



**ESTUDIO DE LA VIABILIDAD PARA EXPORTAR DESDE TOLIMA-IBAGUÉ A
PAÍSES BAJOS CARNE DE CODORNIZ**

MARCELA HERNÁNDEZ GUTIÉRREZ

SARA HURTADO CAICEDO

ANDREA BENAVIDES

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECCIÓN NACIONAL UDCII

BOGOTÁ D.C.

30 de abril del 2021



Tabla de Contenido

ABSTRACT.....	4
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
1. JUSTIFICACIÓN.....	7
2. ESTADO DEL ARTE	10
3. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	13
3.1.1 OBJETIVO GENERAL	13
3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
4. MARCO TEÓRICO	14
5. METODOLOGÍA.....	19
5.1.1 FUENTES DE INFORMACIÓN	19
5.1.2 TÉCNICAS PARA RECOPIRAR LA INFORMACIÓN	21
5.1.3 MÉTODO DE ESTUDIO PARA ANALIZAR LA INFORMACIÓN	21
5.1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA METODOLOGÍA A APLICAR	20
6. RESULTADOS Y ANÁLISIS	23
6.1.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO EN TOLIMA, IBAGUÉ.	21
6.1.2 FACTORES DETERMINANTES PARA LA SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	27
6.1.3 REQUISITOS TÉCNICOS Y LOGÍSTICOS PARA LA EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE LA CARNE DE CODORNIZ	29
6.1.4 OPORTUNIDADES DE MERCADOS EN PAÍSES BAJOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.	31
7. CONCLUSIONES Y LOGROS.....	34
8. BIBLIOGRAFÍA	38
9. ANEXOS	40



Tabla de contenido de ilustraciones

Ilustración 1 Pirámide de Maslow	42
Ilustración 2 Cinco Fuerzas de Porter	42



Tabla de contenido de Gráficos

Gráfico 1 Participación del departamento del Tolima en las exportaciones nacionales .	43
Gráfico 2 Participación del departamento del Tolima en las importaciones nacionales .	44
Gráfico 3 Clasificación departamental del PIB avícola	47
Gráfico 4 Participación del PIB avícola del Tolima en el PIB avícola nacional	47



Tabla de contenido de tablas

Tabla 1 Exportaciones mas importantes por grupo de producto.....	43
Tabla 2 Importaciones por grupo mas representativas	44
Tabla 3 Comercio exterior por acuerdo comercial año acumulado.....	45
Tabla 4 Matriz de Mercados	46
Tabla 5 Ferias de alimentos en Europa.....	48



Abstract

The present work aims to study the viability of exporting quail meat from Tolima to the Netherlands, based on the nutritional benefits that this meat offers and the environmental conditions that Colombia has to carry out the production and commercialization of these birds. The development of coturniculture and the poultry industry, has been immersed in times of crisis, due to unplanned production, incorrect management in production and marketing processes, unfair competition, oversupply, sanitary problems and non-compliance with the regulations for the improper compliance of the process while it is being carried out, which is why it begins by analyzing the productive sector of Tolima which reflects that it is one of the departments of Colombia that contributes the least to PIB, the coturnicola sector is a strong sector that requires more incentive and support from the National Federación Nacional de Avicultores de Colombia (FENAVI) and Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, development, this in turn would create more jobs. It is observed that in Colombia the consumption of this meat is little taking the determination to look for alternative markets having as objectives restaurants, hospitals, neighborhood stores, supermarkets, supermarkets.

KEY WORDS: *coturniculture, production, commercialization,*



Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo estudiar la viabilidad para exportar carne de codorniz desde Tolima hacia los Países Bajos, partiendo de las bondades nutricionales que esta carne ofrece y con las condiciones medioambientales que Colombia cuenta para llevar a cabo la producción y la comercialización de estas aves. El desarrollo de la coturnicultura y la industria avícola, se ha visto inmersa en tiempos de crisis, debido a la producción no planificada, manejo incorrecto en los procesos de producción y comercialización, la competencia desleal, la sobreoferta, problemas sanitarios y el incumplimiento de las normas por el indebido cumplimiento del proceso mientras se realiza, razón por la cual se inicia analizando el sector productivo del Tolima el cual refleja que es uno de los departamentos de Colombia que menos aporta al PIB, el sector de la coturnicola es un sector fuerte que requiere más incentivo y apoyo por parte de la Federación Nacional de Avicultores de Colombia (FENAVI) y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, esto a su vez haría que se generará más empleo. Se observa que en Colombia es poco el consumo de esta carne tomando la determinación de buscar mercados alternos teniendo como objetivos restaurantes, hospitales, tiendas de barrio, autoservicios, supermercados.

PALABRAS CLAVES: *coturnicultura, producción, comercialización,*

Introducción

En el siguiente trabajo se estudia la viabilidad de exportar carne de codorniz desde el Tolima al mercado neerlandés (Países Bajos). La carne de codorniz es una carne muy rica en textura y sabor tiene un alto contenido proteínas y vitaminas. Colombia posee una diversidad de aves, pero algunas no son originarias, pues en la etapa de migración por el mundo se han quedado en el país volviéndose parte de él, como es el caso de la codorniz. La codorniz japónica es originaria del este de Asia y nativa del extremo Oriente, corresponde a la especie ave galliforme de la familia Phasianidae. ¹

El sector agrícola y productivo de Colombia está buscando fortalecer la cadena coturnicola para impulsar la producción y consumo de carne de codorniz, debido a que es un sector que tiene gran potencial (Ministerio de Agricultura, 2018). La cartera Agropecuaria explicó que un primer paso para llegar a los consumidores internos y externos es aprovechar el potencial exportador de este alimento, y para ello se requiere concretar a los distintos representantes de la cadena. Por el momento de la codorniz solo se tiene un conocimiento mayor acerca del consumo de huevos que de la carne de la misma, es por ello que en esta indagación se dará a conocer a los posibles consumidores sobre las bondades nutricionales y beneficios que posee la carne de codorniz, así como de sus proteínas, vitaminas y valor nutricional debido al desconocimiento de esto en la población.

Al revisar la literatura de proyectos manejados en los programas de educación superior en comercio, en las universidades que cuentan con este programa, se observó que existen pocos trabajos enfocados a destacar el potencial exportador de la carne de codorniz, es por ello la importancia de este trabajo, teniendo en cuenta que puede ser una guía o base de estudio para el desarrollo de más trabajos de este tipo.

¹ Familia de galliformes con el pico corto y fuerte, entre ellas se encuentran las codornices, gallos, pavos, perdices entre otras aves terrestres.

1. Justificación

Las exportaciones en Avicultura obtuvieron un crecimiento del 4,5% en 2018 con relación al 2017 (Fenavi, 2018). Esta entidad junto con el Ministerio de Agricultura busca fortalecer este mercado estableciendo estrategias de comercio y aprovechando todos los beneficios e incentivos que al día de hoy se pueden acceder en entidades tales como: el Banco Agrario, el Plan Nacional de Reactivación Agropecuaria (PRAN) administrado por Finagro, pero bajo la supervisión del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. La explotación de este mercado será un generador de oportunidades para las familias colombianas.

Aunque en el mercado colombiano es más común encontrar los huevos de codorniz y no su carne, este producto es una delicia gastronómica debido a su alto contenido en nutrientes, proteínas y vitaminas.

Mediante el proceso de estudio de la viabilidad de exportación de carne de codorniz se fomenta el desarrollo investigativo, la docencia y la extensión de la facultad y programa académico, como estudiantes de comercio internacional nos otorga la oportunidad de poner en práctica todo lo que hemos aprendido, aplicando cada conocimiento adquirido en desarrollo, las características de posibles compradores en el exterior, las barreras arancelarias y no arancelarias al momento de concretar la importación, el reconocimiento y manejo de los TLC.

El mercado neerlandés en su sector coturnicola o cárnico, es el de mayor importancia debido a que las empresas son responsables de otorgar el 80% del total de la producción nacional. En el 2017 la producción de este país aumentó más de 11.700 millones de euros, es por ello que mediante una matriz de mercados se realiza la investigación sobre la economía neerlandesa, comparada con otros países para determinar si es la indicada para que nuestro producto pueda cumplir las expectativas del comprador.

Colombia tiene las condiciones medioambientales para la producción y explotación de esta carne y ser un potencial en el desarrollo de esta comercialización. Este sector con el

tiempo ha estado evolucionando constantemente lo que le ha permitido estructurarse en la economía colombiana. Se tiene como base que en Colombia aproximadamente al año se están consumiendo 27 huevos, pero como lo indica Carlos Muñoz secretario de la Cadena Coturnicola Nacional (2018) no está en la costumbre colombiana consumir la carne objeto de este estudio, es un tema de cultura y a su vez de desconocimiento del valor nutritivo que aporta, para alcanzar un mejor aprovechamiento los productores deben de asociarse para impulsar el producto y abrir puertas con el gobierno, formalizar a los diferentes actores de la cadena y no solo lograr que sean 1500 granjas generadoras de 240.000 empleos si no alcanzar cifras más altas.

Además, este sector Avícola ofrece un PIB significativo a la economía colombiana haciéndolo un generador de empleos bien sea indirectamente o directamente, sin embargo, se busca incrementar estas cifras y buscar políticas que a su vez ayuden a tener una sostenibilidad en el mercado, políticas que permitan mejoras en temas de producción tales como embarcarse en nuevos mercados, instalaciones en buenas condiciones y reducción de costos.

