



Los sellos verdes y su influencia en la ganadería colombiana.

Lorenzo Pombo Corradine

Tomás Villegas Nuñez

Colegio de Estudios Superiores de Administración- CESA

Pregrado en Administración de Empresas

Bogotá

2021

Los sellos verdes y su influencia en la ganadería colombiana.

Lorenzo Pombo Corradine

Tomás Villegas Nuñez

Director:

Santiago Harker

Colegio de Estudios Superiores de Administración- CESA

Pregrado en Administración de Empresas

Bogotá

2021

Contenido

Resumen	7
Introducción	8
1.Revisión de la literatura.	13
2.Metodología.	17
2.1 Tipo de investigación	17
2.2 Enfoque de investigación	17
2.3 Población y Muestra	18
2.4 Diseño de la Investigación	18
2.4.1 Primera Fase	18
2.4.2 Segunda Fase	19
2.4.4 Tercera Fase	19
2.4.5 Cuarta Fase	21
2.4.6 Quinta Fase.	22
3.Resultados Obtenidos	24
3.1 Los Sellos Verdes, sus elementos, y el acceso a mercados internacionales.	27
3.2 Barreras de entrada de productos cárnicos de origen bovino a mercados internacionales.	31
3.3 La situación actual de las exportaciones cárnicas de Colombia hacia el exterior.	35
3.4 Experiencias de algunos ganaderos.	41
4.Conclusiones y recomendaciones.	53
Bibliografía.	64
ANEXOS ENTREVISTAS	66

Índice de tablas

Tabla 1 Comercio Bilateral con el Libano	26
Tabla 2 Exportaciones 2019.....	32
Tabla 3 Pricipales productos cárnicos exportados a noviembre 2020	33

Índice de Graficas

Grafica 1 Sello Colombian Beef-Fed grass	30
Grafica 2 Exportaciones en 2020 de carnes y animales vivos.....	37
Grafica 3 Exportaciones de carne y despojos.	38
Grafica 4 Cuestionario	48
Grafica 5 Cuestionario	48
Grafica 6 Cuestionario	49
Grafica 7 Cuestionario	49
Grafica 8 Cuestionario	50
Grafica 9 Cuestionario	50
Grafica 10 Cuestionario	51
Grafica 11 Cuestionario	51
Grafica 12 Cuestionario	52
Grafica 13 Cuestionario	52

Índice de Anexos

Anexo 1 Entrevista GTM.....	66
Anexo 2 Entrevista HNR	71

Resumen

Los sellos verdes sostenibles han venido siendo el tema de conversación en las diferentes industrias en el país, sobre todo en la ganadería, industria que ha tenido un crecimiento muy alto en los últimos años. Está demostrado que los sellos sostenibles son muy importantes a la hora de entrar en mercados extranjeros, ya que son un valor agregado para los clientes de dichos productos cárnicos. Además, del valor agregado que generan estos sellos existen países que piden como requisito tenerlos para poder poner en los supermercados los productos cárnicos incluso así sean nacionales, es por esta razón y las demás que expondremos más adelante que creemos que los sellos sostenibles son muy importantes para los ganaderos que quieran acceder a mercados internacionales.

Aparte de los beneficios que los sellos sostenibles ofrecen en mercados internacionales, estos también pueden generar un impacto dentro de los procesos que se tienen en las ganaderías, los cuales pueden reducir costos y permitir al ganadero tener un negocio sostenible en el tiempo. El objetivo de este trabajo es identificar cuáles son los elementos de los sellos verdes que permiten la entrada de productos cárnicos colombianos a mercados internacionales, y finalmente poder demostrarles a los ganaderos por que invertir en la sostenibilidad puede ser la inversión del futuro.

Introducción

Colombia se ha hecho lugar en el mercado mundial como una economía emergente cuyas exportaciones de cárnicos y sus productos derivados han crecido exponencialmente en los últimos años. Como ejemplo vemos que al 30 de junio del 2020 se exportaron 14,254 toneladas de carne por un valor de 51,180,000 USD, lo que comparado con el mismo periodo del año inmediatamente anterior (2019) representa una variación positiva del 50,6% en número de toneladas el cual se situaba en 9,465 toneladas, y una variación del 47% en dinero con un valor previo de 34,850,00 USD.

