ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE EXPORTACION DE PRODUCTOS CARNICOS BOVINOS, HACIA RUSIA

Trabajo de Grado para Optar al Título de
Ingenieros de Mercados

ELSA JOHANNA OVIEDO BOLAÑOS
CRISTIAN HERNANDO REYES DUARTE

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
INGENERIA DE MERCADOS
PROGRAMA DE INGENIERIA DE MERCADOS
BOGOTÁ D.C.
2017

ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS EXPORTACION DE PRODUCTOS CARNICOS BOVINOS, HACIA RUSIA

ELSA JOHANNA OVIEDO BOLAÑOS
CRISTIAN HERNANDO REYES DUARTE

Trabajo de Grado para Optar al Título de
Ingenieros de Mercados

Directora Temática
CELINA FORERO ALMANZA
MSc. Maestría Mercadeo Agroindustrial

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
INGENERIA DE MERCADOS
PROGRAMA DE INGENERIA DE MERCADOS
BOGOTÁ D.C.
2017

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C. 01 De Junio de 2017

A nuestras Familias por su constante amor y dedicación a lo largo de esta trayectoria que ha sido una parte importante de nuestras vidas.

AGRADECIMIENTOS

.

Estas líneas sirven para expresar el más sincero y profundo agradecimiento a Dios, padres, hermanos y todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo de grado, para así obtener el título como ingenieros de mercados; sin olvidar el incondicional apoyo del Dr. Enrique Muñoz Borrero, Magister Celina Forero Almanza y a todos los demás docentes que con su conocimiento fueron participes de este largo camino.

CONTENIDO

	pág.
Lista de Tablas	1
Lista de Graficas	2
Lista de Ilustraciones	3
INTRODUCCION	7
CAPITULO l	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1. Definición De Problema	10
1.2. JUSTIFICACIÓN	11
3. OBJETIVOS	12
1.3.1. Objetivos General	12
1.3.2. Objetivo Especifico	12
CAPITULO ll	13
2. MARCO REFERENCIAL	13
2.1. Referencia Histórica	13
2.1.1. Estudio cualitativo de Rusia	14
2.1.2 Datos de Rusia	14
2.1.3. Relación Entre Colombia Y Rusia	15
2.2. MARCO CONTEXTUAL	15
2.2.1. Denominación De La Carne Bovina	15
2.2.2. Contexto De La Carne Bovina De Colombia	19
2.3. MARCO TEORICO	23
2.3.1. Modelo Cualitativo De Mercados	23
2.3.2 Inteligencia De Mercados	24
2.3.3. Indicador De Competitividad	32
2.3.4. Competitividad Revelada	32
2.3.5. Competitividad Relativa	37

2.4. MARCO CONCEPTUAL 38
2.4.1. Modelo De Inteligencia De Mercados Oscategui 38
2.5. MARCO ECONOMICO 39
2.5.1. Exportación De Carne Bovina A Nivel Mundial 39
2.5.2. Importaciones De Carne Bovina A Nivel Mundial 40
2.5.3. Economía Nacional De La Carne Bovina 41
2.5.4. Producción De Carne Bovina Colombiana 42
2.5.5. Exportación De Carne Bovina Colombiana 43
2.5.6. Desarrollo Bovino De Rusia 44
2.5.7. Comercialización Y Condiciones De Consumo 44
2.6. MARCO LEGAL 45
2.6.1. Documentación y Trámites Para la Exportación De Carne Bovina 45
2.6.2. Documentación por parte de la Empresa Exportadora 45
2.6.3 Registros para la exportación 46
2.7. MARCO TECNOLOGICO 48
2.7.1. Taxonomía Clase De Ganado “Brahman” 48
2.8. MARCO METODOLOGICO 54
2.8.1. Metodología De La Investigación 55
2.8.2. Análisis Del Trabajo De Campo 56
CAPITULO lll 70
3. APLICACIÓN Y RESULTADOS DEL MODELO COMPLEMENTARIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS 70
3.1.1 Competitividad Revelada 70
3.1.2. Grado De Apertura Exportadora (GE) 73
3.1.3. Grado De Penetración De Importación 74
3.1.4. Balanza Comercial Relativa 75
3.1.5. Modo De Inserción Al Mercado 76
3.1.6. Índice De Ventaja Comparativa Revelada 78
3.1.7. Competitividad Relativa 79

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Nutrientes Carne Vaca 19
Tabla 2. Producción de carne bovina 2010 - 2015 23
Tabla 3. CIIM Inteligencia de mercados 24
Tabla 4 .Calificación de los intervalos estadísticos para cada Indicador de competitividad. 38
Tabla 5. Exportaciones de carne bovina a nivel mundial por país y Toneladas. 41
Tabla 6.Caracteristicas Fenotípicas y de conformación de la raza 50
Tabla 7 Ciclo productivo de la carne Bovina en Colombia 60
Tabla 8. Indicadores de competitividad revelada en Colombia 73
Tabla 9. Indicadores de competitividad revelada en EE.UU 73
Tabla 10. Indicadores de competitividad revelada en Brasil 74
Tabla 11. Grado de apertura exportadora en Colombia, EE.UU y Brasil 75
Tabla 12. Grado de penetración de importación en Colombia, EE.UU y Brasil 76
Tabla 13. Balanza comercial relativa en Colombia, EE.UU y Brasil 77
Tabla 14. Modo de inserción al mercado de Colombia, EE.UU y Brasil. 78
Tabla 15. Ventaja comparativa revelada en Colombia Vs el mundo 80
Tabla 16. Precio en dólares por kilogramo del 2011 al 2016 82
Tabla 17. Competitividad Relativa Colombia Vs EE.UU/ Brasil 82

LISTA DE GRÁFICAS.

Gráfica 1. Consumo proteína 20
Gráfica 2. Consumo aparente per cápita en Colombia
(kilo, habitante, año) 20
Gráfica 3. Consumo aparente per cápita en Colombia por proteína 20
Gráfica 4. Participación del consumo interno de la carne en canal
por destino IV trimestre 2015/2014 22
Grafica 5. Proceso de Inteligencia de Mercados definida
Por PromPerú. 27
Gráfica 6. ¿Cómo hacer un estudio de Inteligencia de Mercados?
Por PromPerú. 28
Gráfica 7. Elementos para realizar IM. 32
Gráfica 8. Ejemplo de modo de inserción al mercado 37
Gráfica 9. Importadores de carne bovina a nivel mundial 42
Gráfica 10.Produccion de carne bovina a nivel nacional 43
Gráfica 11. Países que exportan carne bovina 44
Grafica 12. Numero de famas por localidades 57

GLOSARIO

ACUERDO COMERCIAL: es un convenio o tratado referente a la actividad de comercio. Este tipo de acuerdo puede ser establecido por compañías privadas, organizaciones de empresas o gobiernos.

AFTOSA: es una enfermedad de notificación obligatoria a las autoridades sanitarias y está catalogada como una enfermedad que restringe la posibilidad del comercio internacional de animales, genética, carne y leche.

ARANCEL: es el impuesto o gravamen que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación.

BALANZA COMERCIAL: es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.

BORLA: también llamada crin es un conjunto de pelos gruesos y largos que tienen los caballos y otros animales a lo largo de la parte superior del cuello o en la cola.

BOVINO: mamíferos herbívoros domesticados que tienen gran importancia para el hombre, ya que de ellos se obtiene de ellos carne, leche, cuero, gelatina y otros productos comerciales.

CARNICO: tejido animal, principalmente muscular, que se consume como alimento

DEMANDA: cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad.

ECONOMIA A ESCALA: hace referencia a las reducciones en el coste unitario a medida que el tamaño de una instalación y los niveles de utilización de inputs aumentan.

EJEMPLAR

EXPORTACION: es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero.

FECUNDIDAD capacidad que puede tener un macho o una hembra de reproducirse y generar seres que mantienen los rasgos de la especie a la que pertenecen.

GRADO DE APERTURA EXPORTADORA: (GE) mide la relación entre las exportaciones y el consumo aparente. Indica el grado en que las exportaciones de un sector acceden el mercado internacional teniendo como referencia el consumo aparente de la región.

GRADO DE PENETRACION DE IMPORTACIONES: (GI) es un indicador de competitividad revelada que mide la participación de las importaciones de un producto realizadas por el país en relación con su consumo interno.

IMPORTACION: es cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un estado con propósitos comerciales.

INDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA: especialización internacional. Este indicador permite medir el desempeño del comercio de una selección de países para un producto, en relación con el resto de mercancías y el resto del mundo.

LONGEVIDAD: es un concepto que corresponde a los estudios demográficos, en general tiene que ver con la duración de vida de un organismo biológico y se utiliza con más frecuencia en referencia de edad de un ser vivo.

MAGRO: Carne que no tiene grasa

MANSEDUMBRE Docilidad y suavidad que se muestra en el carácter o se manifiesta en el trato.

MERCADEO: proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

MERCADO POTENCIAL: conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.

NICHO DE MERCADO: es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

OFERTA: cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.

PROTEINA:

Cualquiera de las sustancias que forman parte de lamateria fundamental de las cél ulas vegetales y animales, formadas por aminoácidos yque suelen ser solubles en agua las enzimas son proteínas

POSICIONAMIENTO: es el “lugar” que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre ésta y su competencia. También a la capacidad del producto de alienar al consumidor.

RUSTICIDAD: el conjunto de características heredables que le permiten superar las variaciones aleatorias y adversas del medio ambiente, sin disminuir demasiado su capacidad productiva.

TARGET: es el segmento de la demanda al que este dirigido un producto, ya sea un bien o un servicio. Inicialmente, se define a partir de criterios demográficos como edad, genero, y variables socioeconómicos.

TERNERO: Cría de la vaca.

TIPO DE CAMBIO REAL: (TCR) es la relación a la que una persona puede intercambiar los bienes y servicios de un país por los del otro.

TRANSABILIDAD: indicador que muestra la capacidad que tiene un país de generar excedentes netos exportables de un producto en relación con su consumo interno.

VENTAJA COMPARATIVA: capacidad para elaborar un producto a menor coste comparativo que la competencia, en el caso de las sociedades, o que otros países en caso de los Estados.

VENTAJA COMPETITIVA: característica única de una compañía o producto que le hace ser superior a la competencia.

RESUMEN.

Para este trabajo se toma como base el método que realiza el Doctor Andrés Camacho Murillo sobre inteligencia de mercados en sus años de docencia en la Universidad Piloto de Colombia, para validar la viabilidad de exportar carne bovina a Rusia, esto con el fin de ayudar a este país a satisfacer la demanda de este producto, para esto se utilizara investigación tanto cualitativa como cuantitativa y un exhaustivo trabajo de campo para así generar la estrategia más conveniente para este proceso de inteligencia de mercados.

PALABRAS CLAVE: Importación, exportación, Inteligencia de mercados, acuerdos comerciales, carne bovina, Rusia, Colombia.

INTRODUCCIÓN

La necesidad del ser humano de saciar sus necesidades alimenticias, cada día se convierten en una labor un tanto dispendiosa, ya que esta va regida por el estilo de vida, costumbres, cultura y demás rótulos que la sociedad impone; pero para lograr esto se depende de algunos factores externos que llevan a que esto sea viable. Es por eso que las exportaciones e importaciones de diversos productos hoy en día juegan un papel fundamental para muchos países, porque además de cumplir lo anteriormente dicho en muchas oportunidades se convierten en un bálsamo para la economía y crecimiento económico, es aquí cuando la Investigación de Mercados se convierte en la mejor herramienta para que todos puedan sacar provecho.

Todo inicia cuando cerca de la década de los noventa en Colombia un juego de palabras cambia la mentalidad y surge una política proteccionista que aún prevalece; esto se dio debido a que el crecimiento económico del país se vio estancado porque solamente se contaba con productos locales llevando a una economía monopolística, en donde no habían precios que beneficiaran a los consumidores, la oferta del mercado era inferior y la calidad de los productos no era la mejor, por lo que el cliente era un cliente inconforme y todo esto gracias a la apertura económica.

La apertura económica impulsa a que Colombia adopte un sistema de política comercial y se entablen acuerdos comerciales con otros países, llevando a que cada vez las ventajas comparativas y competitivas fuesen más evidentes; de ahí nacen entidades gubernamentales como:

ProColombia, Bancoldex, Sena y diversos tratados de comercio, con el fin de impulsar la exportación e importación de bienes y financiar, controlar y enseñar acerca del comercio exterior.

Conjunto con lo anteriormente dicho es importante capacitar al empresario que decide llevar a cabo alguna actividad de comercio exterior y es aquí cuando se le

debe enseñar a identificar cuáles son los mercados potenciales para la exportación o importación de sus productos y saber a qué países se le puede comprar materia prima a un menor costo, esta técnica es la denominada Inteligencia de Mercados, que por el CIIM (centro de Investigación de Mercados de la universidad Piloto de Colombia) se denomina como una metodología de investigación que permite determinar la viabilidad económica y social de comercializar bienes y servicios en mercados potenciales de forma internacional, mediante un análisis sistemático de las variables explicativas de la oferta y la demanda, tanto internas como externas, incluyendo los factores sociales políticos y ambientales[1].

Para desarrollar una Investigación de Mercados como en este caso, es necesario realizar un estudio para conocer la viabilidad de exportación de carne Bovina hacia Rusia; para esto es importante analizar si este país consume, siente aceptación e incluye en su dieta este tipo de producto, por lo que aquí es indispensable aplicar el indicador de competitividad del modelo de Inteligencia de Mercados a nivel nacional; convirtiendo esta información en la estructura para la ejecución de la Inteligencia de Mercados como diversificación de negocia para DISCARNICOS.

Al tener investigaciones previas que permiten tener una visión del panorama surgen dudas como: ¿Cómo puede llevarse a cabo una Inteligencia de Mercados hacia Rusia para la carne bovina? ¿La producción de carne bovina es una ventaja comparativa o competitiva para Colombia?; cada uno de estos cuestionamientos será resuelto a lo largo de este documento, con ayuda de la aplicación del modelo de IM desarrollado por el CIIM.

Esto será un investigación de tipo descriptiva, exploratoria que se basara en fuentes bibliográficas como: trabajos de grado referentes a inteligencia de Mercados previas, FEDEGAN, SENA, TradeMap, ProColombia, Finagro, DANE, entre otras.

---

[1] CAMACHO, Andrés. Inteligencia de Mercados. Centro de Investigación de Ingeniería de mercados CIIM, Universidad Piloto de Colombia. Bogotá D.C

Se manejaran fuentes primarias y secundarias que se diversificaran así: las fuentes primarias la brindaran ganaderos de zonas rurales, trabajadores de mataderos certificados, comerciantes del sector cárnico, veterinarios y comisionistas del sector; las fuentes secundarias serán brindadas por las referencias bibliografías anteriormente citadas. A lo largo de esta investigación se realizó un trabajo de campo exhaustivo en fincas ganaderas de los llanos orientales, matadero Guadalupe y BLE en la ciudad de Bogotá, participación en subastas ganaderas en la ciudad de Villavicencio, San Martin y Granada Meta, visitas a distribuidoras cárnicas como punto de comparación frente a DISCARNICOS. Así mismo también se estudia factores puntuales sobre la economía, cultura, costumbres, clima e historia de Rusia para obtener un conocimiento más global; por su parte se estudiara que acuerdos comerciales posee Colombia frente a este tipo de transacción comercial, todo esto como un análisis competitivo.

CAPITULO I

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los factores que inciden en la demanda de productos cárnicos bovinos en Rusia y favorecen su exportación y comercialización?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se enfoca en la idea de exportación de carne bovina hacia Rusia, Siendo una gran oportunidad para apostarle a este mercado y sumarle uno más a la lista de productos bandera exportados por Colombia a otros países con éxito y gozo total; ya que la calidad de la carne bovina Colombiana es muy buena y su producción es amplia a nivel nacional, adicionalmente en DISCARNICOS la carne se caracteriza por los excelentes estándares de calidad que se manejan y que son logrados por factores tanto internos como externos (suelo, agua, pastos, clima, manejo, cadena de frio, etc.).

Observando los distintos estándares de calidad que se necesita para la exportación de carne a diferentes partes del mundo, como no lo comentan un estudio realizado por Icoder[2] que nos da a conocer que nuestro ganado necesita ser libre de Aftosa como primera instancia, lo cual nuestro país cuenta con una certificación por la OIE y diferentes estándares de calidad, los cuales cumplimos con ellos para inicial la exportación de carne masiva hacia el mundo. Ya contando con todo lo necesario para iniciar y dar a conocer otro producto resaltante de nuestro país como lo es la ganadería; como lo dice el gerente de Fedegan ¨Si no aprovechamos este escenario otros países lo harán y quedaremos relegados a ser una ganadería local sin incentivos para crecer y malgastando las ventajas potenciales que tiene la actividad productiva de la ganadería.¨[3]

---

[2] http//www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/Rusia-busca-carne-congelada-bovina

[3] http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/FNG_PORTLETS/NOTICIASYCOMUNICADOS/BOLETINESDEPRENSA/RUSIA_ABRIO_PUERTS.PDF

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar a través de la inteligencia de mercados la favorabilidad de exportación y comercialización de productos cárnicos bovinos hacia Rusia.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar el comportamiento de la demanda de productos cárnicos bovinos hacia el mercado Ruso

Determinar el perfil del producto cárnico bovino en este mercado.

Establecer el programa estratégico de exportación y comercialización conforme a las necesidades del mercado Ruso.

