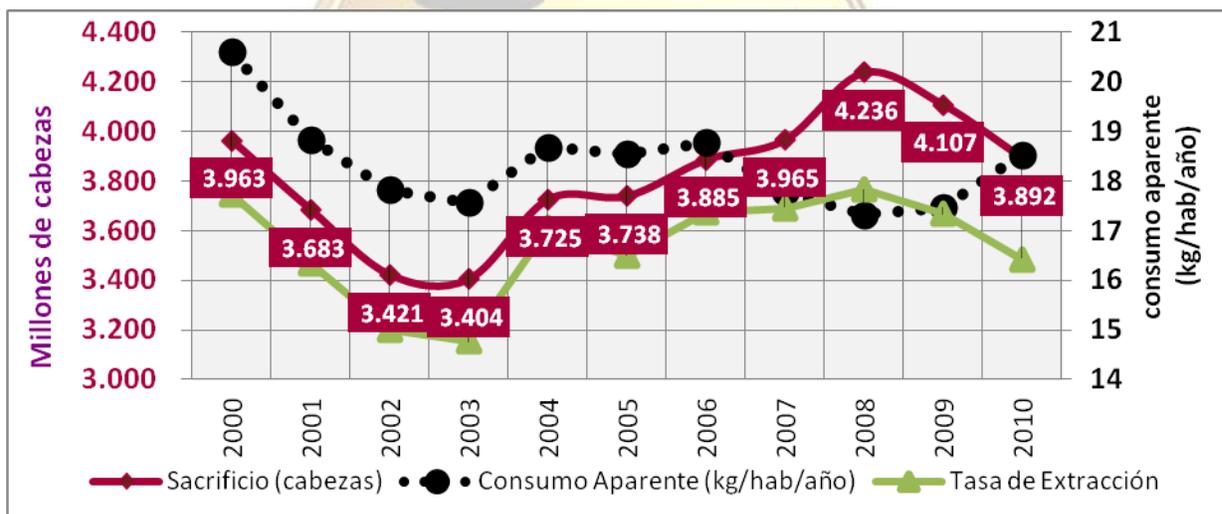
²¹ CENTRO VIRTUAL DE NOTICIAS, “Fedegan hace un llamado a control de exportaciones de carne”, Bogotá D.C – Colombia octubre 2011, Disponible en internet en: <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-134600.html>

promuevan la sostenibilidad del sector, han afectado el desarrollo del mercado dificultando la competitividad de este a nivel mundial.

Actualmente, la ola invernal ha generado un gran impacto en la producción y en la comercialización del ganado bovino, ya que esta ha llevado a los ganaderos a sacrificar antes del tiempo de maduración adecuado temiendo mayores pérdidas y costos de sostenimiento del ganado.

Así mismo, la productividad medida por la tasa de extracción ha disminuido gradualmente, ya que no se han adaptado estrategias que permitan aumentar el sacrificio de cabezas sin disminuir la población ganadera.

Gráfica 7: Sacrificio de bovinos, tasa de extracción y consumo aparente en Colombia



Fuente: Fedegan, recuperado de la pagina <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

La producción de carne es un proceso que inicia desde la crianza del bovino hasta su distribución y comercialización. En Colombia, el ciclo productivo inicia con un sistema de pastoreo, en donde el medio natural es el factor predominante para el desarrollo del ganado. El ciclo continua con el sacrificio del ganado, este se realiza en frigoríficos ubicados en todos el país, actualmente se cuentan con aproximadamente 784 plantas formales, en donde algunos de mayor tamaño concentran un mayor porcentaje de sacrificio.

Tabla 3: Sacrificio formal de Ganado 2010

Cabezas/Año	Cabezas/Día	Nº plantas	% Part	% Part. Acumulada Plantas	Sacrificio	% Part	% Part. Acumulada Sacrificio
1-3.600	1-10	472	78%	100%	441.891	13%	100%
3.601-18.000	11-50	100	17%	22%	687.968	20%	87%
18.001-36.000	51-100	18	3%	5,5%	450.132	13%	68%
36.001-90.000	101-250	7	1,2%	2,5%	373.787	11%	55%
90.001-180.000	251-500	5	0,8%	1,3%	736.507	21%	45%
Más 180.000	Más 500	3	0,5%	0,5%	835.630	24%	24%
Total		605	100%		3.525.916	100%	

Fuente: Fedegan recuperado de la pagina, <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

La producción de ganado se mide principalmente por el número de cabezas de ganado sacrificadas, Según el DANE, de esta producción de ganado vacuno se destina principalmente a satisfacer la demanda interna, pues en el segundo trimestre del 2011 del 100% de la producción el 99.8% fue para el consumo interno y el 0.2% para exportación, este presenta una disminución con respecto al mismo periodo del 2010 en donde el porcentaje de exportación fue del 0.4%.²²

Finalmente el proceso de distribución y comercialización del producto final, se distribuye principalmente en 6 establecimientos de la siguiente forma:

²² DANE, BOLETIN DE PRENSA “SACRIFICIO DE GANADO II TRIMESTRE 2011, Bogotá D.C – Colombia Agosto 2011, Disponible en internet en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/sacrificio/bol_sacrif_IItrim11.pdf

Gráfica 8: Cadena de comercialización cárnica



Fuente: Fedegan, recuperado de la página <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

1.2.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

En la actualidad, el sector ganadero colombiano aunque cuenta con un gran potencial natural y una de las mejores razas de ganado, estos factores no han sido suficientes para explotar y convertirse en un país potencia en el mundo.

Colombia aunque posee la materia prima suficiente para generar productos de excelente calidad, algunas variables de gran importancia en el proceso como la tecnología, eficiencia en la cadena productiva, competitividad y sostenibilidad no han permitido un desarrollo sobresaliente de este producto.

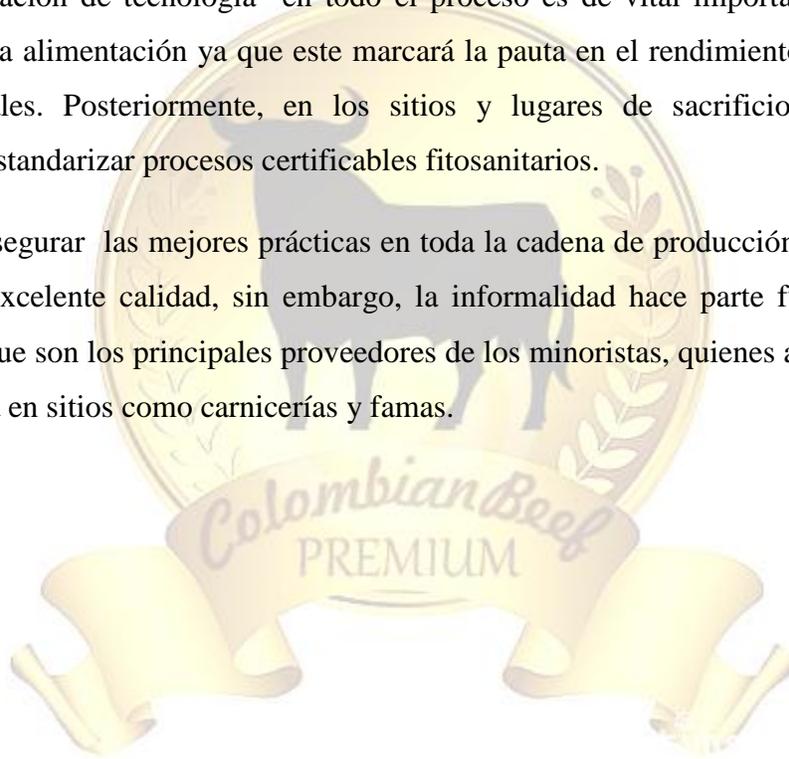
Aunque Colombia es un gran productor de carne en el mundo, medido por niveles de productividad y eficiencia en el rendimiento y uso por animal a nivel mundial se encuentra por debajo del promedio, de igual forma con la tasa de extracción, está definida por el número de sacrificios sobre la población total ganadera, es decir, que si esta tasa de extracción fuera mayor se podría ofrecer al mercado más producción que podría ser destinada no solamente a cubrir el mercado nacional si no el internacional. Sin embargo, el aumento de sacrificios tiene que realizarse estratégicamente planeado, ya que no sería

beneficioso cumplir con un mayor sacrificio a costa de ganado de vientre, pues a mediano plazo generaría un desabastecimiento o disminución del inventario.

Esta estrategia de producción, debe estar ligada con la demanda tanto interna como externa, ya que como mostro previamente, el 99,8% de la producción nacional es destinada al consumo interno, es por esto, la importancia de crear campañas que promuevan e incentiven el consumo de carne de bovino, puesto que la disminución en el esta implica una sobreproducción, y una probable disminución de ganancias por la caída de precios.

La implementación de tecnología en todo el proceso es de vital importancia, este debe iniciar desde la alimentación ya que este marcará la pauta en el rendimiento y crecimiento de los animales. Posteriormente, en los sitios y lugares de sacrificio que permitan formalizar y estandarizar procesos certificables fitosanitarios.

Finalmente, asegurar las mejores prácticas en toda la cadena de producción garantizara un producto de excelente calidad, sin embargo, la informalidad hace parte fundamental del mercado, ya que son los principales proveedores de los minoristas, quienes atienden el 62% de la demanda en sitios como carnicerías y famas.



2. FRIGORÍFICOS EN COLOMBIA

El departamento de Córdoba se está preparando para enfrentar el mercado mundial, cuenta con las tierras, el pasto, las condiciones climáticas, las cabezas de ganado y los frigoríficos para suplir la demanda mundial. Frigoríficos como Frigosinu y Red Cárnica son empresas ejemplares y que representan a la región para generar competitividad en el sector para cumplir con los estándares de calidad y la normatividad mundial.

“Según el decreto N° 2278 de 1982, un matadero es todo establecimiento dotado con instalaciones para el sacrificio de animales de abasto público o para consumo humano, así como para tareas complementarias de elaboración o industrialización, cuando sea el caso, que de conformidad, con el presente decreto y haya obtenido Licencia Sanitaria de Funcionamiento para efectuar dichas actividades”²³.

2.1 CLASIFICACIÓN DE LOS MATADEROS EN COLOMBIA ²⁴

De acuerdo a una subrogación del Capítulo 1 del Decreto N° 2278 los mataderos se clasifican de la siguiente manera:

Mataderos Clase I: Estos deben tener una capacidad instalada para sacrificar 480 o más reses, en turnos de ocho (8) horas. La carne procedente de estos mataderos podrá destinarse para la exportación y para el consumo nacional.

Mataderos Clase II: Los mataderos Clase II deberán tener capacidad instalada para el sacrificio de 320 o más reses, en turnos de ocho (8) horas. La carne de estos mataderos podrá destinarse para el consumo en todo el territorio nacional.

²³ Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

²⁴ *Ibíd.*

Mataderos Clase III: Estos deberán tener una capacidad instalada para sacrificar 160 o más reses, en turnos de ocho (8) horas.

Mataderos Clase IV: Deberán tener una capacidad instalada para el sacrificio de 40 reses, en turnos de ocho (8) horas.

Mataderos Mínimos: Los mataderos mínimos se establecerán en poblaciones hasta de dos mil (2000) habitantes, con capacidad instalada para el sacrificio de dos (2) reses hora, en red aérea y puestos fijos.

La carne procedente de los mataderos Clase III; IV y Mínimos, solo podrá destinarse para comercialización y consumo dentro de la jurisdicción de la localidad.

2.2 SACRIFICIO DE BOVINOS

Para el proceso del sacrificio de los bovinos y su posterior utilización de las partes es importante entender que sacrificio es “la muerte profesional e indolora de animales por sangrado y la subsiguiente manipulación con adecuado despiece del canal, tal como se exige en las disposiciones legales en vigor de inspección de carnes. El sacrificio comprende también la manipulación de estómagos, intestinos, cabezas, patas y sangre, así como la obtención de subproductos de matadero y el tratamiento y eliminación de los residuos del sacrificio”²⁵.

El proceso del sacrificio se distribuye en las siguientes etapas²⁶:

- **Aturdimiento:** el animal debe perder la sensibilidad y la conciencia, así como quedar lo más inmovilizado posible, para ello el aturdimiento tiene que ser rápido y

²⁵Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

²⁶ Ibíd.

no estimular al animal. A consecuencia del aturdimiento no deben producirse convulsiones o limitarse al mínimo.

Los tipos de aturdimiento son: golpe en la cabeza, golpe con percutor romo, hundimiento de un vástago en el cerebro (percutor de vástago), acción de corriente eléctrica sobre el cerebro, inhalación de gases.

- **Sangría:** El sangrado puede efectuarse estando los animales en postura vertical (colgados) o en horizontal (caballetes de sacrificio, cochiguera de sacrificio ritual). El desangrado en el suelo permaneciendo sobre éste los animales, no es admisible por razones higiénicas.

Los animales aturridos se sujetan por una extremidad posterior a la cadena transportadora y una vez elevados, se trasladan suspendidos hasta la sección de degüello. Este se realiza de manera que resulten seccionados los grandes vasos sanguíneos, tras lo cual la actividad cardíaca y el pulso hacen fluir la sangre por los vasos cortados. Es premisa importante que, en el momento de abrir los vasos, el corazón esté todavía en acción. En los bovinos se practica en el cuello un corte longitudinal, luego se cortan las arterias cervical y braquial poco antes de su bifurcación en la región anterior del pecho.

- **Desollado:** se separa del tejido subcutáneo la piel, constituida por la epidermis y el corium, a ser posible sin romperla, ni dejar adheridos a ella restos de carne o tejido adiposo. Antes de realizar el desollado se deben retirar los cuernos y pezuñas, después se secciona y desuella la cabeza. El desollado se lleva a cabo manualmente con los utensilios adecuados o bien mediante máquinas.
- **Eviscerado:** se realiza a mano, con la ayuda de herramientas y máquinas (sierra). Las extremidades posteriores se separan bien entre sí para disponer de un buen campo de trabajo. Primero se practica un corte medial a nivel de la pelvis, con lo cual se abre la parte posterior del abdomen. Luego, con ayuda de una sierra se corta el pubis en la juntura. Con una incisión circular se elimina el ano de la canal. El

recto separado de su piel se fijará de manera que no pueda deslizarse al interior de la cavidad abdominal y ensucie la canal.

Tras ampliar el corte abdominal hasta alcanzar el esternón, se extraerán las vísceras pélvicas y abdominales (con excepción de los riñones), una vez seccionada la inserción de los mesenterios en la canal y cortado el esófago por encima de su inserción en el estómago.

El esófago debe atarse en los dos (2) extremos antes de seccionarse, para impedir la salida del contenido estomacal y esofágico, evitándose así la posible contaminación de porciones de la canal.

Las vísceras abdominales de los bovinos se depositan en mesas o carros, separando hígado, bazo y pre estómagos.

Para la extracción de las vísceras torácicas se corta el esternón en toda su longitud, en lo bovinos es habitual abrir el esternón, se secciona la porción tendinosa del diafragma y se extraen los pulmones con el corazón, la tráquea y el esófago.

Las vísceras se preparan para la inspección bromatológica; cuando el sacrificio discurre de forma continuada y fluida, se trasladan sincronizadas con las canales a un mostrador de examen.²⁷

2.3 CLASIFICACIÓN DE CANALES DE CARNE BOVINA EN COLOMBIA

El o la Canal es en pocas palabras es el cuerpo de la res que se está sacrificando para la utilización de sus partes y se le ha extraído la cabeza, la piel, patas y vísceras. La clasificación de canales permite establecer los atributos de la carne con respecto a su calidad. Características como la edad, la conformación ósea y acabado son factores que se reflejan en el grado de terneza y jugosidad de la carne, los cuales interesan en mayor grado al consumidor. También se tiene en cuenta en la clasificación aspectos como el peso, espesor de la grasa, perímetro de la pierna, longitud de la canal y cantidad de carne.

²⁷ PRANDL, O. FISCHER, A. Tecnología e higiene de la carne. Ed Acribia S.A. España, 1994.

En Colombia se creó EL SISTEMA ICTA DE CLASIFICACIÓN DE CANALES Y CORTES DE CARNE BOVINA. Sistema que establece cinco categorías de canales de carne que van desde cinco (5) estrellas, la de mejor calidad, hasta la de más baja calidad certificada, que se clasifica con una estrella.

Para determinar la diferencia entre las categorías de las canales se tienen en cuenta los siguientes factores de calidad: sexo, edad, peso, conformidad de la canal y grado de acabado.

Cinco Estrellas: Canales provenientes de novillos y toretes menor o igual a dos años y medio (2.5) y un peso mínimo en canal de doscientos treinta kilogramos (230 Kg.), con una conformación entre excelente y buena (E-B) y un grado de acabado moderado (0-1).

Cuatro estrellas: Canales provenientes de novillos y toretes, con edad menor o igual a tres (3) años y un peso mínimo en canal de doscientos diez kilogramos (210 Kg.), con una conformación entre excelente y buena (E-B) y un grado de acabado moderado (0-1).

Tres Estrellas: Canales provenientes de novillos, toros y vacas, con edad entre tres (3) y cuatro (4) años y un peso mínimo en canal de doscientos kilogramos (200 Kg.), con una conformación entre excelente y buena (E-B) y un grado de acabado entre moderado y medio (0-1-2).

Dos estrellas: Canales provenientes de novillos, toros y vacas, con edad entre los cuatro (4) y cinco (5) años y un peso mínimo en canal de ciento ochenta kilogramos (180 Kg.), con una conformación entre excelente y regular (E-B-R), y un grado de acabado entre moderado y medio (0-1-2-3).

Una estrella: Canales provenientes de novillos, toros y vacas, con edad mayor a los cinco (5) años y un peso cualquiera, con una conformación entre excelente e inferior (E-B-R-I) y un grado de acabado entre moderado y alto (0-1-2-3).²⁸

²⁸ AMADOR, I. PALACIOS, A. Sistema ICTA de clasificación de canales y cortes de carne bovina. Cartilla guía. Santa fe de Bogotá. 1995.

2.4 MADURACIÓN DE LA CARNE

Cuando el canal es sacrificado la carne se endurece y pierde líquidos. Se denomina maduración de la carne al proceso en que se termina la rigidez de la carne luego de la muerte del canal, es un proceso natural en el cual se hace la carne más tierna, jugosa y aromática. y con soluciones salinas aumenta la absorción y retención de agua.

La maduración aumenta a medida que la carne envejece, pero esto trae consigo algunos inconvenientes como la oxidación de lípidos (Malos olores) y la formación de hipoxantina (sabores desagradables).

El proceso de maduración puede ser acelerado como por ejemplo el sacrificio con choques eléctricos lo cual hace que los músculos fibrosos no se contraigan pero esto hace que la carne pierda mucho líquido.

2.5 CONSERVACIÓN DE LA CARNE

- **Refrigeración:** Disminución de temperatura de la carne hasta valores próximos al punto donde se inicia congelación del agua de la carne, es decir, valores cercanos a -1.5°C . Normalmente se considera que la carne, conservada en refrigeración ha estado a una temperatura en un intervalo de 0°C a 4°C ²⁹.

²⁹ Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

La refrigeración es el proceso donde se disminuye la temperatura de la carne hasta un valor determinado dentro del intervalo de refrigeración y la conservación en refrigeración es mantener la carne entre el intervalo.

La refrigeración de canales se realiza con aire frío en una cámara aislada térmicamente. Generalmente varía la calidad del aire y la velocidad. La humedad del aire es mejor que un ambiente seco.

- **Congelación** La congelación es un método ideal para la conservación de carnes o productos cárnicos por tiempos prolongados. Las condiciones son más extremas que en el caso de la refrigeración y se pretende disminuir la temperatura por debajo de -1.5°C . que es el punto de congelación del agua presente en la carne. Dependiendo del proceso de congelación la terneza de la carne puede variar.
- Carnes congeladas: **Carne deshuesada procedente de ganado bovino, libre de cualquier material extraño, que se encuentran empacadas en bolsas plásticas de grado alimentario de primer uso, con un peso máximo de 20 Kg., embaladas en cajas de cartón corrugado, en estado de congelación de -20°C a -30°C .**³⁰
- **Empacado al vacío:** La técnica del envasado al vacío consiste en combinar la utilización de películas impermeables (a los gases y al vapor de agua) y la formación de vacío en el interior de dicho envase.³¹

EL empacado al vacío permite aislar el producto contra el oxígeno, inhibiendo el crecimiento de organismos alterantes. Usualmente se utiliza un sistema con bolsas cryovac.

³⁰ FICHAS TÉCNICAS FRIGOSINÚ

³¹ Información técnica. Investigación realizada por frigorífico Carrasco. Uruguay 1995.

2.6 FRIGORÍFICOS EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA

2.6.1 REDCARNICA

Red Cárnica creada en junio del 2010 en el municipio de Ciénaga de Oro de Córdoba es el frigorífico más avanzado en América Latina según el gerente general César Zuluaga, construido con tecnología brasileña, cuenta con capacidad para producir 180 toneladas diarias y solo se está produciendo 45 toneladas diarias³², cumple con los nuevos requerimientos gubernamentales como el decreto 1500 emitido por el Ministerio de Protección Social en el que se busca transformar el sector “por el cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación”³³. Igualmente, El Congreso de la República de Colombia aprobó la ley 914 de 2004 con la cual se crea el Sistema Nacional de Identificación e Información de Ganado Bovino, Lo cual permitirá tener un control exacto de la vida del ganado y su proceso productivo. Todo esto encamina a la formalización del sistema para tener un sector cárnico, específicamente carne bovina, especializado y con estándares de calidad.