Colombia se ha logrado convertir en uno de los líderes de la región en producción agropecuaria y en el caso que nos compete en producción bovina y sus derivados cárnicos, este mercado ha ido cogiendo fuerza a nivel nacional y se ha identificado una oportunidad comparativa con otras naciones en cuanto al potencial del país para competir en un escenario global de exportación de dichos productos con motivo de la naturaleza agrícola del país. Sus millones de hectáreas fértiles de la mano con los costos competitivos hacen del territorio nacional propicio para dicha explotación y se ha evidenciado la posibilidad de poder incursionar con mayor fuerza en mercados internacionales gracias a dichas condiciones previamente mencionadas. ha identificado que las buenas prácticas de manejo de procesos productivos ganaderos de la mano con certificaciones internacionales de buenas prácticas ganadera pueden ayudar a los ganaderos locales a acceder a dichos mercados.

Se pretende identificar cómo las prácticas sostenibles en la ganadería generan mayor impacto en cuanto a la consecución de acreditaciones internacionales, por medio de procesos sostenibles y cómo estos ayudan o mejoran la probabilidad de acceso a mercados internacionales.

Colombia se ha hecho lugar en el mercado mundial como una economía emergente cuyas exportaciones de cárnicos y sus productos derivados han crecido exponencialmente en los últimos años. Como ejemplo vemos que al 30 de junio del 2020 se exportaron 14,254 toneladas de carne por un valor de 51,180,000 USD, lo que comparado con el mismo periodo del año inmediatamente anterior (2019) representa una variación positiva del 50,6% en número de toneladas el cual se situaba en 9,465 toneladas, y una variación del 47% en dinero con un valor previo de 34,850,00 USD.

Como ejemplo de la efectividad de dichas medidas sobre el acceso a mercados internacionales, tenemos el caso de Paraguay cuya apuesta por ofrecer carne natural cuya alimentación fue compuesta por pastoreo en un cien por ciento durante todo su proceso se catalogó como un plus en mercados como Europa y EE. UU. Según Korn Pauls, vicepresidente de la cámara paraguaya de carne “la tendencia de los mercados internacionales apunta a una demanda cada vez mayor por los productos naturales, pocas carnes en el mundo ofrecen esto”.

Tomando este testimonio como punto de partida vemos que Colombia goza de todas las condiciones propicias para llevar a cabo este tipo de explotación, puesto que además de factores macroeconómicos como la disponibilidad de la tierra y los precios de la mano de obra además de una localización geográfica privilegiada, la alimentación de los bovinos se lleva llevando a cabo con comida de calidad compuesta en su mayoría por pastoreo caso contrario a ganaderías en países como EEUU donde se tiene un modelo de ganadería estabulada y alimentada con concentrado. Todo esto contribuye para que a la hora de la comercialización se pueda incluir o promover como un sello diferenciador y que Colombia goce de una ventaja competitiva.

De hecho, en Colombia ya se estudia este fenómeno y como se pueden generar sinergias para acceder a mercados internacionales gracias a la gestión de los esfuerzos de la Federación Nacional de Ganaderos (FEDEGAN) y su iniciativa Colombia Sostenible la cual busca una transformación a nivel de procesos productivos y en la alimentación de los hatos ganaderos del país. Según Andrés Zuluaga coordinador del proyecto Colombia Sostenible, países como Paraguay, Chile, Argentina y Uruguay ya cuentan con estos sellos los cuales les permiten comercializar sus productos cárnicos con cualidades especiales las cuales los hacen atractivos para mercados internacionales, donde como mencionó previamente se lleva a cabo el proceso ganadero por medio de estabulado, y alimentación con concentrado. Se hace evidente entonces, que los países de la región han tomado conciencia de la alimentación con pastoreo y su importancia de cara a mercados internacionales si pretenden incrementar la cantidad de exportaciones de este tipo de productos.

En el caso particular de Colombia dichos sellos de alimentación verde o “grass-fed” y de prácticas ambientalmente responsables no tienen la importancia ni relevancia que deberían tener, el avance de dichos sellos es lento, pero es un hecho que cada día los ganaderos toman más conciencia sobre la oportunidad que plantean la inclusión de dichos sellos de cara al acceso a nuevos mercados.