Estudio de las variables macroeconómicas de competitividad del mercado de carne hacia Rusia como mercado promisorio.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Referencia Histórica

2.1.1. ESTUDIO CUALITATIVO DE RUSIA.

Rusia

Escudo, bandera y mapa de Rusia sacado de la página rusopedia.rt.com/

Grafica1. Mapa de Rusia

http://rusopedia.rt.com/datos_basicos/informacion_general/issue_202.html

Datos relevantes sobre Rusia

2.1.2. Datos Rusia

Rusia es un estado federal democrático con el régimen republicano, cuya capital es Moscú y está conformada por 89 regiones que forman una superficie aproximada de 17 125 246 kilómetros cuadrados, cuenta con una población de 146 020 000 habitantes.

Densidad: 8,36 habitantes / km2 (Datos del Servicio Federal de Estadística Estatal)

Tasa de natalidad: 12,7 / 1,000 (Datos del Servicio Federal de Estadística Estatal)

Tasa de mortalidad: 13,2 / 1.000 (Datos del Servicio Federal de Estadística Estatal)

Esperanza de vida: hombres: 64,7 años; mujeres: 76,3 años. (Datos del Servicio Federal de Estadística Estatal)

Renta per cápita: 9,057 $ (datos Banco Mundial)

Coeficiente GINI: 40,1(datos PNUD 2013) (41.6 Banco Mundial) (2015)

Tasa alfabetización: 99.7 % mayores 15 años (datos PNUD)

Comercio exterior Las cifras registradas de comercio de bienes y servicios en la Federación Rusa en 2015 ascienden a 339.600 millones de dólares como exportaciones y a 194.000 millones de dólares en concepto de importaciones. El saldo positivo de la balanza comercial ha sido de 145.600 millones de dólares, que equivale al 11,81% del PIB, pese al hecho de que tanto las exportaciones como las importaciones han disminuido, respectivamente, en un 31%, y en un 37% con respecto a 2014. La reducción de las importaciones ha sido más marcada que la de las exportaciones, debido a que la depreciación del rublo ha encarecido el coste de las importaciones y abaratado los productos rusos en el exterior

Fuente: http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/rusia_ficha%20pais.pdf

2.1.3. Relación entre Colombia y Rusia

La relación entre Colombia y Rusia ha sido muy buena ya que se firmó un acuerdo comercial el día miércoles 18 de octubre de 1995 en la ciudad de Cartagena entre

El presidente Ernesto Samper y el viceprimer ministro de Rusia, Oleg Soskovets, que acude a la cumbre en representación de su presidente Boris Yeltsin. El acuerdo que firmaron ambos gobiernos crea el beneficio de poder cubrir la demanda de productos que ambos países necesitan y para potenciar las relaciones bilaterales

Rusia hoy por hoy es el país al cual los colombianos le exporta más carne y es esto porque la demanda de los rusos no puede ser satisfecha por la ganadería rusa esto se demuestra ya que tras adquirir 457 toneladas en el primer mes de 2016, lo que representa el 55 % del total de las exportaciones del año lo puso de nuevo en el primer lugar al cual Colombia le exporta carne

Según el periódico EL COLOMBIANO en su edición del 1 de julio del 2015 nos indica que la compra de carne colombiana por parte de Rusia se ha incrementado 12 veces en los últimos cuatro años, al pasar de 557.061 dólares en 2011 a 6,8 millones de dólares en 2014, informó hoy la entidad gubernamental Pro Colombia.

“Exportar a Rusia no solo significa tener acceso al principal importador de carne de res en el mundo sino también a los demás países miembros de la Unión Económica Euroasiática, como son Bielorrusia y Kazajistán, con libre circulación de los productos”, dijo en un comunicado la presidenta de Pro Colombia, María Claudia Lacouture.

Otros acuerdos que tenemos son

Acta final de la IV Comisión Intergubernamental para la Cooperación Económico-Comercial y Científico Técnica – 2009

Embajada y Cámara de Comercio Colombo-rusa

2.2. MARCO CONTEXTUAL.

2.2.1. Denominación de la carne bovina: Primordialmente se debe dejar en claro que la CARNE es el tejido animal proveniente del musculo, que es uno de los alimentos base de la canasta familiar y coloquialmente solo se aplica para

animales terrestres; por consiguiente la bovina es aquella a la que se refiere cuando se habla de animales como la vaca, ternera o buey específicamente. La carne bovina nutricionalmente hablando, es fuente de proteína, grasas, minerales y aminoácidos esenciales siendo así un alimento que reactiva el metabolismo del cuerpo humano; este tipo de carne aporta muy poco carbohidrato y una mínima cantidad de fibra, por tal motivo en el consumo humano, de todos los alimentos animales y vegetales obtenidos, la carne es el que mayor apreciación y consumo tiene.

Lo que se denomina ¨carne roja¨ refiere: al color rojo o rosado de este tipo de carne en su estado crudo, este color se debe a un pigmento llamado mioglobina.

Es conveniente exponer que la carne proveniente de un bovino no menor a tres años de edad y con un rango de peso de 500 kg antes de su sacrificio se denominara como carne de res y su color abarca el rojo en diferentes tonalidades según su maduración, y un contenido de grasa de medio a alto según su raza y alimentación brindada al animal; otra variedad es la carne de ternera que proviene de un bovino no mayor a dos meses de vida, este debe estar únicamente alimentado con leche materna y su peso no puede ser superior a 120kg para su sacrificio. Hay tres propiedades de la carne de res a tener en cuenta que son:

Contenido graso que depende de su raza y alimentación

Color de la carne que va desde un rojo en distintas tonalidades que llega a un cereza

Su textura, que es fibrosa y depende de la edad del animal.[4]

En Colombia es frecuente que la producción de ganado sea a doble propósito, es decir cárnico y lechero, esto específicamente para climas cálidos; por lo cual en nuestro país sobre salen ocho clases de ganado que se especifica en producción cárnica como lo son:

[4] Directorio del campo, Productos. Página web disponible en: http://www.directodelcampo.com/desctags/Carne_de_vacuno

Brahman: esta raza se adapta muy bien a las zonas tropicales, la característica más prominente es la resistencia al contagio de enfermedades y alta fertilidad y fecundidad. Físicamente puede ser de color blanco o rojo, orejas grandes piel colgando en su cuello y joroba sobre la espalda; los machos pesas entre 500 y 1000 kilogramos y por su parte las hembras entre 450 y 600 kilogramos.[5]

Normando: Ganado de doble propósito, originarios de la península de Normandía al norte de Francia. Se caracteriza por ser de fácil adaptación resistentes a las enfermedades, muy fértil (generalmente da una cría al año y los intervalos de parto son e 379 días en promedio y su restablecimiento pos parto es muy rápido); los principales nichos de cría se encuentran en Cundinamarca, Boyacá, caldas, Quindío, Risaralda, Tolima, Huila, Cauca, Valle del cauca y los Santanderes.[6]

Senepol: Ganado doble propósito, originario de las islas vírgenes del caribe, posee un aspecto sin cuernos lo que lo hace resistente al calor y de color rojo; altamente fértil con buena habilidad materna y comportamiento dócil, los partos suelen ser inter anuales y con pocos problemas al parir; posee una resistencia a enfermedades y parásitos tropicales, a su vez pueden durar hasta cinco días sin agua y tienen la capacidad de ganar peso y producir leche en condiciones extremas. Las hembras a partir de los 15 meses pueden inseminarse y los machos a partir de los 14 meses producen semen de alta calidad.[7] Angus- Brangus: Su habilidad materna es indiscutible, también posee una gran longevidad, rápido crecimiento, precocidad sexual, facilidad de parto, excelente producción de leche y magnifica producción de carne (posee buena masa muscular, lo que origina una carne veteada, tierna, jugosa y magra). Su temperamento es activo pero no agresivo, de pelaje corto color negro o colorado, morro de tamaño minúsculo y debido a su musculatura es poseedor de gran fuerza. A partir de esta raza se

---

[5] Contexto ganadero. Ganadería sostenible. Página web disponible en: www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/informe-especial-conozca-las-5-razas-bovinas-mas-representativas-de-colombia

[6] Municipio Sutatenza. Cualidades y bondades de la raza Normando. Página web despoblé en: www.sutatenza-boyaca.gov.co/apc-aa-files/3764303865/cualidades-y-bondades-de-la-raza-normando

[7] Generalidades de la ganadería bovina. Página web disponible en: generalidadesdelaganaderiabovina.blogspot.com.co/2014/05/senepol.html

realizaron distintas pruebas para llegar a la raza ideal cárnica lo cual unieron el Brahman con el Angus formando una fusión que arrastra con lo mejor de ambas razas llamándola Brangus.[8]

Sanmartinero: Se desarrolla principalmente en la sabanas secas del pie de monte llanero bajo temperaturas de 26°C; físicamente posee un pelaje fino de color amarillo en tres tonalidades bien marcadas (claro o bayo, hosco que refiere a pelos negros entre mezclados al nivel de la cara y cuello, rojo cerezo y/o araguantano), cuernos en forma de lira de color negro en las puntas, oreja pequeña, cadera amplia que facilita el parto, desprendimiento de la cola y anca caída. Las hembras y los machos se encuentran listos para la reproducción a los dos años y su mansedumbre, rusticidad y longevidad son sus características más sobresalientes[9].

Romosinuano: Posee ausencia de cuernos, originario del valle del rio Sinú costa norte de Colombia; de tamaño mediano y cuerpo cilíndrico, su pelaje puede ser amarillo claro, rojo cereza manchado o de cabeza negra, posee piel delgada con pelo escaso corto y brillante, cola corta y escasa borla. Sobresalen por su fertilidad, longevidad, mansedumbre, y producción de leche de gran calidad; esta es la raza criolla Colombiana más apetecida en el exterior; no podemos olvidad que esta raza es tolerante al calor y humedad. Un aspecto negativo de esta raza es la excesiva presencia de parásitos externos, internos, plagas y enfermedades[10].

Blanco Orejinegro: De pelaje blanco con orejas negras y mucosas bien pigmentadas, de temperamento dócil, gran fortaleza y habilidad para caminar en terrenos escarpados; además de ser un bovino de doble utilidad, también es utilizado como animal de carga o de tiro. Es un animal con lata tolerancia a la

---

[8] Gana sal. Principales características del Angus. Página web despoblé en: www.salesganasal.con/2011/07/21/las-principales-caracteristicas-de-la-raza-angus.

[9] Ganado criollo Colombiano. Sanmartinero. Página web disponible en: www.ganadocriollo-colombiano.com/razas-2/sanmartinero-sm

[10] Ganado criollo Colombiano. Romosinuano. Página web disponible en: www.ganadocriollo-colombiano.com/razas-2/romosinuano-romo

radiación solar y a ectoparásitos como el nuche y las garrapatas y de excelente características cárnicas[11].

Chino Santandereano: El color de su pelaje va desde amarillo claro a rojo oscuro, piel negra, posee escaso pelo y de allí su nombre chino, apariencia tranquila y noble, mandíbulas amplias, longitud media, tronco con barril armónico, constitución vigorosa y sana, adaptándose a condiciones adversas.

Esta raza posee alta rentabilidad en relación con los costos de manejo de la nutrición; también sobresalen características como su longevidad, baja mortalidad, bajar morbilidad, alta fertilidad y alta tolerancia a enfermedades[12].

. Principales nutrientes de la carne bovina correspondiente a 100 gramos.

Tabla 1 Nutrientes carne vaca

Carne de vaca grasa

Aporte por 100 gr. de porción comestible

Aporte por ración		Minerales		Vitaminas	
Energía [Kcal]	200,00	Calcio [mg]	8,10	Vit. B1 Tiamina [mg]	0,04
Proteína [g]	18,56	Hierro [mg]	1,90	Vit. B2 Riboflavina [mg]	0,06
Hidratos carbono [g]	0,00	Yodo [mg]	6,00	Eq. niacina [mg]	7,03
Fibra [g]	0,00	Magnesio [mg]	18,00	Vit. B6 Piridoxina [mg]	0,23
Grasa total [g]	14,00	Zinc [mg]	3,60	Ac. Fólico [µg]	8,00
AGS [g]	6,33	Selenio [µg]	1,00	Vit. B12 Cianocobalamina [µg]	1,00
AGM [g]	6,60	Sodio [mg]	61,00	Vit. C Ac. ascórbico [mg]	0,00
AGP [g]	0,49	Potasio [mg]	264,00	Retinol [µg]	22,00
AGP /AGS	0,08	Fósforo [mg]	0,00	Carotenoides (Eq. β carotenos) [µg]	0,00
(AGP + AGM) / AGS	1,12			Vit. A Eq. Retincl [µg]	22,00
Colesterol [mg]	70,00			Vit. D [µg]	1,00
Alcohol [g]	0,00				
Agua [g]	67,40				

Fuente: Pagina web http://www.dietas.net

2.2.2 Contexto de la carne bovina en Colombia

Según estudios la cultura colombiana tiene como elección de primera mano la proteína de pollo, siguiendo en su mismo orden la de res, cerdo y pescado; desde el 2010 se evidencia un crecimiento de consumo de carne de res, que

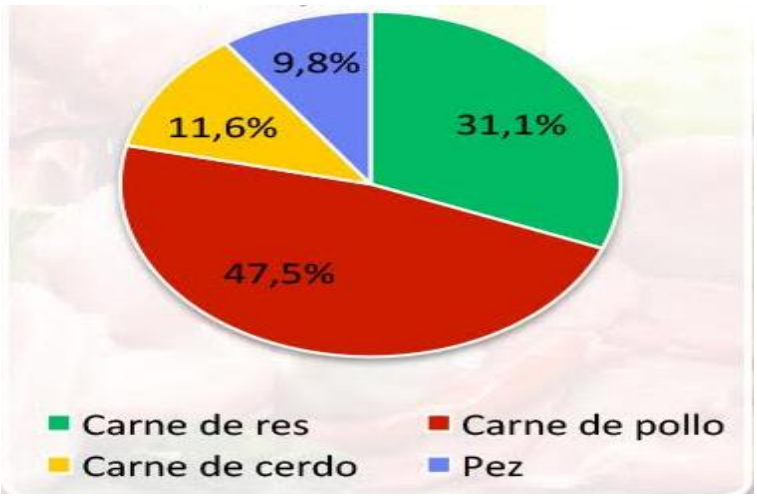
[11] Ganado criolla colombiano. Blanco Orejinegro. Página web disponible en: www.ganadocriollo-colombiano.com/razas-2/blancoorejinegro-bon-1

[12] Ganado criollo Colombiano. Chino Santandereano. Página web disponible en: www.ganadocriollo-colombiano.com/raza-2/chino-santanderuano-chino

estadísticamente se ratifica de la siguiente forma: para el 2012 se tenía un estimado de consumo de 21kg por persona hasta el 2014 donde decayó a 18 kg; se cree que las razones por el que el consumo de proteína roja disminuye es el contrabando de animales y la carne bovina que ingresa desde las fronteras de forma ilegal, lo que origina que por un precio menor la calidad baje y el consumo se evidencia más bajo.

Según cifras para el 2014 se sacrificaron 4.332.000 cabezas de ganado, lo que presenta una producción 947.000 toneladas de carne, de las cuales el 40,7% corresponden a hembras. Para el 2014 el consumo de proteína animal fue de 62,3kg por habitante, el cual el 31,1% corresponde a carne de res como se evidencia a continuación[13]:

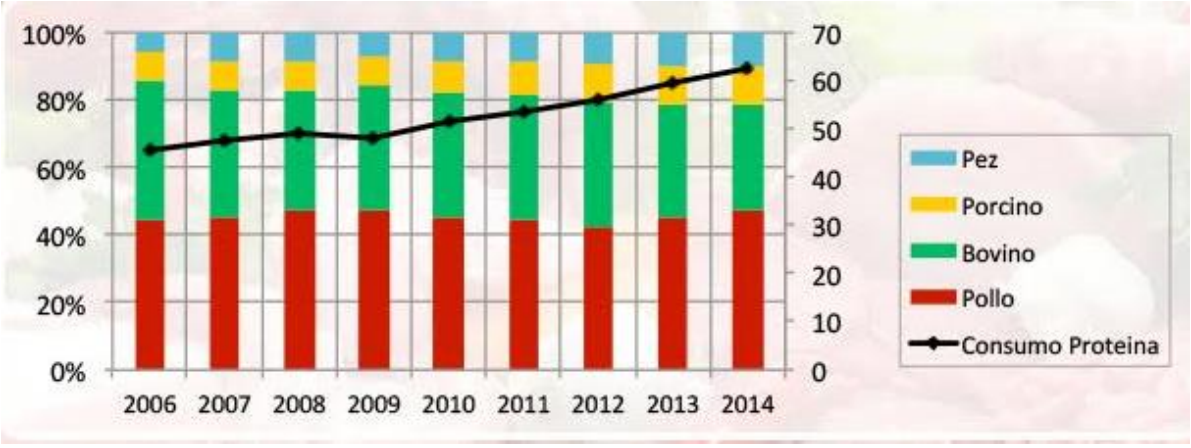
Grafica 2 Consumo proteína en Colombia



Fuente: Fedegan, Fenavi, Asoporcicultores, Fedeacua

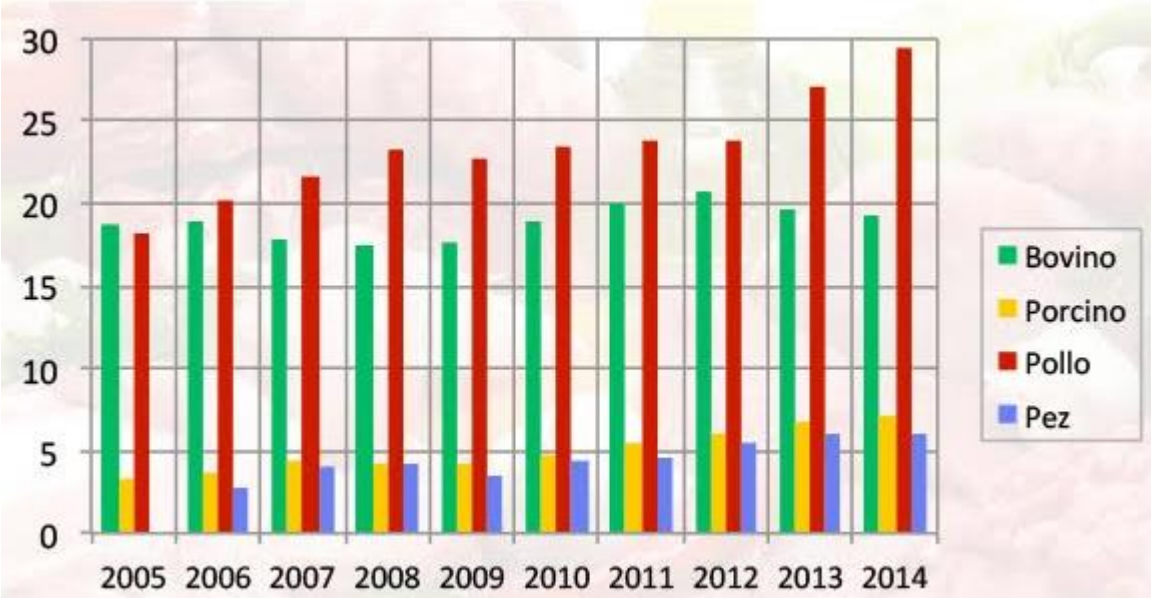
Grafica 3 Consumo aparente per cápita en Colombia (kilo, habitante, año)

[13] Contexto ganadero consumo de carne en Colombia en la última década página web. Disponible en: http://www.contextoganadero.com/economia/panorama-del-consumo-de-carne-en-colombia-en-la-ultima-decada.