2.6.2 FRIGOSINÚ S.A.

En 1978 ganaderos cordobeses fundaron en el departamento la Planta de sacrificio y Procesos Frigosinú S.A. con el fin de satisfacer las necesidades de la población local. En 1985 amplió sus actividades para abastecer otros mercados del país y posteriormente FEDEGAN (Federación Nacional de Ganaderos) y un grupo de inversionistas impulsaron la empresa con modernas técnicas de sacrificio lo cual permitió aprovechar la cadena

³² Noticias: Red Cárnica, un frigorífico que nace con vocación exportador. CONSTANZA GÓMEZ. 26 de Julio de 2010. Visto en: <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-7825450>

³³ Decreto 1500 de 2007. En Línea, Consultado en: http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/FNG_PORTLETS/FEDEGAN/NORMAS/NORMAS_CARNICAS/DECRETO_1500_2007.PDF

productiva ganadera y la construcción de la infraestructura necesaria para convertir a FRIGOSINÚ S.A. en un frigorífico Clase 1, lo que le da viabilidad para abastecer cualquier lugar de Colombia.³⁴

Frigosinú S.A. “es un matadero frigorífico industrial donde su principal actividad económica es el sacrificio de ganado y la comercialización de carnes en canal, empacadas al vacío, congeladas, vísceras y sub-productos, al mercado local, nacional e internacional. La empresa genera actualmente alrededor de 180 empleos directos y 1000 empleos indirectos. La línea de producción de la planta tiene una capacidad de 800 reses por día, las cuales se procesan en las distintas áreas de faena como corrales, planta de sacrificio, sección de vísceras y aprovechamiento de sub-productos, áreas de refrigeración, congelación, deshuese, empaque al vacío, almacenamiento y despacho.”³⁵

2.6.2.1 Proceso actual de la sala de sacrificio

Tomando como referencia el estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de montería, realizado por Lucia Cabrales en colaboración con Frigosinú S.A. y la Universidad Pontificia Bolivariana de Montería, se explica el proceso de la sala de sacrificio así:

“El proceso se realiza dos veces al día, uno en la mañana a las 10:00a.m y otro en la tarde a las 2:30p.m., éste inicia con la entrada del animal proveniente de los corrales a la manga de conducción, pasando por unas duchas de agua que lo llevan hasta una puerta que es abierta mecánicamente para que éste entre y sea *insensibilizado*, esta operación es realizada por un operario que utiliza una pistola de perno cautivo y la acciona en la frente del animal provocando un efecto de aturdimiento, lo que le ocasiona una caída; se abre una compuerta e inmediatamente otro operario realiza un lavado con una manguera de agua potable y le

³⁴ Reseña Histórica de FRIGOSINÚ S.A. Dada Por FRIGOSINÚ S.A. Noviembre 2011.

³⁵ Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). *Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería*. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

amarra una cadena a la pata derecha trasera para que éste sea *izado* por una grúa y transportado a través de un riel hasta la operación de *degüello* donde también se produce la sangría del animal, aquí se le corta una oreja, se le rajan las patas y se le hace una incisión a la yugular. El animal pasa a la operación de *desuelle superior* que consiste en quitar la piel de las patas traseras, donde también se le cortan las criadillas si es toro y le cortan la pata izquierda trasera, e inmediatamente le colocan un grillete para hacer la transferencia de riel; en la parte inferior, realizan el desprendimiento completo de la cabeza, la tiran al cuarto de lavado y cortan las dos patas delanteras; en la parte superior quitan la cadena a la pata derecha trasera, la cortan, colocan otro grillete la montan al riel y continúan el desuelle, posteriormente sigue el *desuelle lateral*, que consiste en quitar la piel lateral del vientre del animal (sobrebarriga), el cual lo realizan dos operarios, se pasa al *desuelle inferior* donde se le retira al animal la piel del esternón; en la parte superior se desuella, se anuda, se embolsa y se lava el recto.

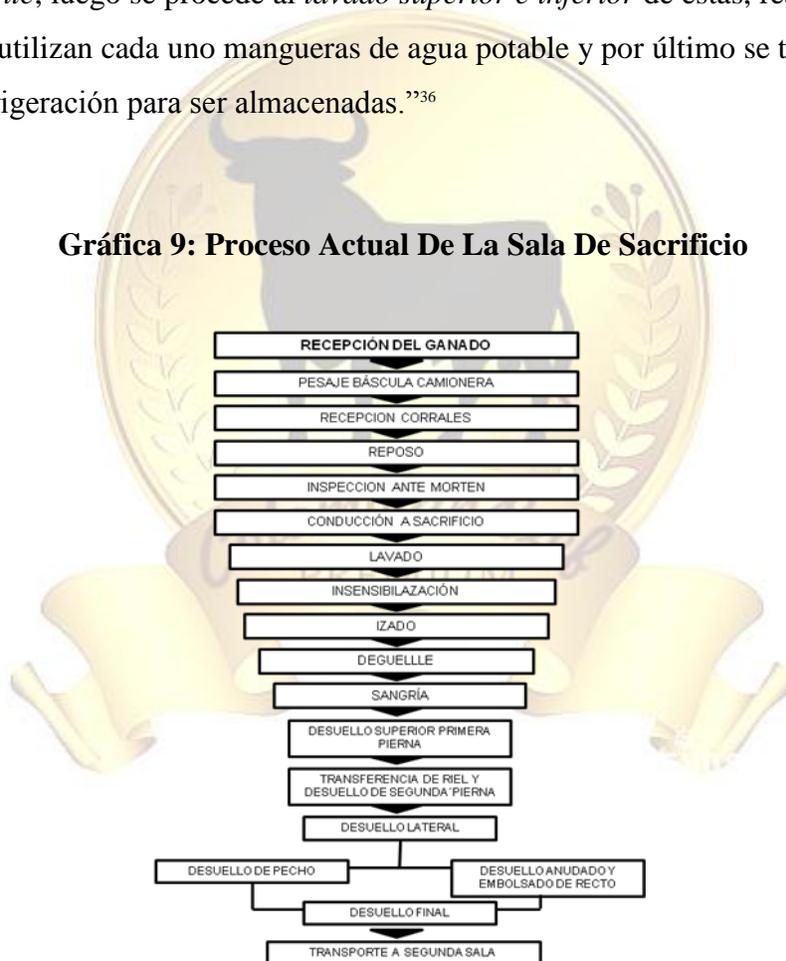
Luego se pasa a la operación de *descuerado* que la realiza un operario, la cual consiste en retirar toda la piel al animal por medio de cadenas que se le amarran al cuero y se accionan a través de un control, para que éstas lo halen del cuerpo del animal; cuando éstas son descueradas el pesador de canal caliente marca la primera y la última canal de un mismo lote con un sticker

La canal pasa a la segunda sala, donde se comienza con la operación de *abertura del esternón o pecho*, la cual es realizada por un operario que utiliza una sierra para así facilitar la operación de eviscerado, seguidamente otro operario se encarga de *desprender la tráquea* de sus tejidos adyacentes y se procede a la *extracción de vísceras*, realizada por un operario, el cual saca las vísceras rojas y blancas y las tira en unas bandejas para que éstas sean inspeccionadas por un funcionario de saneamiento, que las revisa para determinar que sean aptas para consumo humano e inmediatamente éstas pasan a una banda transportadora

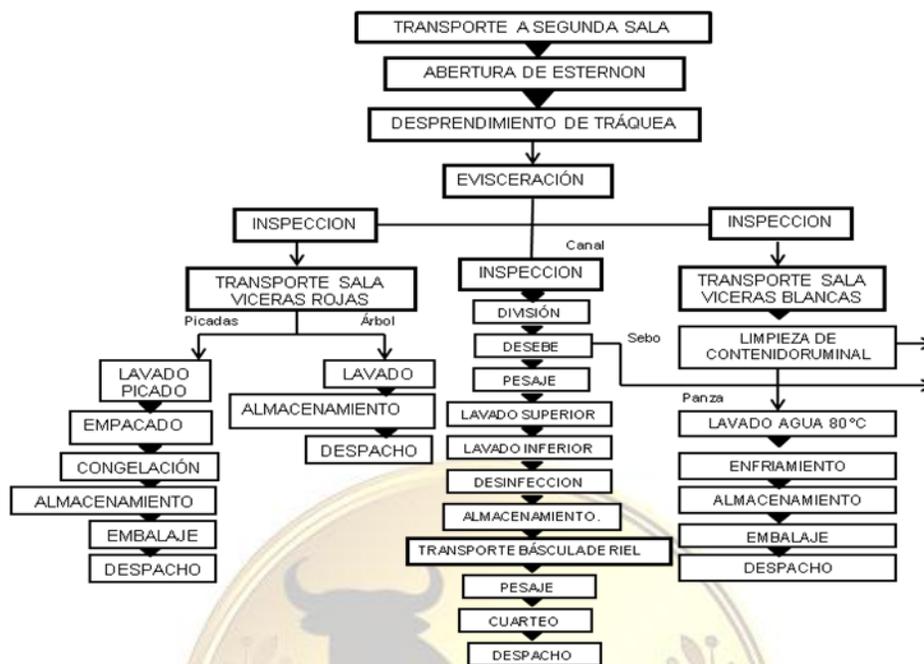
que las conduce hasta el cuarto de vísceras, para que les sean realizadas sus debidos procesos.

Después de realizar la evisceración, se pasa a la operación de *división de la canal*, que es realizada por un operario y utiliza una sierra para dividir la canal por todo el centro para que ésta quede en medias y así pasen a la *limpieza o desebe*, que consiste en eliminar de la media de la canal todo el exceso de sebo que pueda haber, seguidamente se pasa al *pesaje de canal caliente*, luego se procede al *lavado superior e inferior* de éstas, realizadas por dos operarios que utilizan cada uno mangueras de agua potable y por último se transportan a los cuartos de refrigeración para ser almacenadas.”³⁶

Gráfica 9: Proceso Actual De La Sala De Sacrificio



³⁶ Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). *Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería*. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.



2.6.2.2 Proceso de la sala de deshuese para carne empacada al vacío y congelada³⁷

El deshuese de canales se realiza en dos jornadas en turnos de cuatro horas cada una distribuidas así: en horas de la mañana empieza a las 7:30 a.m. y termina a las 11:30 a.m. y en horas de la tarde de 1:30 p.m. a 5:30 p.m.

En el frigorífico la carne empacada al vacío es uno de los productos más costosos, pero ésta técnica logra alargar la vida del producto hasta por 3 meses bajo las condiciones de refrigeración ideales.

La carne empacada al vacío se logra obtener a través de una serie de operaciones consecutivas dentro de una sala de proceso que se mantiene a una temperatura de 9°C

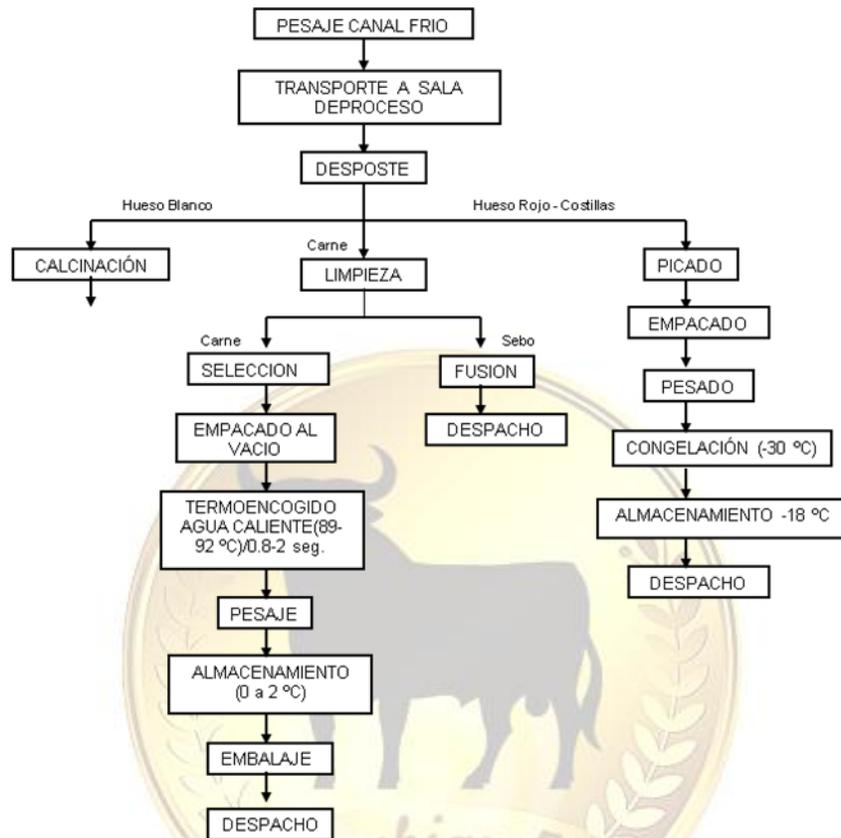
³⁷ Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). *Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería*. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

aproximadamente. El proceso se inicia desde que se sacan las canales refrigeradas a 0°C de los cuartos fríos, se pesan para obtener su rendimiento y se ingresan a la sala para su posterior desposte. Una vez en la sala las canales, se procesan o deshuesan, sacando así los cortes de primera, segunda y tercera, dependiendo de las exigencias del cliente.

Las operaciones requeridas y secuenciales que se dan en la sala de deshuese para obtener como producto final carne empacada al vacío son las siguientes:

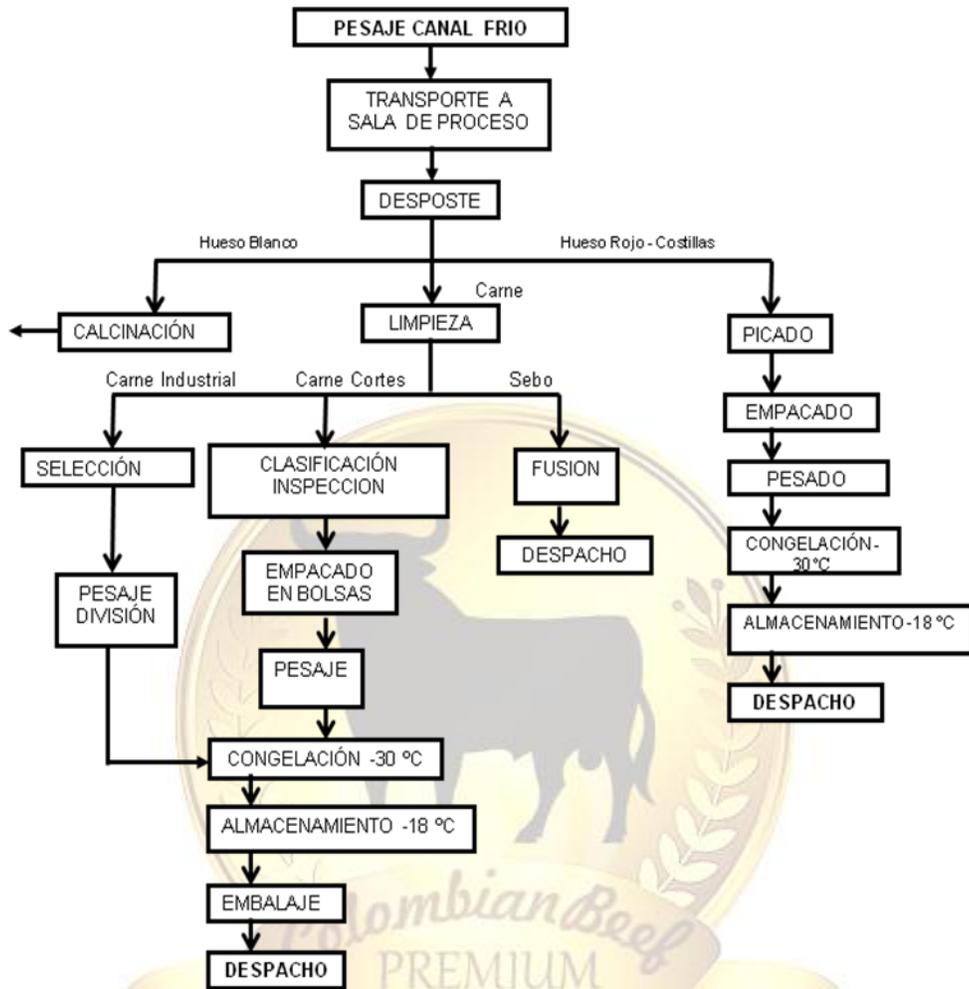
- **Desposte:** Esta operación es realizada básicamente por cinco (5) operarios y consiste en la separación de la carne del hueso de la forma más exacta posible, es decir, sin dañar o malograr los cortes.
- **Limpieza:** Esta operación es realizada por catorce (14) operarios más o menos, ya que algunos a veces realizan otras actividades. Al analizar esta operación se notará ¿por qué? Esta operación consiste en la separación de exceso de grasa, coágulos, huesos u otros elementos extraños que no son requeridos en el producto final.
- **Empacado al vacío:** Es realizada por cuatro (4) operarios y es cuando el producto se empaca en bolsas de polipropileno sometiéndolo a una extracción de aire dentro de la bolsa por medio de una máquina.
- **Pesado:** Es realizado por un operario y se realiza con el fin de medir el rendimiento de un lote o una canal.
- **Almacenamiento:** El producto final es llevado al cuarto de almacenamiento de carne empacada al vacío, el cual opera a una temperatura de 0°C.

Gráfica 10: Diagrama De Flujo De Carne Empacada Al Vacío



Las operaciones son iguales en el proceso de carne congelada exceptuando el empacado al vacío, ya que la carne cuando es para congelación, se empaca en bolsas, y directamente en las canastillas son pesadas y congeladas en bloques a -18°C , para su posterior embalaje y despacho.

Gráfica 11: Diagrama De Flujo De Carne Congelada



2.6.2.3 Despacho de carne empacada al vacío y congelada

Las cajas previamente congeladas son sacadas del cuarto de congelación por los operarios y montadas a las carretillas, para ser transportadas a la zona de despacho, donde otro operario las pesa y les realiza el planillaje respectivo, seguidamente éstas son cargadas por un grupo de operarios hasta el interior del furgón.

Cajas promedio en estudio: 490 cajas, cargadas en 2 horas 30 minutos; N° de Operarios: 4.

2 horas 30 minutos equivalen a: 2.5 horas

$490 \text{ cajas} / 2.5 \text{ horas} = 196 \text{ cajas} / \text{horas}$.

Es decir el grupo de operarios tiene una capacidad neta de cargue de 196 cajas / hora.

Gráfica 12: Diagrama De Flujo De Carne Empacada Al Vacío Y Congelada



3. COLOMBIAN BEEF (AGENCIA EXPORTADORA)



Colombian Beef es una agencia exportadora Colombiana que surge hace aproximadamente 3 años en la ciudad de Montería en el departamento de Córdoba. Originada como una salida alterna a los diferentes problemas y trabas comerciales que presentó Colombia con el país vecino Venezuela, el cual fue en su momento el único socio comercial para la exportación de carne de la región cordobesa.

La situación se convirtió en una oportunidad de mejora para los ganaderos y los frigoríficos, quienes vieron el potencial de la región para ser líder mundial en la comercialización de carne en sus distintas presentaciones.

Es así como un conglomerado de ganaderos colombianos y negociadores de Egipto iniciaron relaciones comerciales formalizando la agencia de “Ganado Vivo”. Agencia que hoy día quiere crecer y gracias a la experiencia de las negociaciones actuales conoce el mercado, los estándares y los aspectos que la posicionarán como agencia líder en la región.

Por esto nace “Colombian Beef” agencia especializada en la exportación de carne compensada empacada al vacío y refrigerada.

3.1 MISIÓN

La Misión de Colombian Beef - Business Agent es proporcionar productos cárnicos con un servicio de alta calidad, adecuado las necesidades del cliente, buscando excelencia en el servicio y en los productos a través de prácticas líderes en el mercado, las cuales conducirán a la reducción de costos y tiempos dando un gran beneficio a nuestros clientes.

3.2 VISIÓN

Nuestra Visión en Colombia es ser los agentes comerciales de productos cárnicos más reconocidos por su excelencia y calidad en productos y servicios en el país.

Queremos que Colombian Beef se proyecte a nivel internacional como agencia líder en la comercialización mundial de productos cárnicos siendo los más competitivos en servicio, calidad y confiabilidad, desarrollando negocios perdurables en el tiempo.

3.3 OBJETIVOS

- ✓ Negocios sostenibles con terceros (Frigosinú S.A.) (Pagos del Arriendo de Frigorífico).
- ✓ Desarrollo continuo en Investigación y Desarrollo para Frigosinú S.A. garantizando calidad en los procesos, cumplimiento de normas, leyes y altos estándares de producción.
- ✓ Reducción constante de costos y tiempos de despacho.
- ✓ Capacitación y entrenamiento constante del personal.
- ✓ Actualización constante en materia aduanera y de comercio exterior.
- ✓ Gestión inmediata de trámites y autorizaciones, así como el monitoreo ante los diferentes entes gubernamentales.
- ✓ Mantener precios competitivos.

3.4 POLÍTICAS

Ojos Puestos en:

El Servicio, amplio y eficiente.

La Excelencia, en los proceso.

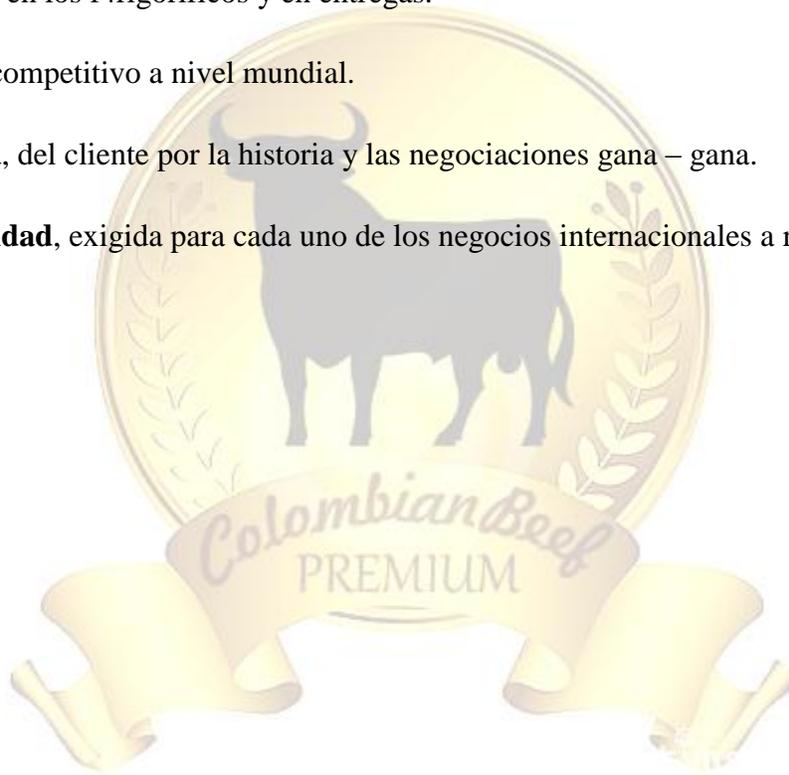
La Calidad, en cada uno de los procesos, productos y en exportaciones.

Los Tiempos, en los f4rigoríficos y en entregas.

Los Precios, competitivo a nivel mundial.

La Confianza, del cliente por la historia y las negociaciones gana – gana.

La Normatividad, exigida para cada uno de los negocios internacionales a realizar.



4. INTELIGENCIA DE MERCADOS (IM)

Luego del análisis del sector cárnico bovino a nivel nacional e internacional, obtenemos una visión general de los principales países que presentan un alto potencial para exportar el producto de Colombian Beef.