Países Bajos siendo la sexta potencia en la eurozona² con un PIB incrementado en 1.8% en comparación al año 2019 (Santander, 2020), nos permite en este proceso incrementar nuestros recursos y darle la oportunidad a Colombia (Tolima), de fortalecer su cadena de producción y logística ya que Países Bajos es un país exigente en este proceso y no es para menos siendo este el país que es fuerte en este ámbito. El mayor temor de los neerlandeses es que las inversiones o procesos de negociación a raíz de la pandemia causada por el COVID-19

² Se les denomina a los estados que son miembros de la unión europea que a su vez adoptaron como moneda oficial el Euro.



imponga una ralentización de su economía, factor el cual podemos aprovechar para proponer una negociación de nuestros productos a este país.

2. Estado Del Arte

A continuación, se presentan las diferentes investigaciones sobre el sector cotumicola.

El primer trabajo corresponde a Adriana (2012) titulado “segmento de mercado del jamón de codorniz en la ciudad de Bogotá”, buscaba identificar si el producto sería innovador, competitivo y diferenciador en el mercado bogotano, centrando su investigación en identificar en esa ciudad los nichos de mercados a los que se les podría ofrecer dicha carne y como era el comportamiento de esta innovación para en un futuro poder llevar a cabo una exportación.

El enfoque de este trabajo era ofrecerlo al mercado nacional entrando como competencia de empresas de gran reconocimiento como Zenú y Rica, pero como un producto que se podría sustituir a base de codorniz como salchichas, filetes, hamburguesas, jamón de buena calidad ofrecida por la empresa Cárnicos Codorcol. Surge como una necesidad ya que esta empresa se encargaba de la comercialización de los huevos de estas aves, pero debido a la falta de investigación la carne estaba siendo desaprovechada ocasionando a la vez pérdida de materia prima.

Un segundo trabajo de la universidad de la Salle, Diana (2011) titulado “proyecto de factibilidad en coturnicultura³ en el municipio de Sutatenza Boyacá”, estaba enfocado en determinar si la coturnicultura era factible ya que el criadero y la sostenibilidad de estas aves es realmente a un costo muy bajo y adicional relacionan que este negocio cuenta con unas fortalezas: los huevos, el aprovechamiento de la carne para consumo humano o para la alimentación de los animales en zoológico.

De esta forma, con su proyecto querían demostrar que la coturnicultura es viable como generadora de empleos, a su vez enfatizaban en que Colombia cuenta con los recursos

³ Se le atribuye al arte de criar, promover la producción, aprovechamiento de sus derivados y el cuidado de las codornices.

necesarios desde el punto de vista de condiciones medioambientales con baja presencia de problemas fitosanitarios.

Analizaron los productores de codornices en el departamento de Boyacá, los cuales indicaba que había un promedio de 77 pequeños productores, los productores medianos contaban con 31 y tan solo los grandes productores eran 4 esto con base al Informe de Centro de Incubación y Especies Menores- CIEM Colombia (2009), una vez expuesto estos datos indica que para la producción de las codornices es la misma que se maneja para el sector avícola.

Por otro lado, el trabajo de Angélica Rocío titulado “caracterización socio-económica y empresarial para productores coturnícolas en el departamento de Cundinamarca” (2009), expresa la importancia de este sector el cual con el tiempo ha crecido considerablemente debido a su demanda convirtiéndolo a su vez en oportunidades de negocios en productores rurales buscando la manera de generar ingresos pero se ha detectado que muchos de estos productores se han visto en la necesidad de liquidar sus empresas para no incurrir en pérdidas, es aquí, a partir de este argumento donde se empieza a desarrollar el trabajo.

Las dificultades que se presentan al momento de dedicarse a la producción avícola no sólo en temas de condiciones de bioseguridad y zoonosológicas como se indica en las siguientes resoluciones donde se estableció el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos cárnicos comestibles de las aves de corral destinadas para el consumo humano y las disposiciones para su beneficio, despiece, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación (Resolución 4287 de 2007 del ministerio de protección social⁴) y la resolución 957 de 2008 del ICA⁵, también indica la problemática que

⁴ Hace parte de los dieciséis ministerios del poder ejecutivo de Colombia, se encarga de dirigir el sistema de salud y la protección social en salud.

⁵ El Instituto Colombiano agropecuario, tiene por objeto la prevención, control y vigilancia de los riesgos biológicos, sanitarios y sanitarios para vegetales y animales.

presenta en lo político económico, importante resaltar que este gremio avícola representa un fuerte en el sector por lo que se busca la sostenibilidad de los productores buscando maneras y herramientas eficientes para dejar que este sector prospere con la economía.

Una vez más se sustenta que la producción de estas aves es de gran viabilidad, porque existen factores y condiciones en Colombia que harían este sector un sector sólido no dejando por excusa la falta de conocimiento en parámetros como lo son lo productivo, económico y social el no aprovechar esta producción, adicional el contar con entidades como lo son FENAVI, el ICA, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, DANE y el Centro de Estudios Ganaderos y Agrícolas CEGA se podría evidenciar lo anterior expuesto debido a que son entidades que asesoran e impulsan el crecimiento del sector Avícola y/ o Coturnicola.



3. Objetivo General y Específicos

3.1.1 Objetivo General

Estudiar la viabilidad logística para exportar desde el Tolima a Países Bajos carne de codorniz.

3.1.2 Objetivos Específicos

1. Caracterizar el sector productivo en Tolima, Ibagué.
2. Evaluar los factores determinantes para la selección del mercado objetivo.
3. Investigar los requisitos técnicos y logísticos para la exportación e importación de la carne de codorniz.
4. Identificar las oportunidades de mercados en Países Bajos para la comercialización del producto objeto de exportación.

4. Marco Teórico

Se determina que las teorías del comercio internacional facilitan la comprensión del proceso a realizar dando a conocer el verdadero impacto que hay en la producción y la capacidad que tendría este sector para responder a los continuos cambios que hoy en día se conocen en la política y en la economía internacional, teorías tales como la ventaja absoluta, ventaja comparativa, las cinco fuerzas de Porter, la pirámide de Maslow, el modelo de Heckscher-Ohlin y la nueva teoría del comercio internacional. Para ello, empezaremos con la pirámide de Maslow la cual fue elaborada por el psicólogo norteamericano Abraham Maslow quien publicó en los años 90 en su libro titulado “una teoría sobre la motivación humana”, en ella se explica que en la medida en que se va satisfaciendo una necesidad se busca el deseo de seguir con los demás niveles.

Esta pirámide surge del análisis de las necesidades de las personas a lo cual Maslow indicó que evolucionan de manera progresiva, señalando que la base de la pirámide eran las necesidades más prioritarias y en lo más alto se ubican las de menor prioridad como se observa en la figura 1 (Anexo 1).

Las necesidades fisiológicas hace referencia a las necesidades básicas como respirar, alimentarse, descansar, reproducirse en general son todas aquellas que son vitales para que el ser humano pueda sobrevivir, las necesidades de seguridad son aquellas que necesitamos para estar seguros y estables, es decir, trabajo, salud, ingresos, vivienda, las necesidades sociales son conocidas como las de afecto, la sexualidad, las necesidades de reconocimiento está ligada con nuestra autoestima, respeto, el éxito y confianza, el reconocimiento y por último las necesidades de autorrealización este último nivel hace referencia a la motivación y necesidad, entendiéndose como el logro máximo que alcanzamos en nuestro potencial humano.

A partir de esta clasificación, nos enfocaremos en el primer nivel de las necesidades fisiológicas ya que el trabajo a tratar es sobre alimentación y de acuerdo a la explicación solo se pueden enfocar en otro nivel una vez se haya dado por satisfecho el primer nivel.

Por otro lado, el profesor Michael Porter en 1979 diseñó la teoría de los cinco fuerzas de Porter con el fin de demostrar lo atractivo que era desde el punto de vista de la rentabilidad, es un modelo estratégico el cual permite definir el marco competitivo en una industria, permite definir no solo a la competencia como un rival, sino que incluye a posibles compradores y proveedores, manifestando así que si todas estas son fuertes en la industria a poco plazo la rentabilidad sería baja.

Engloban en sí un gran concepto de los negocios por el cual se pueden incrementar los recursos con el fin de aventajar a la competencia, en cualquier decisión que tome la empresa. De acuerdo a esta teoría de Porter, al no contar con un plan bien elaborado, no se podría subsistir de ninguna manera en el mundo tan grande que es el de los negocios; por lo que es fundamental desarrollar una idea idónea como estrategia como un mecanismo de supervivencia.

Se comienza desarrollando la visión de la empresa, estableciendo después la estrategia necesaria para cumplir la visión de la misma. Se debe tener en cuenta desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta lo más abstracto como el poder y la jerarquía dentro de una empresa. Como se observa en la figura 2 en el anexo 2 las 5 situaciones que tiene un producto al entrar al mercado, de esta manera se identifica que el producto es manejado por el cliente y de esta forma se debe analizar cómo poder cautivar a los clientes para que seleccionen el producto.