Fuente: Fedegan, Fenavi, Asoporcicultores, Fedeacua

Grafica 4 Consumo aparente per cápita en Colombia por proteína



Fuente: Fedegan, Fenavi, Asoporcicultores, Fedeacua

Para llevar a cabo el estudio de inteligencia de mercados se deben de tomar en cuenta los datos de los últimos diez años en fuentes secundarias y/o primarias, en donde se aclaren la producción y consumo de este tipo de proteína; cabe aclarar que desde el año 2012 el consumo de carne bovina ha presentado una leve caída por factores indirectos como los paros, contrabando de ganado y mala publicidad que le han brindado a este producto, entre otros aspectos que hacen que otro tipo de proteína desplace el consumo de carne.

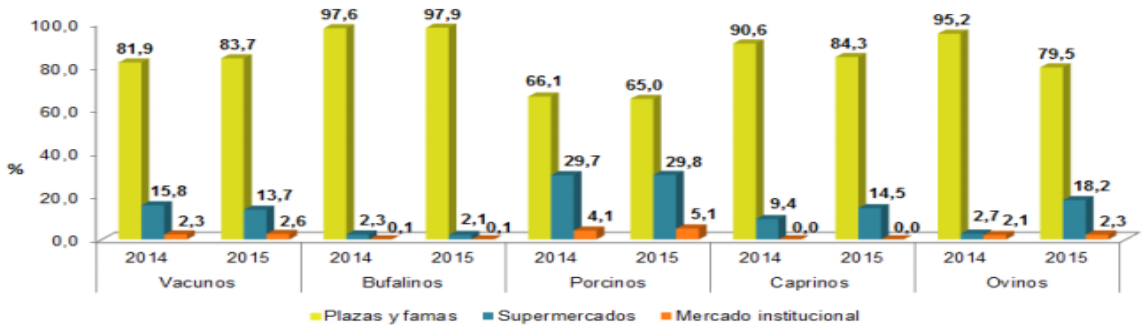
La producción ganadera colombiana por ser a base de pasturas, libres de uso de hormonas de crecimiento (como la ractopamina) y por cumplir a cabalidad los estándares de calidad e inocuidad en frigoríficos catapultaron la proteína roja nacional en el mercado.

En el 2015 la región del país que tuvo una mayor producción de carne de res con 88 mil toneladas fue Bogotá, seguida de Antioquía con 84 mil toneladas, en un tercer lugar Santander con 39 mil toneladas, cuarto lugar Atlántico con 28 mil toneladas, quinto Valle del Cauca con 26 mil toneladas, sexto Cundinamarca con 25 mil toneladas y séptimo Córdoba con 24 mil toneladas.

Para el 2015 se registró una disminución de 2,9% en el sacrificio de bovinos en comparación con el 2014, se observa que la gran mayoría de ganado es captado en los llanos orientales y llevado a la capital y zonas cercanas para ser sacrificados.

El líder de producción de carne de óptima calidad es el departamento de córdoba por la relación que hay del suelo, forrajes y animales de alta genética[14].

Grafica 5. Participación del consumo interno de la carne en canal por destino IV trimestre 2015/2014



Fuente: DANE – ESAG 2016.
Nota: La suma de los destinos puede no ser igual a 100% por efecto de aproximación de decimales.

Tabla 2. Producción de carne bovina año 2010-2015

[1414] Contexto ganadero. Las 5 regiones de Colombia que han producido más carne en el 2015. Página web. Disponible en: http://www.contextoganadero.com/economía/las-cinco-regiones-de-colombia-que-han-produccion-mas-carne-en-2015.

MARCO TEORICO

2.3.1. MODELO CUALITATIVO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS.

Tabla 3 Modelo cualitativo de inteligencia de mercados

etapa	justificación	resultado
estudio y selección del mercado promisorio	según investigaciones previas realizadas por procolombia la cual muestra a Rusia en la primera posición como el mayor importador de carne bovina del mundo, Rusia ha incrementado la importación de carne bovina 12 veces en los últimos cuatro años Según estadísticas de Trademap, Rusia le compra al mundo cerca de 3.000 millones de dólares en carne	exportación a Rusia de carne bovina con posibilidad de llegar a la Unión Económica Euroasiática
estudio y selección del producto	Se espera que para el 2020 Rusia consuma más carne de res que la que produce, lo que implicará importaciones por 550.000 toneladas, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). El aumento del consumo de carne en Rusia se debe a la recuperación económica que ha vivido el país en los últimos años. Se estima la producción de carne bovina para el 2020 será de 1.786.000 toneladas, mientras que la demanda será de 2.286.000 toneladas. Aproximadamente el 50% de la población consume a diario carne de diferentes tipos	carne bovina
perfil de mercado	Rusia es un país que se encuentra ubicado en todo el norte de así y un cuarenta por ciento de Europa (Europa Oriental) y cuenta con una superficie de17.075.400 kilómetros cuadrados, la cual se encuentra en el puesto número nueve en cuanto población a nivel mundial por su gran dimensión con 142.000.000 de habitantes. Este país cuenta con diferentes reservas que aún no han sido exploradas como lo son las reservas de minerales, forestales, de carbón, gas y petróleo en el mundo; con todo esto este país supo utilizar todos estos beneficios naturales que tiene para convertirse en el país dominante de la Unión Soviética (URSS), el primer y más grande Estado socialista y una superpotencia reconocida, funda al disolverse la Unión Soviética en 1991. Su economía tiene uno de los mayores crecimientos del mundo y ocupa el octavo puesto en cuanto al PIB nominal.	mayor exportador de carne bovina colombiana
estudio mercado interno	Colombia y Rusia ha sido muy buen ya que se firmó un acuerdo comercial el día miércoles 18 de octubre de 1995 en la ciudad de Cartagena entre el presidente Ernesto Samper y el viceprimer ministro de Rusia, Oleg Soskovets, que acude a la cumbre en representación de su residente Boris Yeltsin. El acuerdo que firmaron ambos gobiernos crea el beneficio e poder cubrir la demanda de productos que ambo países necesitan y para potenciar las relaciones bilaterales Rusia hoy por hoy es el país al cual los colombianos le exporta más carne y es esto porque la demanda de los rusos no puede ser satisfecha por la ganadería rusa esto se demuestra ya que tras adquirir 457 toneladas en el primer mes de 2016, lo que representa el 55 % del total de las exportaciones del año lo puso de nuevo en el primer lugar	apertura de un nuevo mercado

Fuente: Propia

Basado en la propuesta de pasos para realizar inteligencia de mercados de Camacho Murillo Andrés cartilla inteligencia de mercado

2.3.2. Inteligencia de Mercados. Cuando una pymes quiere transitar de un mercado nacional a uno internacional es de suma importancia identificar el mercado objetivo para así estudiar las distintas variables y cualidades de este. Teniendo esto claro es de vital importancia identificar aspectos como: canales de distribución, precios de venta de costos, hábitos de consumo, sus costumbres, recursos humanos frente a los procesos de desarrollo, mercados de oferta y demanda, ficha técnica del producto, empaque y embalaje, formas de pago, aranceles del país a exportar y la normatividad de comercialización (acuerdos comerciales, impuestos, entre otros).

Para poder tener un éxito asegurado en la comercialización internacional una de las herramientas más sobresalientes es la inteligencia de mercados, por ello en Colombia hay diferentes entidades como ProColombia que hace énfasis en este sistema, para que inversionistas se animen en indagar diferentes objetivos comerciales. Otra entidad es la embajada de Colombia en Tokio, lo cual la inteligencia de mercados tiene como objetivo:

Detectar y desarrollar oportunidades en el mercado japonés para los productos y servicios colombianos, a través de una sistemática e intensiva disciplina de exportación del mercado, en variables como entorno macroeconómico y el marco cultural, demográfico y social del país, las características de los mercados (alimentos, minería, servicios, etc.) y el tipo de mercadeo que en las diferentes industrias se realiza para comunicar los productos, atraer al cliente y estimular el consumo.[15]

Para poder llevar a cabo este proceso, la embajada plantea diferentes procesos de investigación los cuales nos darán una respuesta satisfactoria a la incursión de

[15] Embajada de Colombia en Tokio. Bienvenido al sistema de Inteligencias de Mercados de la Embajada de Colombia en Japón. Diciembre de 2007. Pagina Web. Disponible en: http;//es.colombiaembassy.org/index.php?option=com_content&task=view&id=400 [Consultada el 11 de Agosto de 2016]

dicho objetivo hay que llevar a cabo dichos pasos como lo es la recolección de datos estadísticos, competencia directa e indirecta, identificar el sector económico donde se encuentra y si en dicho sector se encuentra alguna agremiación de un rubro económico y ser miembro activo de los distintos escenarios y/o eventos que nuestro país lleve a cabo con mercados promisorios.[16]

El pleno conocimiento de la inteligencia de mercados brindara objetivos y metas claras para la importación o exportación del producto a tratar, teniendo en cuenta los tratados que están a favor y los que estén en proceso; a partir de se analizaran las estadísticas de la demanda, los países que se catalogan como competencia directa e indirecta, para así realizar estrategias más efectivas y poder iniciar a competir con otros países adversarios; adicionalmente se cuenta con excelentes fuentes de información mediante páginas dedicadas a soluciones para el comercio internacional.

Es importante aclarar que hay diferentes enfoques de inteligencia de mercados como lo referencia la embajada de Colombia en Tokio, ella tiene su propio concepto como cada entidad que se dedica a IM define su propio criterio; otros ejemplos de ello es PromPerú; Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo, puntualizándola cómo:

Un proceso de exploración de las variables indicativas del comportamiento actual y tendencial de la oferta, demanda, precios de un producto a nivel global o nichos específicos del mercado.

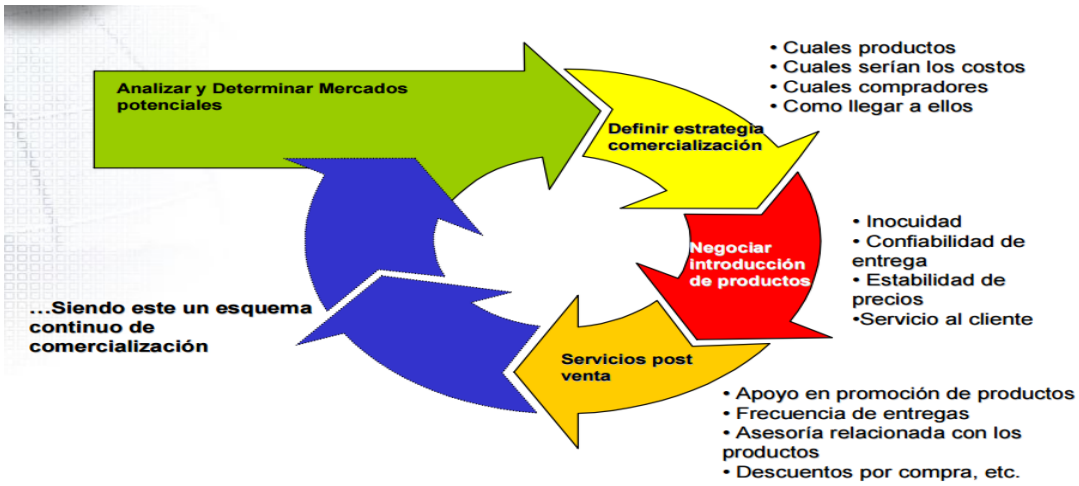
Realizar un estudio de Inteligencia de Mercados es un paso necesario para todos los empresarios que deseen incursionar o mejorar su participación en el comercio internacional[17]

16

17 OCHARAN CASABONA. Mario. Inteligencia de Mercados en los Negocios Internacionales. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo PromPerú, Arequipa, Junio de2008. Página Web Disponible en:

Ya teniendo claro el concepto de IM se deben tener claros los beneficios que esta les ofrece a los empresarios que aplican esta metodología como lo son: reducir riesgos de mercado e incrementar el éxito, identificar oportunidades de negocio, brinda alta calidad de información sobre el cliente y conocimiento del competidor, mejora el control y la administración de ventas, facilita un mejor planteamiento y ejecución de la exportación o importación, disminuye los costos de venta, y permite al empresario centralizarse en cada uno de los esfuerzos de marketing.

Grafica 6. Proceso de Inteligencia de Mercados definida por PromPerú.



Fuente: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo PromPerú

El modelo anterior se compone de cuatro pasos principales que son: Estudiar el entorno del negocio, analizar el mercado, crear una estrategia de mercado y finalmente interactuar y/o tener un condicionamiento operativo con el mercado para llegar al posicionamiento. El estudio de IM propuesto por PromPeru gráficamente se llevaría acabo de la siguiente forma[18].

---

http://www.ucsp.edu.pe/archivos/pdf/Diapositiva_III_Congreso_Internacional_deComercio_Exterior_(7).pdf [Consultada el 18 de Agosto de 2016]

[18] Muñoz, Op. Cit., p. 24.

Grafica 7. ¿Cómo se hace un estudio IM? Por PromPerú.

Fuente: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo PromPerú, abril 2009

De este modo el comprender el contexto del negocio, recae en situar el marco general al interior del mercado, por lo que es vital conocer muy bien el país hacia el cual se quiere dirigir y también el entorno del producto que se va a comercializar.

El marco país se enfoca en todo lo referente a los factores que recaen sobre la actividad económica que son: políticos, sociales, demográficos y económicos; estos rubros se pueden investigar en fuentes nacionales, gubernamentales y/o departamentales de cada país.

Por consiguiente, el marco sector comprende todo lo referente al movimiento de oferta, demanda, aranceles, importaciones, exportaciones, balanza comercial, precios, competencia, distribución, suplementos y todo lo referente al comportamiento del mercado de este producto dentro del país al cual se centraran los esfuerzos de posicionamiento.

El siguiente paso a seguir es la comprensión del mercado, para esto se debe tener muy claro el concepto de mercado que según Philip Kother, Gary Armstrog,

Dionisio Cámara e Ignacio Cruz en el libro ¨Dirección de Marketing¨ Mercado es; ¨Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio[19].¨.

Al tener pleno conocimiento de variables tan importantes del mercado como lo son el tamaño, logística y distribución, target, condiciones del comercio, aspectos legales de comercialización, principales competidores, entre otras el mercado objetivo estará más que estudiado e interiorizado.

El siguiente paso a dar es la estructuración y creación de la estrategia de mercado como tal, por lo cual al comprender como se comporta el país, el producto dentro de este y a su vez el mercado y sus empresas, todas y cada una de las estrategias y tácticas de marketing a usar, deben de ir de acuerdo a lo anteriormente dicho, sin olvidar que es fundamental conocer el target, la forma en que se posiciona una marca y un producto en dicho lugar.

Finalmente, se debe inmiscuirse en el mercado objetivo, para lo cual siempre se aconseja participar en ferias empresariales y/o realizar un viaje con el objetivo de culminar y profundizar el proceso que se desea hacia el país objetivo, siendo esto una misión técnica y comercial.

De esta forma es como PromPerú tiene definido su proceso de incursión de mercados internacionales, más sin embargo otras entidades como Legiscomex han diseñado el suyo con algunas similitudes, pero cabe aclarar que Legiscomex es un portal especializado en soluciones de mercado a nivel internacional, por lo que adjunta procesos de exportación e importación para la IM y adicionalmente define a la IM como:

[19] Legiscomex. Inteligencia de Mercados internacionales. Agosto de 2005. Página Web. Disponible en: http://www.construdata.com/BancoConocimiento/l/inteligenciamercados.asp[Consulta el 29 de Septiembre de 2016]

La inteligencia de mercados es una actividad fundamental para la expansión de una empresa hacia nuevos mercados o segmentos porque permite identificar cuando, como, a donde y a quién ofrecerle sus productos o servicios.

Es una herramienta que facilita el diseño y la implementación de planes estratégicos de exportación, puesto que detecta las tendencias de los mercados internacionales a través de la ubicación de información actualizada sobre la demanda mundial y las oportunidades existentes en los diferentes mercados[20].