Teniendo en cuenta la Visión e interés de la empresa Colombian Beef, junto a la situación actual del sector a nivel mundial, se preseleccionaron 10 países con los cuales la empresa puede diversificar su mercado internacional e iniciar relaciones comerciales. En ésta sección se buscó identificar los 3 principales países idóneos para iniciar negociaciones y exportar el producto; luego, se seleccionó el país con mayor potencial y se trabajó en base a él para proponer un plan exportador que sirva de soporte en el inicio de las negociaciones comerciales. Se plantea un país objetivo (Mayor potencialidad) y país alternativo (Segundo con mayor potencialidad).

Esta etapa del proyecto se ejecutó matrices de selección del mercado que permiten realizar un filtro de países para seleccionar e identificar el país potencial tras una valoración cuantitativa y cualitativa. Se tomó como referencia las pautas de inteligencia de mercados recomendadas por PROEXPORT Colombia para el análisis de mercados.

4.1 PRESELECCIÓN DE PAÍSES

4.1.1 Primer Filtro.

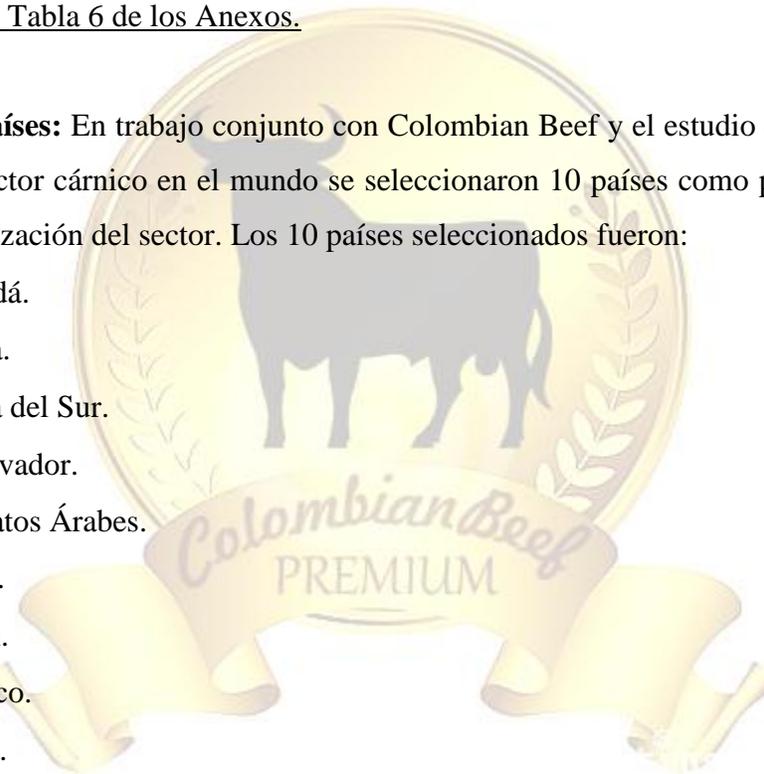
En trabajo conjunto con Colombian Beef se seleccionaron 10 países que presentan mayor potencialidad para exportar el producto. La metodología aplicada a través de Matrices de selección de mercado es:

1. Selección de 10 países potenciales.
2. Identificación de Variables claves.
3. Ponderación a las variables a evaluar.
4. Investigación y desarrollo de las variables por país.
5. Calificación por cada país en cada variable de evaluación.
6. Ponderación y resultados.
7. Selección de los 3 países con mayor potencial.

Ver Matrices en Tabla 6 de los Anexos.

Selección de países: En trabajo conjunto con Colombian Beef y el estudio de la oferta y la demanda del sector cárnico en el mundo se seleccionaron 10 países como potenciales para la internacionalización del sector. Los 10 países seleccionados fueron:

- Canadá.
- China.
- Corea del Sur.
- El salvador.
- Emiratos Árabes.
- Israel.
- Japón.
- México.
- Rusia.
- Suiza.



Variables Claves: En el primer filtro se tuvieron en cuenta variables que permitieran realizar un filtro efectivo en cuanto a estabilidad económica, del sector cárnico y variables sociales. Las 12 variables escogidas y su incidencia son:

Población 2010: Proporciona una visión del alcance poblacional que puede tener las exportaciones junto a la dimensión social del país.

Crecimiento del PIB: Permite conocer la estabilidad productiva del país para tener un punto de referencia en la estabilidad económica del mismo.

PIB per cápita (US Dollars): Nos indica un valor de referencia en el bienestar económico de los ciudadanos de cada país de estudio.

Inflación 2010: Informa sobre la disminución del poder adquisitivo de los ciudadanos de cada país.

Tasa de Importación (US Dollars): Conocer la tasa de importación de cada país ayuda a saber qué país mantiene mayores relaciones comerciales y a cuál mercado sería más fácil entrar el producto en estudio.

Crecimiento de las Importaciones: El crecimiento de las importaciones facilita el conocimiento de la potencialidad del país como socio comercial.

Cantidad Producida de Carne Bovina 2010 – Toneladas: La variable de cantidad producida de Carne Bovina ayuda a conocer en qué países la oferta del producto puede ser mayor y ayuda a tener una visión general de la competencia nacional del producto colombiano a exportar.

Cantidad Demandada de Carne Bovina 2010 – Toneladas: Variable que sustenta la potencialidad del país para importar el producto en estudio a través del conocimiento de las importaciones del producto.

Facilidad y costos de Transporte (puesto en LPI): El indicador de Logistics Performance Index proporcionado por el Banco Mundial es una herramienta de estudio de mercados que facilita a los países conocer los retos y oportunidades que presenta un país en el desempeño del transporte logístico de mercancías.

Ranking en Doing Business Report: El Ranking del reporte de Doing Business (Hacer Negocios) es un proyecto patrocinado por el Banco Mundial y la corporación Internacional de Finanzas el cuál proporciona información objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación de 183 países del mundo.

Consumo Domestico de Carne - Toneladas: Variable clave en cuanto al consumo del de producto en el país. Ayuda a conocer el mercado objetivo y la potencialidad en cuanto a consumo.

Consumo per Capital de Carne (Kg/Año): Variable que permite conocer el target del producto, la población del país y la potencialidad en cuanto al consumo de carne por los ciudadanos de cada país en estudio.

Ponderación de las variables: La ponderación de las variables se realizó de acuerdo al impacto de la variable en la potencialidad del país para ser la mejor opción a exportar la carne. El peso de cada variable es relativo.

Tabla 4: Variables y Su Ponderación Matriz de Selección 10 Países.

VARIABLES	PONDERACION
Población 2010	5%
Crecimiento del PIB	3%
PIB per cápita (US Dollars)	5%
Inflación 2010	5%
Tasa de Importación (US Dollars)	5%
Crecimiento de las importaciones	5%
Cantidad Producida de Carne Bovina 2010 - Toneladas	15%
Cantidad Demandada de Carne Bovina 2010 -Toneladas	15%
Facilidad y costos de Transporte (Puesto en LPI)	7%
Doing Business (Ranking)	5%
Consumo Domestico de Carne - Toneladas	15%
Consumo per capital de carne (Kg/año)	15%
Total	100%

Fuente: los Autores.

Investigación y desarrollo de las variables por país: Se realizó un estudio amplio para completar la información de cada variable en cada país.

Calificación de variables en los 10 países: Por cada variable estudio se calificó en cada país de 1 a 10 donde 1 es la calificación más baja y 10 la más alta. Al finalizar la calificación en los 10 países se suma el total de todas la variables por cada país y se divide en 12 (por las 12 variables estudiadas) se obtuvo el porcentaje de cada país sobre el 100% de la ponderación de las variables.

Resultados y Selección de 3 principales Países: El resultado de la primera matriz de selección de mercados arrojó los siguientes resultados:

Tabla 5: Matriz de Selección de Mercados Ranking de los 10 Países.

PAIS	TOTAL
EL SALVADOR	28,20%
MÉXICO	50,00%
CHINA	51,00%
ISRAEL	54,90%
SUIZA	55,10%
EMIRATOS ÁRABES	55,90%
RUSIA	58,00%
COREA DEL SUR	63,10%
CANADÁ	66,50%
JAPÓN	67,30%

Fuente: los Autores.

El resultado arrojó a Japón, Canadá y Corea del Sur como países potenciales para la importación del producto carne compensada empacada al vacío congelada.

4.1.2 Segundo Filtro.

Para realizar el segundo filtro y obtener el mercado potencial objetivo y el alterno se escogieron los 3 países con mayor puntaje en la matriz de selección de mercado aplicada a los 10 países teniendo como resultado:

- JAPÓN (Preliminar).
- CANADÁ.
- COREA DEL SUR.

Ver Matrices en Tabla 7 de los anexos.

Variables Escogidas: Se utilizó una matriz de 3 países con 20 variables específicas que influyen claramente en el proceso exportador de la carne bovina.

Las variables y su ponderación son:

Tabla 6: Variables Específicas y Su Ponderación en Matriz de Selección 3 Países.

VARIABLE	PONDERACIÓN
ASPECTOS MACRO	
Población Economicamente Activa	3%
Inflación	3%
Devaluación	3%
Purchase Power Parity (tasas de cambio)	4%
Crecimiento del PIB	4%
PIB per capita (USD)	4%
Balanza Comercial	3%
ACCESO AL MERCADO	
Aranceles	7%
Requisitos -barreras no arancelarias (técnicas, cuotas , restricciones licencias previas, requerimientos especiales de sellos o empaques, registros fitosanitarios, legalización de marca, entre otros)	7%
Acuerdos Comerciales	7%
Impuestos	7%
Transporte (disponibilidad y frecuencia, costos de transporte,puertos, infraestructura)	7%
MERCADO	
Mercado Pontencial	6%
Crecimiento de las importaciones	6%
Potencialidad	5%
Riesgo de no pago	3%
COMPETENCIA	
Posición frente a la competencia nacional	5%
Posición frente ala competencia internacional	5%
Características de la competencia	5%
Precios promedio de la competencia	6%
PUNTAJE TOTAL	100%

Fuente: Los Autores.

Las Variables específicas se han clasificado por grupos de estudio que permiten comprender con mayor claridad los aspectos que se buscan evaluar en la matriz de selección. Los grupos y su ponderación han sido designados por los autores buscando obtener el mejor mercado para exportar según los criterios de selección.

La clasificación de variables se desarrolló así:

ASPECTOS MACRO: Con un peso del 24% en la matriz de selección.

ACCESO AL MERCADO: Con un peso del 35% en la matriz de selección.

MERCADO: Con un peso del 20% en la matriz de selección.

COMPETENCIA: Con un peso del 21% en la matriz de selección.

Investigación y desarrollo de las variables por país: En el proceso investigativo de las variables por cada país se tuvo en cuenta el acceso al mercado como primer esquema de valoración en el cuál se descubrió que las exportaciones de carne de bovino de Colombia a Japón no son viables por los certificados de los frigoríficos y de la fiebre AFTOSA, por lo tanto se tomó la decisión de escoger al cuarto país con mejor ponderación en la matriz de

selección de mercados de 10 países. Por consiguiente, Rusia entra al segundo filtro como Tres (3) de los principales países con mayor potencial de comercialización.

Países Potenciales:

- **RUSIA**
- **CANADÁ**
- **COREA DEL SUR**

Análisis de las Variables Filtro

En la segunda matriz de selección se calificó a los 3 países (Rusia, Canadá y Corea del sur) de 1 a 3, donde 1 es el puntaje más bajo y 3 el más alto. La calificación se llevo a cabo tras el estudio de la información realizada. El puntaje final que permite conocer el país objetivo, el país alterno y el país contingente se obtuvo multiplicando el peso de cada variable por su ponderación, se sumó todos lo resultados por cada variable y se dividió entre 3 para conocer el peso total de cada uno de los países.

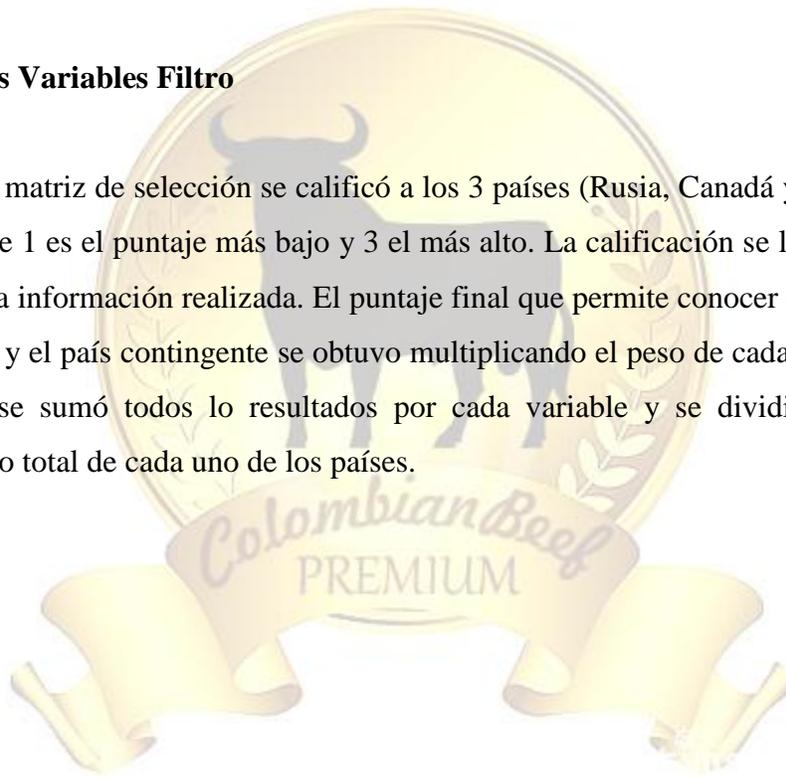


Tabla 7: Matriz de Selección, Ponderación por países

VARIABLE	RUSIA		CANADA		COREA DEL SUR	
	PONDERACIÓN	Peso	PONDERACIÓN	Peso	PONDERACIÓN	Peso
ASPECTOS MACRO						
Población Economicamente Activa	3%	3	3%	1	3%	2
Inflación	3%	1	3%	3	3%	2
Devaluación	3%	2	3%	1	3%	3
Tasa de Cambio	4%	2	4%	3	4%	1
Crecimiento del PIB	4%	2	4%	1	4%	3
PIB per cápita (USD)	4%	1	4%	3	4%	2
Balanza Comercial	3%	1	3%	3	3%	2
ACCESO AL MERCADO						
Aranceles	7%	1	7%	3	7%	2
Requisitos -barreras no arancelarias(técnicas, cuotas , restricciones licencias previas, requerimeintos especiales de sellos o empaques, registros fitosanitarios, legalización de marca, entre otros)	7%	2	7%	3	7%	1
Acuerdos Comerciales	7%	2	7%	3	7%	1
Impuestos	7%	2	7%	3	7%	1
Transporte (disponibilidad y frecuencia, costos de transporte,puertos, infraestructura)	7%	1	7%	3	7%	2
MERCADO						
Mercado Potencial	6%	3	6%	1	6%	2
Crecimiento de las importaciones	6%	3	6%	1	6%	2
Potencialidad	5%	3	5%	1	5%	2
Riesgo de no pago	3%	2	3%	1	3%	3
COMPETENCIA						
Posición frente a la competencia nacional	5%	3	5%	2	5%	1
Posición frente a la competencia internacional	5%	3	5%	1	5%	2
Características de la competencia	5%	2	5%	3	5%	3
Precios promedio de la competencia	6%	3	6%	1	6%	2
PUNTAJE TOTAL	100%	70,67%	100%	71,0%	100%	61,7%

Fuente: Los Autores.

Resultados de la Matriz de Selección de Mercados: Luego de investigar y calificar los países se tiene como resultado de mercado objetivo el país Canadá y País alterno Rusia con un porcentaje de 71% y 70,67% respectivamente.

Tabla 8: Matriz de Selección de Mercados Ranking de los 3 Países.

PAIS	TOTAL
COREA DEL SUR	61,67%
RUSIA	70,67%
CANADÁ	71,00%

Fuente: Los Autores.

4.2 MERCADOS SELECCIONADOS

4.2.1 PAÍS OBJETIVO: MERCADO CANADIENSE

El filtro elaborado arrojó como principal país objetivo Canadá para exportarle carne compensada congelada empacada al vacío de la empresa Colombian Beef. A continuación se presenta un estudio sobre el mercado canadiense para brindarle a la empresa cordobesa Colombian Beef información relevante de Canadá como mercado potencial en la búsqueda de nuevos negocios internacionales.

Gráfica 13: Mapa de Canadá



Fuente Proexport: TLC Colombia&Canada.

“Canadá es un país compuesto por diez provincias y tres territorios que están agrupados en cuatro regiones: Oeste (Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan y Manitoba), Central (Ontario y Quebec), Atlántica (New Brunswick, Nova Scotia, Price Edward Island y New Foundland) y Norte (Territorios de Yukón, Noreste y Nuvanut). De estas, la región central

concentra cerca del 62% de la población total, la cual se estima es de 33,7 millones de habitantes en 2010.”³⁸

Canadá es una excelente economía, un país muy estable que pertenece al G8, su población al 2010 es de 34 millones de personas; cuenta con un crecimiento del PIB del 3,10% y un PIB per cápita de \$39.400 USD. La inflación es del 1,8% para el 2010.

Los idiomas oficiales son el inglés y el francés.

Es un país que resalta a nivel mundial por sus grandes riquezas naturales y minerales. “Es el segundo país con mayores reservas petroleras después de Arabia Saudita, tercer productor mundial de gas natural y el tercer exportador de madera”³⁹.

Algunos Indicadores Macroeconómicos y Sociales de Canadá Son:

Tabla 9: Indicadores Macroeconómicos y sociales de Canadá

VARIABLES	CANADÁ
Población 2010	34.030.589
Población Económicamente Activa	18.530.000
PIB (US Dollars)	1.330.000.000
Crecimiento del PIB	3,10%
PIB per cápita (US Dollars)	39.400
Inflación 2010	1,80%
Tasa de Desempleo	8,00%
Devaluación	-0,10%
Tasa de Cambio	1,0346 CAD/USD
Exportaciones (US Dollars)	\$393 Billones
Importaciones (US Dollars)	\$401,7 Billones
Crecimiento de las importaciones	0,2273
Balanza Comercial	\$-8,7 BILLONES
Facilidad y costos de Transporte (Puesto en LPI)	14
Doing Business (Ranking)	12

Fuente: Los Autores.

³⁸ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

³⁹ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

4.2.1.1 Comercio Exterior

Canadá ha presentado en el 2009 y 2010 un déficit en la balanza comercial, déficit otorgado a la crisis económica mundial por lo que el país ha tenido que importar más productos para satisfacer las distintas demandas internas.

Tabla 10: Balanza Comercial de Canadá

BALANZA COMERCIAL CANADA	2009	2010
Exportaciones (US Dollars)	\$323,1 Billones	\$393 Billones
Importaciones (US Dollars)	\$327,3 Billones	\$401,7 Billones
Crecimiento de las importaciones de 2010		22,73%
Balanza Comercial	\$-4,2 BILLONES	\$-8,7 BILLONES

⁴⁰ Fuente: Los Autores

4.2.1.2 Importaciones de Canadá desde el Mundo:

En los últimos 5 años (del 2006 al 2010) las importaciones canadienses crecieron un 12% y en comparación con el año anterior (del 2009 al 2010) las importaciones crecieron un 22,73%. El total importado fue de \$392 millones de dólares estadounidenses.

⁴⁰ Importaciones Totales Incluyendo productos devueltos al país de origen.

Tabla 11: Principales productos Importados por Canadá en los últimos 5 años

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	CIF - USD MILLIONS					Variación % 2006-2010
		2006	2007	2008	2009	2010	
270900	- CRUDE PETROLEUM OILS AND OILS OBTAINED FROM BITUMINOUS MINERALS	20,6	22,437	31,852	18,588	23,083	12%
870323	MOTOR VEHICLES - SPARK IGNITION - CYLINDER CAPACITY 1501-3000 CC	12,233	13,465	13,906	9,598	12,398	1%
870324	MOTOR VEHICLES - SPARK IGNITION - CYLINDER CAPACITY MORE THAN 3000 CC	8,804	9,569	8,786	5,642	7,883	-10%
870431	TRUCKS - SPARK IGNITION - LOAD NOT EXCEEDING 5 TONNES	4,733	6,036	5,05	5,251	7,857	66%
300490	MEDICAMENTS NES - IN DOSAGE	6,237	6,632	6,741	7,198	7,542	21%
710812	GOLD IN UNWROUGHT FORM (NON-MONETARY)	2,227	2,724	3,534	3,938	7,34	230%
271011	LIGHT PETROLEUM OILS AND OILS FROM BITUMINOUS MINERALS, O/T CRUDE, AND PREPARATIONS	3,011	3,053	4,155	3,05	4,855	61%
870829	PARTS AND ACCESSORIES OF MOTOR VEHICLE BODIES NES	5,897	5,664	4,827	3,446	4,785	-19%
271019	PETROLEUM OILS AND OILS FROM BITUMINOUS MINERALS, O/T CRUDE, O/T LIGHT, AND PREPARATIONS	3,022	3,612	5,653	3,009	4,559	51%
840734	RECIPROCATING PISTON ENGINES FOR ROAD OR OFF-HIGHWAY MOTOR VEHICLES - DISPLACING OVER 1,000 CC	4,778	5,224	4,528	2,549	3,948	-17%
847130	PORTABLE AUTOMATIC DATA PROCESSING MACHINES, WT <= 10 KG, WITH CPU, KEYBOARD AND DISPLAY	2,189	2,547	2,898	2,517	3,54	62%
271121	NATURAL GAS IN GASEOUS STATE	2,102	2,942	4,214	2,774	3,423	63%
870840	GEAR BOXES (TRANSMISSIONS), FOR MOTOR VEHICLES AND PARTS THEREOF	2,932	3,445	2,976	2,129	3,084	5%
851712	TELEPHONES FOR CELLULAR NETWORKS OR FOR OTHER WIRELESS NETWORKS	--	1,387	1,888	1,917	3,083	122%
851762	MACHINES F R/C/T OR REGE OF VOICE,IMAGES OR DATA, INCL SWITCHING AND ROUTING APP	--	1,528	1,95	1,718	2,296	50%
854231	EIC PROCSR & CNTLR,W/N COMBI W MEM,CONVERT,LOGIC CTR,O CTR,AMPLI,CLOCK,ETC	--	2,032	2,144	1,978	2,28	12%
880330	PARTS OF AIRPLANES OR HELICOPTERS NES	2,328	2,475	2,694	2,407	2,257	-3%
870899	MOTOR VEHICLE PARTS, NES	5,26	2,832	2,294	1,634	2,159	-59%
852872	O TELEVISION RECEIVERS, COLOUR, W/N INCORP RADIO-BROAD RECE/SOUND/VID REC/REPRO APP	--	2,173	2,532	1,744	2,041	-6%
840991	PARTS SOLELY FOR SPARK-IGNITION INTERNAL COMBUSTION TYPE ENGINES NES	1,772	2,014	1,571	1,491	1,974	11%
841191	PARTS OF TURBO-JETS OR TURBO-PROPELLERS	1,538	1,709	2,093	2,063	1,926	25%
847150	PROCESS UNITS O/T 8471.41/.49, W/N CNTG IN SAME HSNG: STORAGE/INPUT/OUTPUT UNITS	1,788	1,943	1,945	1,425	1,683	-6%
848180	TAPS, COCKS, VALVES AND OTHER SIMILAR APPLIANCES, NES	1,524	1,571	1,649	1,479	1,66	9%
711291	WASTE AND SCRAP OF PRECIOUS METAL - GOLD OR GOLD-CLAD METAL	1,038	1,271	2,048	1,953	1,607	55%
220421	GRAPE WINES - OTHER THAN SPARKLING (INCLUDING FORTIFIED) - 2 LITRES OR LESS	1,129	1,314	1,391	1,308	1,514	34%
	SUB-TOTAL	95,142	109,601	123,321	90,806	118,774	25%
	OTHERS	254,971	269,351	283,814	228,96	273,423	7%
	TOTAL (ALL PRODUCTS)	350,113	378,953	407,135	319,766	392,196	12%

Fuente: Industry Canada, Trade Data Online. Tomado el 2/01/2012.