Poder de negociación de los clientes: Se refiere a la presión realizada por los consumidores en las empresas con el fin de obtener mejor calidad en productos, servicio al cliente y con precios bajos haciendo a su vez que la empresa cuente con poco margen y el

mercado dejará de ser atractivo, en este caso quien tiene la potestad es el cliente de elegir un mejor servicio de la competencia.

Poder de negociación de los proveedores: Del análisis que ofrece Porter en este punto, indica que existe un poder de negociación de los proveedores cuando la alta demanda supera la oferta, lo que quiere decir que al figurar un sin fin de materias primas los proveedores están en su potestad de poder elevar el precio del producto final. Es pertinente poder conocer su importancia debido a que reside la influencia que pueda tener los proveedores sobre los productos.

Nuevos competidores: La aparición de nuevos competidores o productos ha llevado a que se establezcan diferentes barreras proteccionistas, se indica que cuanto más fácil sea la entrada su amenaza será mayor, a partir de este punto se puede identificar y sacar las ventajas respectivas con los competidores definiendo así qué aspectos se deben mejorar en la empresa para llevar la delantera.

Porter señaló a su vez las barreras de entrada para llevar la ventaja competitiva: economías de escalas, diferenciación del producto, inversiones de capital, desventajas en costes, accesos a los canales de distribución, política gubernamental y la integración vertical.

Productos sustitutos: Esta amenaza se refleja en la medida en que una empresa ofrece productos sustitutos a los que se ofrecen, con la aparición de estos productos hace que los precios se delimiten con los que están establecidos, la competencia depende en que tantos productos son reemplazables de unos y otros.

Rivalidad entre las empresas: este es el resultado de los anteriores puntos definiendo así que entre menos competidores haya en un sector la rentabilidad será significativa. La rivalidad constantemente va en aumento a medida que aparecen competidores, he ahí la importancia de conocer la rivalidad de los competidores con el fin de aprovechar y sacar las ventajas.

La ventaja absoluta desarrollada por Adam Smith, donde defiende y argumenta en su obra la riqueza de las naciones (1779) que el libre comercio de algunos bienes en el extranjero es producido de una manera más competente como consecuencia de aquellas ventajas que se caracterizan como naturales de cada país.

Esta teoría resalta la importancia del libre comercio para que se incremente en las naciones su riqueza, así mismo se podría definir esta ventaja como la capacidad de producir un bien a un precio relativamente bajo. De acuerdo a esta teoría, el comercio en relación a dos países es basados en esta ventaja, en otras palabras, cuando un país posee la ventaja absoluta o sea más eficiente que el otro en cuestiones de producción de un bien este país podría tener la desventaja de un producto en comparación con el otro país, estos países exportan aquellos bienes cuya producción requiere de menos trabajo que otros países e importan los bienes en cuya producción requiere más trabajo que en otras naciones.

A diferencia de la ventaja absoluta por Adam Smith, la ventaja comparativa de David Ricardo señala que en cada nación se debe de exportar y promover aquellos bienes o productos que para su nación son más productivos, en otras palabras, la capacidad que tiene una empresa para producir un bien utilizando menos recursos que otro, concluyendo así que un país debe de especializarse en un producto donde tiene una ventaja comparativa frente a otro para su comercialización.

El modelo Heckscher–Ohlin o también conocida como la teoría de la ventaja de los factores o de la dotación de los factores, explica el funcionamiento de los movimientos del comercio internacional, estudia a los países en tema de comercio exterior referente a la especialización de cada uno basándose en cuánto tiene de disponible en los factores, indica que cada país es diferente a otro en dotación, por lo que hay uno que tiene abundancia relativa en mano de obra y otros en capital, así que aquellos que tienen abundante capital deben exportar bienes alusivos en capital mientras que aquellos que son abundantes en el trabajo

deben de exportar bienes alusivos a la mano de obra, esto quiere decir que los países tienden a especializarse en esos bienes en los que utilizan los recursos más abundante.

Consecuentemente, la nueva teoría del comercio internacional exterioriza el desarrollo al planteamiento teórico sobre la base de la existencia de las fallas del comercio (Steinberg Federico, 2004). Cada una de las anteriores teorías buscan el beneficio de las naciones, aunque presentaban errores así que esta nueva teoría se encargaría de poner en evidencia las imperfecciones de los mercados fundamentados en las economías de escala, lo importante de estas economías es la expansión de las empresas en busca de precios competitivos que ayuden a lograr un mayor beneficio a bajos costos y a largo plazo, por lo tanto, a mayor producción menor los costos.

Con esta teoría se tendría la posibilidad de aprovechar las economías a escala y reducir los costos de producción, adicionalmente busca aprovechar los rendimientos de las economías de escala para pequeñas empresas y grandes productores.

La ventaja comparativa predecía que los países exportarán aquellos bienes que produjera de manera eficiente y a importar aquellos bienes que se consideraban relativamente ineficientes, por lo tanto David Ricardo argumentaba que las ganancias que se obtuvieron del comercio internacional estaba basado en los diferentes niveles de productividad que cada país tenía, es así como vemos que en este trabajo el objetivo es exportar carne de codorniz y de Países Bajos importamos tecnología o maquinaria y de este comercio internacional se obtienen ganancias.

5. Metodología

A continuación, se relacionan los diferentes procesos metodológicos que se llevarán a cabo para sustentar los objetivos que ya fueron planteados previamente.

5.1.1 Fuentes de Información

La principal fuente de información serán fuentes secundarias de trabajos similares al presente trabajo sobre el sector coturnicola tal y como quedan reflejados en el estado del arte, también para dar apoyo para sustentar este trabajo se usarán revistas e informes, entre otras, así como las diferentes páginas oficiales de Colombia como de Países Bajos entre ellas ICA, Ministerio de Agricultura, Fenavi, Pro colombia, MINCIT, EFSA.

5.1.2 Técnicas para Recopilar la Información

La investigación que se realiza en este trabajo será mediante los diferentes procesos productivos que intervienen para abordar todo el tema desde el punto de vista del entorno y el mercado, para lograr este objetivo se realizará un trabajo con carácter cualitativo, para poder tener más claro el concepto se debe saber que un proceso productivo o cadena productiva es el conjunto de actividades u operaciones planificadas para lograr la transformación de bienes y servicios mediante procesos tecnológicos con actores como la Federación Nacional de Avicultores de Colombia - FENAVI-FONAV y basándose con las estadísticas que brinda el departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE.

5.1.3 Método de Estudio para Analizar la Información

Los métodos a utilizar son teóricos e investigación documental informativa los cuales nos permitirán realizar una triangulación de toda la información encontrada a partir de todos los datos recopilados y seleccionados para conocer el estado en cuestión y alcanzar a obtener una conclusión, este tipo de investigación informativa permitirá sistematizar la información y aportar nuevas contribuciones.

5.1.4 Justificación de la metodología a aplicar

En el año 2002 se realizó un censo por FENAVI-FONAV, donde su principal objetivo fue el proporcionar a los diferentes actores de la cadena productiva de la población avícola que hay en el país, el cual solo se enfocó exclusivamente en las granjas productoras de pollo de engorde, huevo y reproductoras, lo que se demostró una vez más que el sector coturnicola aunque se encuentra en un fuerte crecimiento aún no se cuenta con la suficiente información de este campo; siendo el huevo de codorniz un producto tan conocido en el mercado y tan apetecido no se está establecido en el consumo per cápita.

El análisis de los distintos procesos de producción deben ser tenidos en cuenta para obtener una alternativa de generación de ingresos para los productores rurales, son de gran ayuda para poder evidenciar un aprovechamiento de las iniciativas económicas que ofrecen los diferentes canales para crecimiento económico y mejor calidad de vida para cada uno de los actores de este proceso, es así como partiendo de la base de estos sistemas se puede saber las ventajas y desventajas que podría representar expandirse y dejar no solo como única opción la comercialización de los huevos de codorniz sino tener en cuenta la comercialización de su carne.

6. Resultados y análisis

6.1.1 Caracterización del sector productivo en Tolima, Ibagué.

Para realizar la caracterización del sector productivo es necesario saber cómo ha sido el desarrollo de la Coturnicultura en Colombia. La coturnicultura nace a principios de los años sesenta con su especie más representativa llamada: Coturnix Coturnix Japónica, y aunque en el mismo año de su nacimiento casi desaparece debido a un problema sanitario llamado (aflatoxicosis), con el pasar de los años se ha logrado posicionar en el mercado. La coturnicultura es un sector productivo el cual no se encuentra desglosado en los sectores económicos colombianos, se encuentra inmersa en la avicultura, la cual a su vez hace parte del sector agropecuario colombiano.

El grupo agropecuario hace parte del sector primario colombiano y tiene como único fin el aprovechar y explotar los recursos naturales como los animales y plantas para satisfacer las necesidades agroalimentarias del país. Este sector se subdivide en dos sectores agrícola (agricultura) y ganadero, los cuales se encargan de la producción de materias primas y productos para el consumo.