El llevar a cabo esta actividad, requiere investigación ardua tanto de fuentes primarias y secundarias, ya que el objetivo de una IM, es acercarse a una evaluación de forma cuantitativa como cualitativa de los mercados reales potenciales que se desean.

Para LEGISCOMEX al realizar un estudio de IM con fuentes secundarias se debe tener en cuenta:

Reseñas sobre el país de interés.
Estadísticas sobre importaciones e importaciones a nivel mundial sobre el producto.
Aranceles pagados por Colombia versus el arancel pagado por otros países que reciben tratamiento preferencial.
Entidades de apoyo que faciliten el establecimiento de contactos y suministros de información.[21]
Lo que se entiende por una investigación de fuentes secundarias refiere a apoyarse única y exclusivamente en bases de datos, documentos de internet,

---

[2020] Legiscomex. Inteligencia de Mercados Internacionales. Agosto de 2005. Pagina Web. Disponible en: http://www.construdata.com/BancoConocimiento/inteligenciamercados/inteligenciamercados.asp [Consultada el 29 de Septiembre del 2016]
[21] Op Cit. Legiscomex

estudios previos realizados, documentos de entidades públicas y privadas, periódicos, revistas, libros, entre otros.

Para Legiscomex el proceso que se debe seguir para fuentes primarias es:

Viaje exploratorio
Contacto con clientes potenciales
Contacto con proveedores
Referenciación de la experiencia de otros exportadores.
Acudir a empresas especializadas[22]

Legiscomex con el objetivo de efectuar una transacción comercial exitosa, determina que en primera instancia se debe analizar las variables económicas, políticas y sociales mediantes fuentes secundarias, para así poder seleccionar el mercado promisorio y como segunda instancia se debe realizar dicho proceso con fuentes primarias y así estarían completos los pasos para llevar a cabo un buen comercio internacional.

Como ya se han podido evidenciar hay un sin número de entidades que se especializan en inteligencia de mercados, no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional, ya que este concepto ha construido su camino al apogeo desde hace unos años; por lo general cada entidad desarrolla su propio concepto a partir de variables que toma para llevar a cabo el modelo de la IM, sin embargo los modelos y los significados no tiene mucha diferencias uno del otro y todos tienen el mismo fin.

En la cartilla de Andrés Camacho Murillo se afirma que la inteligencia de mercados realizada para el CIIM es la aglomeración de información soportada bajo fuentes

[22] Legiscomex, Op. Cit., http://www.construdata.com/BancoConocimiento/l/inteligenciamercados/inteligenciamercados.asp ¨Es una metodología de investigación que permite determinar la viabilidad económica y social de comercializar bienes y servicios en mercados potenciales de carácter internacional, atreves de un análisis sistemático de las variables explicativas de la oferta y la demanda, tanto internas como externas, incluyendo los factores sociales, políticos y ambientales que competen¨ .

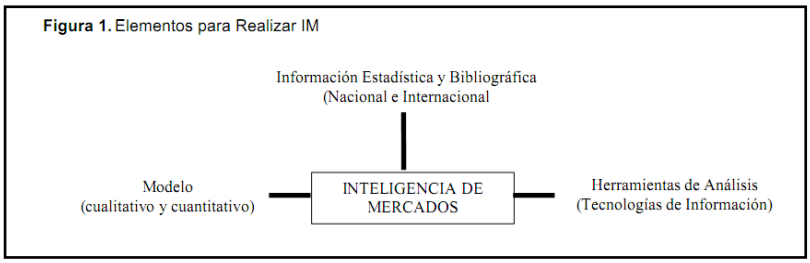
estadísticas, económicas, administrativas, ingenieriles y legislativas tanto colombianas como internacionales, adicionándole un modelo cualitativo y cuantitativo que se soporta en herramientas de análisis que ofrecen como resultado la creación de un IM para un producto escogido.

Es importante informar que el modelo del CIIM[23] complementa y enfatiza algunos temas que exponen entidades como; CCI, el Programa Expopyme, ProColombia y Araujo Ibarra & Asociados.

El presente modelo se compone de información estadística y bibliográfica de orden nacional e internacional, que sienta sus bases en la aplicación de tecnología de información, variables micro y macroeconómicas, estudios de logística, distribución y empacotecnia internacional, ingeniera de empaques y alimentos, y todos los demás temas concernientes al mercadeo siempre teniendo en cuenta que deben de ir de acuerdo a la legislación de los países que se involucran.

Los ítems que el señor Andrés Camacho Murillo propone para llevar a cabo un estudio de IM son:

Grafica 8. Elementos para realizar IM



Fuente: CIIM Inteligencia de Mercados.

Complementario a lo anterior mencionado el conjunto de seis pasos que expone Camacho para seguir la realización de una IM son:

Pasos para realizar la IM

Fuente: CIIM Inteligencia de Mercados.

[23] Camacho.Op Cit 1

2.3.3. Indicadores de Competitividad: Andrés Camacho argumenta a continuación, los indicadores que se deben usar para medir la competitividad de un producto, ya que estos son usados también por el DANE, el departamento nacional de planeación DNP y el CCI en gran parte de sus estudios.

2.3.4. Competitividad revelada:

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2005), el Departamento Nacional de Planeación (2004) y Schawartz et ál. (2007), para poder identificar los niveles de competitividad que presenta un producto i (bien o servicio) de un país j a nivel mundial[24].

Cabe aclarar que diversas entidades designan a la letra i en minúscula al nivel de competitividad que pertenece al bien o servicio y la letra j en minúscula al respectivo país, con lo que se puede indagar los siete indicadores que conforman la respectiva medición y son:

En primera instancia se hablara de la trazabilidad (T), este indicador es el que nos ayuda a acercarnos a las condiciones de exportación y/o competitividad a nivel internacional o satisfacción de la demanda interna del país elegido (es decir si el país escogido está en condiciones de exportar o si solamente puede cumplir con su demanda interna) y al detalle la medición de este es:

Si el resultado es igual o menos que cero (0): quiere decir que el país no está en condiciones de satisfacer la demanda interna y por consiguiente depende en gran parte de exportaciones para poder cumplir su demanda, otra apreciación que se puede dar es llana y sencillamente que el país no produce este bien.

Si el resultado es mayor que cero (0): quiere decir que este es un país exportador en potencia, que produce más que la demanda local y que está en condiciones de competir a nivel internacional y exportar su producto.

$$T_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{C.A_{ij}}$$

[24] . Camacho., Op. Cit., p.3

$$C.A_{ij} = y_{ij} + M_{ij} - X_{ij}$$

Dónde:

X_{ij}: Exportaciones del producto i por el país j.

M_{ij}: Importaciones del producto i por el país j.

Y_{ij}: Producción interna del producto i por el país j.

C.A $_{ij}$: Consumo aparente del producto i por el país j.[25]

Grado de apertura exportadora (GE): Refiere a el grado de representación del producto, por lo que su resultado entre más se aleje de cero indica un alto grado de satisfacción de la demanda y/o local, por lo que sería altamente competitivo en un mercado internacional, cabe aclarar que su resultado jamás puede ser menos a cero y su ecuación representativa es:

$$GE_{ij} = \frac{X_{ij}}{C.A_{ij}}$$

Dónde:

X_{ij}: Exportaciones del producto i por el país j.

C.A $_{ij}$: Consumo aparente del producto i por el país j.[26]

El indicador a estudiar es el grado de penetración de importación (GI), este brinda la información necesaria acerca a la cantidad de importaciones que un país j realiza de un producto determinado i , por cuanto si se acerca a cero indica que el país produce lo suficiente como para suplir la demanda interna y puede llegar a ser un importador en potencia, por el contrario si se acerca a uno indica todo lo contrario.

$$GI_{ij} = \frac{M_{ij}}{C.A_{ij}}$$

Donde:

[25] Camacho., Op. Cit., p.3
[26] Camacho., Op. Cit., p. 32

M_{ij}: Importaciones del producto i por el país j.
C.A $_{ij}$: Consumo aparente del producto i por el país j[27]

Se debe tener presente que la balanza comercial, que es quien indica el flujo de exportaciones e importaciones, va a servir de parámetro para saber si el país es en potencia importador o exportador de dicho producto y así mismo saber si suple o no la demanda interna, mediante la balanza comercial relativa.
El resultado de lo anteriormente dicho se mueve dentro de un rango de menos 1 (-1) y uno (1), donde el menos uno refiere a que es un país importador y por ende es un mercado potencial y al estar dentro de un resultado positivo indica que es un país exportador en potencia

$$BCR_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Donde:
X_{ij}: Exportaciones del producto i por el país j.
M_{ij}: Importaciones del producto i por el país j.
$X_{ij} + M_{ij}$: Flujo comercial del producto i por el país j [28].

El siguiente indicador es el modo de inserción al mercado:

¨Este indicador muestra la dinámica de un bien i en relación con un mercado referente. En su análisis se combina la variación porcentual promedio de las exportaciones de un producto i por parte de un país j (eje X), junto con la variación porcentual promedio de la participación que presentan las exportaciones del mismo producto a nivel mundial (eje Y). Ver gráfico¨.

[27] Ibid., p.3
[28] Ibid., p. 3

Cuenta con dos componentes:

Posicionamiento: se refiere a la variación Porcentual de las exportaciones (promedio).

$m_p = TCMX_{ij} \equiv \overline{\Delta\% X_{ij}}$: (Eje X)[29].

Eficiencia: Equivale a Variación porcentual de la participación de las exportaciones del producto del país sobre el total de las exportaciones del producto.

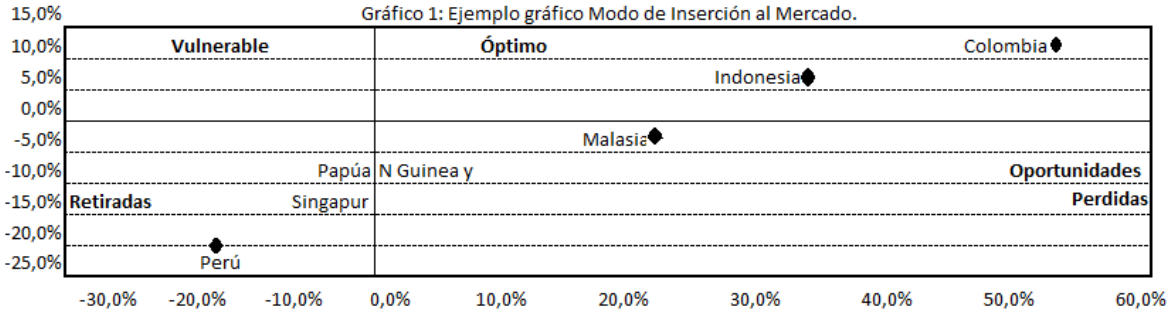
$m_e = TCMPX_{im} \equiv \overline{\Delta\% PX_{im}}$: (eje Y)[30].

$$PX_{iM} = \frac{X_{ij}}{XT_{iM}}$$

Los mercados de competitividad se pueden clasificar de la siguiente forma.

I: óptimo (Posicionamiento +, eficiencia +)
II: Vulnerable (Posicionamiento -, eficiencia +)
III: Retirada (Posicionamiento -, eficiencia -)
IV: Oportunidades perdidas (Posicionamiento +, eficiencia -) [31]
Grafica 9.Ejemplo del Modo de Inserción al Mercado

[29] Ibid., p. 3
[30] Camacho., Op. Cit., p. 35-37
[31] Camacho., Op. Cit., p. 35-37



Fuente: CIIM Inteligencia de Mercados.

El Penúltimo indicador es el índice de ventaja comparativa rebelada (especialización internacional), que lleva a investigar el desempeño de los países a nivel comercial exclusivamente para el producto que se esté investigando, comparando el resto de productos y el resto de países, se formula de la siguiente forma:

$$IE_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{iM}}$$

Dónde:

X_{ij}: Exportaciones del producto i por el país j.

M_{ij}: Importaciones del producto i por el país j.

X_{ij} : Exportaciones del producto i realizadas por el mundo o un mercado específico.

¨El indicador puede estar entre -1 y 1 (-1 < IE <1). Si el resultado es igual que uno (1), se puede decir que es país es altamente competitivo y especializado en este producto¨[32].

El último indicador es la competitividad relevada en el que se tiene el ranquin de competitividad que fue diseñada por Schwartz et ál. Que indica

[32] Camacho., Op. Cit., p. 35-37

¨calificar el nivel de competitividad que tienen los países entorno a un producto, y de esta manera escoger el más y el menos competitivo. Para esto trabajaron con intervalos estadísticos en cada indicador calculado (ver cuadro), y de esta manera asignar al final una calificación que va de 1 (la más alta) a 4 (la más baja).

Tabla 4. Calificación de los intervalos estadísticos para cada indicador de competitividad.

Calificación	BCR	T	GE	GI	Inserción al Mercado.
4	(-1.0015 ; -0.5015)	(-1.06 : -0.36)	(-0.15 ; -0.35)	(0.8 ; 1.1)	En Retirada.
3	(-0.5015 ; -0.0015)	(-0.36 ; -0.34)	(0.35 ; 0.85)	(0.5 ; 0.8)	C/Vulnerabilidad.
2	(-0.0015 ; 0.4985)	(0.34 ; 1.04)	(0.85 ; 1.35)	(0.2 ; 0.5)	C/ Oportunidades Perdidas
1	(0.4985 ; 0.9985)	(1.04 ; 1.74)	(1.35 ; 1.85)	(-0.09998 ; 0.2)	Positivo

Fuente: CIIM Inteligencia de Mercados.

2.3.5. Competitividad relativa: Abarca solo un indicador y es el tipo de cambio real (e), ya que la competitividad se analiza únicamente referente al precio. Estudia la competitividad de dicho país y la relación con los demás países de estudio contra el producto. ¨El TRC permite medir que tan competitivo es un producto i del país j frente a ese mismo producto i del país k¨[33]

$$TCR_{ij} = E_i p^*_j / p_i$$

Dónde:

[33] Camacho., Op. CIT., P. 38

TCR_{ijk}: Tasa de cambio real del producto i entre los países j y k.
P^*_K: Precios del producto i en el país k
P_j: Precios del producto i en el país j.

¨Si la TRC aumenta (depreciación real) el país j es más competitivo que el país k objeto de comparación; viceversa, si la TRC disminuye (apreciación real) el país k es más competitivo que el país j¨.[34]

MARCO CONCEPTUAL.

Como anteriormente se ha dicho este proyecto de grado se basa en el modelo de Inteligencia de Mercados estructurados por el doctor Andrés Camacho, que a su vez se complementa con la estructura presentada por Oscategui, en la que se estudia cada uno de los pasos que maneja ProColombia para llevar a cabo una inteligencia de mercados.

2.4.1. Modelo de Inteligencia de Mercados, Oscategui.

El modelo base a implantar se compone de una seria de etapas que a su vez se componen de una serie de actividades que al entrelazarse dan como fruto una inteligencia de mercados ideal para llevar a cabo.

Este tipo de modelo está construido para que cada una de sus etapas, actividades y tácticas vayan de la mano y se desarrollen como un conjunto de engranes, donde cada uno depende del otro para su óptimo funcionamiento, por tanto el punto de partida es la fase de exploración del mercado promisorio y un estudio de mercado, en donde se deben tener en cuenta los aspectos económicos, demográficos y psicográficos; precedido por el estudio e identificación del perfil del producto, en donde converge todo lo referente al ámbito legal; sin olvidar que es

[34] Ibid., p., 39

importante identificar el comportamiento del mercado, consumidor y lugar seleccionado, para así asegurar un éxito en la IM; otro punto de gran importancia al que debe realizársele. un estudio detallado es a la forma de mercado, comercialización, distribución, competencia, gustos, preferencias, cultura, exportaciones, importaciones, y todas las demás variables que permitan llegar a un benchmarking del lugar seleccionado y así mismo realizarse uno interno, para que el resultado de ambos, permita llegar a la elaboración de una ficha técnica en donde se plasmaran recomendaciones, aspectos positivos, aspectos negativos, diferentes tipos de alianzas y demás aspectos ,sin olvidar que es importante tener almacenadas todas y cada una de las fuentes de información y entidades que sirvieron para llevar a cabo este proyecto.

2.5. MARCO ECONÓMICO.

2.5.1. Exportaciones de carne bovina a nivel mundial

Los principales exportadores mundiales de carne corresponden a Estados Unidos seguido por Brasil y Australia en tercer lugar; registrándose un promedio de 9.500.00 toneladas exportadas al año convirtiendo a Colombia en un país potencial para la exportación de este producto gracias a que cuenta con la capacidad de exportar carne bovina a Rusia

En el siguiente cuadro se expone el ranking de países proveedores para 2016, en toneladas exportadas.