Los principales productos importados en Canadá son Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos con una participación total en las importaciones del 2010 de 5,89% (US\$23.070 Millones) seguido por la importación de Vehículos automóvil transporte personas de cilindrada superior a 1500 con una participación del 3.16% (US\$12.376 Millones).

Tabla 12: 10 Principales Productos Importados En Canadá – Participación Porcentual 2010

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	2010
270900	- CRUDE PETROLEUM OILS AND OILS OBTAINED FROM BITUMINOUS MINERALS	5.89%
870323	MOTOR VEHICLES - SPARK IGNITION - CYLINDER CAPACITY 1501-3000 CC	3.16%
870324	MOTOR VEHICLES - SPARK IGNITION - CYLINDER CAPACITY MORE THAN 3000 CC	2.01%
870431	TRUCKS - SPARK IGNITION - LOAD NOT EXCEEDING 5 TONNES	2.00%
300490	MEDICAMENTS NES - IN DOSAGE	1.92%
710812	GOLD IN UNWROUGHT FORM (NON-MONETARY)	1.87%
271011	LIGHT PETROLEUM OILS AND OILS FROM BITUMINOUS MINERALS, O/T CRUDE, AND PREPARATIONS	1.24%
870829	PARTS AND ACCESSORIES OF MOTOR VEHICLE BODIES NES	1.22%
271019	PETROLEUM OILS AND OILS FROM BITUMINOUS MINERALS, O/T CRUDE, O/T LIGHT, AND PREPARATIONS	1.16%
840734	RECIPROCATING PISTON ENGINES FOR ROAD OR OFF-HIGHWAY MOTOR VEHICLES - DISPLACING OVER 1,000 CC	1.01%

Fuente: Industry Canada, Trade Data Online. Tomado el 2/01/2012.

En el 2010 Canadá ocupó el puesto 11 en las importaciones del mundo con US\$401.7 Billones, teniendo en cuenta que Estados Unidos ocupó el primer lugar, seguido por China y Alemania⁴¹.

En cuanto a los países de procedencia de las importaciones, “los principales provee proveedores en 2010 fueron: Estados Unidos, origen de 50,4% de las importaciones

⁴¹ Documento: Relaciones Comerciales Colombia – Canadá. PROEXPORT Colombia. Diciembre 2011. Consultado on-line en: http://www.proexport.com.cositesdefaultfilesRelaciones_Comerciales_Colombia_Canada_Colombia_Exportaciones_0.pdf

(US\$197.164 millones), China con una participación de 11,0% (US\$43.137 millones) y México con 5,5% (US\$21.455 millones). Del total importado por Canadá en 2010, 8,5% (US\$33.358 millones) provino de los países miembros de la ALADI, presentando una variación positiva de 43,5% frente a 2009. En 2010 los tres principales socios de Canadá de ALADI fueron:

- México con importaciones en 2010 por US\$21.455 millones con una participación del total importado desde ALADI de 64,3%.
- Perú con US\$3.538 millones con una participación de 10,6%.
- Brasil con US\$3.178 millones con una participación de 9,5%”⁴²

4.2.1.3 Exportaciones de Canadá al Mundo:

Las exportaciones canadienses presentaron un incremento del 2009 al 2010 del 21,63% pero un decrecimiento del 4% con respecto al 2006. “Los principales productos exportados por Canadá en 2009 se asociaron a los sectores: petróleo y sus derivados (20,3%), vehículos y medios de transporte (13,9%), metalmecánica (10,4%), instrumentos y aparatos (6,3%), y químico (4,3%)”⁴³.

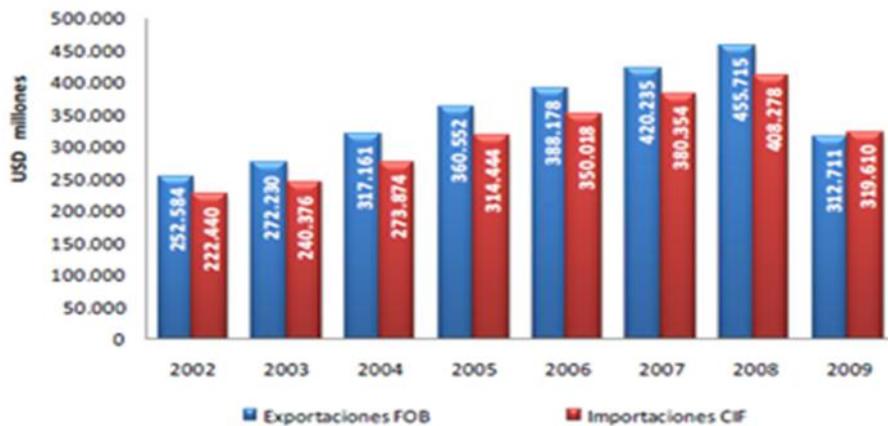
Para el 2009 “Latinoamérica representó 2,6% (USD 8.035 millones) del total exportado por Canadá y 7,2% (USD 23.147 millones) del total importado. Colombia no alcanza a participar con 1% del total exportado e importado desde y por Canadá, ubicándose por

⁴² Ibíd.

⁴³ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

debajo de Brasil, Chile, Venezuela y Perú. Esto, indica que existe posibilidad de ampliar el comercio con dicha nación.”⁴⁴

Gráfica 14: Comercio de Canadá – Mundo 2002-2009 USD Millones



Fuente: Trademap Cálculos Proexport



⁴⁴ Fuente: Trademap. Cálculos Proexport. Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

Tabla 13: Principales productos Exportados por Canadá en los últimos 5 años

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	FOB - USD MILLIONS					Variación % 2006-2010
		2006	2007	2008	2009	2010	
851762	MACHINES F R/C/T OR REGE OF VOICE,IMAGES OR DATA, INCL SWITCHING AND ROUTING APP	--	740,045	863,38	665,861	670,107	-9%
710691	SILVER IN UNWROUGHT FORM	7	2,462	22,958	37,874	426,157	5988%
854231	EIC PROCSR & CNTLR,W/N COMBI W MEM,CONVERT,LOGIC CTR,O CTR,AMPLI,CLOCK,ETC	--	361,078	442,604	485,057	373,611	3%
841191	PARTS OF TURBO-JETS OR TURBO-PROPELLERS	305,084	354,92	399,168	331,126	314,64	3%
851770	PARTS OF TEL SETS,O APP F TRANS/RECEP OF VCE/IMG/DATA,O/T 84.43,85.25,85.27,85.28	--	1,188,024	395,167	260,232	301,429	-24%
300490	MEDICAMENTS NES - IN DOSAGE	246,342	195,916	177,193	205,707	266,722	8%
880240	AIRCRAFT NES OF AN UNLADEN WEIGHT (MORE THAN 15,000 KG)	180,491	371,693	68,998	169,885	257,445	43%
284410	NATURAL URANIUM AND ITS COMPOUNDS (INCL ALLOYS, DISPERSIONS, CERAMIC PRODUCTS ETC.)	331,234	1,066,375	181,261	206,173	256,911	-22%
851712	TELEPHONES FOR CELLULAR NETWORKS OR FOR OTHER WIRELESS NETWORKS	--	87,085	116,821	159,947	244,182	180%
271011	LIGHT PETROLEUM OILS AND OILS FROM BITUMINOUS MINERALS, O/T CRUDE, AND PREPARATIONS	735,445	536,699	659,783	277,33	227,802	-69%
847130	PORTABLE AUTOMATIC DATA PROCESSING MACHINES, WT <= 10 KG, WITH CPU, KEYBOARD AND DISPLAY	190,52	209,437	177,545	137,302	192,533	1%
880330	PARTS OF AIRPLANES OR HELICOPTERS NES	207,113	202,545	206,205	200,973	190,165	-8%
841112	TURBO-JETS - THRUST EXCEEDING 25 KN	143,935	179,277	175,798	112,691	184,553	28%
847330	PARTS AND ACCESSORIES OF AUTOMATIC DATA PROCESSING MACHINES & UNITS THEREOF, NES	394,761	311,587	228,116	159,161	169,16	-57%
970110	PAINTINGS, DRAWINGS AND PASTELS EXECUTED BY HAND	331,947	344,722	200,539	125,564	164,527	-50%
848180	TAPS, COCKS, VALVES AND OTHER SIMILAR APPLIANCES, NES	146,101	158,733	166,209	126,507	162,691	11%
950300	WHLD TOYS,DOLLS-THEIR CARRIAGES;O TOYS; REDUCED-SIZE MODELS,WRKNG/NOT;PUZZLES	--	278,21	350,846	193,746	152,099	-45%
850440	ELECTRIC STATIC CONVERTERS (INCL POWER SUPPLIES, RECTIFIERS AND INVERTERS)	102,578	111,141	125,798	122,01	149,454	46%
841199	PARTS OF GAS TURBINES NES	66,47	50,557	59,569	96,857	125,001	88%
950410	VIDEO GAMES OF A KIND USED WITH A TELEVISION RECEIVER	66,215	116,05	127,124	178,791	120,72	82%
854239	ELECTRONIC INTEGRATED CIRCUITS, INCL HYBRID AND MONOLITHIC, NES	--	211,8	142,422	78,228	120,446	-43%
854233	ELECTRONIC INTEGRATED CIRCUITS, AMPLIFIERS	--	58,163	146,456	193,782	119,751	106%
710239	DIAMONDS - NON-INDUSTRIAL - WORKED - NOT MOUNTED OR SET	101,741	108,548	131,865	94,712	117,792	16%
843143	PARTS OF BORING OR SINKING MACHINERY (WHETHER OR NOT SELF-PROPELLED)	61,763	102,232	140,733	126,271	114,801	86%
901580	SURVEYING, HYDROGRAPHIC, OCEANOGRAPHIC, METEOROLOGICAL OR GEOPHYSICAL INSTRUMENTS	54,543	123,344	99,835	132,807	113,957	109%
	SUB-TOTAL	3666291	7470643	5806395	4878596	5536655	51%
	OTHERS	21792700	20792124	20602192	17282227	18891593	-13%
	TOTAL (ALL PRODUCTS)	25458991	28262768	26408586	22160823	24428248	-4%

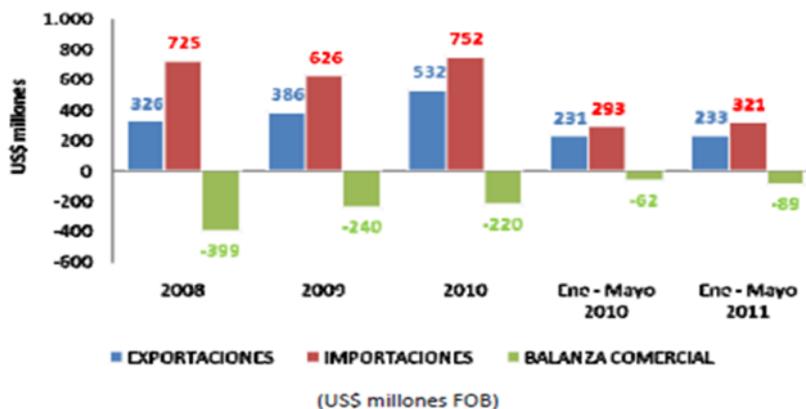
Fuente: Industry Canada, Trade Data Online. Tomado el 2/01/2012.

4.2.1.4 Balanza Bilateral:

Las relaciones comerciales entre Colombia y Canadá han mostrado déficit tradicionalmente, las importaciones de productos canadienses superan las exportaciones de Colombia a dicho país, tal como se evidencia en la grafica de la balanza comercial del 2008

a mayo del 2011 en un estudio realizado por Proexport Colombia con respecto a las relaciones comerciales de los dos países. En 2010 las exportaciones de Colombia a Canadá fueron de USD\$532 millones (precios FOB) y las importaciones fueron de USD\$752 millones lo que resulta en un déficit de USD\$220 millones. Las exportaciones colombianas han presentado un aumento del 38% en el 2010 con respecto al 2009.

Gráfica 15: Balanza Comercial Colombia – Canadá 2008-Mayo 2011.



Fuente: Datos DANE, Cálculos PROEXPORT.

En la balanza bilateral resalta el segmento *de productos no tradicionales* el cual representó el 16,9% del total exportado en 2010 con USD\$89,7 millones. Las exportaciones de éstos productos es principalmente por “el comportamiento de las exportaciones de productos del macro sector prendas, el macro sector servicios y el macro sector agroindustria que presentaron una participación del 7,5%, 1,0% y el 60,6% respectivamente en el 2010”⁴⁵.

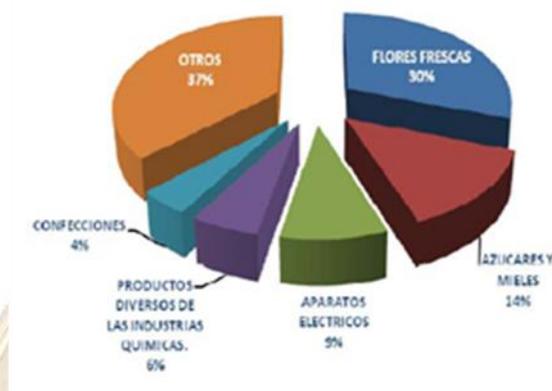
“Los principales subsectores no tradicionales exportados a Canadá en el 2010 fueron:

- Flores Frescas por US\$27,2 millones con una variación de 43,9% (participación de 30,3% del total no tradicional).
- Azucares y mieles por US\$12,6 millones con una variación de -37,3% (participación de 14,1%).

⁴⁵ Documento: Relaciones Comerciales Colombia – Canadá. PROEXPORT Colombia. Diciembre 2011. Consultado on-line en: http://www.proexport.com.cositesdefaultfilesRelaciones_Comerciales_Colombia_Canada_Colombia_Exportaciones_0.pdf

- Aparatos electrónicos por US\$7,9 millones con una variación de 549,3% (participación de 8,8%)⁴⁶.

Gráfica 16: Principales Subsectores Exportados – No Tradicionales, 2010.



Fuente: PROEXPORT Colombia,
Relaciones comerciales Colombia – Canadá

En cuanto a las importaciones colombianas desde Canadá se registraron en el 2010 importaciones por valor de USD\$752 millones (Precios FOB) y USD\$823 millones (Precios CIF) que representan una variación del 20,2% entre 2010 y el 2009.

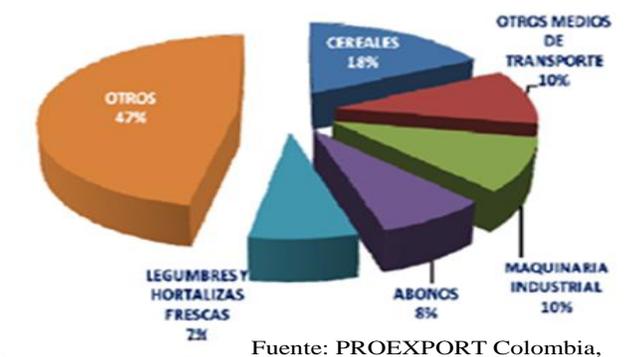
“Los principales subsectores importados por Colombia desde Canadá en el 2010 fueron:

- Cereales por US\$132 millones FOB (US\$152 millones CIF). Este subsector participó con 17,6% en el total importado desde Canadá.
- Otros medios de transporte por US\$77,8 millones FOB (US\$78,4 millones CIF). Participación 10.3%.
- Maquinaria industrial por US\$74,4 millones FOB (US\$77,8 millones CIF). Participación 9.9%⁴⁷.

⁴⁶ Documento: Relaciones Comerciales Colombia – Canadá. PROEXPORT Colombia. Diciembre 2011. Consultado on-line en: http://www.proexport.com/cositesdefaultfilesRelaciones_Comerciales_Colombia_Canada_Colombia_Exportaciones_0.pdf

⁴⁷ Documento: Relaciones Comerciales Colombia – Canadá. PROEXPORT Colombia. Diciembre 2011. Consultado on-line en: http://www.proexport.com/cositesdefaultfilesRelaciones_Comerciales_Colombia_Canada_Colombia_Exportaciones_0.pdf

Gráfica 17: Principales Subsectores Importados – No tradicionales, 2010.



Fuente: PROEXPORT Colombia, Relaciones comerciales Colombia – Canadá



Tabla 14: Importaciones en Canadá desde Colombia

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	CIF - USD MILLIONS					Variación % 2006-2010
		2006	2007	2008	2009	2010	
90111	COFFEE - NOT ROASTED, NOT DECAFFEINATED	95,104	98,101	118,581	108,604	157,384	65%
270112	BITUMINOUS COAL - WHETHER OR NOT PULVERIZED BUT NOT AGGLOMERATED	70,889	51,68	136,668	85,469	135,641	91%
270900	CRUDE PETROLEUM OILS AND OILS OBTAINED FROM BITUMINOUS MINERALS	4	0	28,802	88,097	105,715	2543%
80300	BANANAS, INCLUDING PLANTAINS - FRESH OR DRIED	83,548	66,893	74,835	86,213	78,518	-6%
270119	COAL NES - WHETHER OR NOT PULVERIZED BUT NOT AGGLOMERATED	43,441	42,109	42,091	78,679	36,484	-16%
60311	CUT ROSES, & ROSE BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	--	16,27	17,348	19,537	23,625	45%
60319	CUT FLOWERS & FLOWER BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	--	23,517	24,025	21,772	20,933	-11%
60312	CUT CARNATIONS AND BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	--	13,308	13,708	13,489	13,733	3%
170199	REFINED SUGAR NES	6,771	2,187	653	10,005	13,409	98%
60314	CUT CHRYSANTHEMUMS & BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	--	4,535	6,228	7,419	9,296	105%
210111	COFFEE EXTRACTS, ESSENCES AND CONCENTRATES	2,858	1,897	2,281	4,086	6,913	142%
380892	FUNGICIDES, IN FORMS OR PACKAGES FOR RETAIL SALE OR AS PREPARATIONS OR ARTICLES	--	3,042	5,62	6,221	6,36	109%
270820	PITCH COKE (FROM COAL TAR AND OTHER MINERAL TAR)	--	--	10,711	3,279	5,656	-47%
90112	COFFEE - NOT ROASTED, DECAFFEINATED	5,593	4,474	5,567	3,247	3,988	-29%
681381	BRAKE LININGS AND PADS, NOT CONTAINING ASBESTOS	--	968	3,57	2,69	3,569	-100%
392390	ARTICLES FOR THE CONVEYANCE OR PACKING OF GOODS NES - OF PLASTICS	2,395	2,539	2,081	2,471	3,546	48%
560600	GIMPED YARN NES, CHENILLE YARN, LOOP WALE YARN AND THE LIKE	4,966	4,498	3,347	3,671	2,952	-41%
691010	CERAMIC SINKS, WASH BASINS, URINALS AND THE LIKE - PORCELAIN OR CHINA	1,817	1,341	1,383	1,704	2,809	55%
350300	GELATIN AND GELATIN DERIVATIVES; ISINGLASS; GLUES OF ANIMAL ORIGIN (EXCL CASEIN GLUES)	2,04	1,83	1,425	3,415	2,605	28%
392112	FILM, PLATES, SHEETS, FOIL AND STRIP NES - CELLULAR - OF POLYMERS OF VINYLCHLORIDE	1,658	2,038	2,372	2,006	2,227	34%
180100	COCOA BEANS, WHOLE OR BROKEN, RAW OR ROASTED	--	--	2	964	2,076	4%
90121	COFFEE - ROASTED, NOT DECAFFEINATED	2,045	2,337	2,013	1,572	1,763	-14%
300490	MEDICAMENTS NES - IN DOSAGE	652	908	923	2,327	1,739	-100%
420500	ARTICLES OF LEATHER OR OF COMPOSITION LEATHER, NES	122	480	973	939	1,725	-99%
121190	PLANTS & PTS OF PLANTS, INCL SEED & FRUIT USED IN PHARM, PERFUMERY, INSECT, ETC.	509	807	740	1,368	1,68	-100%
SUB-TOTAL		324,411	345,756	505,947	559,244	644,344	99%
OTHERS		240,288	90,212	93,283	83,191	52,122	-78%
TOTAL (ALL PRODUCTS)		564,698	435,968	599,23	642,435	696,466	23%

Fuente: Industry Canada, Trade Data Online. Tomado el 2/01/2012.

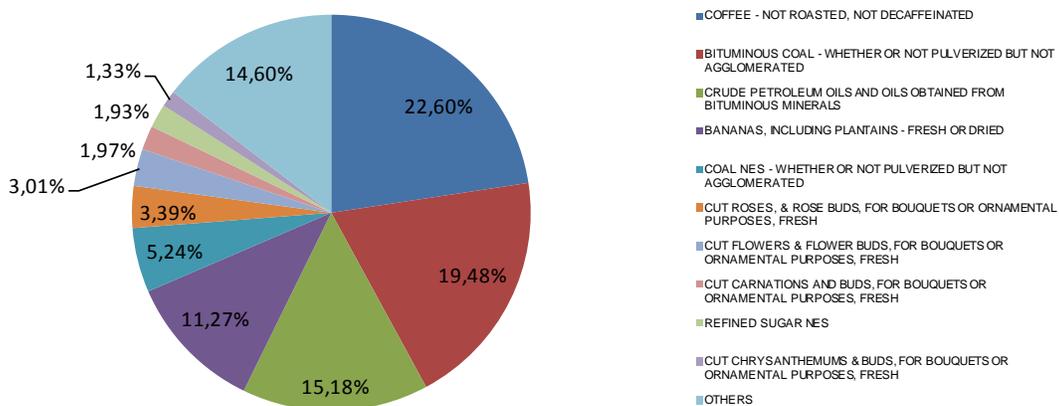
Los principales productos importados por Canadá en el 2010 fueron Café con una participación de 22,6% del total de las importaciones, seguido por carbón con 19,48% y luego el petróleo crudo con una participación del 15,18%.