En contexto con el sector productivo coturnicola, es necesario verificar cómo este sector que se encuentra inmerso en tantos sectores al mismo tiempo, se comporta en el departamento del Tolima; este comportamiento lo podemos ver reflejado mediante los diferentes indicadores socioeconómicos tales como: aporte departamental al PIB, cadena productiva, exportaciones e importaciones, porcentaje de ocupados en el departamento. El departamento del Tolima representa el 2.8% de la población nacional y cuenta con 1.427.427 habitantes, de los cuales el 30.9% se dedica a la elaboración de productos de molinería y almidón, un 27% a la manufactura, un 16.2% a la confección de prendas de vestir, y un 14% se dedica a la producción de alimentos, estos serían los sectores de trabajo que más destacan en el departamento dejando con una participación 1.8% al sector agropecuario. Según estudio del

sector productivo avícola por (FENAVI, 2014), la clasificación departamental del PIB avícola por línea de producción para el departamento del Tolima en el año 2014 se encontraba en el sexto lugar con un aporte del 4.9% como se observa en la tabla número 5 (anexo 9). En este mismo estudio se registra la participación del PIB avícola del Tolima en el PIB nacional el cual se acercó a 3.5% con una estabilidad del 3% en los últimos tres años como lo muestra la tabla número 6 (anexo 10).

Colombia pasó de tener un PIB de 1.061% a un PIB del 1.002% en 2020, del cual el departamento del Tolima aportó según el informe del Ministerio de Industria y Comercio en conjunto con el DANE el 2.12% en el PIB nacional. Según el Ministerio de Agricultura el sector agropecuario creció un 6.8%, e impulso a la economía colombiana en el primer trimestre del año 2020, esto gracias a las estrategias de emprendimiento, financiamiento y comercialización que se han implementado. El departamento del Tolima a través de la ley 1876 de 2017 creó el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria como un subsistema del Sistema Nacional de competitividad, ciencia, Tecnología e Innovación, el cual se encuentra establecido por el artículo 186 de la ley 1753 de 2015 y la ley 1286 de 2009, esto se encuentra coordinado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y es integrado por las políticas, estrategias, programas, proyectos, metodologías y mecanismos para la gestión, promoción, financiación, protección y divulgación de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación en el sector Agropecuario. (MinAgricultura, 2019). No obstante, así como el PIB en Colombia tiene como un indicador las exportaciones, la coturnicultura en Colombia es media por la capacidad de producción, en el departamento del Tolima existen 6 granjas registradas de acuerdo a la Caracterización Económica del Sector Avícola en Tolima, (FENAVI, 2014), de las cuales el 16% se especializan a la producción de codorniz, el 17% a la producción de huevo y por último un 67% se dedica a la reproducción de estas aves. Es importante tener una cadena productiva óptima donde el conjunto de todos los procesos que intervengan en la misma brinden eficiencia

y productividad, teniendo en cuenta la producción, procesamiento y distribución; los coturnicultores indican que no existe una cultura gastronómica en Colombia que demande el producto y mucho menos se cuenta con infraestructura y legislación que permita la explotación del mismo; aunque se ha intentado incursionar en el mercado colombiano mediante cadena de hipermercados la normatividad Colombiana (Ley 9 de 1979, Ley 100 DE 1993, Decreto 2278 de 1982 y la Resolución 2015025417 del 30 de Junio de 2015), estipula los requisitos técnicos que debe cumplir las plantas para sacrificio de animales, los coturnicultores afirman que la infraestructura de sacrificio debe ser modificada debido a que sólo está contemplada para la producción de pollos y gallinas y al ser la codorniz un ave más pequeña debe estar en una infraestructura diferente.

En Colombia toda persona que desee incursionar en la explotación de codorniz debe someterse a las normas desarrolladas por una empresa que trabaje con pollo y gallinas, FENAVI es una industria dedicada netamente a la explotación de pollo y gallina pero si se desea comercializar en volumen y en industrias más serias es necesario asociarse con esta entidad, la producción de la carne de codorniz es un negocio prácticamente inexplorado que requiere de una legislación la cual al ser implementada requerirá la expansión de la infraestructura donde actualmente se mantienen las aves.

La representación del Tolima en las exportaciones del país es importante cada vez que están en el orden del 0.4% del total de las exportaciones nacionales como se puede observar en el anexo 3 y 4. De este gráfico se concluye que el departamento disminuyó un 19.6% con respecto al 2019 y el 2018, el 2020 también tuvo una tendencia a disminuir, aunque su porcentaje fue un poco más bajo en un 15.8%, donde el mayor porcentaje de las exportaciones se centraron en los productos agropecuarios. Los principales destinos de estas exportaciones fueron los siguientes países: Estados Unidos con 52.4%, Ecuador con 6.8%, Zona Franca Santander con 5.9%, Canadá con 5.8%, Panamá con 4.5%, Corea del sur 4.4%, Japón con

4.2%, Malasia con 2.6%, Alemania con 2.3% y España 1.3%. En el año anterior las exportaciones de café representaron el 39,7% de las exportaciones de este departamento.

Las importaciones de los tolimeses tuvieron una representación del 0,1% de las importaciones a nivel nacional para el 2020 siendo esta participación menor al porcentaje aportado frente al año 2019 como se indican en los anexos 5 y 6. Las importaciones del Tolima tuvieron un incremento del 44.8% en el año 2019, a diferencia del año 2020 que tuvieron una disminución de un 40.1 % frente al año 2019. Los principales países a los cuales se importó fueron: China con 27.1%, Brasil con 25.6%, Estados Unidos con 14.1%, Turquía 7.2%, Japón con 4.6%, México con 4.5%, Italia con 2.9%, Ecuador con 1.9%, Países Bajos con 1.4%, y Chile con 1.1%. El principal producto que se importó fueron las gallinas y gallos vivos siendo China el principal comprador representado por un 18.5%. Por otra parte, el sector agropecuario en 2019 tuvo una participación del 24.2% frente al año 2020 en la cual aumentó en un 27.8%. En la tabla del anexo 7 se puede observar el resumen de las exportaciones e importaciones por medio de los distintos acuerdos comerciales que tiene Colombia.

En el escenario del sector productivo del departamento del Tolima se observa una oportunidad económica representada en el aprovechamiento de la capacidad de producción de las granjas con las cuales cuenta; en cuanto a normatividad Colombia mediante FENAVI debe aplicar leyes que no solo regulen a los avicultores sino también a los demás subsectores que se desglosan de este como lo es el caso de los coturnicultores; respecto a los indicadores de comercio exterior el departamento en exportaciones e importaciones en los últimos años en relación al sector agropecuario ha aumentado su participación, en las exportaciones un 42,5% y en las importaciones un 27,8%, convirtiéndose en un sector importante para el desarrollo continuo del departamento en conjunto con el sector avícola el cual ocupa un sexto lugar en línea de producción brindando un aporte del 4.9% al PIB departamental.

6.1.2 Factores Determinantes para la Selección del Mercado Objetivo

A continuación, se presenta la matriz de mercados para la selección del país destino de la exportación de carne de codorniz, con la evaluación de algunos indicadores y variables importantes a fin de determinar desde un punto de vista comparativo con otros países la valoración del país que representan una oportunidad de comercialización.

Es pertinente para la evaluación determinar la clasificación arancelaria del producto objeto de exportación la cual se encuentra clasificado dentro del grupo de carnes y despojos comestibles refrigerados o congelados sin trocear congelados en la nomenclatura arancelaria 0207.12.00.00 a partir del cual se recogen los siguientes datos en la tabla 4 del anexo 8.

Para hacer el comparativo de los países que importan este tipo de carne y que tienen como cultura el consumo, se identifica que en Europa países como Francia, Italia, España y Países Bajos tienen un alto consumo per cápita de esta carne, casi todos estos países son productores a excepción de Países Bajos, se detecta una posible entrada en el mercado neerlandés comparándose con Egipto y Arabia Saudita. La tabla 4 evidencia que Países Bajos es la opción más viable para exportar este producto, bajo la observación de algunas variables macroeconómicas, siendo fundamental el conocer sobre algunos aspectos culturales que determinan sus hábitos alimenticios. Países Bajos tiene un alto consumo per cápita de la carne de codorniz llegando a un consumo por persona en cada comida alrededor de los 300 gramos.

Se toma a Egipto y Arabia Saudita como países comparativos ya que ellos están en la lista como uno de los principales importadores de carne del sector avícola específicamente de la codorniz, su crecimiento económico en los mercados es realmente considerado, pero si bien en términos de economía, acuerdo comercial, desempeño logístico y de tránsito marítimo Países Bajos lleva la ventaja.

Países Bajos está situado en la Europa occidental su capital es Ámsterdam, tiene una superficie de 41.540 Km² lo que lo hace uno de los países más pequeños con una población

de 17.407.585 personas, su moneda es el euro y su idioma oficial es el holandés, cuenta con cinco ciudades principales entre ellas está su capital Ámsterdam con 735.000 habitantes, Rotterdam con 588.697 habitantes, La Haya con 469.568 habitantes, Utrecht con 288.401 habitantes y Eindhoven con 209.286 habitantes. Este país está posicionado por su PIB como la economía número 17 a nivel mundial, para el 2020 su PIB fue de 798.674M.€ y su valor absoluto bajó 11.573M.€ comparado con el 2019, el PIB per cápita indica la calidad de vida de sus habitantes y se posiciona en el ranking 13 el cual fue 45.790€ euros lo que indica que tienen un buen nivel de vida. La deuda pública registra para el 2019 394.670 millón de euros que corresponde al 48.7% del PIB y la deuda per cápita fue de 22.672€ euros por habitante.