Tabla 5 Exportaciones de carne bovina a nivel mundial por país y toneladas

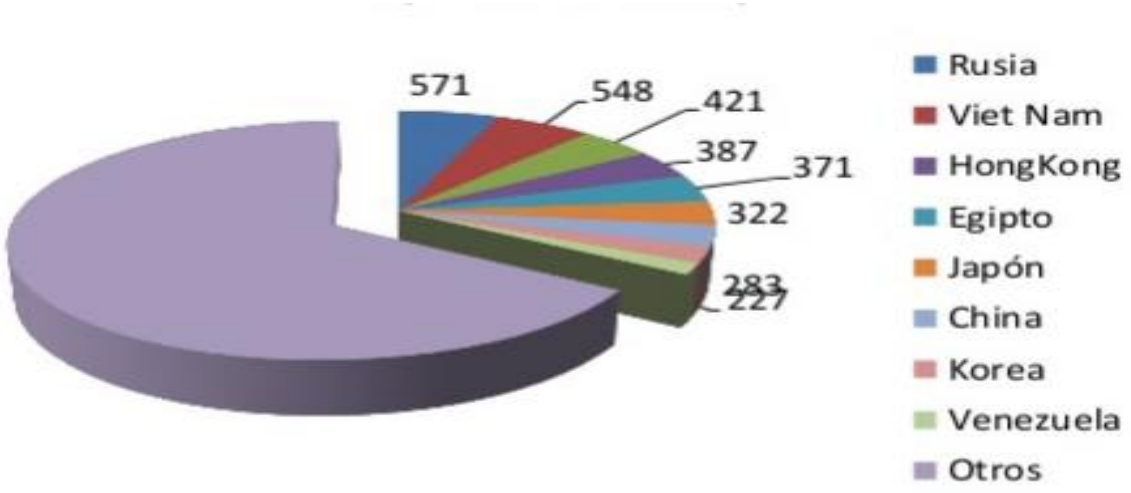
PAIS	TONELADAS EXPORTADAS
India	1.950.000 toneladas
Brasil	1.850.000 toneladas
Australia	1.525.000 toneladas
estados unidos	1.114.000 toneladas
nueva Zelanda	584.000 toneladas
Canadá	415.000 toneladas
Uruguay	380.000 toneladas
Paraguay	380.000 toneladas
unión Europea	320.000 toneladas
México	250.000 toneladas
Argentina	230.000 toneladas
Otros Países	635.000 toneladas
Total	9.500.000 toneladas

Fuente: Agrovoz

2.5.2. Importaciones de carne bovina a nivel mundial.

En los últimos años los importadores de carne no han cambiado mucho a través de los años el primer lugar lo tiene Rusia seguido por Viet Nam y Hongkon las cuales no logran satisfacer la demanda de esta

Grafica 10. Principales Importadores de carne bovina



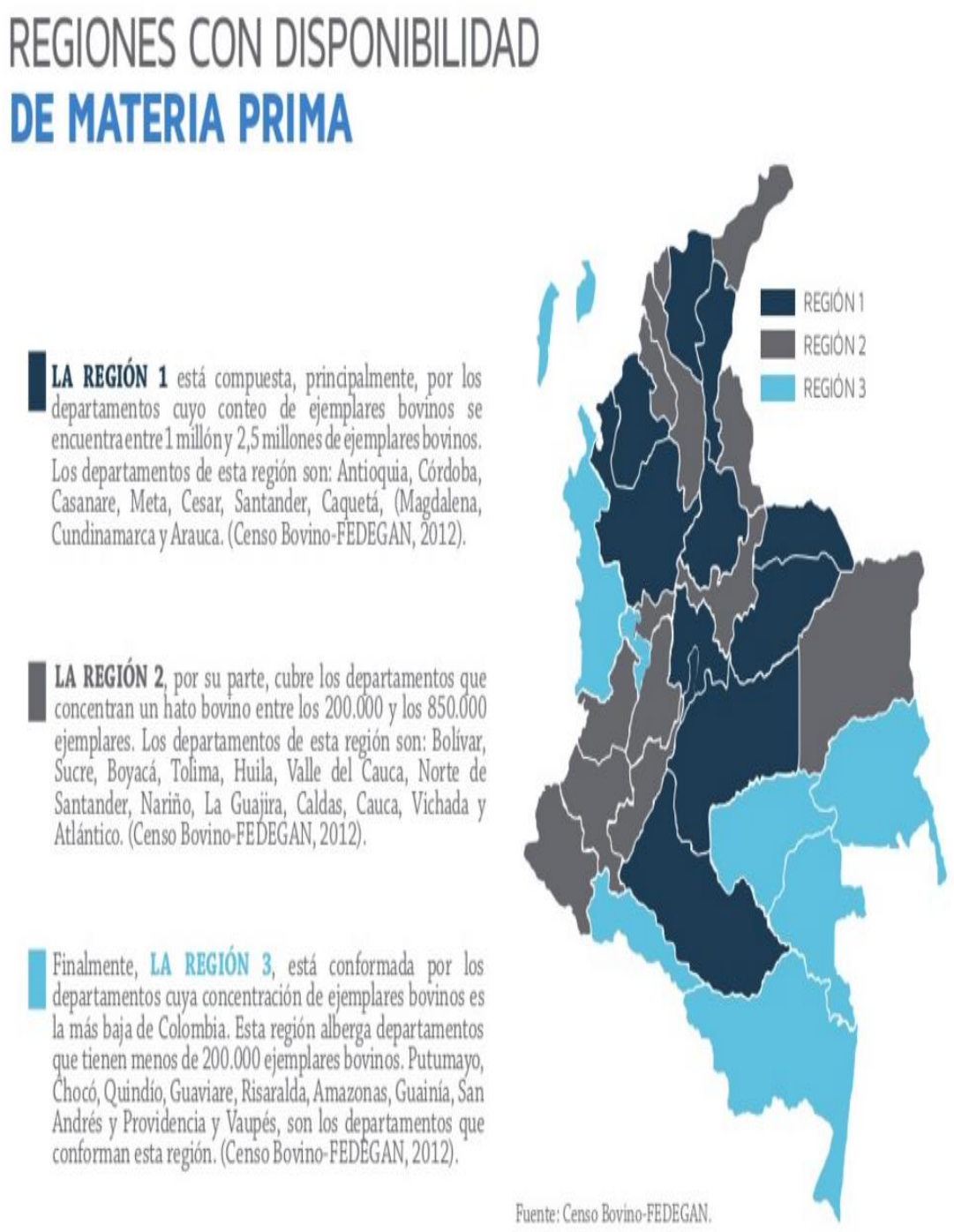
Fuente: Procolombia septiembre 21 de 2015

2.5.3. Economía Nacional de la carne bovina.

Colombia el cual ocupa el quinceavo lugar en la producción de carne pero ha ido cambiando esta posición gracias a que el sacrificio bovino en Colombia sobrepasó los 4 millones de cabezas en 2015 mostrando un crecimiento de 4,9% desde 2010. Así mismo el inventario bovino en Colombia alcanzó cerca de 23 millones de ejemplares bovinos en 2015. Las regiones con mayor participación ganadera son: la norte con el 28% y la oriental con el 27%. Aunque en todos los departamentos del país se evidencia producción ganadera, los departamentos con mayor población son en su orden, Córdoba, Antioquia, Casanare, Caquetá, Cesar, Santander, Meta y Cundinamarca que concentran más de 60% del total.

Fuente http://inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria/carnico.html

2.5.4. **Grafica 11**. Producción de carne bovina a nivel nacional.



Fuente: Censo Bovino-FEDEGAN 2012

2.5.5. Exportaciones de carne bovina colombiana

Actualmente Colombia tiene acceso a 12 países para exportarle carne bovina que ha ido cambiando atreves de los últimos años uno de los principales cambios fue Venezuela que dejó de ocupar el primer puesto como comprador de carne como se venía viendo, ya que por su situación política se ha vuelto muy complicado para los ganaderos la exportación de este producto, En su reemplazo se ubicó Rusia, que aumentó la compra de la proteína roja en un 345 % en comparación con el año anterior.

Según cifras, FEP (Fondo de Estabilización para el Fomento de la Exportación de carne, leche y sus derivados), Rusia compró 996 toneladas de carne en un estado de composición deshuesada refrigerada y congelada por un valor de USD2 millones 936 mil, lo que representa el 43 % de las exportaciones totales en el primer semestre del 2015.

En segundo lugar lo ocupó Curazao con 577 toneladas Perú ocupó el tercer puesto con 340

España, Hong Kong, Angola, Estados Unidos y la isla San Martín están dentro de los principales países a los cuales tenemos acceso.

En la siguiente tabla se encontraran los tres principales países y las toneladas de que se exportan a cada uno

Grafica 12. Países a los que exporta Colombia carne bovina

Rusia	4.310 toneladas
Curazao	778 toneladas
Perú	421 toneladas

Fuente Contexto ganadero 04 de Diciembre 2015

2.5.6 Desarrollo Bovino de Rusia

Las condiciones climáticas del país más extenso del mundo le ha impedido llevar a cabo la ganadería bovina, por lo que la solución ha sido convertiste en un exportador neto.

Un total del 65% de los suelos Rusos está cubierto de hielo permanentemente, lo que hace que su clima sea extremo. Para los rusos el consumo de carne de res es relativamente nuevo, puesto que el cerdo y las aves son la primera opción en su gastronomía, se ha evidenciado que el consumo de la proteína roja está en alza debido a cambio en el estilo de vida.

Los hatos Rusos en su gran mayoría se destinan a la producción de leche y la minoría a la producción de carne bovina, pero pese al tiempo que se necesita para producir carne de óptima calidad el hato no tiene el tiempo suficiente para su recuperación, debido a que la demanda crece cada día más.

Las negociaciones para la exportación de proteína roja hacia Rusia vienen desde finales de los 90´s, Brasil fue el primer país suramericano en exportar carne bovina hacia Rusia, seguida de Paraguay. Argentina, Costa Rica, Uruguay, Brasil y Colombia son países que exportan la proteína y se destacan por el cumplimiento de los requisitos sanitarios y asuntos políticos que benefician esta transacción.

Para el 2015 la cuota anual de importación de carne que registro Rusia fue de 530 mil toneladas de carne; cabe aclarar que Rusia no Compra Carne proveniente de animales levantados con hormonas; al igual que al no tener el clima propicio el costo de mantener el ganado a la temperatura adecuada es demasiado alto y adicionalmente la escases de pastos es evidente[35].

2.5.7. Comercialización y condiciones de Consumo

Rusia es un país altamente conocido por elaborar parte de los mejores cárnicos procesados, además estos cubren parte de su dieta.

Principalmente la cultura Rusa prefiere la proteína procesada, pero hace más de una década la preferencia por un estilo de vida más saludable ha hecho que el

[35] Contexto ganadero. Internacional. Disponible Pagina web: http:// http://www.contextoganadero.com/internacional/las-razones-por-las-que-rusia-seguira-importando-carne-de-res

consumo de carne bovina sin procesar este a la orden del día y tengo protagonismo en las mesas Rusas; por ende la carne que es exportada hacia este gigante es usada para la elaboración de productos cárnicos procesados y el consumo habitual. La proteína roja que es usada para consumo habitual y preparación de productos diarios se venderá en plazas de mercado y grandes superficies, siempre teniendo en cuenta la cadena de frio, ya que el mercado Ruso es sensible y muy exigente.

2.6. MARCO LEGAL

2.6.1 Documentación y trámites para la exportación de la carne bovina

Para la exportación de carne a Rusia nos exigen los siguientes documentos

Factura comercial

Packing List

Contrato

Documentos de transporte (Bill of Landing, Guía Aérea, Guía de camión).

ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS Inspección veterinaria en frontera: documento que acredita que se ha pasado la inspección veterinaria en el punto de entrada en territorio aduanero.
Fuente: ProColombia. Septiembre 21 de 2015.

2.6.2. Documentación por parte de la empresa Exportadora

Escritura Pública: Ante notario independiente del tipo de sociedad que cobije la empresa

Registro de cámara y comercio: Séase persona natural o jurídica.
Tramitología ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales): Solicitar el NIT (Número de Identificación Tributaria), diligenciar el RUT (Registro Único Tributario), inscripción para el pago de IVA (Impuesto de Valor Agregado), y la previa autorización numérica de facturación[36]

2.6.3. Registros para la exportación

Los documentos a recopilar son:
Documento de exportación – DEX: Este expedido por la DIAN, denominado como el documento de exportación o declaración de exportación, cumple un doble papel que puede ser utilizado como Autorización de embarque o declaración definitiva.

Autorización de embarque: Puede ser utilizado cuando el embarque no supere el valor de los $1.000 (mil dólares) de ser así, los tramites deben ser realizados por la sociedad de intermediación aduanera SIA, autorizada por la DIAN.
Declaración definitiva: Se debe realizar esta operación cuando el embarque es único con cifras definidas, cuando se quiere consolidar embarques fraccionados e indicar las cifras de un embarque único que había sido presentado con datos provisionales.

Declaración Simplificada de Exportación: Se refiere a la declaración de muestras sin valor comercial a los que se denominan artículos y /o mercancías que sean declaradas como muestras sin valor comercial y su valor FOB no sobrepase los límites establecidos por la DIAN, que se encuentra sujeto a cambios por lo que se sugiere mantener actualizado dicho valor. Para este caso las frutas deben cumplir con todos los requerimientos pedidos por el país de destino. No son establecidos como muestras sin valor comercial artículos que forman parte del patrimonio

[36] Manual de Exportador de Frutas, Hortalizas y Tubérculos en Colombia. 2000 Disponible es < http://interletras.com/manualCCI/LOGISTICA_EXPORTADORA/logisticaexp10.htm> Fecha de consulta: 3 de Agosto de 2012.

intelectual e histórico del país, estupefacientes, órganos humanos, animales exóticos o en vía de extinción, plasma humano, café y metales preciosos.

Factura Comercial: Es uno de los documentos más importantes ya que es al no ser un contrato ni un documento que pacte la compraventa es aquel que es enviado al destinatario y/o comprador y en él que se estipula lo acordado por ambas partes, además le brinda a la entidad aduanera de destino el valor del embarque o de la aduana para la aplicación de gravámenes, tasas y aranceles correspondientes.

Documento de embarque: Corresponde al documento que se genera cuando la mercancía es entregada a la compañía transportadora y en la que se estipula como se va a transportar la mercancía según lo negociado mediante acuerdos o los inconterms, el documento refleja el tipo o los tipos de transporte (terrestre, marítimo o aéreo).

Certificado de Origen: El certificado de origen es aquel documento que le permite a los productos Colombianos acogerse a descuentos y beneficios arancelarios, según los acuerdos comerciales que se tengan; por otra parte. Dicho formulario es otorgado en el ministerio de comercio exterior de acuerdo a las especificaciones y acuerdos del país de destino. Al exportar hortalizas y frutas a la unión europea obligatoriamente se debe de anexar conjunto con el certificado de origen el llamado certificado de origen y procedencia en donde se especifica el municipio en donde se sembró dicho producto.

Certificado Fitosanitario: Este certificado se realiza justo antes el embarque y tiene una duración de dos horas y es exigida para productos de origen animal y/o vegetal sin procesar, plantas, y animales; este documento se basa en la toma de una muestra en la que se verifica que el producto cumple con los requisitos. El procedimiento es otorgado por el ICA (instituto colombiano agropecuario) y su costo es proporcional a la cantidad de producto a exportar.

Lista de Empaque: Es aquel documento en donde se encuentran especificaciones a cerca de la cantidad, peso ,volumen, tipo de manejo, embalaje ,número de cajas, número de unidades ,condiciones de transporte y demás, adjunto a los requisitos y autorizaciones pedidas para la exportación; con el fin de que la DIAN registre la exportación definitiva[37]

2.7 MARCO TECNOLÓGICO

2.7.1 Taxonomía Clase de Ganado Brahman.

La genética del Brahman fue llevada a cabo en los Estados Unidos a finales del siglo XIX y principios del XX, al cruzar 4 razas indianas de ganado (Bos Indicus), cuyo objetivo era crear una raza de ganado productora de carne con eficiencia en gran cantidad de climas.

Hoy en día se encuentra establecido en más de 60 países del mundo y sus principales características y bondades son:

Rusticidad.

Resistencia al calor.

Excelente respuesta a las pasturas.

No se ve tan afectada a las garrapatas, moscas, mosquitos y otros insectos.

Resiste a enfermedades como la anaplasmosis y fiebre de garrapata.

Crecimiento rápido.

Precocidad sexual.

Abundante musculo.

Pariciones regulares.

Mansedumbre.

Este ganado es muy apetecido, ya que para que el dinero invertido sea recuperado en el menor tiempo posible esta clase de ganado es la mejor opción,

[37]Manual de Exportador de Frutas, Hortalizas y Tubérculos en Colombia. 2000 Disponible es < http://interletras.com/manualCCI/LOGISTICA_EXPORTADORA/logisticaexp10.htm> Fecha de consulta: 3 de Agosto de 2012.

debido a su precocidad y capacidad de producir mayor cantidad de carne en menos tiempo.

Este tipo de ganado es para uso reproductivo y no de exposición; racialmente los toros deben de tener giba amplia, ubicada en la cima de los hombros, el prepucio debe der ser mediano y ajustado, con cola de terminación negra y adherida al cuerpo y su pelaje es de mediana textura y graso al tacto; las hembras también deben de tener giba pero de forma más oval y por consiguiente para ambos sexos la papada tiene que estar bien desarrollada con piel suave y plegable distribuida en hojas que va desde la mandíbula hasta la base del pecho.

La carne del Brahman es famosa por ser magra de excelente calidad y sin exceso de grasa. Su longevidad alcanza hasta un 50% más que las razas europeas al igual que su fertilidad.[38]

Tabla 6 Características Fenotípicas y de Conformación de la raza

Características	Perfil Ideal de raza
1. CABEZA.	Proporcional al sexo y tamaño del ejemplar. En el toro debe ser de aspecto masculino, amplio y fuerte en todas sus partes. Con frente ancha, amplitud entre los ojos, perfil rectilíneo con ligera concavidad. Proporcional al tamaño de la vaca, de buen estilo (Femenina, limpia y balanceada) con frente ancha, amplitud entre los ojos, perfil rectilíneo con ligera concavidad.
1.1. Orejas.	Tamaño medio, bien pigmentadas, abiertas en el pabellón interno y terminado en puntas redondeadas.
1.2. Ojos.	Achinados, protegidos con arrugas de piel, con párpados y pestañas negras.