Tabla 15: Principales Productos Importados en Canadá desde Colombia

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	CIF - USD MILLIONS 2010
90111	COFFEE - NOT ROASTED, NOT DECAFFEINATED	22,60%
270112	BITUMINOUS COAL - WHETHER OR NOT PULVERIZED BUT NOT AGGLOMERATED	19,48%
270900	CRUDE PETROLEUM OILS AND OILS OBTAINED FROM BITUMINOUS MINERALS	15,18%
80300	BANANAS, INCLUDING PLANTAINS - FRESH OR DRIED	11,27%
270119	COAL NES - WHETHER OR NOT PULVERIZED BUT NOT AGGLOMERATED	5,24%
60311	CUT ROSES, & ROSE BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	3,39%
60319	CUT FLOWERS & FLOWER BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	3,01%
60312	CUT CARNATIONS AND BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	1,97%
170199	REFINED SUGAR NES	1,93%
60314	CUT CHRYSANTHEMUMS & BUDS, FOR BOUQUETS OR ORNAMENTAL PURPOSES, FRESH	1,33%
	OTHERS	14,60%
TOTAL (ALL PRODUCTS)		100,00%

Fuente: Industry Canada, Trade Data Online. Tomado el 2/01/2012

Gráfica 18: Productos importados en Canadá desde Colombia.



Gráfica: Los autores. Fuente Industry Canada, Trade Data Online. Tomado el 2/01/2012.

4.2.1.5 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá

El 15 de Agosto del 2011 entró en vigencia el Tratado de libre Comercio entre Colombia y Canadá, el cual “tiene como objetivo crear un espacio libre de restricciones al comercio, que contribuya al crecimiento y al desarrollo económico de los países signatarios. El acuerdo no sólo contempla la liberación del comercio de bienes también incluye compromisos sobre el comercio de servicios, tránsito de personas, normalización técnica, compras del estado, inversiones, cooperación ambiental y laboral, entre otros. El acuerdo está enmarcado en los principios de trato nacional, trato de nación más favorecida y transparencia”⁴⁸.

El tratado está compuesto de tres acuerdos independientes designados así⁴⁹:

- Acuerdo de Libre Comercio: Contiene el grueso de las disciplinas comerciales que regirán la relación entre Colombia y Canadá.
- Acuerdo de Cooperación Laboral; Contiene obligaciones en materia de protección de los derechos laborales y cumplimiento de las normas internas.
- Acuerdo sobre Medio Ambiente: Contiene las obligaciones de las partes con respecto a los estándares de protección ambiental a aplicar en cada territorio.

En las negociaciones se tomaron 3 temas generales tales como el *Acceso de Mercados*, *Inversión y Servicios* y *Temas Transversales*.

- Acceso a Mercados: Los Logros en este apartado son especialmente en los Bienes Agrícolas, logrando:
 - o “Acceso libre de aranceles de manera inmediata para el 97,6% de la oferta exportable actual y potencial agropecuaria colombiana.

⁴⁸ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

⁴⁹ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

- Se consolidaron las preferencias del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), en especial para café y azúcar crudo, confitería, tabaco, y cacao y sus derivados.
- Se obtuvo amplia asimetría en las modalidades de desgravación a favor de Colombia debido a que se tuvo en cuenta el impacto sobre la producción colombiana sensible y se mantuvo el Sistema de Franja de Precios (SFP) para productos específicos como carnes, lácteos, maíz, arroz, etc.
- Se estableció la eliminación de barreras arancelarias, restricciones cuantitativas y otras barreras no arancelarias para asegurar las condiciones de acceso real de la oferta agropecuaria colombiana. Se incorporó una salvaguardia especial agrícola para regular las importaciones de algunos productos sensibles del sector agropecuario: carne de bovino y fríjol.
- Se eliminó toda forma de subsidio a la exportación y cualquier posibilidad de reintroducción⁵⁰.

Tabla 16: Concesiones Hechas por Canadá a Colombia TLC

CATEGORIA	DESCRIPCIÓN
A	Acceso inmediato
B	Hasta 5 años
C	Hasta 10 años
D	Más de 10 años

Las concesiones hechas por Canadá a Colombia en el ámbito agrícola son:

Acceso inmediato: Comprende el 97,6% del ámbito agrícola. Incluye animales vivos, carne de bovino, yogur, huevos fértiles, flores, esquejes y follajes, café en grano y soluble, hortalizas, frutas (piña, guanábana, papaya, mangos y fresas, otros), embutidos de carne, azúcar de caña crudo, confitería, derivados de cacao, productos a base de cereales, preparaciones de frutas y hortalizas, preparaciones para sopas, alcohol etílico, aguardientes,

⁵⁰ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

preparaciones alimenticias para animales, tabaco y cigarrillos, manitol y aceites esenciales. Canadá tiene libre acceso al mundo para productos de la oferta exportable colombiana (café, banano, aceite de palma, cacao y algunas preparaciones de hortalizas).

Categoría hasta 5 años: Comprende carne de gallo o gallina sin trocear (spent).

Categoría hasta 10 años: Incluye carne y trozos de pollo, pavo, tocino, carne en salmuera, demás preparaciones de carne, azúcar blanco de remolacha, glucosa, extracto de malta, preparaciones alimenticias, alimento para animales y ovoalbúmina. Para la mayoría de estos productos la desgravación a diez años aplica sobre el contingente OMC.

Categoría más de 10 años: Incluye los demás azúcares de caña (17019990).

Productos de tratamiento NMF: gallos y gallinas, carne de gallo o gallina, leche, suero de mantequilla, mantequilla, pastas lácteas, queso fresco, margarina excepto la líquida, preparaciones de carne, despojos o sangre, azúcar de caña con adición de aromatizantes y colorantes, algunas preparaciones de cacao, mezclas para panadería, helados con contenido de leche.

4.2.1.6 Sector Cárnico en Canadá

El sector cárnico en Canadá presenta variables positivas en cuanto a las oportunidades para exportar productos cárnicos al país. Está ubicada entre los 10 países con mayor consumo per cápita de carne vacuna, según los informes estadísticos de United States Department of Agriculture está en el séptimo lugar con respecto al consumo de los ciudadanos, quienes consumen 30 kilogramos de carne al año. El consumo Doméstico total es de 1'020.000 Toneladas en el año 2010 ubicándose el puesto 11 por detrás de países como Estados Unidos (puesto 1), Brasil (puesto 3), Rusia (Puesto 5) y Japón (puesto 10), pero por delante de Colombia que se ubica en el puesto 12.

Así mismo, Canadá es un gran productor de carne vacuna ubicándose en el puesto 11 a nivel mundial con 1'200.000 Toneladas por año. Sí bien, es un país que exporta bastante toneladas de carne (450.000 Toneladas en el 2010) también la demanda interna exige importar carne extranjera (Importando 250.000 toneladas en el 2010) y ubicando el puesto 8 entre los países que mayor importan carne de bovino.

Tabla 17: Sector Cárnico en Canadá

VARIABLES	CANADÁ	No. MUNDO
Cantidad Producida de Carne Bovina 2010 - Toneladas	1.200.000	11
Cantidad Exportada de Carne Bovina 2010 - Toneladas	450.000	7
Cantidad Demandada de Carne Bovina 2010 -Toneladas	270.000	8
Consumo Domestico de Carne - Toneladas	1.020.000	11
Consumo per cápita de carne (Kg/año)	30	7

Fuente: Los Autores.

4.2.1.7 Exportando a Canadá

Tomando como referencia la publicación de PROEXPORT realizada por la organización sin ánimo de lucro Trade Facilitation office Canada (TFO) de la dinámica de negociación en Canadá para hacer negocios con tal país.

4.2.1.8 Perfil del consumidor canadiense⁵¹

- La mayoría son de religión católica.
- Informado y exigente.
- Consciente de los precios.
- Altos Ingresos.

⁵¹ Exportando a Canadá. TFO Canadá. Presentada por Lidia Karamaoun. PROEXPORT. Octubre 4 de 2011. Consultado on-line: http://issuu.com/proexport/docs/tfo_canada_and_canadian_market/2

- Dueño de su casa.
- Más Hogares de Doble Ingreso y monoparentales.
- Consciente de la salud y del medio ambiente.
- Sensible de asuntos sociales (Comercio Justo).
- Más multicultural.
- Diferencias Regionales.
- Baby Boomers dominan el mercado.
- Población madura. Población que envejece en 2031 el 23%-25% serán mayores de 65 años.

4.2.1.9 Tendencias del Consumidor⁵²

- Productos étnicos cada vez más diversificados en producción y volúmenes.
- Salud y Ambiente (productos naturales y orgánicos).
- Productos sostenibles.
- Conveniencia y Comodidad.
- Especialidad. Productos Gourmet.
- Frutas y Vegetales 2/3 son importados, la demanda es constante y la variedad exigida crece.
- Productos para el hogar, como: Materiales de Construcción y Renovación o artículos de decoración para el Hogar, regalos y muebles en madera.
- Hobbies: Jardinería y recreación.

4.2.1.10 Documentación de Exportación⁵³

- Etiqueta en inglés y francés.
- Conocimiento de embarque o carta de transporte aéreo.

⁵² Exportando a Canadá. TFO Canadá. Presentada por Lidia Karamaoun. PROEXPORT. Octubre 4 de 2011. Consultado on-line: http://issuu.com/proexport/docs/tfo_canada_and_canadian_market/2

⁵³ Exportando a Canadá. TFO Canadá. Presentada por Lidia Karamaoun. PROEXPORT. Octubre 4 de 2011. Consultado on-line: http://issuu.com/proexport/docs/tfo_canada_and_canadian_market/2

- Factura simulada o pre-forma.
- Factura Comercial.
- Certificado de origen.
- Lista de empaque.
- Certificados de inspección.
- Permisos de Importación y Exportación.

4.2.1.11 Ferias Comerciales⁵⁴

- Canadian Food and Beverage Show.
 - o www.crfa.ca
 - o Toronto, Marzo 4-6, 2012.
- Canadian Produce marketing Association
 - o www.cpma.ca
 - o Calgary, Abril 11-13, 2012.
- SIAL
 - o www.sialcanada.com
 - o Montreal, Mayo 9-11, 2012.



4.2.1.12 Directorio de Organizaciones Industriales y comerciales⁵⁵

- TFO Servicios Gratuitos. Facilita el acceso al mercado canadiense y comparte experiencia en comercio. www.tfocanada.ca
56 Sparks Street, suite 300.
Ottawa, Ontario K1P 5 A 9
Tel: (613) 233-3925

⁵⁴ Exportando a Canadá. TFO Canadá. Presentada por Lidia Karamaoun. PROEXPORT. Octubre 4 de 2011. Consultado on-line: http://issuu.com/proexport/docs/tfo_canada_and_canadian_market/2

⁵⁵ Tomado en: Guía Comercial de Canadá. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de Ecuador. 2010. Elaborado por: María Mercedes Jara.

Fax: (613) 233-7860

E-mail: info@tfoCanada.ca

<http://tfoCanada.ca>

- The Board of Trade of Metropolitan Montreal

380 St. Antoine Street West, Suite 6000.

Montreal, Quebec H2Y 3X7

Tel: (514) 871-4000

Fax: (514) 871-1255

E-mail: info@cmm.qc.ca

<http://www.btm.qc.ca>

- The Toronto Board of Trade

1 First Canadian Place.

Toronto, Ontario. M5X 1C1

Tel: (416) 366-6811

Fax: (416) 366-8406

<http://www.bot.com>

- Ottawa Chamber of Commerce

1701 Woodward drive, Suite LL-20

Ottawa, Ontario. K2C 0R4.

Tel: (613) 236-3631

Fax: (613) 236-7498

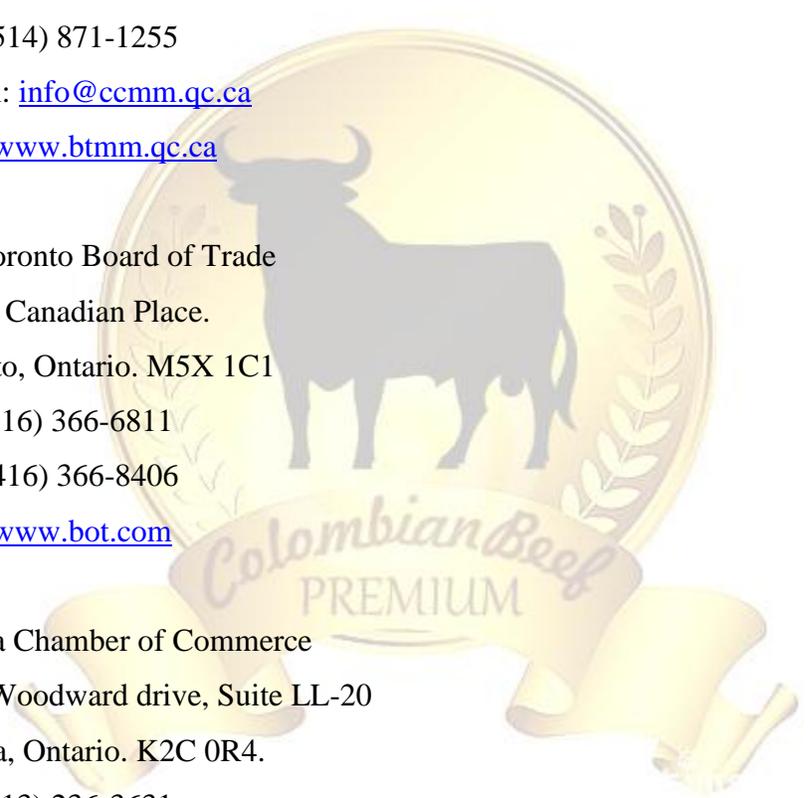
E-mail: info@ottawachamber.ca

<http://www.ottawachamber.ca>

- Canadian Chamber of Commerce

360 Albert Street. Suite 420

Ottawa, ON K1R 7X7



Tel: (613) 238-4000

Fax: (613) 238-7643

E-mail: info@chamber.ca

<http://www.chamber.ca>

- Canadian Association of Importers and Exporters.

160, Eglinton Avenue East, Suite 300.

Toronto, Ontario M4P 3B5

Tel: (416) 595-5333

Fax: (416) 595-8226

Email: info@iecanada.com

<http://www.caie.ca>

4.3 PAÍS ALTERNO: MERCADO RUSO

4.3.1 Mercado de Rusia

“La Federación Rusa está ubicada en la parte norte de Asia y la parte oriental de Europa (parte occidental de los Montes Urales, entre el Océano Ártico, Europa y el Norte del Océano Pacífico). La superficie total de su territorio es de 17.075.200 Km², posicionándolo como el país más grande, ocupando la sexta parte del mundo. El idioma oficial es el ruso.

La Infraestructura de transporte está compuesta por una red de carreteras que se extiende sobre 933,000 Km., de los cuales 754,900 Km. están pavimentados (incluyendo 30.000 Km de autopistas). Además, Rusia cuenta con un sistema ferroviario que se extiende a lo largo de 87,157 km, siendo la vía del Tren Transiberiano (9288 km de longitud) la más importante del país conectando la Rusia europea con las provincias de Oriente, extendiéndose desde Moscú hasta Jabárovsk y Vladivostok.

Tomando como base la infraestructura de transporte del país, las relaciones comerciales se desarrollan con países cercanos a los puntos de acceso comercial. Dichas relaciones se basan en la exportación de minerales, metales, productos químicos y caucho; y en la importación de maquinaria, equipos, artículos alimenticios y materias primas para la agricultura.

Los principales socios comerciales en términos de exportaciones de Rusia, son los Países Bajos, Italia, Alemania, China, Turquía y Ucrania; en temas de importaciones los principales aliados comerciales del país son Alemania, China, Italia, Ucrania y Estados Unidos.»⁵⁶

Gráfica 19: Mapa de Rusia



Fuente: Mapa de Rusia visto en Google Imágenes.

⁵⁶ Documento: Perfil Corto de Exportación a Rusia. PROEXPORT COLOMBIA, Octubre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

Algunos Indicadores Macroeconómicos y Sociales de Rusia Son:

Tabla 18: Indicadores Macroeconómicos y Sociales de Rusia

VARIABLES	RUSIA
Población 2010	138.739.892
Población Económicamente Activa	75.490.000
PIB (US Dollars)	2.223.000.000
Crecimiento del PIB	4,00%
PIB per cápita (US Dollars)	15.900
Inflación 2010	6,90%
Tasa de Desempleo	7,50%
Devaluación	-5,48%
Tasa de Cambio	30 RUB/USD
Exportaciones (US Dollars)	\$400,1 Billones
Importaciones (US Dollars)	\$248,7 Billones
Crecimiento de las importaciones	30,00%
Balanza Comercial	\$151,2 Billones
Facilidad y costos de Transporte (Puesto en LPI)	94
Doing Business (Ranking)	124

Fuente: Los Autores.

4.3.1.1 Comercio Exterior

“Para Julio de 2011, las relaciones comerciales entre Rusia y Colombia mantuvieron un comportamiento similar al mismo periodo en el 2010, puesto que para el 2011, se exportaron desde Colombia hacia Rusia 14.761 toneladas, que correspondieron a USD 60.092.310 en valor FOB. El mayor volumen de carga se manejó vía marítima equivalente al 51,3% del total entre los dos países. Mientras que en el 2010 se exportaron 11.148 toneladas que correspondieron a USD 64.167.654 en valor FOB”⁵⁷.

Tabla 19: Balanza Comercial de Rusia

BALANZA COMERCIAL RUSIA	2009	2010
Exportaciones (US Dollars)	\$303,4 Billones	400,1 Billones
Importaciones (US Dollars)	\$191,8 Billones	248,7 Billones
Crecimiento de las importaciones de 2010	58,19%	30,00%
Balanza Comercial		\$151,2 Billones

Fuente: Los Autores.

⁵⁷ Documento: Perfil Corto de Exportación a Rusia. PROEXPORT COLOMBIA, Octubre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

4.3.1.2 Sector Cárnico en Rusia

EL sector cárnico en Rusia es el referente mundial en cuanto a las importaciones, es el país número 1 en el mundo en importaciones de carne de bovino con 1'060.000 Toneladas importadas en el 2010 y para el 2020 se proyecta que será el país que determine las condiciones del sector cárnico mundial.

Es un país con altas tasas de producción de carne de bovino (Puesto 10 mundial) pero el consumo domestico es bastante alto (puesto 5 en el mundo) lo cual el país tiene que importar grandes cantidades para satisfacer el consumo. En cuanto a las tendencias de consumo, es un país que consume bastante carne, sus habitantes consumen 18 kilogramos de carne por año lo que los ubica en el puesto número 20 de consumo per cápita en el mundo.

Tabla 20: Sector Cárnico en Rusia

VARIABLES	RUSIA	No. MUNDO
Cantidad Producida de Carne Bovina 2010 - Toneladas	1.385.000	10
Cantidad Exportada de Carne Bovina 2010 - Toneladas	27.000	4
Cantidad Demandada de Carne Bovina 2010 -Toneladas	1.060.000	1
Consumo Domestico de Carne - Toneladas	2.441.000	5
Consumo per cápita de carne (Kg/año)	18,00	20

Fuente: Los Autores.

Es un país con grandes oportunidades para importar carne, los requerimientos son pocos y actualmente Colombia cuenta con diferentes frigoríficos certificados por Rusia para exportar carne al país ruso.

4.3.1.3 Oportunidades del mercado ruso

Los productos con altas oportunidades en el mercado ruso dadas por PROEXPORT en su informe de “Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación, Agroindustria en EUROPA” publicado en Octubre de 2010, son:

- “Conservas y productos marinados: Tomate, pepino, zanahoria y champiñones.
- Pulpa de fruta para la industria de jugos y fruta en conservas.
- Camarones de cultivo.
- Café tostado, en grano y molido.
- **Carne de Bovino y Ave.**
- Leche y productos Lácteos.
- Azúcar refinada y morena.
- Licores.
- Cacao.”⁵⁸

4.3.1.4 Tendencias del Consumo en Rusia

Las tendencias en Rusia en cuanto al consumo principalmente son:

- “Cambio de conserva tradicional
- Exhibir la lista de las certificaciones aprobadas
- Los sabores "tradicionales" del campo ruso
- Boom de comida japonesa y menús asiáticos. Esta tendencia se extiende rápidamente a las regiones.
- Camarón hace parte de la canasta familiar básica.
- Presentaciones desde 25 hasta 100 gramos (tipo chips), conocidas tradicionalmente como "Zakuska" rusa.”⁵⁹

⁵⁸ Presentación: Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación, Agroindustria en EUROPA. Publicado en Octubre de 2010. PROEXPORT. Consultado on-line: http://www.proexport.com.co/seminarios/descargas/agro_europa.pdf

4.3.1.5 Exportando a RUSIA

Para las exportaciones en Rusia es importante tener en cuenta:

- “El seguimiento y preparación de la oferta, la cual se comprende:
 - Envío previo de oferta con especificación de precios.
 - Respuesta rápida a los correos electrónicos (2do día).
 - Largos procesos de negociación.
 - Actualización constante de precios.
 - Primeros volúmenes limitados.
 - Contacto constante y personal entre pares.
 - Envío de muestras para las certificaciones.
 - Idioma Oficial RUSO, pero se puede contratar un intermediario internacional.