El Parlamento Europeo y el Consejo en el año 2002 adoptaron el reglamento (CE) No 178/002 donde establecen los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria de la UE, para este fin se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria EFSA quien es la responsable del asesoramiento científico y que a su vez comunica los riesgos existentes y emergentes asociados a la cadena alimentaria, de esta manera coopera a proteger a los consumidores. Además, el Sistema de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos (RASFF) fue creado con el fin de informar asuntos relacionados con la seguridad alimentaria dentro de la Unión Europea.

Algunas otras medidas para proteger al consumidor en la Unión Europea se encuentra en la Directiva 2001/95/CE donde establece que los productos comercializados deben de respetar las normas en relación a la información al consumidor, la Directiva 2005/29/CE indica que está prohibida las prácticas engañosas y abusivas, la Directiva 1999/34/CEE establece la responsabilidad que debe cumplir el productor cuando un producto esté dañado o defectuoso el consumidor tendrá todo el derecho de demostrar tal producto averiado y tener una solución a cambio.

Países Bajos en el sector avícola tiene una fuerte representación en lo que respecta en producción a los huevos y pollo, aproximadamente las tres cuartas parte de la carne que se produce son destinadas a la exportación, es igualmente considerado como el primer país exportador de huevos mostrando así la oportunidad de importar la carne de codorniz con una demanda alta.

Los Países Bajos, miembro fundador de la Unión Europea, limita al norte y oeste con el mar del Norte, al este con Alemania y al sur con Bélgica. También forma parte del reino de las Antillas Neerlandesas y Aruba, territorios insulares en el mar Caribe con autogobierno. Los Países Bajos ocupan una superficie total de 41.526 km², de los cuales unos 7.643 km² son tierras ganadas al mar. (Procolombia, 2014).

6.1.3 Requisitos Técnicos y Logísticos para la Exportación e Importación de la Carne de Codorniz

Seguidamente, se presentarán los requisitos técnicos y logísticos para llevar a cabo la exportación e importación de la carne objeto de este trabajo.

Para llevar a cabo la exportación desde Colombia se tiene como requisito de carnes congeladas el certificado sanitario para exportación directamente emitido por el Invima el cual se realiza a través del Sistema Informativo SIVICOS, será emitido en el puerto de salida llevando las firmas tanto del ICA como del INVIMA.

En la Unión Europea se diseñaron unas medidas sanitarias y fitosanitarias MSF (conocidas por sus siglas en inglés SPS -sanitary and phytosanitary) con el fin de garantizar un buen nivel de seguridad y proteger la salud y la vida humana, vegetal y animal, es por ello que se firmó el acuerdo llamado MSF de la Organización Mundial del Comercio la cual regula el régimen de MSF de manera internacional.

Los alimentos que son de origen animal sólo pueden ser importados de aquellos países que estén incluidos en la lista de los países aprobados para ese grupo de productos, estos

alimentos de origen animal sin necesidad de ser procesados o no como lo es en este caso la carne fresca de la codorniz, debe principalmente notificar por adelantando la llegada de este producto dado a que en cierto punto de la frontera de la UE se realizará inspección, así mismo se debe diligenciar el formulario (“Documento Veterinario Común de Entrada”, DVCE), para obtener dicha notificación se registra en el sistema TRACE. En Países Bajos actúa la empresa DEKRA encargada de certificar productos, prueba e inspección de materiales, seguridad industrial, auditorías entre otras.

El etiquetado y el embalaje para los productos alimenticios son obligatorios en la Unión Europea debido a que tiene como objetivo no solo el de garantizar la salud del consumidor, sino que éste pueda disponer de toda la información completa desde su contenido hasta la composición del producto. Esto se encuentra regulado por la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

Los documentos requeridos en la UE para la importación son certificado de origen⁶, conocimiento de embarque, carnet ata⁷, documento único administrativo, factura comercial, lista de empaque, certificado sanitario, certificado cites⁸. Por tratarse de un perecedero se debe tener en cuenta en la distribución internacional, la reglamentación sobre el transporte de la cadena de frío en Colombia que se basa en el cumplimiento de la norma a nivel internacional fijada en el acuerdo ATP (Acuerdo sobre Transportes Internacionales de Mercancías Perecederas), cubriendo el despacho por Cartagena a Ámsterdam con un tiempo de tránsito de 16 días por vía marítima.

⁶ Documento que determina el origen de las mercancías en el caso de Colombia se usa el Formulario 02, forma A - SGP - código 250 y en Países Bajos el Certificado de circulación de mercancías ERU1.

⁷ Documento que facilita las exportaciones e importaciones temporales simplificando el paso por las aduanas.

⁸ Permiso que asegura que la fauna y la flora sometidas a comercio internacional no sean explotadas de manera insostenibles; regula la exportación, reexportación e importaciones de animales vivos o muertos.

6.1.4 Oportunidades de Mercados en Países Bajos para la Comercialización del Producto.

A continuación, se presentan las oportunidades de mercado en Países Bajos para la comercialización.

Países Bajos cuenta con una población de 17.407.585 millones de habitantes, posición número 67 en la tabla poblacional y puesto número 17 en referencia al volumen del PIB, según el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2016) y el número 13 en el ranking de calidad de vida a nivel mundial, su capital es Ámsterdam la cual cuenta con una población de 810.000 millones de habitantes de los cuales el 1,5% residen en zona metropolitana, las ciudades más cercanas son la Haya, Rotterdam, y Utrecht. Países Bajos es la sexta potencia económica con respecto a la euro zona y es el quinto en las exportaciones de bienes (Santander Trade, 2020), el sector agrícola representa 1,6% del PIB del país y emplea al 2% de la población activa (Banco Mundial, 2019); este sector cuenta con un buen rendimiento debido a que cuenta con terrenos cultivables; es por esta razón que el 60% de toda la producción es exportado ya sea directamente o indirectamente a través de la industria alimentaria convirtiendo a los neerlandeses en el segundo mayor exportador de productos agrícolas en el mundo después de los Estados Unidos; los principales productos que se exportan son los cereales, papa y hortalizas. De los neerlandeses al igual que Colombia no se encuentra una desagregación del sector coturnicola a diferencia del sector avícola al cual con el pasar de los años se busca cada vez más el emplear políticas que contribuyan al desarrollo del sector; una de esas políticas por la cual llevan trabajando hace 10 años es en la reducción de las emisiones de amonio y polvo esto en referencia a los huevos de gallina (FENAVI, Junio 2018); otra de las políticas es el convenio firmado en el 2020 con la Federación Nacional de Avicultores de Colombia, y la Embajada de Países Bajos con vigencia de 5 años, para posibilitar y gestionar acciones de cooperación tendientes a contribuir y fortalecer la competitividad del sector avícola (FENAVI,

2020); esta es una oportunidad latente para que el sector avícola de Colombia pueda tomar fuerza y ser competitivo en otros países sin dejar de lado el poder incursionar en el sector coturnicola siendo este una rama de la avicultura cuya finalidad es el fomentar la producción de codorniz aprovechando al máximo los diferentes recursos financieros y tecnológicos que los neerlandeses puedan aportar siendo este uno de los líderes mundiales en el sector avícola en conocimiento e innovación el cual puede ser intercambiado por el aporte en conocimiento de manipulación de la carne de codorniz y las condiciones medio ambientales que tiene Colombia para su producción. Por otro lado, la carne de codorniz para los neerlandeses es un plato con alto contenido vitamínico, nutricional y bajo en colesterol; al ser un plato gastronómico apreciado y tenido en cuenta en la canasta familiar se abren las puertas a las exportaciones a Países Bajos.

La oferta gastronómica en Países Bajos es muy variada y homogénea por todo el país, resaltando que la comida europea y la preferencia por comer fuera de casa destaca en este país. En las principales ciudades existe una mayor concentración de restaurantes (Ámsterdam, La Haya, Rotterdam, Utrecht y Haarlem), pero el número no difiere significativamente en las zonas de menor concentración de población (Zelanda, Groninga, Limburgo, Brabante, etc.) (ICEX, 2019); en cuanto a crecimiento y regulación los neerlandeses en el proceso de caracterización de ventas cuentan con dos tipos de sectores el primero es el minorista el cual se encuentra consolidado con los supermercados Albert Heijn y Jumbo los cuales controlan el 50% del mercado. El segundo es el sector mayorista el cual ocupa el 20% restante en referencia del 80% que ocupa el sector minorista. Los principales vendedores minoristas son: Albert Heijn (35.1%), Jumbo (17.4%), Lidl (10.0%), Aldi (7.3%), Plus (6.2%), Dirk (3.8%), Coop Supermarkten (3.0%). El supermercado Albert Heijn destaca por el plus de servicio que ofrece de restaurante, actualmente es el único que lo ofrece con una favorable participación a este sector. Es relevante mencionar esta información ya que el tener en cuenta la segmentación del

mercado permite saber la manera correcta de comercializar el producto aprovechando las oportunidades del turismo internacional que recibe las principales ciudades logrando que el sector de la gastronomía, restaurantes y demás estén en constante crecimiento.