[38] La ganadería. Disponible en: http:// www.laganaderia.org/ganaderia/microsite/ganado_brahman.html.

1.3. Cara.	Proporcional al sexo, en toros debe ser Masculina, amplia y expresiva. En hembras femenina, amplia y expresiva.
1.4. Boca.	Amplia, con mandíbulas fuertes y simétricas.
1.5. Nariz.	Puente (tabique) de la nariz fuerte y recta, hocico amplio, ollares grandes y abiertos, de pigmentación negra.
2. CUELLO	Proporcional al sexo. Toros: Largo y ancho con musculatura evidente y fuerte implantación al tronco. Vacas: Largo, suave en su inserción y con musculatura equilibrada.
2.1. Giba.	Proporcional al sexo y tamaño del animal, de forma arriñonada en el caso del toro. De tamaño medio con forma de castaña en las hembras, sin deformaciones evidentes en ninguno de los sexos. Colocación: Exactamente ubicada sobre los hombros, carga hacia atrás y descansa sobre la espalda. (Trazando una línea recta imaginaria de la mitad del brazo hacia arriba, debiendo esta, llegar a la mitad de la base de la giba).
3. CUERPO	El Balance del cuerpo del animal define el estilo, la armonía, proporcionalidad de conjunto y la suavidad de inserción, entre el tercio anterior, medio y posterior. La altura, longitud y amplitud determinan el volumen corporal que tiene en cuenta el arco de costilla (curvatura de la costilla) visto por detrás y por delante con huesos planos y anchos. Al observar de lado las costillas anteriores deben salir lo más arqueadas posible hacia afuera, hacia atrás y hacia abajo, existiendo una separación intercostal evidente. Las costillas anteriores (línea de corazón) deben ser lo más profundas posibles.

3.1. Pecho	Esta zona debe ser muy amplia, limpia sin evidencias de acumulación de grasa y proporcional al sexo.
3.2. Hombros y paletas.	En los toros se buscan hombros fuertes musculosos y armoniosos. En las hembras deben ser suaves en su inserción con la espalda y con musculatura evidente y sin excesos.
3.3. Dorso.	Compuesto por la espalda que se define desde los hombros hasta la última vértebra torácica y debe ser amplia, larga, fuerte y con musculatura evidente y proporcional al sexo.
3.4. Lomo.	Debe ser amplio y nivelado.
3.5. Anca.	Se buscan ancas con ligero desnivel de Puntas del anca a puntas de nalgas con longitud y amplitud proporcionales, suave por encima y libre de protuberancias óseas, logrando ancas cuadradas y armoniosas. El desprendimiento de la cola debe quedar entre y a nivel de los isquiones y libre de tosquedad.
3.6. Cola	Debe ser gruesa, larga y terminada en una borla de piel y pelos negros.
4. MIEMBROS	
4.1. Miembros anteriores.	Movilidad: Se evalúan las manos y pezuñas teniendo en cuenta el movimiento de las articulaciones, la longitud y dirección del paso.
4.1.1. Aplomos anteriores	Se debe tener en cuenta su posición vista de frente y lateralmente. Las manos y las pezuñas deben estar ubicadas paralelamente a los hombros permitiendo máximo soporte y estabilidad durante el movimiento.
4.2. Miembros Posteriores.	Movilidad: Se evalúan patas y pezuñas, teniendo en cuenta el movimiento de las articulaciones, la longitud y dirección del paso,

	estos deben ser firmes, largos, fluidos y naturales sin evidencias de dolor o calambres.
4.2.1. Aplomos Posteriores.	Vistas lateralmente se buscan patas inclinadas moderadamente (Ángulo) con respecto al corvejón y vistas por detrás, rectas bien separadas con pezuñas colocadas simétricamente. El corvejón debe tener una adecuada flexibilidad sin hinchazones.
4.3. Cuartillas Ante riores y posteriores	Se buscan cuartillas fuertes que permitan una adecuada amortiguación durante el movimiento.
4.4. Pezuñas	Pezuñas de ángulo cerrado con mayor verticalidad y talones profundos con dedos redondeados, cortos y con ligera separación entre ellos.
5. ORG. GENITALES. MACHOS	
5.1. Bolsa escrotal y Testículos.	Conjunto localizado en la región inguinal. Debe presentar dos testículos simétricos, bien ubicados y de textura firme. La circunferencia testicular es compatible con la edad del macho. La bolsa escrotal debe tener pigmentación, de longitud media, piel fina y flexible permitiendo adecuada termorregulación.
5.2. Prepucio.	Debe ser recogido en la vaina y dirigido hacia a delante.
5.3. Ombligo.	Debe ser medio en su dimensión y proporcional al tamaño del animal.
6. ORG. GENITALES.	

HEMBRAS	
6.1. Vulva.	Bien desarrolladas, pigmentadas y conformadas por labios vulvares definidos y adecuados en tamaño y forma.
6.2. UBRE	La mayor consideración se da a los rasgos que contribuyen a la funcionalidad para la crianza, con mayor producción de leche y a la vida productiva. (Pezones de tamaño adecuado) Debe ser desarrollada, bien balanceada, de buen volumen, adherida firmemente, de consistencia o textura blanda, elástica y no fibrosa. (Piel fina y sedosa).
6.3. Ligamento central.	La mayor profundidad del surco longitudinal es indicativo de la fortaleza del ligamento lo cual permite una separación claramente definida en dos mitades, y está asociado a la funcionalidad, textura de la ubre y colocación de pezones.
6.4. Profundidad.	Con profundidad moderada en relación al corvejón y capacidad y espacio adecuado entre el suelo y el piso de la ubre, considerando la edad y el número de partos.
6.5. Pezones.	Los pezones deben ser de forma cilíndrica, tamaño uniforme y longitud y diámetro medios, íntegros, simétricos, bien separados y correctamente implantados en el centro de cada cuarto.
7. PELAJE:	
7.1. Color.	Gris y Rojo.
7.2. Pelo	Pestañas, borla de la cola (únicamente pelos negros) y sobre toda la capa de pelaje que recubre al ejemplar –pelos blancos, negros, rojos o entremezclados-.
7.3 - Piel	De color negro, abundante, suelta, fina y flexible, en toda la capa del cuerpo que recubre al animal, especialmente en áreas de mayor exposición al sol.

8. ESTRUCTURA	La estructura se define como el conjunto de esqueleto y hueso. Se prefieren huesos planos, amplios, limpios y sólidos con forma adecuada y proporcional al sexo.
9. TAMAÑO:	Es la Altura del animal a nivel de la base del hueso sacro con respecto al suelo y debe ser proporcional a la longitud de los huesos largos del cuerpo guardando relación con la amplitud y profundidad del animal, manteniendo siempre una relación de proporcionalidad de 1 a 1 entre la longitud de los miembros anteriores y la profundidad del cuerpo. El macho debe sobresalir en tamaño con respecto a la hembra.
10. LONGITUD:	Es la medida entre la punta del hombro (encuentro) hasta la punta del isquion. Se pretenden Toros cuya longitud del tercio anterior, medio y posterior sea evidente y proporcional a las partes del cuerpo.
11. MUSCULATURA:	Se busca una musculatura atlética, sólida y bien distribuida. Se aprecia en el lomo, la pierna y el brazo y su expresión será proporcional al sexo.
12. TEMPERAMENTO	Dócil. Presenta algunas diferencias con las razas europeas ya que el toro es el más apacible mientras que la vaca embiste cuando está con cría. Son animales gregarios que pastan en grupo como medio de defensa.

Fuente: Asocebu.

2.8. MARCO METODOLÓGICO

1.- Tipo de estudio

Descriptivo y exploratorio, mediante la aplicación del Modelo de Inteligencia de Mercados se Describe la situación actual del contexto y mercado de carne bovina, que permite identificar que la carne bovina es un producto que puede llegar a ser

de alto grado de exportación, ya que Colombia cuenta con gran cantidad de suelos altamente fértiles para cultivar pastos de muy buenos nutrientes que como aliento base pueden reducir el tiempo que se tarde desde la crianza hasta su comercialización, identificándose como un producto potencial por lo que se amolda a los parámetros exigidos por la investigación de los modelos de inteligencia de mercados existentes y por ende al aplicación del modelo de Andrés Camacho, complementándose con un estudio exploratorio, que busca establecer las condiciones de este mercado en Rusia. Bajo los siguientes parámetros o factores de desarrollo del mismo con el propósito.

2.- Método de Investigación

El método más acorde, sin duda alguna es el No probabilístico, ya que este nos permite seleccionar una muestra específica acorde a las necesidades de esta investigación, mitigando así los márgenes de error y teniendo una información más certera.

Tipo de Investigación

Cualitativo y cuantitativo, se abarcan ambas ya que el estudio se basa en cifras puntuales como la balanza comercial propia y de los países netamente exportadores, así como costos, cantidades de producción de cabezas de ganado y demanda interna; por consiguiente lo referente a la parte cualitativa refiere a investigaciones del proceso de cría de ganado bovino en Colombia mediante visitas a fincas ganaderas de los llanos orientales, donde las personas encargadas brindaban dicha información en un cuestionario desarrollado acorde las necesidades de esta investigación (ver anexo), Adicionalmente para la investigación se recurrió a visitas y entrevistas como fuentes de primera mano a mataderos, comisionistas ganaderos, subastas ganaderas y puntos de venta mayorista y minoristas del sector en la ciudad de Bogotá (ver anexo); cabe aclarar que el tipo de ganado que fue fuente de estudio y que se maneja en mayor cantidad en Colombia es el BRAHMAN.

Población Objeto de Estudio

Campesinos de los llanos orientales más exactamente de Meta y Casanare, comisionistas con punto de venta Bogotá, minoristas y mayoristas que tengan punto de venta en Bogotá

Campesinos en llanos orientales:

Comisionistas en Bogotá: 13 aproximadamente en cada feria

Mayoristas y Minoristas en Bogotá:

Número de famas por localidades.

Localidades	Número de Famas
Suba	633
Fontibón	571
Engativa	509
Kennedy	457
Usaquén	364
Tunjuelito	342
Barrios unidos	300
San Cristóbal	230
Usme	204
Puente Aranda	187
Ciudad Bolívar	150
Bosa	148
chapinero	133
Rafael Uribe	112
Sumpaz	104
Teusaquillo	100
Antonio Nariño	91
Mártires	87
Santa fe	65
Candelaria	36
Total	4823

Fuente: Base de datos Cámara de Comercio de Bogotá.

Para esta investigación vamos a utilizar una muestra por conveniencia de 10 personas por grupo de investigación que va poseer las siguientes características:

-Campesinos Personas que se encuentren ubicados en los departamentos del Meta y Casanare.

Que el propósito principal sea la producción de carne bovina
Que la capacidad de producción sea mayor a 100 cabezas de ganado
Que su capacidad de abastecimiento no sea mayor a 20 días
Que tengan en su finca como especie principal cebus brahaman
Que la forma de alimentación sea semiestabulado o al pastoreo

-Comisionistas
Que su punto de venta sea en Bogotá
Que la comercialización sea en los mataderos Guadalupe y BLE
Que cuente con una amplia trayectoria en el gremio
Que tenga un amplio musculo financiero
Que las características de sus Bovinos sean óptimas

Mayoristas y Minoristas
Que tengan la capacidad de satisfacer su cliente final y pueda aportar a la meta de exportación
Que la compra de su carne sean en los mataderos Guadalupe y BLE
Que tenga una buena calidad de carne

Como propósito de investigación queremos conocer la cadena de comercialización de la carne bovina desde su crianza, hasta su venta, es imprescindible obtener información de cada punto, por ende se inició con todo lo relacionado a su crianza y estadía en finca en los llanos orientales contando con el tipo de pastos natural y Brachiaria siendo este el lugar propicio para la crianza de ganado bovino por su clima y otros factores que lo favorece; en consecuencia a esto, se identificó que el lugar donde más se concentran los esfuerzos de comercialización de este tipo de proteína según el DANE son Antioquia

(18,4%),Bogotá (15,2%), Santander(7,8%), Atlántico y Cundinamarca[39], así mismo en sus mataderos. De allí que la escogencia de estos lugares.

Instrumento de Investigación

Dado al tipo de investigación se usaron:

Encuestas

Entrevistas

Visitas

Fotografías

Que sirvieron no solo como soporte de la investigación, si no como vehículo para consignar la información conseguida.

Modelo de Inteligencia de Mercados

La parte más importante de la investigación está definida a través del modelo de Inteligencia de Mercados desarrollado por el Dr. Andrés Camacho que contempla una serie de pasos e indicadores que van desde la selección del producto, descripción de este, identificación de mercados promisorios y su respectivo análisis económico, cálculos de competitividad del producto en el mercado internacional y aplicación de los indicadores que rigen la viabilidad de la IM que son:

Transabilidad

Grado de apertura exportadora (GE)

Grado de penetración de importaciones (GI)

Balanza Comercial Relativa (BCR)

Modo de Inserción al Mercado (MIM)

Índice de Ventaja Comparativa Revelada (especialización internacional)

Ranquin de Competitividad

[39] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/sacrificio/bol_sacrif_Itrim16.pdf

Resultados

El siguiente análisis complementa toda la investigación que se realizó desde la crianza hasta la comercialización de la carne bovina, donde se resumen cada una de las distintas etapas y distintas variables que se presentan a lo largo del proceso.

Tabla 7. Ciclo productivo de la carne Bovina en Colombia

CICLO PRODUCTIVO DE LA CARNE BOVINA	
CRIA	La etapa de la producción temprana (cría) va desde el nacimiento hasta los 6 meses de edad. Se estima que son necesarias grandes extensiones de tierra para producir crías. En la etapa más precoz son fundamentales los nutrientes que provienen del calostro y la leche materna para lograr el desarrollo adecuado del rumen. A medida que el ternero va creciendo, debe tener acceso al agua y a sales mineralizadas que le aportan otros nutrientes. Pareciera que el negocio de la cría tiene todos los factores en contra: requiere más extensión de tierra, más trabajadores, más droga para los terneros, más asesoría técnica y mucho más tiempo. Como una vaca demora 9 meses para dar a luz y otros 9 para destetar el ternero, el negocio de la cría genera baja liquidez y sus resultados no son tan rápidos ni efectivos como los que se ven en producciones de levante y ceba.

LEVANTE	Esta etapa también está determinada por el peso: aquellos animales que estén por debajo de los 230 kilos hacen parte de período. Esta es la etapa es la más rentable, pues las exigencias alimenticias son menores que en las etapas de cría y ceba. En este caso, los bovinos logran alcanzar el peso deseado en menor tiempo y con menos esfuerzo. En el levante, las pasturas pueden ser medias en calidad y aun así el negocio sigue siendo rentable porque el animal gana peso por el crecimiento. Para el ganadero está es una buena alternativa de negocio, pues cuando tiene algo de dinero compra animales y los engorda, y si necesita, puede venderlos a un mejor precio.
CEBA	Finalmente, la etapa de ceba comienza hacia los 19 meses y se extiende desde los 24 hasta los 36 meses de edad. Este límite lo define el peso de los animales, pues se considera que cuando alcanzan 450 kg a 500 kg, los cebadores lo envían a un matadero para su beneficio. El proceso productivo para engorde necesita excelentes pasturas y concentrados. (…) Cuando el animal está para el engorde, no puede darse una mala comida. Para esto, deben vigilar la alimentación de los semovientes, teniendo cuidado de anotar el aumento de gramos por día de cada animal comparado con el gasto mensual de suplementos y otros productos. Al hacer estas mediciones, los productores podrán determinar la rentabilidad de su negocio.

Fuente: Propia

RESULTADOS DE ENTREVISTA

El trabajo de campo para esta investigación se respaldó por una serie de encuestas que fueron aplicadas a lo largo del trabajo de campo; se dividió en tres tipos de encuestas que van enfocadas a: ganaderos y/o campesinos, comisionistas y mayoristas y minoristas, siendo estos los actores más influyentes en todo lo relativo a la información sobre ganadería y/o proteína roja a nivel nacional.

Ganadero y/o campesinos

Este formato de encuesta se aplicó principalmente en fincas ganaderas ubicadas al oriente de Colombia. Las fincas que se visitaron fueron de proporciones medias y chicas, es decir entre un promedio de cincuenta a quinientas hectáreas; fueron un total de diez fincas ganaderas de pastoreo, más exactamente en Acacias, San Martin y Puerto lleras, Meta.

A continuación se dará a conocer la estructura de encuesta que se realizó para este pequeño grupo:

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: _____

CIUDAD: _____

¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

¿Cómo es el proceso de crianza?

¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

GRACIAS

Los resultados obtenidos de la encuesta anteriormente expuesta a la muestra de 10 campesinos fueron:

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA **RESULTADO DE ENCUESTA GANADEROS Y/O CAMPESINOS**		
1	¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?	Brahmán y en unas pocas fincas también manejan Brangus.

2	¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?	Dependiendo de la cantidad de alimentación que le tengan al ganado
3	¿Cómo es el proceso de crianza?	Estar pendiente que el ternero se amamante bien para que adquiera buenas defensas, pasado los 7 o 8 meses se desteta el animal para pasarlo a otro tipo de lote para que inicie su etapa de levante y pase al paso de la seba
4	¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?	3 - 4 años según su alimentación
5	¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?	El primer paso es buscar un comprador y este según el volumen y edad taza un precio por kilo, a continuación para que el comprador pueda disponer de las cabezas de ganado se debe de contar con los documentos que son: ICA (certificación de sanidad) y permiso de movilización de transporte (documento indispensable para la sacarificación de las reses en matadero).
6	¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?	Para poder brindar sostenimiento a la finca durante el tiempo de espera de la crianza de la res los ganaderos se basan en los derivados de la vaca como lo son la leche, el queso, mantequilla. Por otro lado otra ayuda extra es las siembras que ellos realizan en

		los predios de diferentes semillas, como lo son el maíz, sandia, etc.
7	¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?	El promedio de crianza de una res sin contar arriendo de la tierra es de $600.000
8	¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?	Angus, Brangus

Fuente: Propia

Comisionistas

Es importante conocer el preciso momento en el que la ganadería toma un matiz un tanto comercial; es decir el momento en el que los bovinos inician su proceso de comercialización.