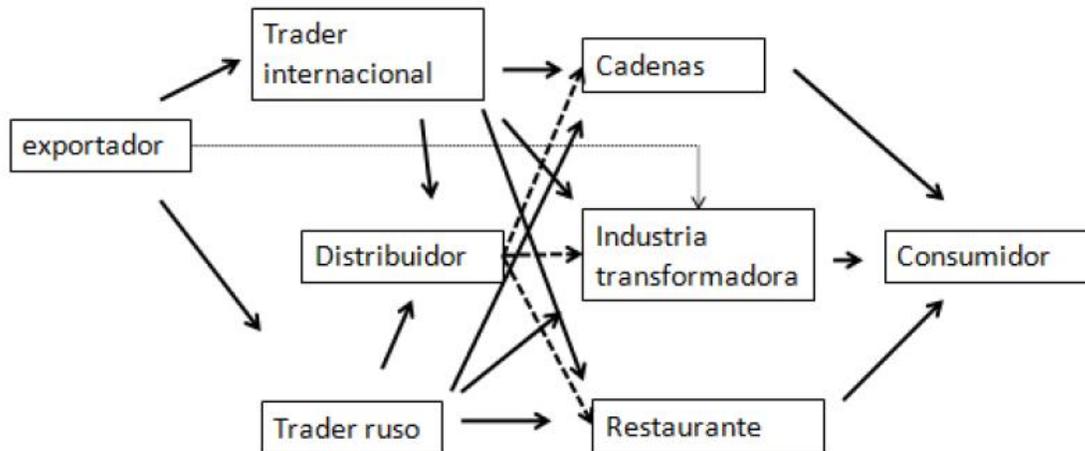
- Al momento de la exportación:
 - Es necesario un registro previo a la importación.
 - Certificado sanitario para productos de origen animal.
 - Uso de membretes y sellos de la empresa exportadora.
 - Acceso Preferencial SGP.
 - Descuento del 25% en el arancel para Carne de Bovino para Colombia.
 - La contraparte rusa es clave y debe estar informada.”⁶⁰

- Canales de distribución:

⁵⁹ Presentación: Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación, Agroindustria en EUROPA. Publicado en Octubre de 2010. PROEXPORT. Consultado on-line: http://www.proexport.com.co/seminarios/descargas/agro_europa.pdf

⁶⁰ Presentación: Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación, Agroindustria en EUROPA. Publicado en Octubre de 2010. PROEXPORT. Consultado on-line: http://www.proexport.com.co/seminarios/descargas/agro_europa.pdf

Gráfica 20: Canales de Distribución en Rusia



Fuente: Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación, Agroindustria en EUROPA. Publicado en Octubre de 2010. PROEXPORT

➤ Ferias:

- PROD EXPO.
- World food Moswow.

4.4 PAIS CONTNGENTE: Corea del Sur

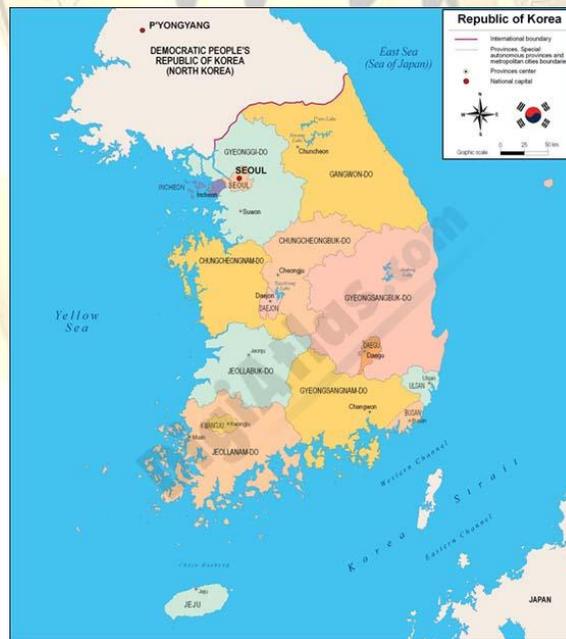
4.4.1 Mercado de corea del Sur

“Corea del sur se encuentra ubicada en Asia oriental, en el sur de la península de Corea. Limita al norte con Corea del norte, al este con el mar de Japón, al sur el estrecho de Corea y al oeste el mar amarillo. La superficie total del país asciende a 99,720 km². El territorio en su mayoría montañoso por lo que la mayoría del suelo no es cultivable, aproximadamente el 30% del país son tierras bajas y planas. El idioma oficial es el coreano e inglés como segunda lengua.

Corea cuenta con un amplia infraestructura de transporte compuesta por línea de ferrocarril que se extiende por 3.381 km, así mismo la red de carreteras es de total de 103,029 km, de los cuales 80,642 km se encuentran pavimentados incluyendo 3,367 km de autopistas, y 22,387 km de vías sin pavimentar. En cuanto al transporte marítimo Corea del Sur cuenta con 5 puertos marítimos Inch'on, P'ohang, Pusan, Ulsan, Yosu, Así mismo, cuenta con 116 aeropuertos.

Las relaciones comerciales están orientadas principalmente en la importación de insumos como maquinaria, electrónica y equipos electrónicos, petróleo, acero, equipos de transporte, productos químicos orgánicos, plásticos, en donde los socios comerciales son China, Japón, Estados Unidos, Arabia Saudí y Australia. Por otra parte, las exportaciones están enfocadas en productos de valor agregado como semiconductores, equipos de telecomunicaciones inalámbricas, automóviles, computadoras, acero, barcos, productos petroquímicos, comercializados principalmente con China, Japón y Estados Unidos.”⁶¹

Gráfica 21: Mapa de Corea del Sur



Fuente: Mapa Corea del Sur visto en google imágenes

⁶¹ Publicación: The World Factbook of central intelligence Agency Korea south, consultado online en: www.cia.gov

Algunos Indicadores Macroeconómicos y Sociales de Corea del Sur Son:

Tabla 21: Indicadores Macroeconómicos y Sociales de Corea del Sur

VARIABLES	COREA DEL SUR
Poblacion 2010	48.754.657
Poblacion economicamente activa	24.75 Millones
PIB (USD)	\$1.459 Trillones
Crecimiento de PIB	6,10%
PIB per capital (USD)	\$ 30,00
Inflacion 2010	3,00%
Tasa de desempleo	9.8 %
Devaluacion	-10,00%
Tasa de cambio	1,153.77 South Korean won (KRW)/USD
Exportaciones (USD)	\$464.3 Billones
Importaciones	\$422,4 Billones
Crecimiento de Importaciones	31,84%
Balanza comercial	41,9 Billones
facilidad y costos de transporte (Puesto en LPI)	23
Doing business (Ranking)	15

Fuente: los Autores

4.4.1.1 Comercio Exterior

“Entre Enero a Julio de 2011 se exportaron desde Colombia hacia Corea del Sur 269.245 toneladas, que correspondieron a USD \$ 194.052.954 en valor FOB. El mayor volumen de carga se manejó vía marítima, ocupando el 99,9% del total entre los dos países.”⁶²

Tabla 22: Balanza Comercial de Corea del Sur

BALANZA COMERCIAL	2009	2010
Exportaciones	\$358.2 Billones	\$464.3 Billones
Importaciones	\$320,4 Billones	\$ 422,4 Billones
Crecimiento de las importaciones	32%	
Balanza Comercial	\$ 102 Billones	

Fuente: los Autores

⁶² Documento: Perfil Corto de Exportación a Corea del Sur. PROEXPORT COLOMBIA, Octubre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

4.4.1.2 Sector Cárnico en Corea del Sur

“La producción de carne de bovino para el año 2009 fue de 266.680 toneladas, con un aumento de 9% respecto del año anterior, la cual se espera siga aumentando, proyectando que para el año 2020 la producción interna de carne bovina surcoreana llegue las 279.430 toneladas. Sin embargo en noviembre de 2010, surgió el primer reporte sobre brotes de fiebre aftosa en Corea, lo que significó el sacrificio de 150.839 cabezas de ganado alrededor de un 5% del total de cabezas de ganado de Corea, del cual 110.962 cabezas eran de especie Hanwoo destinadas específicamente para el mercado de carne (Keun y Francom, 2011). Según las proyecciones se esperaba que para el 2011 la producción alcance las 284.090 toneladas, pero a causa de esta situación se espera una reducción de esta cifra de alrededor 4%, llegando solamente a 274.160 toneladas.

El consumo de carne bovina en Corea ha aumentado sin interrupción desde el año 2008; Entre 2008 y 2009 el consumo de carne aumentó un 0.4%, llegando en el 2009 a las 507.300 toneladas y se espera que en este año llegue a las 559.100 toneladas. El consumo per cápita para el 2009 está en alrededor de 7.35 Kg.

En el comportamiento de los consumidores de carne de bovino en Corea influyen diferentes factores; en primer lugar los consumidores coreanos son exigentes y rechazan el consumo de productos procedentes de otros países en los que se haya presentado problemas sanitarios.

Los principales proveedores de carne bovina de Corea, son Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda, que enviaron a este país 130.361, 59.486 y 32.734 toneladas respectivamente en el 2009. Australia se ha consolidado como el principal proveedor del exterior en el mercado coreano con una participación superior al 50%.

El principal producto de importación es la carne de bovino deshuesada congelada o refrigerada de la cual para el año 2009 se importaron 134.688 toneladas por valor de \$US 542.415.482, representado el 68% del total de partidas 02.01 y 02.02 en las cuales se encuentran clasificadas todas las importaciones de carnes bovinas.”⁶³

Tabla 23: Sector Cárnico en Corea del Sur

Variables	Corea del Sur	No Mundo
Cantidad producida de carne Bovina 2010 - Toneladas	295.000	24
Cantidad exportada de carne Bovina 2010 - Toneladas	1.000	32
Cantidad demandada de carne Bovina 2010 - Toneladas	420.000	4
Consumo domestico de carne - Toneladas	700.000	14
Consumo percapita de carne (kg/ año)	14.000	25

Fuente: los Autores

4.4.1.3 Oportunidades del Mercado Coreano

Según la agencia Extenda promotora del comercio exterior, las oportunidades de negocio en Corea del sur está enfocado en el sector agroalimentario con productos como:

- Aceites de oliva y vegetales.
- Cárnico porcino Productos cárnicos curados.
- Vinos Miscelánea productos alimentación canal Horeca y distribución mayorista (Pymes).
- Laminados en caliente.
- Carbón.
- Refinería de azúcar y trapiches.
- Gas natural.
- la producción de refinación de petróleo.
- Industria básica de hierro y acero.
- Industria básica de metales preciosos y metales no ferrosos.

⁶³ Documento: consideraciones para la negociación sectores cárnicos y lácteos TLC Colombia – Corea consultado on-line en:
[Http://www.usergioarboleda.edu.co/empresa/1/investigacion/Sector%20Carnico%20modificado.pdf](http://www.usergioarboleda.edu.co/empresa/1/investigacion/Sector%20Carnico%20modificado.pdf)

- Industria del vidrio y productos de vidrio.⁶⁴

4.4.1.4 Exportando a Corea del Sur

“Para la exportación de bienes a Corea del Sur es necesario diligenciar una serie de documentos y seguir unos pasos como:

1. Declaración de importación/exportación: en esta debe ir especificado el propietario de la carga, agente aduanero y la persona jurídica para el despacho aduanero. Esta debe estar en formato de EDI con las especificaciones de los productos, valor, cantidad. La declaración es posible hacer antes (5 días) del arribo de la mercancía o después (1 día) de la llegada de la mercancía a la zona franca. Junto a la declaración se deben presentar los siguientes documentos de apoyo:

- Licencia de exportación
- Factura
- Declaración de precio (Bill of lading)
- Pruebas que sustenten la conformidad del artículo 226 de la ley de aduanas.
- Lista de embarque
- Certificado de origen
- Solicitud de exención / reducción de la tasa arancelaria.

2. Luego de la verificación de la documentación y la carga se deben cancelar los impuestos y derechos de aduanas dentro de los 15 días siguientes a la aprobación de la declaración.”⁶⁵

⁶⁴ Presentación: Corea del Sur – Oportunidades de Negocios, EXTENDA, Abril 2011. Consultado on-line: <http://www.slideshare.net/Extenda/oportunidades-de-negocio-en-corea-del-sur>

Para hacer envíos comerciales a Corea del Sur se deben tener en cuenta los siguientes documentos⁶⁶:

- 2 Facturas comerciales
- Factura consular cuando es requerida por el oficial de aduana
- Licencia de importación
- Certificado de origen
- Carta de garantía del banco.



⁶⁵ Documento: Import, Korea Customs service. Consultado on- line:
http://english.customs.go.kr/kcsweb/user.tdf?a=common.HtmlApp&c=1501&&page=/english/html/kor/facilitation/facilitation_01_01.html&mc=ENGLISH_FACILITATION_IMPORT

⁶⁶ Documento: Perfil Corto de Exportación a Corea del Sur. PROEXPORT COLOMBIA, Octubre 2011.
Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

5. PLAN ESTRATÉGICO

5.1 OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIOS

Colombian Beef es una agencia exportadora de carne del departamento de Córdoba en Colombia. La agencia trabaja en el frigorífico de FRIGOSINU y subcontrata los servicios del frigorífico para los procesos de producción de la carne.

Actualmente la agencia exporta a Egipto con quienes han mantenido muy buenas relaciones comerciales. Con ansias de perdurar y crecer el negocio la agencia está en busca de nuevos mercados con los cuales iniciar relaciones y exportar sus productos.

5.2 NEGOCIOS INTERNACIONALES

Si bien la agencia tiene conocimientos en las exportaciones de sus productos recordamos algunos aspectos que se deben considerar para su perdurabilidad y conseguir nuevos mercados.

- La agencia debe participar en ferias internacionales en el sector agroindustrial.
- Debe tener un pronóstico de la demanda para saber cuánto puede ofrecer.
- Evaluar los costos logísticos que incurre en estos negocios para conocer la viabilidad.

5.3 EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

La agencia evaluara el siguiente trabajo investigativo en el primer semestre del 2012 y lo hará bajo la modalidad de exportación definitiva y Exportaciones de muestras sin valor comercial.

“Para contextualizar, las diferentes maneras de exportación aprobadas por la ley colombiana son:

- Exportación definitiva (en tres modalidades)
- Exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo
- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado
- Reexportación
- Reembarque
- Exportación de muestras sin valor comercial - Exportaciones temporales realizadas por viajeros - Programas Especiales de Exportación - Exportación de menajes
- Exportación de servicios (en cuatro modalidades)⁶⁷

Las exportaciones serán exportaciones definitivas, para las cuales se debe identificar:

- El producto.
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.
- Tarifas.
- El Empaque, Etiquetado y Embalaje.
- Transporte.

5.3.1 Producto

Para el siguiente trabajo se toma el producto “Carne Compensada Empacada al vacío y Congelada” en el sistema armonizado del arancel de aduanas el código de clasificación es el 02.02.30.00 referente a Carne de animales de la especie bovina, congelada, deshuesada.

PRODUCTO: Carne de Bovino Compensada Empacada al vacío y Congelada.

⁶⁷ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 119 – 125.

5.3.2 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias⁶⁸

Algunas medidas Sanitarias y Fitosanitarias (Reglas y Normas) en la Industria Cárnica a tener en cuenta:

- El frigorífico debe ser aprobado por el *Departamento de Agricultura de Canadá*.
- *La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos* administra los reglamentos relacionados con el etiquetado de productos cárnicos, los registros de los productos plaguicidas y los medicamentos veterinarios utilizados en animales para garantizar la inocuidad y calidad nutricional.
- Certificado de origen de acuerdo a la *Ley de Enfermedades de Animales*.
- Certificado de inspección de acuerdo a la *Ley de Inspección de las Carnes*.

5.3.3 Tarifas

- Declaración en la Oficina de Aduanas de Canadá
- No arancel a las Carnes de Bovino por tratado de Libre Comercio.
- A los productos básicos de la canasta familiar no se les ejerce tasa de valor agregado (Impuesto a los bienes y servicios GST).

5.3.4 Empaque, Etiquetado y Embalaje

La carne compensada, congelada y empacada al vacío es almacenada en cajas de cartón donde cabe en cada caja 25 Kilogramos de carne. Las cajas se guardan en el contenedor refrigerado entre -2°C y 2°C con estibas en el suelo para que circule el aire y las cajas van separadas para que mantener la cadena de refrigeración. En 1 contenedor se embalan de 27 a 28 Toneladas de carne lo cual equivale a 150 reses bovinas.

⁶⁸ Documento: GUÍA PARA EXPORTAR A CANADA. PROEXPORT Colombia. 2008. Consultado on-line: www.antiguo.proexport.com.co Diciembre 5 de 2011.

Gráfica 22: Empaque y Embalaje



Fuente: Los Autores

- El etiquetado debe ser bilingüe si el producto se venderá al consumidor final (inglés y francés). Se recomienda que sea Bilingüe siempre.
- Se exige: la identidad del producto, la cantidad neta del producto y el nombre del distribuidor y lugar de domicilio del negocio.
- La carne debe ser empacada como lo indique el Departamento de Agricultura en Ottawa quién otorgará la aprobación del empaque.
- No se exige un Código Universal de Productos (UPC o código de barras) pero se recomienda tenerlo.
- Las etiquetas deben incluir obligatoriamente:
 - ✓ “Nombre común o genérico del producto.
 - ✓ Cantidad neta.
 - ✓ Nombre y dirección del vendedor / distribuidor.
 - ✓ Lista de los ingredientes.
 - ✓ Número y tamaño de cada porción (en algunos casos).
 - ✓ Información nutricional (en algunos casos).
 - ✓ Indicación de la fecha de vencimiento (consumir antes del año, mes y día) si el producto tiene una vida en el estante menor a 90 días.”⁶⁹

⁶⁹ Documento: GUÍA PARA EXPORTAR A CANADA. PROEXPORT Colombia. 2008. Consultado on-line: www.antiguo.proexport.com.co Diciembre 5 de 2011.

5.3.5 Transporte

Canadá es un país con grandes ventajas en el transporte logístico de mercancías en el territorio nacional e internacional. Cuenta con más de 200 puertos y el estudio del Banco mundial en desempeño logístico ubica al país en el puesto 14 en el cuál se destaca por la infraestructura (Puesto 11) y la competencia logística (Puesto 8).

De igual manera, en la calificación del Doing Business lo ubica en el puesto 45 dentro 150 países con respecto a los procedimientos en el proceso de Importación.

Tabla 24: Doing Business con Canadá

Naturaleza de los procedimientos de la importación	Duración (días)	US\$ Coste
Preparación de documentos	4	185
Autorización de aduana y control técnico	1	75
Puertos y manejo terminal	2	650
Transporte interior y manejo	4	750
Total	11	1.660
Clasificación Doing Business		45

Fuente: Doing Business.

“**Acceso Marítimo:** Los servicios regulares de transporte marítimo desde Colombia se centralizan principalmente en los puertos del este: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario); y el puerto del oeste, Vancouver (Columbia Británica).”⁷⁰

⁷⁰ Perfil de Logística desde Colombia hacia Canadá. PROEXPORT Colombia. 2011. Consultado on-line: www.antiguo.proexport.com.co Diciembre 2011.

Tabla 25: Desempeño Logístico De Canadá

Logistics Performance Index	
Canadá	
Overall LPI	score 3.87
	rank 14
Customs	score 3.71
	rank 13
Infraestructure	score 4.03
	rank 11
International shipments	score 3.24
	rank 32
Logistics competence	score 3.99
	rank 8
Tracking & tracing	score 4.01
	rank 15
Timeliness	score 4.41
	rank 5

Fuente: Banco Mundial – Logistics Performance Index.

5.3.6 Logística de Exportación

Los términos de la negociación utilizados por Colombian Beef dependen de la negociación con el comprador. Para el presente trabajo investigativo los términos propuestos serán los siguientes:

- Incoterm FOB.
- Forma de pago 50% en adelanto y el 50% restante cuando la mercancía llegue al destino.
- Mercancía puesta en el Puerto de Cartagena, Bolívar en Colombia.
- Mercancía llega al puerto e Montreal, Quebec en Canadá.

Costos Logísticos:

Los Costos logísticos del negocio se tienen en cuenta la negociación a Incoterm FOB. La mercancía sale por vía terrestre del Frigorífico Frigosinú de la ciudad de Montería al puerto de Cartagena, donde se embarca para su envío al puerto de Montreal en Quebec.

Tabla 26 : Costos Logísticos de la Mercancía.

COSTO LOGÍSTICO	USD	COP
PRECIO CARNE (Matadero, Deshuese y Desposte)	4,925 KG	8.963,5 KG
Contenedor Refrigerado Maersk (25 Toneladas)	123.125	224.087.500
Transporte Terrestre Seguro Terrestre incluido. Frigosinú - Puerto de Cartagena.	1.923	3.500.000
Costos derecho de Exportación y de Embarque. Margen de Utilidad Incluido	10.989	20.000.000
Precio Mercancía FOB	136.037 25 Ton	247.587.500 25 Ton
Precio Tonelada FOB	5.441 Ton	9.903.500,00 Ton
Precio Kilogramo FOB	5,44 KG	9.903,50 KG

Fuente: Los Autores.



5.4 PROCESO DE EXPORTACIÓN

Como trabajo investigativo y de soporte en el proceso exportador de la agencia Colombian Beef, a continuación se hace el análisis del proceso exportador en Colombia tomando como referencia el Manual de Expiraciones: la exportación en Colombia, realizado por Andrés Mauricio Castro Figueroa, tutor en el presente trabajo y colaborador en la investigación.

5.4.1 Organismos De Control A Las Exportaciones

Es importante tener en cuenta que en Colombia las importaciones y exportaciones se deben regir bajo los organismos de control para cumplir lo reglamentado con la ley colombiana. Los organismos de control son:

“Banco de la república: Su control es meramente cambiario y vigila que no se presente en estas operaciones de comercio exterior ningún tipo de lavado de dinero ni de activos.

Ministerio de comercio industria y turismo: Su control es de tipo comercial y verifica que las mercancías exportadas cumpla con las regulaciones y restricciones de acceso a los mercados internacionales, así como el tema de normatividad y pruebas del origen de las mercancías.

Departamento de impuestos y aduanas nacionales - DIAN: Su control es de tipo operativo, realiza un seguimiento estadístico y documental con respecto a lo que se envía a/y se recibe de los mercados externos. Así mismo se encarga del proceso de aforo (inspección) de la mercancía.”⁷¹

⁷¹ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 118

5.4.1.1 Gestión Aduanera

Aunque la agencia exportadora de Ganado Colombian Beef se dedica a exportar carne colombiana es importante recordar algunos temas relevantes como la gestión aduanera pues siguiendo con las recomendaciones del manual de exportaciones publicado por la Universidad del Rosario sí la empresa no exporta más de dos millones de dólares como promedio anual no puede tener autonomía en su exportaciones y debe contratar una sociedad de intermediación Aduanera (SIA por sus siglas).

“Una Sociedad de Intermediación Aduanera es la persona jurídica que básicamente tiene como objeto social la función de la intermediación aduanera, razón por la cual debe tener una autorización para ello por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. También son reconocidos como Sociedades de Intermediación Aduanera, los Almacenes Generales de Depósito sometidos a control y vigilancia por parte de la Superintendencia Bancaria, cuando sea el caso que ejerza la actividad de intermediación aduanera, siempre que tenga la aprobación por parte de la DIAN para ello.