Países Bajos mediante las diferentes organizaciones y empresas neerlandesas de importación y exportación buscan fortalecer las conexiones creando la necesidad de recibir información acerca de productos y/o servicios de las empresas interesadas de ingresar al mercado neerlandés; este proceso se puede realizar mediante las ferias que realiza las cuales en su mayoría son en Ámsterdam su capital; las ferias más promovidas son: ferias de industria, ferias de transporte y ferias de construcciones navales. Sin embargo, el sector alimentos también es un sector atendido como se puede observar en la tabla 7 anexo 11. Las ferias sirven para nuevos contactos con socios potenciales y obtener información sobre el sector.

7. Conclusiones y logros

De los objetivos planteados nos permitimos abordar las siguientes conclusiones.

De acuerdo a la investigación que se realizó a este sector, la coturnicultura no solo depende de recursos financieros para su instalación y operación, sino que también requiere de componentes técnicos y comerciales que sean diferenciables para hacer viable el desarrollo de este proyecto.

Se detectó en la investigación preliminar que para la industria avícola y el gobierno es más importante incentivar la producción del pollo y el huevo de gallina, el apoyo financiero ha logrado diversificar las granjas para ponedoras, reproductoras, pollo para engorde e incubación, esto ha permitido un desplazamiento de la segmentación en esta industria como lo es la producción coturnicola. En lo que respecta al pollo y a la gallina, la codorniz presenta un nivel muy bajo de consumo de alimento, la postura comienza a una edad temprana por lo que se podría obtener beneficios económicos en un menor tiempo. Se encontró en las metodologías aplicadas actualmente a nivel nacional del sector avícola, que solo benefician a un sector específico, el de la producción y comercialización de los productos procedentes del pollo contando con una buena participación, es así como van dejando de incluir dentro de la cadena productiva del sector agropecuario la producción y comercialización de la carne de codorniz.

El sector productivo de la coturnicultura no se encuentra incluido en los sectores económicos colombianos y por lo tanto no tiene normatividad que le regule, a diferencia del sector avícola el cual se encuentra regulado mediante FENAVI y FONAV. Se identificó que para incursionar en la producción de la codorniz las empresas necesitan unirse con FENAVI y establecer una legislación. Se recomienda hacer uso de los incentivos del gobierno que pueden fortalecer el sector mediante los programas del Ministerio de Agricultura Rural para maximizar la producción de esta ave.

Se tomó al departamento del Tolima para realizar esta investigación por su capacidad de producción, por el constante crecimiento del sector avícola y por el aporte que contribuye al PIB del país en el sector agropecuario; la investigación arrojó que Tolima puede incrementar su producción y puede ser una fuente generadora de empleo, como recomendación se establece que los pequeños, medianos y grandes productores de la codorniz hagan parte de un clúster, una agrupación de empresas que les permita ofrecer sus productos a un buen precio de alto valor agregado que les permita ganar ventaja competitiva no solo a nivel nacional sino a nivel internacional.

Con el análisis de indicadores y variables importantes, se logró determinar el país que representa una oportunidad de comercialización utilizando la herramienta de inteligencia de mercados desde un punto de vista comparativo, se identificó que, hay posibilidad de entrar al mercado porque Países Bajos no es productor de la codorniz a pesar de que es fuerte en la producción avícola, Egipto y Arabia Saudita se registran como uno de los principales importadores de esta carne, pero partiendo de un punto analítico, Países Bajos tiene la ventaja debido a que actualmente cuenta con un acuerdo comercial con Colombia en el marco de la unión europea, tiene una economía estable y se destaca en desempeño logístico.

Se identificó que, dentro del marco normativo de Colombia, la exportación de este producto para consumo humano, el ICA, entidad encargada de dar los permisos correspondientes, debe certificar esta carne antes de su exportación, para así asegurar que es un producto de calidad y que está en óptimas condiciones, cumpliendo con el alto estándar de calidad de la MSF de la unión europea.

Países Bajos al contar con una buena posición geográfica en el centro de Europa, buena logística e infraestructura facilita el comercio internacional; el gran desempeño logístico permite el acceso al mercado ya que por tratarse de un producto perecedero debe de cumplir con todos los requisitos y reglamentos técnicos para su transporte; es así como se logró identificar que en

términos logísticos nos facilita acceder a este mercado; en relación a sus indicadores económicos representa una potencia económica en el mercado europeo y permite contribuir y fortalecer a la competitividad del sector avícola en el país.

La comida europea destaca principalmente en los Países Bajos, concentrando más del 50% del total de asentamientos de esta categoría, mostrando la disposición que tienen los neerlandeses por consumir fuera de casa, este sector está en constante crecimiento estimando que a futuro tenga un desarrollo positivo y sostenido a largo plazo.

Se identificó que en Países Bajos los supermercados “AH To Go”, establecimientos de Albert Heijn, es el único que ofrece el servicio adicional de restaurante, con una participación considerable en este sector; en general los supermercados están evolucionando hacia una mayor presencia y nuevos modelos de negocio, por lo tanto, el trabajo encontró oportunidades de mercados en la satisfacción de estas necesidades.

Finalmente, basado en la investigación se encontraron oportunidades comerciales desde el punto de vista logístico, como recomendación sería continuar investigando para concluir con el desarrollo de un plan exportador desde el enfoque de un plan financiero que ayude a determinar los costos reales del proceso de exportación y comercialización del producto; tener como logro la agrupación de las empresas por medio de clúster y pueda llegar la coturnicultura a ser incluida a un sector y regulado por el mismo, aplicando las nuevas tecnologías y lograr entre Colombia y Países Bajos una cooperación para contribuir y fortalecer no solo en lo avícola sino también la coturnicultura.

En virtud a los logros personales, mediante el transcurso del desarrollo del trabajo se han superado obstáculos y se ha logrado un progreso intelectual el cual crece continuamente, en retrospectiva el proceso permite evaluar lo aprendido, retomar lo olvidado y obtener un aprovechamiento máximo de los recursos. Con respecto a los logros profesionales, nos ha permitido alcanzar de una forma gradual el éxito y la realización personal permitiendo aplicar



los conocimientos adquiridos en nuestros trabajos, cumpliendo las metas y siempre aspirando a potencializar la marca personal y fortaleciendo nuestras competencias.

8. Bibliografía

Avicultores. (2018). Fenavi. <http://fenavi.org/wp-content/uploads/2018/07/revista-261.pdf>

Caracterización Económica del Sector Avícola Tolima. (s.f). Fenavi.

<https://fenavi.org/categorias/publicaciones-programa-economico/caracterizacion-economica-del-sector/>

Cinco fuerzas de Porter. (s.f). Academia.edu

https://www.academia.edu/11498170/COMPETITIVE_STRATEGY_Techniques_for_Analyzing_Industries_and_Competitors

DIAN (s.f) *Nomenclatura arancelaria*. Obtenido de

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

El sector HORECA en Países Bajos. (2019).

https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/ode2/~edis/p/doc2019816937.pdf?utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=20-03-2019&utm_campaign=Ficha%20sector.%20El%20sector%20Horeca%20en%20Pa%C3%ADses%20Bajos%202019

Enciclopedia de Economía. (s.f). *Teoría de la ventaja absoluta*

<http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-absoluta-teoria-de-la/ventaja-absoluta-teoria-de-la.htm>

Estadísticas del sector. (s.f). <https://fenavi.org/informacion-estadistica/>

Grimaldos Pereira, D.O. (2019). *Guía para la producción de codornices y sus derivados* [Archivo PDF].

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20353/4/2020_guia_produccion_codornices.pdf

Gutiérrez, M. D. L. A. (2020, 9 junio). *FENAVI-Colombia y Holanda firman acuerdo: Fortalecerá competitividad del sector avícola*. aviNews, la revista global de avicultura.

<https://avicultura.info/fenavi-colombia-holanda-acuerdo-fortalecer-sector-avicola/>

Hurtado, M. G. T. T. (2011). *Empresa de incubación de Codorniz y Cría de Codornices*.

CiemColombia.

http://www.ciemcolombia.com.co/notas/nota_avicultura_productiva_opcion_vida.html

Información: Perfiles Económicos Departamentales. (2021, marzo).

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/eda93571-34c2-48d8-956e-6cffb358d488/Tolima>

La economía del departamento del Tolima: diagnóstico y perspectivas de mediano plazo. (2015).

https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/2739/Repor_Agosto_2015_Delgado_Ulloa_y_Ram%C3%ADrez_Tolima.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Lesmes, A. (2009). *Proyecto de factibilidad en cotumicultura en el municipio de Sutatenza*

Boyacá. Tesis de maestría, Universidad Javeriana.

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/661>

MinAgricultura busca impulsar la producción y el consumo de huevos de codorniz. (2018, 16

mayo). Minagricultura.

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/MinAgricultura-busca-impulsar-la-producci%C3%B3n-y-el-consumo-de-huevos-de-codorniz.aspx>

Modelo Heckscher Ohlin. (2001). LegisComex.

<https://www.legiscomex.com/Documentos/abccomercio-dotacion-factores>

Montenegro, D. (2011). *Proyecto de factibilidad en coturnicultura en el municipio de Sutatenza*

Boyacá. Trabajo de grado para especialización Universidad de la Salle

<https://core.ac.uk/download/pdf/234163378.pdf>

Países Bajos: Política y economía. (2020). <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/paises-bajos/politica-y-economia>

Perfil logístico de exportación a Países Bajos | Acuerdo Comercial Unión Europea. (s.f).