El siguiente modelo de encuesta se aplicó a diez comisionistas de la ciudad de Bogotá ubicados en los mataderos Guadalupe y BLE:

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

ENCUESTA – COMISIONISTAS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: _____

CIUDAD: _____

¿Cuál es el transporte más idóneo, para llevar las cabezas de ganado del campo a su lugar de sacrificio?

¿Desde qué lugar y hacia qué lugares, es hacia donde más se transporta ganado?

¿Cuáles son los cuidados que se debe de tener para mantener las cabezas de ganado en óptimas condiciones hasta su destino?

¿De dónde y hasta donde llega su responsabilidad como comisionista?

¿Qué parámetros tiene en cuenta usted a la hora de vender al mayorista y al minorista el ganado?

¿Cómo pacta usted el pago de las cabezas de ganado con los campesinos?

¿De qué depende que usted seleccione el matadero de llegada del ganado?

¿Cuál es la raza de preferencia de sus clientes?

GRACIAS

Los resultados obtenidos de la encuesta anteriormente expuesta a la muestra de 10 comisionistas de los dos mataderos de la ciudad de Bogotá fueron:

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

RESULTADO DE ENCUESTA COMISIONISTAS		
1	¿Cuál es el transporte más idóneo, para llevar las cabezas de ganado del campo a su lugar de sacrificio?	El transporte más utilizado son los camiones de estacas de seis ejes.
2	¿Desde qué lugar y hacia qué lugares, es hacia donde más se transporta ganado?	Los lugares que más traen ganado hacia Bogotá son los llanos Orientales (Caquetá, Meta), La dorada.
3	¿Cuáles son los cuidados que se debe de tener para mantener las cabezas de ganado en óptimas condiciones hasta su destino?	Lo más importante es que el camión donde se van a trasportar sea idóneo para la cantidad de reses que desea transportar.
4	¿De dónde y hasta donde llega su responsabilidad como comisionista?	Este punto depende de la negociación entre las dos partes, pero la más común es desde que ingresa al matadero hasta el pago de este.
5	¿Qué parámetros tiene en cuenta usted a la hora de vender al mayorista y al	Lo primordial para realizar la negociación es que la persona tenga el dinero para su compra y que tenga una buena reputación en el gremio.

	minorista el ganado?	
6	¿Cómo pacta usted el pago de las cabezas de ganado con los campesinos?	El pago del ganado depende de la negociación que se haga antes de enviar el ganado, pero de igual forma se dan ocho días para su pago en efectivo, bien sea en consignación o la persona se acerca a Bogotá para recibir el dinero.
7	¿De qué depende que usted seleccione el matadero de llegada del ganado?	Eso depende de donde lo requiera el cliente. O donde tenga ya su clientela.
8	¿Cuál es la raza de preferencia de sus clientes?	Brahmán, por su precio.

Fuente: Propia

Mayoristas y Minoristas

Es aquí cuando se está más cerca del consumidor final y toda la labor realizada por el campesino se ve reflejada en un producto final que se comercializara a nivel nacional e internacional.

El modelo de encuesta se aplicó a cinco mayoristas y a cinco minoristas de diferentes localidades de Bogotá.

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

ENCUESTA – MAYORISTAS Y MINORISTAS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: _____

CIUDAD: _____

¿Cómo mide la calidad de la carne que va a vender?

¿Cuáles son sus principales clientes?

¿En una semana cual es el promedio de reses sacrificadas en su negocio?

¿A quién prefiere comprarle su ganado?

Campesinos

Comisionistas

Subastas

Otros – ¿cuáles? _____

¿Cuáles son los requisitos que la ley exige para mantener en funcionamiento su negocio?

¿De qué factores depende el precio de la carne?

¿Cuál es el tipo de carne preferida por sus clientes?

¿Cuál es la proteína más consumida en su local?

¿En qué épocas del años el consumo se hace mayor y /o menor?

¿Cómo maneja usted la cadena de frio en su establecimiento?

¿Cómo promociona sus productos?

Los resultados obtenidos de la encuesta anteriormente expuesta a la muestra de 10 expendios de carne tanto grandes como pequeños expendios de carne en la ciudad de Bogotá fueron:

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA **RESULTADO DE ENCUESTA DE MAYORISTAS Y MINORISTAS**		
1	¿Cómo mide la calidad de la carne que va a vender?	Se mide por el peso de la res, color y capa de grasa que tenga la canal.
2	¿Cuáles son sus principales clientes?	Mayoristas: restaurantes, asaderos. Minoristas: amas de casa
3	¿En una semana cual es el promedio de reses sacrificadas en su negocio?	Mayoristas: 30 reses semanales Minoristas 6 reses semanales
4	¿A quién prefiere comprarle su ganado?	Campesinos y/o comisionistas

5	¿Cuáles son los requisitos que la ley exige para mantener en funcionamiento su negocio?	Carnet de manipulación de las personas que atienden el establecimiento. Certificado de Sanidad dado por el hospital correspondiente dela zona Cumplir con los requerimientos necesarios para su venta (maquinaria y el lugar en óptimas condiciones)
6	¿De qué factores depende el precio de la carne?	El precio depende de la calidad y de otros factores como la oferta y la demanda de este.
7	¿Cuál es el tipo de carne preferida por sus clientes?	Este factor depende del sector donde esté ubicado el negocio pero la más consumida es la pierna (cadera, centro, bola, bota).
8	¿Cuál es la proteína más consumida en su local?	Pollo, seguida de la Res.

Fuente: Propia

CAPITULO III

APLICACIÓN MODELO COMPLEMENTARIO INTELIGENCIA DE MERCADO.

A continuación se expondrá la aplicación del modelo de IM instaurada por el Dr. Andrés Camacho, donde se medirá la viabilidad de exportación de carne bovina hacia Rusia.

3.1 Competitividad Revelada

La competitividad revelada se rige a través de la siguiente formula.

$$T_{ij} - \frac{X_{ij}-M_{ij}}{C.A_{ij}}$$

$$C.A_{ij} = y_{ij} + M_{ij} - X_{ij}$$

Dónde:

Xij: Exportación del producto i por el país j.

Mij: Importaciones del producto i por el país j.

Yij: Producción interna del producto i por el país j.

C.A ij: Consumo aparente del producto i por el país j.

Tabla 8. Indicadores de competitividad revelada en Colombia

	Toneladas	Toneladas	Toneladas		
Años	Exportaciones (X)	Importaciones (M)	Producción (Y)	Consumo Aparente	Transabilidad.
2011	1.233	134	925.801	924.702	0,0012
2012	2.013	114	972.866	970.967	0,002
2013	8.205	169	957.433	949.397	0,0085
2014	3.676	229	947.012	943.565	0,0037
2015	1.827	205	944.718	943.096	0,0017
2016	6.610	1.467,00	937.132	931.989	0,0055
Prom	3.391	170,2	949.566	946.345	0,0034

Se puede apreciar que la transabilidad calculada durante este periodo arroja valores únicamente positivos, lo que indica que la carne bovina Colombiana es un producto totalmente viable para la exportación y competencia en un mercado internacional.

A continuación se expondrá la transabilidad de los países que representan la competencia directa más fuerte en exportación de carne bovina.

Tabla 9. Indicadores de competitividad revelada en Estados Unidos

Años	Exportaciones (X)	Importaciones (M)	Producción (Y)	Consumo Aparente	Transabilidad.
2011	4.116.240	420.851	11.988.677	8.293.288	0,4456
2012	4.131.454	424.670	11.709.421	8.002.637	0,4632
2013	4.134.439	421.333	11.273.567	7.560.461	0,4911
2014	4.400.345	586.450	11.047.840	7.233.945	0,5272
2015	4.095.482	648.100	10.974.561	7.527.179	0,458
2016	4.592.198	483.804	10.234.588	6.126.194	0,6706
Prom	4.175.592	500.280,80	11.398.813	7.723.502	0,477

Tabla 10. Indicadores de competitividad revelada en Brasil

Años	Exportaciones (X)	Importaciones (M)	Producción (Y)	Consumo Aparente	Transabilidad.
2011	800.670	14.080	9.030.876	8.244.286	0,0954
2012	820.018	14.415	9.210.546	8.404.943	0,0958
2013	1.041.007	14.083	9.375.321	8.348.397	0,123
2014	1.097.838	18.371	9.647.609	8.568.142	0,126
2015	962.359	14.432	4.830.080	3.882.153	0,2442
2016	938.392	14.266	4.234.590	3.310.464	0,2792
Prom	944.378	15.076,20	8.418.886	7.489.584	0,1369

Como se evidencia entre Estados Unidos y Brasil el competidor más fuerte es Estados Unidos, ya que el resultado de la trazabilidad en este país es más próxima a 1 que la de Brasil, y a su vez comparado con Colombia Estados Unidos sobre pasa notablemente en esta cifra a Colombia, por lo que mediante la trazabilidad podemos intuir que el competidor más veras es Estados Unidos.

3.1.2. Grado de Apertura Exportadora (GE)

Para obtener dicho indicador se debe aplicar la siguiente formula.

$$GE_{ij} = \frac{X_{ij}}{C.A_{ij}}$$

Dónde:

Xij: Exportaciones del producto i por el país j.

C.A ij: Consumo aparente del producto i por el país j.

Tabla 11. Grado de apertura exportadora en Colombia, Estados Unidos y Brasil.

GRADO DE APERTURA EXPORTADORA		
COLOMBIA	EEUU	BRAZIL
0,0013	0,4963	0,0971
0,0021	0,3277	0,6165
0,0086	0,3277	0,6165
0,0039	0,3277	0,6165
0,0019	0,3277	0,6165
0,0036	0,3277	0,6165
0,0000	0,3277	0,6165
0,0000	0,3277	0,6165

Se evidencia mediante el indicador, que Colombia es un país que además de satisfacer su demanda interna, posee una muy buena cantidad de carne bovina libre para exportar y ayudar en la satisfacción de la demandad internacional (en este caso específico hacia Rusia); convirtiéndose así en un país potencialmente exportador de proteína roja.

3.1.3. Grado de penetración de importación.

Para conocer este indicador, se debe aplicar la siguiente formula

$$GI_{ij} = \frac{M_{ij}}{C.A_{ij}}$$

Dónde:
Mij: Importación del producto i por el país j.
C.A ij: Consumo aparente del país i por el país j.

Tabla 12. Grado de penetración de importación en Colombia, Estados Unidos y Brasil.

GRADO DE PENETRACIÓN DE IMPOTACIÓN		
COLOMBIA	EEUU	BRAZIL
0,0001	0,0507	0,0017
0,0001	0,0531	0,4009
0,0002	0,0557	0,4009
0,0002	0,0811	0,4009
0,0002	0,0861	0,4009
0,0002	0,0653	0,4009

0,0000	0,0000	0,4009
0,0000	0,0000	0,4009

Los datos muestran que Colombia es un país que prácticamente no depende de abastecimiento externo ni de importaciones de carne bovina de otros países, puesto que el indicador se encuentra a lo largo del periodo sobre el nivel cero; mientras que Estados Unidos y Brasil son países un poco más dependientes de compras externas de este producto. Se puede concluir que Colombia es un país muy competitivo a lo relativo a este producto.

3.1.4. Balanza Comercial Relativa

Para obtener este indicador es indispensable la aplicación de la siguiente formula

$$BCR_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Dónde:

Xij: Exportaciones del producto i por el país j.

Mij: Importaciones del producto i por el país j.

Xij+ Mij: Flujo comercial del producto i por el país j.

Tabla 13. Balanza comercial relativa en Colombia, Estados Unidos y Brasil.

BALANZA COMERCIAL RELATIVA		
COLOMBIA	EEUU	BRAZIL
0,8040	0,8145	0,9654
0,8928	0,8136	0,2119

0,9596	0,8150	0,2119
0,8827	0,7648	0,2119
0,7982	0,7267	0,2119
0,8675	0,7869	0,2119
0,0000	0,0000	0,2119
0,0000	0,0000	0,2119

El indicador tanto para Colombia como para Estados Unidos y Brasil informa, que estos son países que no dependen del suministro del producto, es decir que su producción es más que autosuficiente y los convierte en pases potencialmente exportadores de carne bovina; al igual se observa que en comparativo a estos tres países Colombia durante el periodo estudiado se puede denominar como un país exportador neto según indica la teoría.

3.1.5. Modo de inserción al mercado

Este indicador cuenta con dos variables a estudiar.

Posicionamiento: Corresponde al promedio de la variación porcentual de las exportaciones.

$$m_p = TCMX_{ij} \equiv \overline{\Delta\%X_{ij}} : \text{(Eje X)}$$ [16]

Eficiencia: Corresponde a la variación porcentual de la participación de las exportaciones del producto del país dividido en el total de las exportaciones del producto

- $m_s = TCMPX_{im} \equiv \overline{\Delta\%PX_{im}}$: (eje Y).

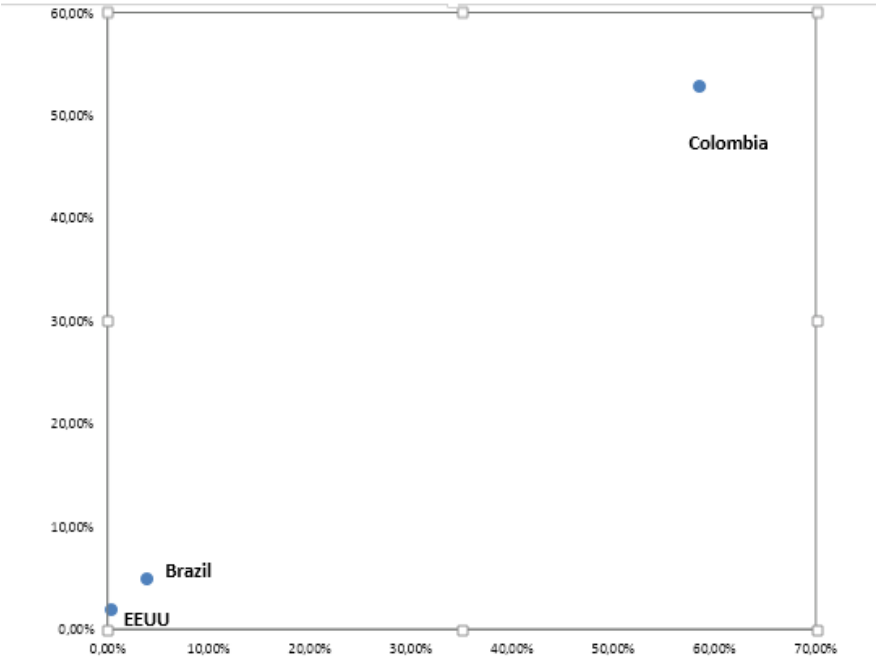
$$PX_{iM} = \frac{X_{ij}}{XT_{iM}}$$ [18]

Tabla 14. Modo de inserción al mercado de Colombia Estados Unidos y Brasil.

Colombia			EEUU		BRAZIL		
Años	Xi	Fi	Xi	Fi	Xi	Fi	XT
2011	1.233,00	0,92%	4.116.240	3076,53%	800.670	598,43%	133.795
2012	2.013,00	1,70%	4.131.454	3494,36%	820.018	693,57%	118.232
2013	8.205,00	5,89%	4.134.439	2968,16%	1.041.067	747,39%	139.293
2014	3.676,00	3,04%	4.400.345	3634,58%	1.097.838	906,79%	121.069
2015	1.827,00	1,21%	4.095.482	2705,59%	962.359	635,76%	151.371
2016	2.324,00	1,72%	4.175.592	3081,71%	937.650	692,01%	135.496

	Posiciona.	Eficiencia	
Países	Eje X	Eje Y	
Colombia	58,51%	52,83%	Optimo
EEUU	0,38%	1,86%	Optimo
BRAZIL	3,98%	4,79%	Optimo

Grafica13. Modo de inserción al mercado en Colombia, Estados Unidos y Brasil.



La grafica nos informa que la dinámica exportadora de Colombia al igual que sus principales competidores se ubican dentro del cuadrante óptimo, lo que concluye que Colombia posee un alto grado de apertura exportadora y de inserción a nuevos mercados internacionalmente, ya que cuenta con la producción adecuada y satisface la demanda interna de excelente forma y no depende de mercados externos para suplir esta.

3.1.6 Índice de ventaja comparativa revelada. (Especialización internacional)

Este indicador más allá de ser un comparativo entre las exportaciones de Colombia con las del mundo, es un termómetro que ayuda a medir el grado de especialización que dicho país tiene sobre las exportaciones mundiales.

Tabla 15. Ventaja comparativa revelada Colombia vs. Mundo años 2011 al 2016

Año	Exportaciones Colombianas	Importaciones de carne Bovina Colombiana	Exportaciones de carne Bovina en el Mundo	Índice de Ventaja Comparativa Revelada
2011	1.233	134	3.208.395	0,0004
2012	2.013	114	3.360.374	0,0006
2013	8.205	169	3.455.158	0,0024
2014	3.676	229	3.551.239	0,0010
2015	1.827	205	3.653.660	0,0005
2016	6.610	1.467	3.899.560	0,0017

La gráfica evidencia que Colombia no es un país con mucha experiencia o muy especializado en exportaciones de este tipo pero que con el paso de los años ha ido mejorando y con apoyo de entidades gubernamentales cada vez logrará ser más competitivo.