Los pasos para este proceso y aspectos a tener en cuenta, son:

- Sólo es permitido no utilizar una SIA si se es un Usuario Altamente Exportador (UALTEX), caracterizado por que sus exportaciones superan los USD \$2'000.000 como promedio anual y las ventas al exterior corresponden al 30% del total de ventas de la empresa.
- Si es un Usuario Aduanero Permanente (UAP), caracterizado por que sus importaciones o exportaciones superan los USD \$6'000.000 como promedio anual o al menos hayan tramitado por lo menos 2000 declaraciones de importación y/o exportación.
- No están obligados a utilizar la SIA las personas cuyos montos de exportación no superan los USD \$1000 valor FOB.

- La SIA, debe presentar los documentos respectivos exigidos para la salida de la mercancía, en conjunto con el mandato que otorga el exportador a la SIA para realizar la operación de exportación. Este mandato es una carta escrita por el exportador o importador, según sea el caso, en la cual autorice a la SIA para proceder con el trámite aduanero y el embarque de la mercancía.

- Se debe solicitar la Autorización de Embarque ante la DIAN por parte de la SIA, bajo la cual esta entidad revisa que esté el mandato y la operación que dio lugar al proceso de exportación, en cuyo caso corresponde a la factura comercial, adicionalmente la lista de empaque, los vistos buenos, si se requieren; y permisos o trámites necesarios para la salida de la mercancía como certificado de origen y permisos fitosanitarios o zoosanitarios.

- Después de verificar las condiciones exigidas por la DIAN, se emite la Autorización de Embarque con un número y un código asignado por la DIAN a través del Sistema Informático Aduanero como lo es el Siglo XXI y/o SYGA.

- Una vez aprobados todos los requisitos exigidos por la Aduana, la mercancía es trasladada a la Zona Primaria Aduanera (instalaciones que destina el transportador para el cargue de mercancías de exportación en los medios de transporte o recintos que disponga la Aduana para tal fin en el Aeropuerto o Puerto, o también depósitos que la DIAN tenga establecidas para esta actividad).

- En esta zona se realiza el proceso de aforo, que consiste en la verificación de que lo que hay en físico corresponde con lo documental, es decir, realizar el proceso de inspección.

- El día hábil siguiente de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria Aduanera, se avisa de la recepción de las mercancías en estas zonas. Así mismo, la inspección de la mercancía no puede durar más de 24 horas.

- Terminada esta operación se procede con el embarque. Se hace un embarque único con el documento que acredite la operación de comercio exterior, previa autorización de la Autoridad Aduanera.

- Durante las 24 horas siguientes, se emite la certificación del embarque con el Manifiesto de Carga, en este documento se relaciona bultos de carga y carga a granel a bordo del medio de transporte y que van a ser cargados o descargados en un puerto o aeropuerto, según los embarques autorizados por la Autoridad Aduanera.

- El transportador, quién recibe la mercancía para su destino final, dispone de 48 horas para entregar el Manifiesto de carga, y en cuyo documento se asigna nuevamente un número y la fecha por medio del Sistema Informático Aduanero y reemplazará finalmente a la Autorización de Embarque.

- Finalmente se emite la Declaración de Exportación, que corresponde a la Autorización de Embarque y al número asignado por el Sistema Informático Aduanero. Este finalmente debe ser entregado por la SIA a la Aduana con copias dentro de los quince (15) días siguientes a la recepción del Manifiesto de Carga. Este documento final constituye la prueba de exportación de la mercancía y con la cuál puedo negociar la entrega del dinero producto de la exportación si es el caso con una carta de crédito.⁷²

5.4.1.2 Documentos De Exportación

5.4.1.2.1 Factura Proforma

“La factura proforma es un documento de tipo informativo, sin validez legal que indica los términos de negociación y el procedimiento de exportación establecido con el comprador. La factura proforma es un documento que expide el exportador, identifica plenamente al

⁷² Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 103 -105

comprador con sus datos de ubicación y le informa el número de días que la oferta tiene validez, la clase y las cantidades de productos que serán embarcados, precio unitario y valor total, costos de embarque y embalaje (si son aplicables) y otras especificaciones importantes como peso y tamaño, número de cajas, medio de transporte, fecha y firma del exportador.”⁷³

Tabla 27: Factura proforma

PROFORMA INVOICE (FACTURA PROFORMA)

No.

SHIPPER
(Exportador)

DATE (fecha)

ORDER No. (Número de Pedido)

SHIP (Embarcar en)

SOLD TO
(Importador)

INCOTERM	TERMS OF PAYMENT	DATE SHIPPED	SHIPPED	SALESMAN	
ORDERED	DESCRIPTION		PRICE	PER	AMOUNT

Gross Weight Number of Packages

The above offering is based on current prices and is valid for DAYS from date of invoice.
I hereby certify this invoice is true and correct for the goods described, herein.

Authorized Signature / Title

Fuente: Castro Figueroa, Andrés Mauricio, Manual de exportaciones: la exportación en Colombia

⁷³ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 170

Puntos en la Factura Proforma:

- **“SHIPPER (exportador):** Debe contener de manera general, los datos de exportador para información del comprador.
- **ORDER (orden o pedido No):** Dentro del consecutivo en la empresa se lleva el número de órdenes o pedidos requeridos por los clientes.
- **SHIP (embarcar en):** Empresa a la cual se va enviar la mercancía, previo contacto con la sociedad de intermediación aduanera.
- **SOLD TO (vendido a):** Determinarse los datos del solicitante de la cotización para obtener la información del cliente dentro de las órdenes de pedido emitidas por el exportador y poder llevar el seguimiento sobre el cliente.
- **FOB (término Incoterm negociado):** En el comercio internacional, las formas más usadas para establecer las condiciones de entrega y transferencia de riesgos y gastos de una mercancía entre comprador y vendedor son los términos comerciales internacionales definidos por la Cámara de Comercio Internacional, más conocidos como INCOTERMS. En el caso de este ejemplo, el término se utiliza para transporte marítimo y se refiere a que el vendedor se obliga a dejar la mercancía dentro del medio de transporte convenido incluidos los gastos relacionados previamente al embarque en el buque del orden nacional, tanto de transportes como de aduana y puerto.
- **TERMS (termino de pago):** hace referencia a las condiciones de pago de la mercancía por parte del comprador. En este caso puede ser por Carta de Crédito (L / C), Cobranza Documentaria, Giro Bancario, Transferencia o Cuenta Corriente de Compensación. En el caso del ejemplo es una Carta de Crédito irrevocable y a la vista para hacerse efectiva en un plazo de 90 días.”⁷⁴

⁷⁴ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 172

5.4.1.2.2 Factura Comercial

“La factura comercial un documento soporte de la orden de compra o pedido (factura proforma) y se considera como una cuenta de cobro y por tanto tiene como documento validez legal en cualquier transacción. Este documento es el que se toma como referencia para determinar el valor en Aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.

Tabla 28: Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL (INVOICE)

EXPORTER:	INVOICE No.
	DATE:
INVOICED TO:	SENT OFF TO:

ORDER No.

QUANTITY	DESCRIPTION	PRICE PER UNIT	TOTAL
	TOTAL VALUE ON FACTORY (EXW)		
	TOTAL VALUE ON PORT (FOB)		
	TOTAL VALUE WITH INSURANCE AND FREIGHT (CIF)		

SENT BY:	DATE:
----------	-------

Fuente: Castro Figueroa, Andrés Mauricio, Manual de exportaciones: la exportación en Colombia

La factura comercial sirve para cumplir con los siguientes aspectos:

- Inspección de la expedición por las aduanas en el punto de exportación.
- Inspección por las aduanas en el lugar de importación
- Inspección por el comprador al recibir las mercancías

- Pago de las mercancías por el comprador
- Documento de prueba para verificar por el banco en la carta de crédito.

En términos generales y según lo reglamentado por ley, la factura debe elaborarse y prepararse de acuerdo a lo estipulado en la Circular 40 del 27 de febrero de 1997 de la DIAN, o demás normas que lo modifiquen.⁷⁵

5.4.1.2.3 Lista De Empaque (Packing List)

“La lista de empaque es una lista detallada del envío que se hace al exterior, en el cual se incluye cantidades, ítems, número de modelo si es el caso, dimensiones y peso bruto y neto. Una lista de empaque debe especificar por caja o bulto el tipo y número de unidades que contiene adentro. El transportador toma la lista de empaque y verifica la información correspondiente al envío para proceder con el embarque. Es importante aclarar que no hay un formato único para las listas de empaque. Aunque en algunos países no es un documento requerido por la aduana, la lista de empaque es usada algunas veces por el intermediario aduanero o el bróker de aduana para obtener información adicional sobre el envío. La lista de empaque permite a la aduana extranjera realizar una revisión completa del envío y además provee a la misma la identificación de los paquetes que requieren ser inspeccionados.

Es un documento que generalmente acompaña a la factura comercial para poder realizar su proceso de nacionalización en el país de destino. Cuando la mercancía es embalada de manera normalizada, es posible dar la información sobre el embalaje, las marcas y el número de bultos o paquetes, en la factura comercial. Es importante recalcar que este documento proporciona información sobre los embalajes utilizados como cartones, cajones, cajas, fardos, bultos, tambores, numeración o marcas de los mismos, especificando los pesos y dimensiones así como las condiciones especiales que deben tomarse en cuenta en el manejo y transporte de las mismas.

⁷⁵ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 172-174

Este documento también facilita el proceso de inspección por parte de la autoridad aduanera, debido a que el aforo se realiza con mayor rapidez, así como el proceso de selección de la mercancía al azar que va a ser inspeccionada en el momento del ingreso a la Zona Primaria Aduanera o la Zona Secundaria Aduanera.”⁷⁶

5.4.1.2.4 Certificado De Origen

“El certificado de origen es un documento cuyas características básicas son las siguientes:

- Sirve para determinar la procedencia de la mercancía.
- Sirve para acceder a preferencias arancelarias si existe algún acuerdo firmado con el país al cual se le está exportando.
- En algunos países es un requisito para la nacionalización de la mercancía.

Para obtener el certificado de origen es menester que el exportador primero se registre bajo el esquema exigido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo conocido como el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios (Forma 001). Este documento permite mantener la información actualizada de los exportadores así como tendencias de mercado y principales productos exportados.

La Acreditación Documental del Origen y Producción Nacional de una mercancía se realiza a través del diligenciamiento del Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen"- (Forma 02 – 02 A) y del Certificado de Origen dependiendo del esquema preferencial o acuerdo comercial de que se trate.

Los formularios requeridos para este trámite dependiendo el tipo de mercancía son:

⁷⁶ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 174-176

- **FORMULARIO 02.** Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Determinación de Origen.
- **FORMULARIO 02.** Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Determinación de Origen. Productos agropecuarios y mineros (Trámite que requiere tener en cuenta otro tipo de instrucción).
- **FORMULARIO 02-A.** Exclusivo para artesanías. Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Determinación de Origen.

El registro de Productor nacional, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen es un documento que permite al Ministerio de Comercio; Industria y Turismo, determinar el origen de las mercancías objeto de exportación y registrar la producción nacional. Igualmente, sirve para identificar los productos con capacidad competitiva o con especial sensibilidad en los mercados internacionales; además, es objeto de consulta para las modificaciones arancelarias y regímenes de importaciones y exportaciones.

Por cada embarque se deben solicitar certificados de origen con su respectiva factura comercial. Para el trámite del certificado se siguen los formularios - FORMA 02 y 02-A, suministrado por el Grupo de Origen y Producción Nacional y por las Direcciones Territoriales o Puntos de Atención, junto con las instrucciones para su diligenciamiento sin ningún costo para el usuario. Los formularios diligenciados, en original y copia, se radican en la ventanilla de recepción de correspondencia del Ministerio o en la respectiva Dirección Territorial o Punto de Atención, donde se encuentra ubicada la planta de producción.

En el caso de que el exportador sea un comercializador, deberá adjuntar comunicación del productor que certifique la vinculación comercial entre ambos y lo autorice a utilizar las normas de origen del producto específico.

Una vez radicado el mencionado formulario por el productor y/o exportador el Ministerio, verifica la información y determina el criterio de origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son

consignados en la planilla de Relación de Inscripción y Determinación de Origen; al mismo tiempo se registra como productor nacional. Si el caso lo amerita, el Ministerio efectúa una visita industrial a las instalaciones de la empresa, con el fin de tener mayores elementos de juicio para proceder a calificar producción nacional y determinar origen.”⁷⁷

5.4.1.2.5 Vistos Buenos

“Los vistos buenos son permisos que otorgan entidades del Estado para que la mercancía pueda salir del país y sea aprobada su entrada en el país de destino. Son los requisitos especiales que en general requiere un producto para ser exportado.

Los requisitos exigidos por el gobierno en el caso estudio son emitidos por las entidades:

- ***Instituto Colombiano Agropecuario (ICA):*** en todo lo referente a sanidad animal y vegetal teniendo en cuenta las normas fito y zoonosanitarias exigidas por el país importador. Dependiendo del tipo de actividad del productor o exportador será el tiempo de expedición del permiso respectivo.
- ***Federación Nacional de Ganaderos:*** Para el caso de exportación de ganado, leche y sus derivados. La Ley 89 de 1993 creó la cuota de fomento ganadero y lechero como contribución de carácter parafiscal. Esta es equivalente al 0,5% sobre el precio del litro de leche vendido por el productor y al 50% de un salario mínimo legal vigente por cabeza de ganado al momento del sacrificio.
En caso que el recaudo que deba originarse en el sacrificio de ganado ofrezca dificultades, se autoriza al Ministerio de Agricultura, previa concertación con la Junta Directiva del Fondo Nacional del Ganado, para que reglamente el mecanismo o procedimiento viable, con el fin de evitar la evasión de la cuota en aquellos lugares donde no existan facilidades para su control y vigilancia.

⁷⁷ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 179 - 180

Así mismo, bajo esta ley se creó al Fondo Nacional del Ganado, para el manejo de los recursos provenientes del recaudo de la cuota de fomento ganadero y lechero, el cual se ciñe a los lineamientos de políticas del Ministerio de Agricultura para el desarrollo del sector pecuario. El producto de las cuotas de fomento se lleva a una cuenta especial bajo el nombre de Fondo Nacional del Ganado, con destino exclusivo al cumplimiento de los objetivos previstos en la Ley 83.

Según la misma Ley, el recaudo de la cuota de fomento será efectuado por la siguiente entidad o empresa:

- La cuota correspondiente por cabeza de ganado al momento del sacrificio será recaudada por los mataderos públicos o privados, y donde éstos no existen por las tesorerías municipales en el momento de expedir la guía o permiso para el sacrificio.⁷⁷⁸

5.4.1.2.6 Incoterms

La Cámara de comercio Internacional (CCI o ICC por sus siglas en inglés) ha facilitado la venta de bienes a través de un lenguaje común de carácter universal, conocidos como INCOTERMS o International Comercial Terms.

Los INCOTERMS son un conjunto de reglas internacionales que simplifican las operaciones comerciales y definir las responsabilidades, disminuir las diferencias y facilitar las transacciones comerciales nacional o internacionalmente entre diferentes países.

Los Incoterms fueron definidos en 1936 y desde entonces se han modificado varias veces para acomodarlas a la realidad comercial. La última actualización se realizó en el 2010 y está en vigencia desde enero del 2011.

⁷⁸ Castro Figueroa, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008. Capítulo 3, Pág. 180 – 186.

“Los Incoterms determinan las responsabilidades del exportador o comprador en cuanto a:

- El alcance del precio.
- Momento de transferencia de riesgos y gastos de vendedor a comprador.
- Lugar de entrega de la mercancía.
- Responsable de contratar y pagar el transporte
- Quién contrata y paga el seguro.
- Documentos que tramita cada parte y quien cubre su costo.
- Responsable de los procedimientos y derechos aduaneros.”⁷⁹



⁷⁹ Documento: Los INCOTERMS y su uso en el comercio internacional. Cámara de comercio de Bogotá y ASOCENTRO. Julio de 2008. Página 7. Consultado on-line:
http://camara.ccb.org.co/documentos/3053_los_incoterms_y_su_uso_en_el_comercio_internacional2.pdf

CONCLUSIONES

A través de este proyecto investigativo y propositivo se creó un plan de negocios para la internacionalización del sector cárnico del departamento de Córdoba, tomando como base la información proporcionada por el frigorífico FRIGOSINÚ del departamento. Todo esto con el objetivo de expandir el comercio internacional de la agencia Colombian Beef.

Debido al éxito en las relaciones con Egipto, la agencia ha decidido ampliar su mercado a otros socios comerciales garantiza la sostenibilidad de la empresa y la formación de negocios más eficientes. Actualmente, la agencia trabaja con el frigorífico FRIGOSINU y envía cuatro contenedores por semana (cada uno de 27 Toneladas aproximadamente. Es decir, 150 reses por contenedor lo que hace un total de 600 reses exportadas cada semana) con 108 Toneladas de carne. Gracias a este estudio se estimó que el mercado idóneo para extender las ventas es Canadá, de tal forma que las exportaciones actuales se dupliquen.

Canadá fue escogido como el país objetivo a través de un proceso de recopilación y análisis de información del sector a nivel mundial, conocido como *Inteligencia de Mercados*, en el que se estudió 10 países (Canadá, China, Corea del Sur, El Salvador, Emiratos Árabes, Israel, Japón, México, Rusia y Suiza), además de Canadá se tuvo en cuenta un mercado alternativo y contingente (Rusia y Corea del Sur) teniendo en cuenta los resultados de las *matrices de selección de mercados potenciales* aplicadas en la inteligencia de mercados..

La principal característica que llevó a Canadá a posicionarse como el de mayor potencial para exportar el producto fue la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio firmado entre Colombia y Canadá. Mediante éste la agencia tiene una alta oportunidad de iniciar negocios sostenibles. Para esto se recomienda contactar a la organización sin ánimo de lucro Trade Facilitation Office Canada (TFO) de tal forma que se cumpla cabalmente con la lista de requisitos, normas, medidas sanitarias, certificados y licencias que se deben expedir para la exportación. Adicionalmente, es importante identificar posibles compradores por lo que se sugiere la participación en ferias internacionales.

El mercado canadiense ofrece grandes oportunidades para los exportadores internacionales. Las altas tasas de importaciones hacen de Canadá un mercado con alta demanda de consumo de bienes y servicios, a pesar de ser un país con grandes recursos minerales y agrícolas, existen “oportunidades en sectores de bienes de consumo terminados, entre las que Proexport ha identificado los sectores de aceites y grasas, alimentos de mar, alimentos conservados, alimentos procesados, azúcar, bebidas no alcohólicas, cacao, cigarrillos, confitería, flores, frutas frescas, proteínas concentradas, productos de panadería y vegetales frescos”⁸⁰.

De igual manera, con el presente estudio identificamos la oportunidad del sector cárnico (Bovino) como producto para exportar al mercado canadiense, tanto por las tendencias del consumidor, como por la demanda internacional que existe por parte del país para satisfacer el consumo doméstico. Con el TLC (firmado y en vigencia entre Colombia y Canadá) las ventajas que éste acuerdo plantea en temas agroindustriales son positiva, con una alta oportunidad en la exportación de Carne bovina Colombiana a Canadá.

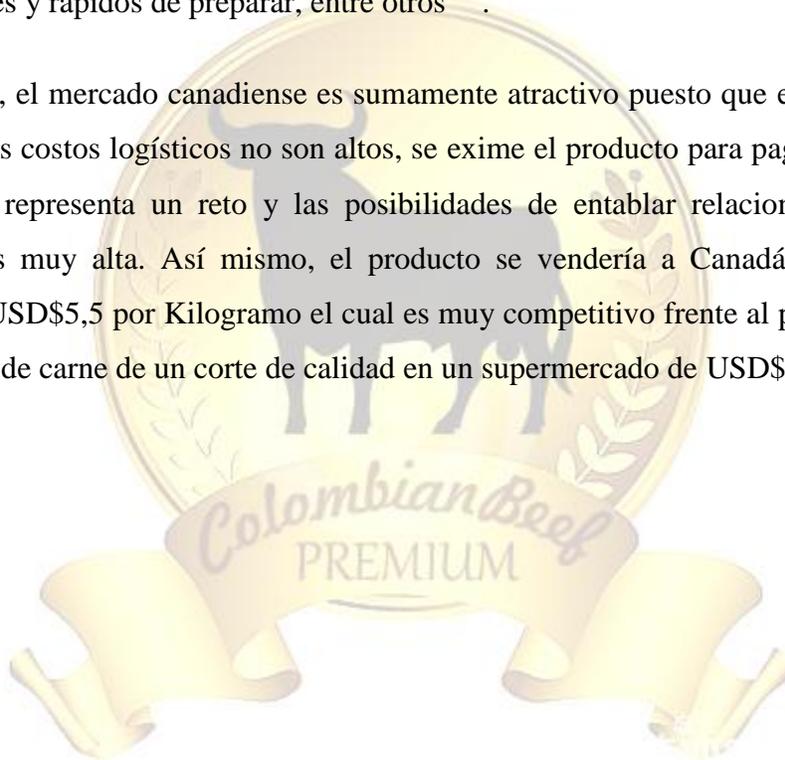
Así mismo, es un mercado desarrollado con un nivel de competencia alto. Esto hace que los productos ofrecidos cumplan con elevados estándares de producción e innovación. Es un mercado con un gran valor agregado en cuanto a diseño, calidad, precio, servicio postventa, amigables al medio ambiente, entre otras características.

En todas las oportunidades que el acuerdo facilita se “deben tener en cuenta factores como la edad de la población. En relación a este tema, Canadá cuenta con un alto envejecimiento de la población, su edad promedio es de 41 años, y existe un porcentaje importante en edad de jubilación. Este grupo representa un mercado atractivo debido a sus altos ingresos disponibles, lo que genera una gran demanda de productos para el hogar, la decoración, la limpieza, el cuidado personal, juguetes, etc. También es una población interesada en la recreación y la salud. Independientemente del rango de edad y el tipo de hogar, existe una

⁸⁰ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

importante demanda por vivienda y por todo tipo de bienes durables (automóviles, muebles, electrodomésticos, productos electrónicos, decoración y suministros). Además, el establecimiento reciente de las oficinas en el hogar, ha generado una mayor demanda por mobiliario y accesorios de oficina. Es importante mencionar que el creciente interés por el medio ambiente, la salud y el ahorro del tiempo es una constante en la demanda canadiense. Así, tanto los bienes respetuosos del medio ambiente como los productos que agilizan algunas tareas son vistos favorablemente. Por ejemplo productos de limpieza que sean amigables con el medio ambiente y agilicen las labores domésticas, o alimentos saludables que sean fáciles y rápidos de preparar, entre otros⁸¹.