Procolombia. <https://ue.procolombia.co/ver-informacion-por-pais/paises-bajos>

Phasianidae. (s.f). En *Phasianidae*. <https://colombia.inaturalist.org/taxa/574-Phasianidae>

Pirámide de Maslow (2021, 9 abril). Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

Rivera Godoy, J y Rendon Perea, J (2019). *Revista Sector Avícola en Colombia: Rendimiento contable y EVA.* <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/339231>



Rodríguez, L. E. (2019, 15 noviembre). *Huevos y carne de codornices, una buena opción alimenticia* [Comunicado de prensa].

https://caracol.com.co/programa/2019/11/09/a1_campo/1573304621_638708.html

Steimberg, F. (2004) *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*, texto obtenido en www.eumed.net/cursecon/libreria/

Ventaja comparativa (2021, 8 abril). Comercio y Aduanas.

<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/#ventaja>

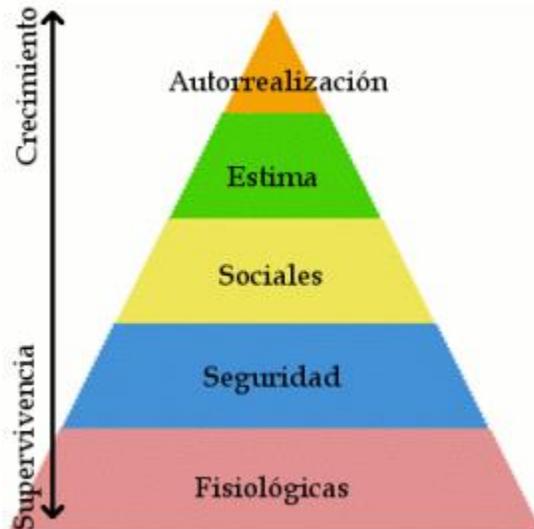
Yanguas, A. (2012). *Segmento de Mercado del jamón de Codorniz en Ciudad de Bogotá.*

Trabajo de grado para especialización Universidad Piloto de Colombia

<http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000698.pdf>

9. Anexos

Ilustración 1 Pirámide de Maslow



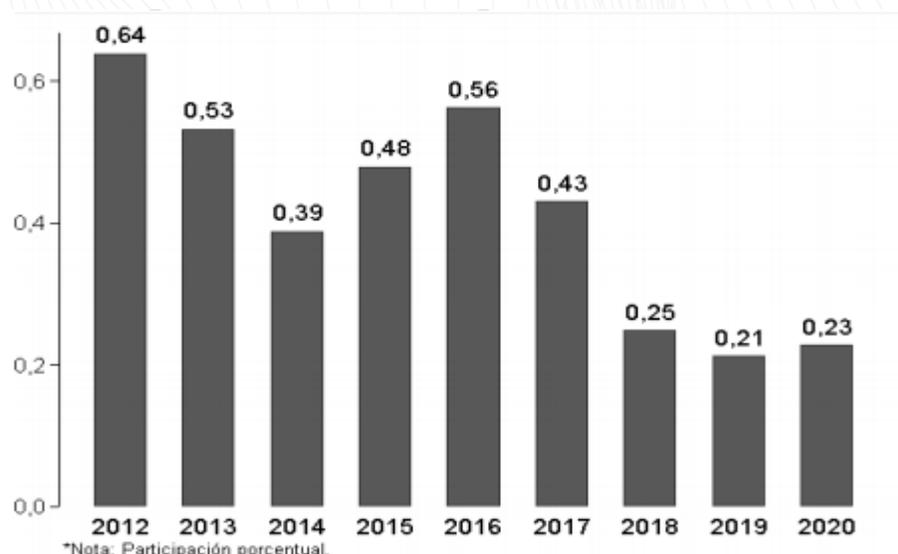
Nota: la pirámide indica los niveles de las necesidades, a medida que logre un nivel da paso para continuar con el otro. Adaptado de Pirámide de Maslow, 2017 (<https://economipedia.com/>)

Ilustración 2 Cinco Fuerzas de Porter



Nota: Adaptado de 5 fuerzas de Porter, clave para el éxito 2015
(<https://www.5fuerzasdeporter.com>)

Gráfico 1 Participación del departamento del Tolima en las exportaciones nacionales



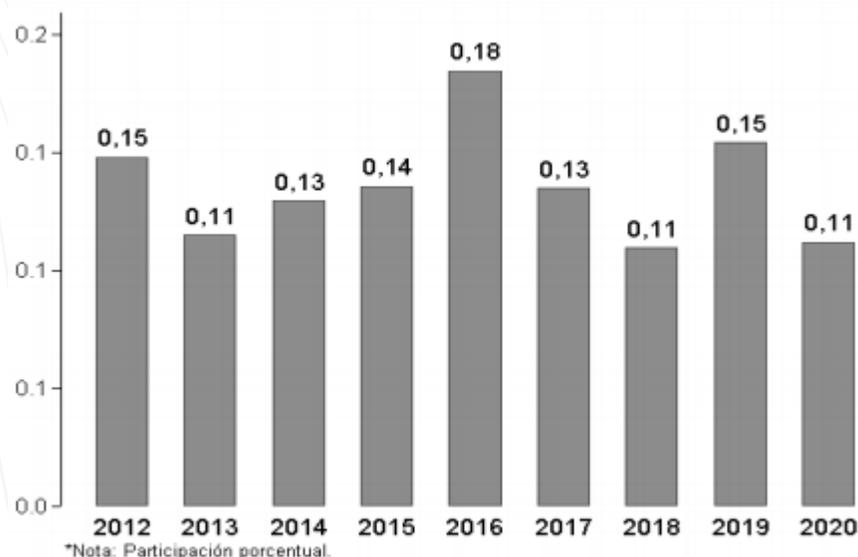
Nota: El gráfico indica la participación porcentual de las exportaciones a partir del 2012 hasta el 2020. Tomado de MinComercio, 2020.

Tabla 1 Exportaciones más importantes por grupo de producto

V1	Año completo				Año acumulado			
	2018	2019	Var. % 19	Part. % 2019	2019	2020	Var. %20	Par. % 2020
Total	104021	83660	-19,6	100	83660	70442	-15,8	100
Mínero energético	2384	3159	32,5	3,8	3159	10366	228,1	14,7
No mínero-energético	101637	80501	-20,8	96,2	80501	60076	-25,4	85,3
Industria básica	64200	48932	-23,8	58,5	48932	29920	-38,9	42,5
Agropecuario	24719	26969	9,1	32,2	26969	27384	1,5	38,9
Industria liviana	11922	3847	-67,7	4,6	3847	1595	-58,5	2,3
Maquinaria y equipo	368	588	59,8	0,7	588	895	51,7	1,3
Industria automotriz	395	126	-68,1	0,1	126	255	102,4	0,4
Agroindustrial	33	29	-12,1	0	29	22	-24,1	0
Demás productos	0	10	inf	0	10	8	-20	0

Nota: Esta tabla indica las cifras expresadas en miles de dólares FOB, según clasificación Mincit. Tomado de MinComercio, 2020.

Gráfico 2 Participación del departamento del Tolima en las importaciones nacionales



Nota: El gráfico indica la participación porcentual de las importaciones a partir del 2012 hasta el 2020. Tomado de MinComercio, 2020.

Tabla 2 Importaciones por grupo más representativas

V1	Año completo				Año acumulado			
	2018	2019	Var. % 19	Part. % 2019	2019	2020	Var. %20	Par. % 2020
Total	56050	81144	44.8	100	81144	48612	-40.1	100
Mínero energético	258	639	147.7	0.8	639	193	-69.8	0.4
No minero-energético	55792	80505	44.3	99.2	80505	48419	-39.9	99.6
Industria básica	32894	31911	-3.0	39.3	31911	16373	-48.7	33.7
Agropecuario	1136	19613	1626.5	24.2	19613	13512	-31.1	27.8
Industria liviana	8396	16861	100.8	20.8	16861	6233	-63	12.8
Maquinaria y equipo	10695	9963	-6.8	12.3	9963	8927	-10.4	18.4
Industria automotriz	1294	1265	-2.2	1.6	1265	1554	22.8	3.2
Agroindustrial	1325	829	-37.4	1.0	829	1753	111.5	3.6
Demás productos	52	63	21.2	0.1	63	67	6.3	0.1

Nota: Esta tabla indica las cifras expresadas en miles de dólares CIF, según clasificación Mincit. Adoptado de MinComercio, 2020.

Tabla 3 Comercio exterior por acuerdo comercial año acumulado

Acuerdo	Exportaciones				Acuerdo	Importaciones			
	Miles de dolares FOB		Var. %	Part. % 2020		Miles de dolares CIF		Var. %	Part. % 2020
	2019	2020					2019		
Estados Unidos	40013	36904	-7,8	52,4	Mercosur	5966	13010	118,1	26,8
Union Europea	12244	4914	-59,9	7	Estados Unidos	18643	6857	-63,2	14,1
CAN	3129	4933	57,7	7	Union Europea	13165	4133	-68,6	8,5
Canadá	4051	4108	1,4	5,8	México	2631	2188	-16,8	4,5
Corea del sur	6122	3076	-49,8	4,4	CAN	3608	1313	-63,6	2,7
México	944	885	-6,2	1,3	Chile	86	551	540,7	1,1
Chile	407	727	78,6	1	Canadá	840	381	-54,6	0,8
Venezuela	909	558	-38,6	0,8	Corea del sur	91	42	-53,8	0,1
Israel	175	243	38,9	0,3	EFTA	24	43	79,2	0,1
EFTA	784	192	-75,5	0,3	Costa Rica	100	69	-31	0,1
Triangulo del norte	315	56	-82,2	0,1	Puerto Rico	0	0	-82,2	0
Costa Rica	79	64	-19	0,1	Israel	0	21	Inf	0
Mercosur	93	10	-89,2	0	Triangulo del norte	40	4	-90	0
Puerto Rico	0	0		0	Venezuela	55	0	-100	0

Nota: indica las exportaciones e importaciones en miles de dólares de acuerdo a los acuerdos comerciales. Adoptado de MinComercio, 2020.