3.1.7 Competitividad relativa

Como se expone teóricamente el presente indicador nos da a conocer la competitividad del precio de la carne bovina colombiana, frente a sus dos competidores directos como lo son Estados Unidos y Brasil.
Para realizar este punto utilizaremos la siguiente fórmula:

$$TCR_{ij} = E_i p^*_j / p_i$$

Donde:

TCR_{ij}: Tasa de cambio real del producto i entre los países j y k.
P^*_k: Precios del producto i en el país k
P_i: Precios del producto i en el país j.

Tabla 16. Precios en Dólares por kilogramo del 2011 al 2016

VALOR UNITARIO KILOGRAMO DE LA CARNE BOVINA EN DOLARES			
AÑOS	EEUU	BRASIL	COLOMBIA
2011	2,5	5,1	0,5
2012	2,61	2,03	0,9
2013	2,93	3,4	1,5
2014	3,08	3,7	1,6
2015	2,65	2,09	2,03
2016	2,7	2,1	2,06

Fuente: Trade Map, 2017.

Tabla 17. Competitividad relativa Colombia Vs. EEUU y Brasil.

Competitividad Relativa	**COLOMBIA VS EEUU**	**COLOMBIA Vs. BRASIL**
2011	0,2	0,1
2012	0,34	0,44
2013	0,51	0,44
2014	0,52	0,43
2015	0,77	0,97
2016	**0,76**	**0,98**

En los cálculos se aprecia que los precios de Colombia frente a sus principales competidores como lo son EEUU y Brasil son muy competitivos, lo que lo hace un atractivo para llevar a cabo la inteligencia de mercados hacia Rusia y convertirse en una ventaja comparativa.

CONCLUSIONES

Los indicadores nos demuestran que Colombia es un país con gran potencial para llevar a cabo el proceso de exportación de carne bovina hacia Rusia, ya que cumple con su demanda interna y aun así cuenta con una cantidad razonable de producto para llevar a cabo este fin; adicionalmente cuenta con grandes ventajas para potencializarse hacia el mercado internacional y abrir las puertas a nuevos mercados promisorios.

La carne bovina es uno de los alimentos que tiene más consumo en Rusia y la mayor parte del mundo llegando a que el 50% de población Rusia consume carne a diario , es por esto que representa una oportunidad muy buena para toda la cadena de producción de carne y al ser a Rusia aumenta los beneficios para todos, analizando los resultados de nuestra investigación validamos que este país cuenta con muchas ventajas como lo son su forma de pago que hace que la exportación de carne a este país sea una ventaja sobre otros países, su nivel de progreso, su PIB per cápita que día a día va en aumento, la demanda de carne y la poca producción de la misma nos permite garantizar que tendremos gran parte de ganancias por su compra , otro dato que nos da esta exploración es que según el consumo de los últimos años y la proyección nos indica que el consumó irá en aumento mostrando así que la mejor decisión es la exportación de carne bovina a Rusia

Rusia por su ubicación geográfica, clima y cultura es un mercado óptimo para la exportación de este tipo de producto, debido a que la crianza de ganado no es posible en todas las épocas del año y esta tiene unos costos muy elevados lo que hacen que el valor de la proteína roja para el consumidor final sea muy elevado; además culturalmente ha venido en alza el consumo de la proteína roja entre la dieta de los rusos.

Colombia es un país privilegiado por su terreno y clima, puesto que brinda capacidad para la crianza de ganado todo el año y en diferentes tipos de suelos, lo que hace que su calidad sea optima y variada sin llegar a tener un costo muy elevado; así mismo en Colombia la variedad de razas hacen que la calidad vs. Precio sean óptimos.

En las investigaciones se evidencio que a lo largo y ancho del territorio Colombiano hay fincas dedicadas a la crianza de bovinos y así mismo a su comercialización, lo que lo hace un país con gran experiencia en esta rama; sin olvidar que es necesario industrializar este tipo de trabajo para que así su producción pudiese a ser mayor y Colombia sea aún más competitivo.

La proteína roja es totalmente viable para ser un producto de exportación puesto que contamos con el certificado de libre de aftosa y conjunto con un poco más de apoyo por parte de entidades gubernamentales como FEDEGAN, SENA, entre otras se optimizaría la calidad de estos productos.

RECOMENDACIONES

Colombia es un país que cuenta con el clima y suelo adecuado para la producción de carne bovina, por lo que es importante solicitar a entidades gubernamentales mayor apoyo financiero para la tecnificación del proceso de cría, levante y engorde de cabezas de ganado y así aumentar la producción de proteína roja; estimulando a la exportación de esta.

Capacitación en cuanto al manejo y manipulación de este tipo de carne en todas y cada una de sus etapas para mantener una óptima calidad del producto.

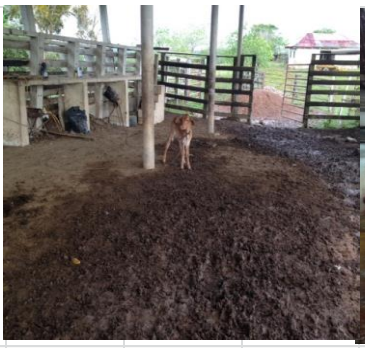
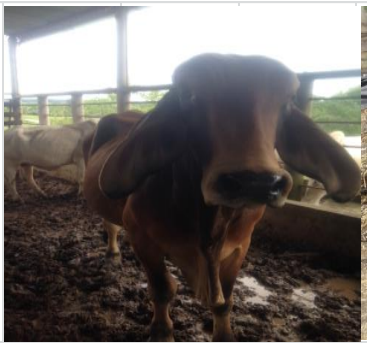
Informar a los pequeños y grandes productores sobre los acuerdos económicos que Colombia posee para la exportación de carne bovina y así estas personas además de apoyadas se sientan decididas a hacerlo, para hacerlo más competitivo y la proteína roja se pueda convertir en un producto bandera para Colombia.

Fedegan como la organización nacional de los ganaderos debería gozar de mayor protagonismo en las ruedas de negocio tanto nacional como internacionalmente y así mismo darle a la carne bovina mayor publicidad en estas.

ANEXOS

Hacienda El caribe, Puerto lleras Meta			san martin Meta
frigorifico BLE			frigorifico BLE
frigorifico BLE, salon de oreo			frigorifico BLE, salon de oreo
frigorifico BLE			frigorifico BLE, zona de descargue del ganado

frigorifico BLE, zona de marcado			frigorifico BLE,zona de corrales
frigorifico BLE,zona de corrales			frigorifico BLE,zona de corrales
frigorifico BLE,zona de corrales			ranada Meta, Complejo ganadero.
Ggranad Meta, hacienda La Florida			Ggranad Meta, hacienda La Florida

Acacias Meta, Finca el Retiro			Acacias Meta, Finca el Retiro
Acacias Meta, Finca el Retiro			Puerto Lleras Meta, Hacienda el Caribe
			Frigorifico Guadalupe,salon de oreo
Ejemplar de Bramhan Rojo macho			Proceso de añejamiento del silo

Ejemplar de Bramhan Rojo hembra con su cria		Puerto lleras Meta, haciendo La Arandia

Encuesta a Comisionista

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – COMISIONISTAS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Genaro Pupido

CIUDAD: Bogota Frigorifico San Martin

1. ¿Cuál es el transporte más idóneo, para llevar las cabezas de ganado del campo a su lugar de sacrificio?
   Transporte terrestre en Camiones de 14 – 0 15 cabezas de Ganado
2. ¿Desde qué lugar y hacia qué lugares, es hacia donde más se transporta ganado?
   Desde Yopal Casanare – Mani Casanare hacia Bogota - Frigorificos Guadalupe y San Martin
3. ¿Cuáles son los cuidados que se debe de tener para mantener las cabezas de ganado en óptimas condiciones hasta su destino?
   Los cuidados deben ser: que el ganado siempre este de pie en el viaje nunca se acuieste porque se maltrat
4. ¿De dónde y hasta donde llega su responsabilidad como comisionista?
   Desde que llega el ganado al Frigorifico hasta su pesaje.
5. ¿Qué parámetros tiene en cuenta usted a la hora de vender al mayorista y al minorista el ganado?
   Se debe tener en cuenta vender a una persona responsable y al mejor precio
6. ¿Cómo pacta usted el pago de las cabezas de ganado con los campesinos?
   Se pacta mediante el peso del ganado y se le cobra una comision por la venta al mejor comprador
7. ¿De qué depende que usted seleccione el matadero de llegada del ganado?
   Por el conociminiento de compradores para la venta en canal
8. ¿Cuál es la raza de preferencia de sus clientes?
   Cebú Braman -

GRACIAS

Genaro P.

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Alberto Gonzales

CIUDAD: San Martin - Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

* Cebú

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

* 3 x hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

* Recibir el ternero que la hembra le da de mamar para a los meses enviarlo a Pasto

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

* 2 años y Medio

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

* Contacto a mi amigo de Bogota, el Pacta el precio conmigo y la Recoge para llevarlo al Matadero

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

* Tengo Siembra de Platano y Vendo leche

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

* $ 400.000 – $ 500.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

* Cruze de Brangus – porque es más Magra y de peso más pronto.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Mauro Solorzano

CIUDAD: Yacuás

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

Cebu y Pardo -

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

2 a 3 por hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

durante 6 meses el ternero se mantiene mamando, se le dan vitaminas y a los 8 meses se pone para seba y pastoreo

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

3 a 4 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

se saca el precio por el peso y cotado por kilo, de hay se pesa el ganado y la persona que lo compra viene y lo recoje.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

tengo siembra de Sandia y Maiz

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

$ 600.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

Brangus.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: angel villalobos

CIUDAD: puerto llerena-Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   BRAHMA

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   MAXIMO 2 POR hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Se coge el ternero y se deja con la hembra por 6 Meses y luego se lleva a Destar y se pone en engorde

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   3 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   la persona que lova a compra viene las recoge, pacta conmigo el precio, pero debe de tener el ICA y permiso de Transporte

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   Vendo queso, leche y mantequilla

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   800.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Brangus

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Martha Castro

CIUDAD: Puerto Ikos Meta.

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Bramhan.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 Hectarias x cabeza.

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Semi estabulado

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   3 Años.

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   se envia al Matadero. y se liquida x el peso en kilos.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   Con la Buenas practicas Ganadera.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   El promedio es de $1000.000 Gemelo. Drogo. Sal.

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Ganaderia Doble proposito. carne y leche.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Mauro Valderrama

CIUDAD: Girardot

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

Cebú y Brahma -

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

2 a 3 por hectárea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

durante 6 meses el ternero se mantiene mamando, se le dan vitaminas y a los 8 meses se pone pasto seba y pastoreo

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

3 a 4 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

se saca el precio por el peso y estado por kilo, de hay se pacta el precio y la persona que lo compra viene y lo recoje.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

tengo siembra de sandia y Ñame

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

$ 600.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

Brangus.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: jacinto gonzalez

CIUDAD: puerto Leco-Yeto

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

- Brangus y Blodma.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

- 2 por hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

- el ternero se cuida hasta los meses, se deja ultimos y de mamar y luego se pone a cebar

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

- 2 años y Medio

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

- se le pone el precio y se negocia para que los conduzcan al camión

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

- tengo ganado, cultivo fruta y vendo leche.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

- 600.000 pesos

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

- Angus y Bavaro.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Angel villalobos

CIUDAD: puerto llerena-Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   BRAHMA

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   MAXIMO 2 POR hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Se coje el ternero y se deja con la hembra por 6 Meses y luego se lleva a Destar y se pone en engorde

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   3 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   la persona que lova a compra viene las recoge, pacta conmigo el precio, Pero debe de Tener el IGAY permiso de Transporte

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   Vendo queso, leche y mantequilla

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   800.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Engorde

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: EUSEBIO MARTINEZ

CIUDAD: GRANADA - META

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   BRANGUS

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   DOS POR hectarEA

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   SE DESPARASITA EL TERNERO, SE LE DAN VITAMINAS Y LA SAL; LUEGO SE SACA A PASTO

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   ENTRE 2 y 3 AÑOS

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   EL INTERESADO VIENE LAS MIRA, LES DA VALOR POR EL PESO, PELO Y APARIENCIA Y SE LLEGA A UN ACUERDO, PARA QUE LUEGO LAS LLEVEN AL MATADERO.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   TENGO GANADERIA DOBLE PROPOSITO

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   ENTRE 500.000 a 600.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   CEBÚ y AVGUS

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Martha Castro

CIUDAD: Puerto Ikas Meta.

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Bramhan.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 Hectareas x cabeza.

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Semi estabulado

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   3 AÑOS.

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   se envia al Matadero. y se liquida x el peso en Kilos.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   Con la Buenas practicas Ganadera.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   El promedio es de $1.000.000 Gemelo. Drogo. Sal.

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Ganaderia Doble proposito. carne y leche.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Martha Castro

CIUDAD: Puerto Ilos Mata.

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Bramhan.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 Hectareas x cabeza.

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Semi estabulado

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   3 AÑOS.

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   se envia al Matadero. y se liquida x el peso en Kilos.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   Con la Buenas practicas Ganaderas.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   el promedio es de $1000.000 Gemelo. Drogo. Sal.

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Ganaderia Doble proposito. carne y leche.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Martha Castro.

CIUDAD: Puerto Nare Mata.

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Bramhan.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 Hectarias x cabeza.

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Semi estabulado

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   3 AÑOS.

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   se envia al Matadero. y se liquida x el peso en kilos.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   Con la Buenas practicas Ganadera.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   El promedio es de $1000.000 Gemelo. Drogo. Sal.

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Ganaderia Doble proposito. carne y leche.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Alberto Gonzales

CIUDAD: San Martin - Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

* Cebú

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

* 3 x hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

* Recibir el ternero que la hembra le da de mamar para a los meses enviarlo a Pasto

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

* 2 años y Medio

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

* Contacto a mi amigo de Bogota, el Pacta el precio conmigo: los Recoge para llevarlos al Matadero

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

* Tengo Siembra de Platano y Vendo leche

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

* $ 400.000 – $ 500.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

* Cruze de Brangus – porque es más Magra y de peso más pronto.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: EUSEBIO MARTINEZ

CIUDAD: GRANADA - META

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   BRANGUS

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   DOS POR hectarEA

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   SE DESPARASITA EL TERNERO, SE LE DAN VITAMINAS Y LA SAL; LUEGO SE SACA A PASTO

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   ENTRE 2 y 3 AÑOS

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   EL INTERESADO VIENE LAS MIRA, LES DA VALOR POR EL PESO, PELO Y APARIENCIA Y SE LLEGA A UN ACUERDO, PARA QUE LUEGO LAS LLEVEN AL MATADERO.

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   TENGO GANADERIA DOBLE PROPOSITO

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   ENTRE 500.000 a 600.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   CEBÚ y ARGUS

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Jose Luis Acevedo

CIUDAD: Acacias – Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Brangus.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 por hectárea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Hay que cuidar mucho el terneru, luego a los 6 meses destetarlo y enseñarle a pastar y comenzar la sabra

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   aprox 3 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   la persona interesada viene taza la res por kilo y para que la pueda llevar debe de tener el ICA y el permiso de Transporte

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   no solo me dedico a criar ganado si no también a sembrar frutas.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   entre 600.000 a 800.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Angus.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Jose Luis Garcia

CIUDAD: Gacias – Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Brangus.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 por hectárea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Hay que cuidar mucho el terneru, luego a los 6 meses destetarlo y enseñarle a pastar y comenzar la sabra

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   aprox 3 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   la persona interesada viene taza la res por kilo y para que la pueda llevar debe de tener el ICA y el permiso de Transporte

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   no solo me dedico a criar ganado si no también a sembrar frutas.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   entre 600.000 a 800.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Angus.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Jacinto gonzalez

CIUDAD: puerto Rico-Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

- Brangus y Blodma.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

- 2 por hectarea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

- el ternero se cuida hasta los meses, se le dan vitaminas y de manera y luego se pone a cebar

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

- 2 años y Medio

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

- se le pone el precio y se negocia para que los conduzcan al camión

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

- tengo ganado, cultivo fruta y vendo leche.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

- 600.000 peso

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

- Angus y Bavaro.

GRACIAS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
ENCUESTA – GANADEROS Y/O CAMPESINOS

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos, ya que todos y cada uno de los datos suministrados se usaran con el fin de aportar en la investigación de trabajo de grado, que se centra en la exportación de carne bovina a Rusia mediante el estudio de inteligencia de mercados.

NOMBRE: Jose Luis Acevedo

CIUDAD: Acacias – Meta

1. ¿Qué tipo de ganado es el que más se maneja?

   Brangus.

2. ¿Cuál es el estimado de cabezas de ganado que se debe manejar?

   2 por hectárea

3. ¿Cómo es el proceso de crianza?

   Hay que cuidar mucho el ternero, luego a los 6 meses destetarlo y enseñarle a pastar y comenzar la sabra

4. ¿Cuánto tiempo es necesario para que la res se encuentre en condiciones de ser sacrificada?

   aprox 3 años

5. ¿Cómo es el proceso de venta de las reses lista para el sacrificio?

   la persona interesada viene taza la res por kilo y para que la pueda llevar debe de tener el ICA y el permiso de Transporte

6. ¿Cómo maneja su finca para que sea rentable y/o sostenible?

   no solo me dedico a criar ganado si no tambien a sembrar frutas.

7. ¿Cuál es el valor promedio de crianza de una cabeza de ganado?

   entre 600.000 a 800.000

8. ¿En qué tipo de ganadería le gustaría incursionar?

   Angus.

GRACIAS