En conclusión, el mercado canadiense es sumamente atractivo puesto que en el proceso de exportación los costos logísticos no son altos, se exime el producto para pago de aranceles, el idioma no representa un reto y las posibilidades de entablar relaciones comerciales perdurables es muy alta. Así mismo, el producto se vendería a Canadá con un precio promedio de USD\$5,5 por Kilogramo el cual es muy competitivo frente al precio promedio del kilogramo de carne de un corte de calidad en un supermercado de USD\$13.



⁸¹ Documento: TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011. Consultado on-line en: <http://www.proexport.com>

ANEXOS

- **DATOS ESTADÍSTICOS**

Tabla 1. Precios Internacionales de la carne

Cuadro A27. Determinados precios internacionales de la carne							
Periodo	Precios de la carne de cerdo (USD por tonelada)			Precios de la carne vacuna (USD por tonelada)			
	Estados Unidos	Brasil	Japón	Estado Unidos	Argentina	Japon	Australia
Anual (enero/diciembre)							
2005	2 161	2 094	5 093	3 919	1 673	5 764	2 617
2006	1 986	2 134	4 540	3 803	2 270	5 685	2 547
2007	2 117	2 200	4 500	4 023	2 385	5 925	2 603
2008	2 270	3 000	5 117	4 325	3 615	6 275	3 138
2009	2 202	2 223	5 617	3 897	2 526	5 409	2 636
2010	2 454	2 747	5 993	4 378	4 008	6 060	3 351
Mensual							
2010 - Marzo	2 286	2 660	5 786	4 337	3 264	5 963	3 349
2010 - Abril	2 533	2 860	5 619	4 426	4 490	5 961	3 596
2010 - Mayo	2 557	2 823	5 705	4 428	4 562	6 172	3 478
2010 - Junio	2 624	2 778	5 780	4 577	4 437	6 000	3 197
2010 - Julio	2 574	2 699	6 010	4 514	3 391	6 147	3 210
2010 - Agosto	2 576	2 680	6 152	4 653	3 771	5 988	3 365
2010 - Septiembre	2 460	2 708	6 220	4 424	4 022	5 960	3 351
2010 - Octubre	2 528	2 761	6 423	4 372	4 163	6 252	3 412
2010 - Noviembre	2 455	2 952	6 358	4 272	5 007	6 200	3 439
2010 - Diciembre	2 397	2 926	6 291	4 468	4 829	6 387	3 744
2011 - Enero	2 404	3 002	6 337	4 334	4 952	6 422	4 100
2011 - Febrero	2 493	2 820	6 346	4 528	5 000	6 758	4 050
2011 - Marzo	2 561	2 927	6 417	4 594	n.a.	6 772	4 140

Fuente: FAO Perspectiva Alimentaria Junio 2011

Tabla 2. Precios Internacionales de la carne e índices de precios de la FAO para la carne

Cuadro A28. Determinados precios internacionales de la carne e índices de precios de la FAO para la carne

Periodo	Precios de la carne de ave (USD por tonelada)			Índice de la FAO ¹ (2002-2004=100)			
	Estados Unidos	Japon	Brasil	Total de carnes	Carne vacuna	Carne de cerdo	Carne de ave
Anual (enero/diciembre)							
2005	847	2 062	1 228	120	118	122	132
2006	734	1 852	1 180	119	1119	123	122
2007	935	1 964	1 443	125	125	125	151
2008	997	3 064	1 896	153	157	152	184
2009	989	2 541	1 552	133	134	131	162
2010	1 032	2 653	1 781	152	163	138	177
Mensual							
2010 - Marzo	1 034	2 392	1 716	145	156	131	175
2010 - Abril	1 043	2 430	1 740	151	164	138	177
2010 - Mayo	1 055	2 662	1 747	152	164	137	178
2010 - Junio	1 011	2 675	1 706	152	161	141	173
2010 - Julio	1 038	2 742	1 789	151	162	140	180
2010 - Agosto	996	2 836	1 769	156	167	141	176
2010 - Septiembre	993	2 867	1 750	153	165	137	175
2010 - Octubre	1 017	2 948	1 813	158	170	141	180
2010 - Noviembre	1 069	2 809	1 940	161	172	142	192
2010 - Diciembre	1 031	2 941	1 966	166	181	141	191
2011 - Enero	1 067	3 060	1 992	167	185	134	195
2011 - Febrero	1 066	3 100	1 983	171	188	141	194
2011 - Marzo	1 102	3 319	2 023	175	190	148	199

Fuente: FAO Perspectiva Alimentaria Junio 2011



Tabla 3: Estadísticas de la carne de Bovino.

	Producción		Importaciones		Exportaciones		Utilización	
	2010 estím.	2011 pronóst.	2010 estím.	2011 pronóst.	2010 estím.	2011 pronóst.	2010 estím.	2011 pronóst.
ASIA	15 279	15 316	3 086	3 251	930	1 024	17 422	17 510
China	5 617	5 517	437	489	104	120	5 949	5 886
Corea, República de	247	298	320	350	2	1	563	610
Filipinas	287	290	120	130	2	2	405	418
India	2 602	2 722	1	1	716	795	1 887	1 928
Indonesia	454	465	120	100	1	1	574	564
Irán, República Islámica de	380	385	265	300	-	-	645	685
Japón	514	488	714	728	6	7	1 212	1 209
Malasia	28	29	155	165	6	7	177	187
Pakistán	1 470	1 435	4	3	25	20	1 449	1 418
ÁFRICA	5 036	5 040	573	523	104	87	5 506	5 476
Argelia	87	87	60	60	-	-	147	147
Angola	129	130	85	90	-	-	214	220
Egipto	330	330	277	210	5	5	602	535
Sudáfrica	780	760	15	20	7	4	788	776
AMÉRICA CENTRAL	2 472	2 514	406	396	241	263	2 638	2 647
México	1 751	1 775	300	290	100	117	1 951	1 948
AMÉRICA DEL SUR	15 245	15 442	343	379	2 455	2 514	13 133	13 307
Argentina	2 667	2 560	3	3	270	245	2 400	2 318
Brasil	9 389	9 642	40	45	1 472	1 511	7 957	8 176
Chile	215	220	177	186	7	7	385	399
Colombia	940	950	2	2	110	129	832	823
Uruguay	580	585	1	1	321	324	260	262
Venezuela	418	420	108	130	-	-	526	550
AMÉRICA DEL NORTE	13 320	13 287	1 221	1 169	1 567	1 657	13 033	12 796
Canadá	1 272	1 275	235	232	488	495	1 019	1 010
Estados Unidos de América	12 048	12 012	982	933	1 079	1 162	12 010	11 782
EUROPA	10 739	10 625	1 401	1 440	499	449	11 641	11 616
Rusia, Federación de	1 710	1 670	832	854	5	5	2 537	2 519
Ucrania	450	447	12	12	21	23	441	436
Unión Europea	7 895	7 816	436	450	335	295	7 996	7 971
OCEANÍA	2 796	2 792	52	55	1 742	1 688	1 106	1 159
Australia	2 120	2 173	10	10	1 255	1 249	875	934
Nueva Zelandia	656	600	11	11	485	437	182	174
MUNDO	64 887	65 016	7 083	7 214	7 536	7 682	64 480	64 510
Países en desarrollo	35 238	35 556	3 525	3 644	3 716	3 876	35 045	35 290
Países desarrollados	29 649	29 460	3 558	3 570	3 820	3 806	29 435	29 220
PBIDA	16 602	16 647	877	834	1 076	1 160	16 403	16 320
PMA	3 060	3 101	106	108	2	2	3 164	3 206

Fuente: FAO Perspectiva Alimentaria Junio 2011

Tabla 4: Exportaciones animales en pie y productos cárnicos

ANO	ANIMALES VIVOS		CARNE DESHUESADA		CARNE EN CANAL		DESPOJOS CÁRNICOS	
	KILOS NETOS	FOB US\$	KILOS NETOS	FOB US\$	KILOS NETOS	FOB US\$	KILOS NETOS	FOB US\$
2008	3.871.140	10.902.559	25.753.538	193.838.703	120.276.877	549.955.554	494.463	1.129.842
2009	2.720.170	7.718.243	27.688.650	239.453.135	72.216.015	359.252.459	576.363	845.967
I semestre 2010	6.869.960	11.666.000	700.435	2.562.640	7.488	27.402	165.077	512.924

Fuente: DANE, recuperado de la página:

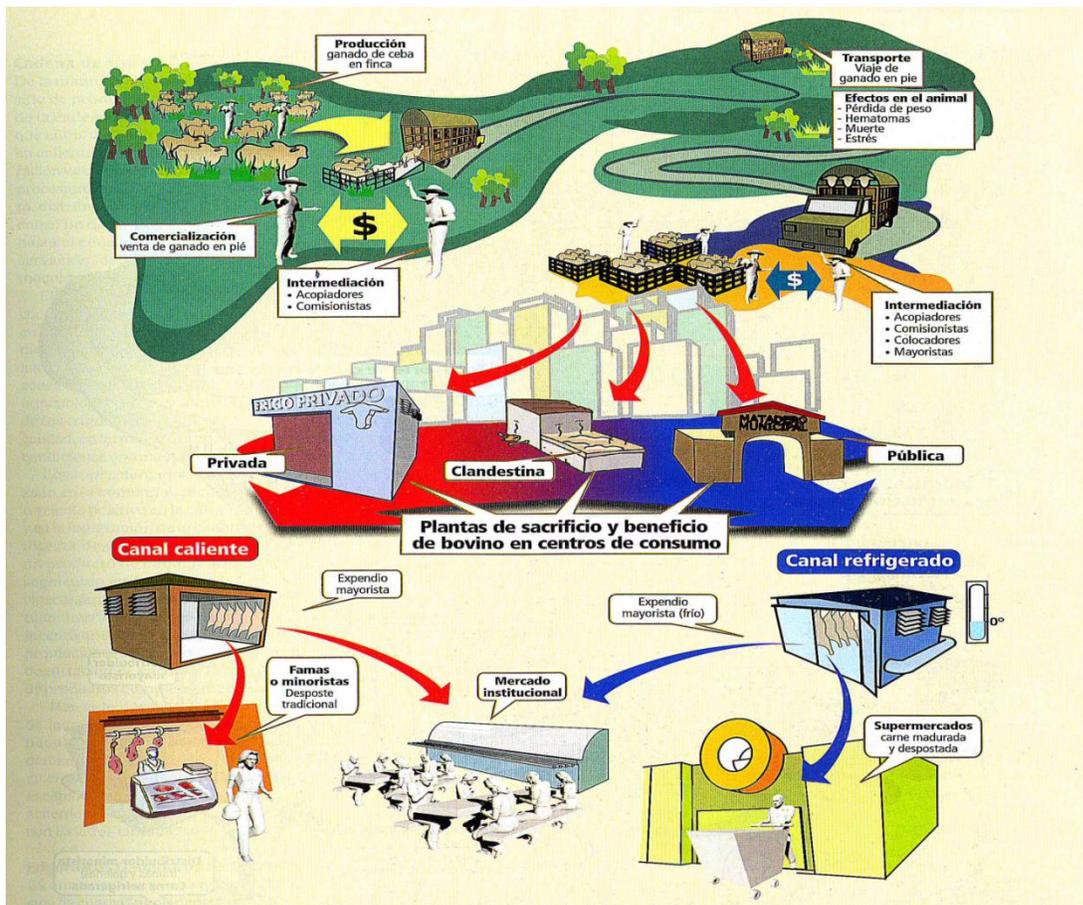
[http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/COMERCIO%20EXTERIOR/EXPORTACIONES%20DE%20CARNE%20\(%202023%20AGO_10\).PDF](http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/COMERCIO%20EXTERIOR/EXPORTACIONES%20DE%20CARNE%20(%202023%20AGO_10).PDF)

**Tabla 5: Sacrificio mensual de ganado vacuno por cabezas, peso en pie y peso en canal
Primer semestre 2010 - 2011**

PERIODO	2010			2011			VARIACIÓN CABEZAS 2010-2011
	CABEZAS	PESO EN PIE (TON)	PESO EN CANAL (TON)	CABEZAS	PESO EN PIE (TON)	PESO EN CANAL (TON)	
Total nacional	1.756.965	710.774	370.326	1.853.015	750.102	388.817	5,5
Enero	295.839	119.417	62.086	304.562	123.175	64.041	2,9
Febrero	279.324	113.188	58.738	293.736	118.445	61.467	5,2
Marzo	297.428	119.438	62.126	315.785	127.711	65.953	6,2
Abril	288.924	116.693	60.871	295.045	119.124	61.700	2,1
Mayo	297.811	121.272	63.123	321.644	130.076	67.538	8
Junio	297.639	120.766	63.383	322.242	131.571	68.118	8,3

Fuente: DANE recuperado de la página http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/sacrificio/bol_sacrif_1ltrim11.pdf

Ilustración 1: estructura de la industria cárnica Bovina



Fuente: Fedegan, recuperado de la pagina <http://www.slideshare.net/PROYECTOSNAVARRA/colombia-situacin-actual-y-futura-sector-carne-bovina-fedegan>

Matriz de Selección de Mercado – Filtro 10 países.
TABLA 6: Matriz De Selección De Mercado Potencial – 10 Países.

VARIABLES	MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS - 10 PAÍSES														
	RUSIA	JAPON	MEXICO	EL SALVADOR	CANADA	Corea del Sur	China	Emiratos Arabes	Suiza	Israel					
	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %					
Población 2010	5%	9	46%	128,475,664	8	40%	113,724,226	7	35%	6,071,774	2	10%	34,030,589	5	25%
Crecimiento del PIB	3%	4%	18%	3,90%	5	15%	5,50%	8	24%	0,70%	1	3%	3,10%	3	9%
PIB per cápita (US Dollars)	5%	15,900	4	20%	34,000	7	35%	13,900	3	7,200	1	5%	38,400	8	40%
Inflación 2010	5%	6,90%	1	5%	-0,70%	10	50%	4,20%	2	1,20%	7	30%	1,80%	6	30%
Tasa de Importación (US Dollars)	5%	\$2,48,7 Biliones	5	25%	\$639,1 Biliones	9	45%	\$301,5 Biliones	6	30%	1	5%	\$401,7 Biliones	7	35%
Crecimiento de las Importaciones	5%	30%	7	35%	27%	5	25%	29,63%	6	30%	1	5%	13,01%	3	15%
Cantidad Producida de Carne Bovina 2010 - Toneladas	15%	1,385,000	3	45%	500,000	5	75%	1,845,000	2	30%	9	135%	1,200,000	4	60%
Cantidad Demandada de Carne Bovina 2010 - Toneladas	15%	1,680,000	10	150%	725,000	9	135%	270,000	6	90%	1	15%	270,000	7	105%
Facilidad y costos de Transporte (Puesto en LPI)	5%	124	1	5%	20	8	40%	54	3	20%	11	15%	14	8	40%
Facilidad y costos de Transporte (Puesto en LPI)	5%	124	1	5%	20	8	40%	54	3	20%	11	15%	14	8	40%
Consumo Domestico de Carne - Toneladas	15%	2,441,000	9	135%	1,233,000	7	105%	1,880,000	8	120%	2	15%	1,020,000	6	90%
Consumo per capita de carne (Kg/año)	15%	19,00	6	90%	10	3	45%	16,00	5	7,5%	2	30%	30,00	10	150%
Totál	100%			580,00%			67,30%			50,00%			28,20%		66,50%
VARIABLES	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %	ponderación %
Población 2010	5%	6	30%	1,339,10,615	10	50%	5,100,000,000	4	20%	7,609,661	4	20%	7,418,619	3	15%
Crecimiento del PIB	3%	6,10%	10	30%	10,30%	3	15%	3,20%	4	12%	2	10%	4,60%	7	35%
PIB per cápita (US Dollars)	5%	30,000	6	30%	7,600	10	50%	49,600	10	50%	9	45%	28,800	5	25%
Inflación 2010	5%	3,00%	4	20%	3,20%	3	15%	0,80%	8	40%	9	45%	2,70%	5	25%
Tasa de Importación (US Dollars)	5%	\$422,4 Biliones	8	40%	\$1,327 Biliones	10	50%	\$161,4 Biliones	3	15%	4	20%	\$58,04 Biliones	2	10%
Crecimiento de las Importaciones	5%	31,84%	9	45%	38,10%	10	50%	31,82%	8	40%	2	10%	26,00%	4	20%
Cantidad Producida de Carne Bovina 2010 - Toneladas	15%	2,000,000	6	30%	5,000,000	10	50%	1,000,000	11	55%	7	35%	1,000,000	5	25%
Cantidad Demandada de Carne Bovina 2010 - Toneladas	15%	420,000	8	40%	125,000	5	25%	100,000	3	15%	2	10%	120,000	4	20%
Facilidad y costos de Transporte (Puesto en LPI)	7%	23	7	49%	27	5	35%	24	6	42%	6	40%	31	4	28%
Doing Business (Ranking)	5%	15	9	45%	87	3	15%	35	5	25%	2	10%	32	6	30%
Consumo Domestico de Carne - Toneladas	15%	700,000	5	25%	5,900,000	10	50%	110,000	2	10%	3	15%	174,000	4	20%
Consumo per capita de carne (Kg/año)	15%	14,35	4	20%	4,11	1	5%	2,12	7	35%	8	40%	23,28	9	45%
Totál	100%			88,10%			51,00%			65,50%			35,10%		64,50%

- **FOTOGRAFÍAS DE LA PLANTA
SACRIFICIO**



Fotografías obtenidas en: Cabrales Garrido, Lucía Inés (2005). *Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería.* Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

DESHUESE Y EMPACADO



Fotografías obtenidas por Frigosinú S.A.

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS

CASTRO FIGUEROA, Andrés Mauricio, manual de Exportaciones: La exportación en Colombia. Editorial Universidad del Rosario 2008.

Informe Perspectivas Alimentarias: Análisis de los mercados mundiales. Realizado por FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y SMIAR (Sistema Mundial de Información y Alerta sobre la agricultura y alimentación). Junio 2011.

ELICABE, Hernán. Tesis de Grado: “Análisis de las exportaciones de cortes de calidad de carne vacuna argentina. Julio 2002 – julio 2008”. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y sociales. Año 2009.

LAFURIE, José Félix. Presidente Ejecutivo FEDEGAN. Situación actual y perspectivas de la producción de carne de res. Presentación FEDEGAN MAYO 2011.

CABRALES GARRIDO, Lucía Inés (2005). Estudio de tiempos y movimientos para la estandarización de las líneas de carnes en canal, carnes empacadas al vacío y carnes congeladas en la empresa Frigosinú S.A. de la ciudad de Montería. Tesis de Pregrado – Universidad Pontificia Bolivariana y Frigosinú S.A. Consultado en Archivo Biblioteca UPB noviembre 2011.

AMADOR, I. PALACIOS, A. Sistema ICTA de clasificación de canales y cortes de carne bovina. Cartilla guía. Santa fe de Bogotá. 1995.

PRANDL, O. FISCHER, A. Tecnología e higiene de la carne. Ed Acribia S.A. España, 1994.

DOCUMENTOS

- Relaciones Comerciales Colombia – Canadá. PROEXPORT Colombia. Diciembre 2011. TLC Colombia & Canadá. PROEXPORT COLOMBIA, Ministerios de Comercio, Industria y turismo de Colombia y Colombia es Pasión. Diciembre 2011.

- Documento: Perfil Corto de Exportación a Rusia. PROEXPORT COLOMBIA, Octubre 2011.
- Documento: Los INCOTERMS y su uso en el comercio internacional. Cámara de comercio de Bogotá y ASOCENTRO. Julio de 2008. Página 7.
- Documento: GUÍA PARA EXPORTAR A CANADA. PROEXPORT Colombia. 2008.
- Guía Comercial de Canadá. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de Ecuador. 2010. Elaborado por: María Mercedes Jara.
- Presentación: Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación, Agroindustria en EUROPA. Publicado en Octubre de 2010. PROEXPORT.
- Decreto 1500 de 2007.
- Reseña Histórica de FRIGOSINÚ S.A. Dada Por FRIGOSINÚ S.A. Noviembre 2011.
- Información técnica. Investigación realizada por frigorífico Carrasco. Uruguay 1995.
- Carta del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural al Congreso de la república. 31 DE Agosto de 2011.
- PROEXPORT Razones para invertir en el sector cárnico colombiano
- World Economic Forum. Informe de competitividad 2011-2012

NOTICIAS Y BOLETINES

Red Cárnica, un frigorífico que nace con vocación exportador. CONSTANZA GÓMEZ. 26 de Julio de 2010.

Producción mundial de carne limitada en 2011. Publicada junio 13 del 2011. El Sitio Avícola.

Territorio libre de aftosa, caminos al fortalecimiento económico. Prensa SOY EMPRENDEDOR. Publicado 6 de Mayo de 2011.

Revista IAlimentos. 19º Edición Sector Cárnico.

CREDISEGURO. Informe sector Cárnico. Publicado en Julio del 2010.

Informe: Colombia frente a la Crisis Económica. Consultado en:

FEDEGAN Indicadores y Cifras del Sector:

http://proyectosfedegan.co/carta/cartafedegan/125/CF125_Indicadores_CifrasGanaderas.pdf

<http://portal.fedegan.org.co/Boletin/Boletin126/Venezuela.html>

<http://portal.fedegan.org.co/Boletin/Boletin83/pdf/Boletin.pdf>

<http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/CIFRAS%20DE%20REFERNCIA/CIFRAS%20REFERENCIA%20%20SECTOR%20GANADERO%20COLOMBIANO.PDF>

Rusia: <http://portal.fedegan.org.co/Boletin/Boletin82/pdf/Boletin28.pdf>

INSTITUCIONES

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia
- Cámara de Comercio de Bogotá
- Proexport Colombia.
- Federación Colombiana de Ganaderos.
- Food and Agriculture Organization FAO
- Industry Canada IC
- Banco Mundial
- Central Intelligence Agency CIA
- Trade Facilitation Office Canada TFO
- Real Academia de La Lengua Española RAE
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE
- Foreign Agricultural Service FAS USDA.

- Base de Datos de Comercio Exterior MINCOMERCIO: BACEX

PÁGINAS DE INTERNET

- fao.org
- ic.gc.ca
- mincomercio.gov.co
- proexport.com
- antiguo.proexport.com.co
- camara.ccb.org.co
- senado.gov.co
- fedegan.org.co
- inviertaencolombia.com.co
- tfc.co.ca
- colombia.ru
- doingbusiness.org
- cia.gov
- colombiatrader.com.co
- fas.usd.gov
- indexmundi.com
- bancomundial.org