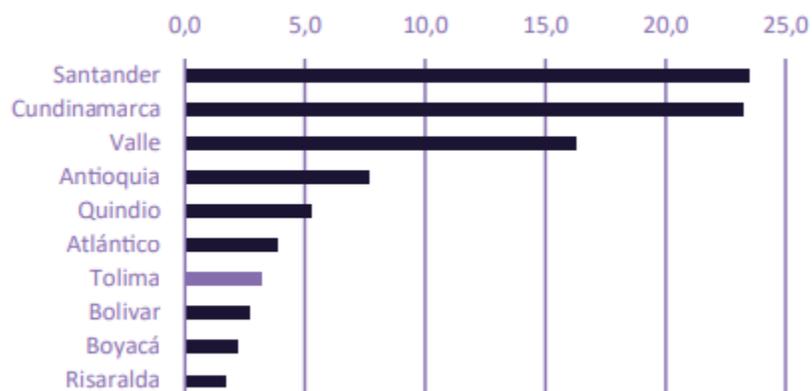
Tabla 4 Matriz de Mercados

#	0207.12.00.00	PAISES BAJOS	P	C	R	EGIPTO	P	C	R	ARABIA SAUDITA	P	C	R
1	Importaciones del Año 2019 (miles USD)	514.513,40	5,00%	5	0,25	78.657,50	5,00%	1	0,05	288.397,50	5,00%	3	0,15
2	Tasa de crecimiento de las importaciones del Año 2018 vs Año 2019 (%)	15%	5,00%	4	0,20	21%	5,00%	5	0,25	12%	5,00%	3	0,15
3	Concentración de las importaciones del producto Año 2019. Principal país proveedor de importaciones (%)	29,4%	5,00%	5	0,25	20,2%	5,00%	3	0,15	8,5%	5,00%	1	0,05
4	Exportaciones Colombianas del producto. Año 2019 (Miles USD)	674.475,40	5,00%	5	0,25	267.100,00	5,00%	1	0,05	300.242,90	5,00%	3	0,15
5	Participación de las exportaciones colombianas del producto Año 2019 (%)	3,08	5,00%	3	0,15	7,10	5,00%	5	0,25	3,90	5,00%	4	0,20
6	Tasa de crecimiento de las exportaciones colombianas. Año 2018 vs Año 2019 (%)	-18,0%	5,00%	5	0,25	-3,5%	5,00%	3	0,15	-5,7%	5,00%	4	0,20
7	Importaciones colombianas del producto año 2019(miles de USD)	0,0%	5,00%	1	0,00	0,0%	5,00%	1	0,05	0,0%	5,00%	1	0,05
8	Tasa de crecimiento de las importaciones colombianas del producto. Año 2018 vs Año 2019 (%)	0,0%	5,00%	1	0,05	0,0%	5,00%	1	0,05	0,0%	5,00%	1	0,05
9	Arancel preferencial	0,0%	5,00%	5	0,25	30,0%	5,00%	1	0,05	20,0%	5,00%	1	0,05
10	Arancel General	6,0%	5,00%	5	0,25	30,0%	5,00%	1	0,05	20,0%	5,00%	1	0,05
11	IVA	6,0%	5,00%	5	0,25	14,0%	5,00%	1	0,05	15,0%	5,00%	1	0,05
12	Restricciones técnicas del producto	RESOLUCION UE NO 1169/2011	5,00%	4	0,20	NORMA NIMF-15	5,00%	2	0,10	NORMA NIMF-15	5,00%	2	0,10
13	Medio de transporte	MARITIMO	5,00%	5	0,25	MARITIMO	5,00%	5	0,25	MARITIMO	5,00%	5	0,25
14	PIB Año 2019 est. (USD) en miles	\$ 878.758,33	5,00%	5	0,25	\$ 302.335,00	5,00%	1	0,05	\$ 421.142,00	5,00%	2	0,10
15	PIB per capita 2019 (USD)	\$ 50.666,11	5,00%	4	0,20	\$ 11.888,20	5,00%	1	0,05	\$ 61.009,70	5,00%	5	0,25
16	Población (Mayor población mejor)	17.280.397	5,00%	5	0,25	100.388.000	5,00%	5	0,25	9.630.959	5,00%	1	0,05
17	Inflación (Año 2019 est.)	2,72%	5,00%	1	0,05	-13,90%	5,00%	5	0,25	-2,1%	5,00%	3	0,15
18	Tasa De empleo	3,20%	5,00%	5	0,25	10,60%	5,00%	1	0,05	8,5%	5,00%	3	0,15
19	Ferías en el país (Para Productos específicos)	LA VIE EUROPE	5,00%	5	0,25	FOODAFRICA CAIRO	5,00%	5	0,25	SAUDI AGRO FOOD	5,00%	5	0,25
20	Riesgo de no pago	AAA	5,00%	5	0,25	B2	5,00%	1	0,05	A1	5,00%	3	0,15
	TOTAL		100%	4,10			100%	2,45			100%	2,60	

Nota: Elaboración propia. Tomado de Procolombia; Trademap, DANE, Banco Mundial

Gráfico 3 Clasificación departamental del PIB avícola

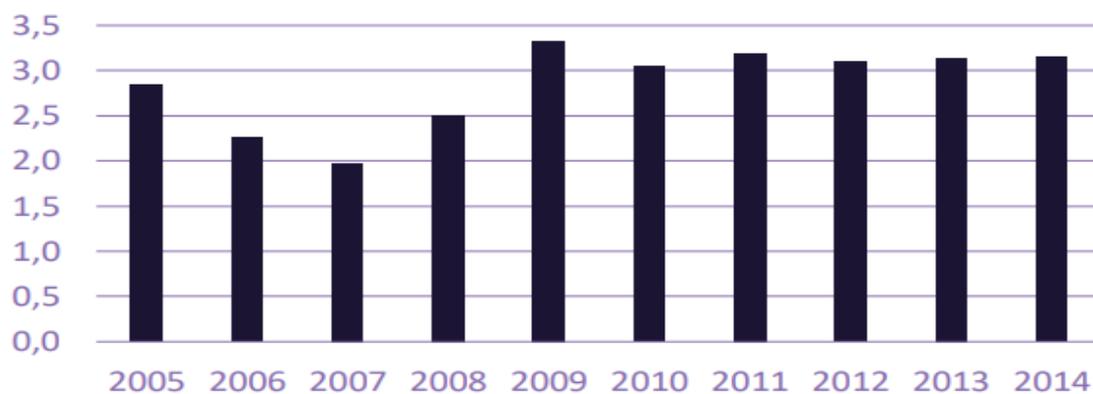
FIGURA 15. CLASIFICACIÓN DEPARTAMENTAL DEL PIB AVÍCOLA. 2014.



Fuente: DANE, FENAVI.

Gráfico 4 Participación del PIB avícola del Tolima en el PIB avícola nacional

FIGURA 16. PARTICIPACIÓN DEL PIB AVÍCOLA DEL TOLIMA EN EL PIB AVÍCOLA NACIONAL. 2005-2014.



Fuente: DANE-Cuentas Nacionales Departamentales

Fuente: FENAVI, DANE, cuentas nacionales departamental

Tabla 5 Ferias de alimentos en Europa

Sector	Línea de bienes o servicios	Feria	Lugar	Fechas	Enlace
Alimentos	Culinario	Horecaua	Ámsterdam	Enero	www.horecaua.nl
Alimentos	Grasas y aceites	Oils and Fats	Múnich	Septiembre, bianual	www.oils-and-fats.com
Alimentos	Ingredientes alimentarias	Food Ingredients Europe	Diferentes ciudades en Europa e int.	Diciembre, bianual	www.figlobal.com
Alimentos	Alimentos orgánicos	BioFach	Núremberg	Febrero	www.biofach.de
Alimentos	Alimentos	Anuga	Colonia	Octubre, bianual	www.anuga.com
Alimentos	Alimentos	SIAL	Paris	Octubre, bianual	www.sialparis.com
Alimentos	Nutracéutico	Vitafoods	Ginebra	Mayo	www.vitafoods.eu.com
Alimentos	Productos marítimos	Seafood Expo	Bruselas, Bélgica	Mayo	https://www.seafoodexpo.com
Alimentos	Productos marítimos	CONXEMAR	Viga, España	Octubre	https://www.conxemar.com/es/feria-conxemar-2018
Alimentos	Productos marítimos	Fish International	Bremen, Alemania	Febrero	https://fishinternational.de/en/

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, Plan de Desarrollo de Mercado (PDM).