De no llevarse a cabo procesos de transformación en el contexto ganadero el gremio se verá afectado irreversiblemente sea ya por pérdida de credibilidad o por multas compensatorias que sean impuestas al mismo gremio por concepto de su impacto negativo en el medio ambiente. Igualmente se vería un rezago en la industria ganadera nacional lo cual le restaría competitividad en un contexto internacional. Donde a pesar de tener varias ventajas competitivas como las ya mencionadas.

Este estudio tiene como característica demostrar la importancia que tiene los sellos verdes a la hora de exportar carne al exterior. Este proyecto lleva más de 10 años funcionando en Colombia gracias a que un grupo pequeño de productores se dieron cuenta que estas prácticas si generan un valor agregado frente a los competidores del sector. Es importante demostrar a los productores de carne que estos beneficios son muy importantes para competir en el mercado extranjero, lo cual es muy difícil en Colombia, ya que se está llevando la contraria a la ganadería tradicional. (Rua,2013)

Colombia tiene más de 40 millones de hectáreas productivas de las cuales solo 7 millones están siendo explotadas. (Medina,2018) Como se puede evidenciar, Colombia tiene un gran potencial que está siendo desaprovechado debido a los constantes conflictos armados y la falta de educación. En temas sostenibles solo 40 mil de esos 7 millones son explotadas bajo prácticas sostenibles. Esto se debe a que la cultura tradicional de la ganadería sesga a los pequeños y nuevos ganaderos a que las prácticas sostenibles no son importantes. (Rua,2013)

Para esto Fedegan ha creado una iniciativa Ganadería Colombiana Sostenible, este proyecto no solamente fomenta el crecimiento de la ganadería, sino que también procura ayudar a las familias que viven alrededor de los hatos. La iniciativa tiene como metas principales, aumentar en 5% la producción de carne sin el uso de insumos externos. Beneficiar más de 2000 fincas.

Los ganaderos que comiencen a implementar estas prácticas podrán tener un producto más rentable, ya que puede cumplir los requisitos de los mercados internacionales. Un ejemplo, muy bueno acá en Latinoamérica es Paraguay. Hoy en día, gracias a la implementación de sellos sostenibles compiten directamente en mercados europeos y americanos. (Contexto

ganadero,2013). En este momento en Colombia solo existen muy pocas ganaderías certificadas lo que está retrasando el crecimiento de las de las ganaderías locales.

¿Cómo las prácticas sostenibles y los sellos verdes en la ganadería mejoran la probabilidad de acceso a mercados internacionales?

1.Revisión de la literatura.

Después de analizar la importancia de que los productos ganaderos colombianos sean vendidos en los mercados internacionales, creemos oportuno hablar del valor que tienen los certificados de sostenibilidad frente a los clientes de los principales mercados extranjeros.

En los últimos años se ha generado un debate frente a los productos derivados del ganado, ya que se culpa a los ganaderos extensivos de acabar con las zonas forestales, maltrato animal entre otras acusaciones. Gracias a esto, los consumidores de carne están dejando de comprar estos productos porque creen que están contribuyendo con el calentamiento global, lo cual, hace que estos sean más rigurosos a la hora de comprar este tipo de productos.

En Colombia, el sector ganadero contribuye con el 40% de las emisiones de CO₂ y está asociado con la erosión del suelo, deforestación, agotamiento del agua y las pérdidas de biodiversidad en los campos colombianos. Por otro lado, la ganadería es una de las principales actividades económicas de los colombianos, cerca del 7% del empleo total. Además, esta actividad es una de las pocas opciones que tiene el gobierno frente a los territorios marginales. (Charry, Narjes, Enciso, Peters & Burkart, 2019)

A raíz de este problema ambiental el gobierno está buscando la manera de crear soluciones inmediatas que mitiguen el impacto ambiental, pero que no afecte a la ganadería, ya que es muy importante para la economía nacional. Es por esta razón, que se han hecho varios esfuerzos para promover las prácticas sostenibles en los hatos ganaderos, pero estas no han sido bien recibidas por los ganaderos. Esto se da por la falta de conocimiento y formación. Además, gracias a los conflictos armados no se tienen registros de propiedad de los terrenos y la falta de

capital hacen aún más difícil la implementación de las prácticas sostenibles. (Charry, Narjes, Enciso, Peters & Burkart, 2019)

Gracias a un estudio presentado por el Centro Intencionalidad de Agricultura Tropical se pudo ver que cada vez más las personas generan un interés frente a los productos certificados con sellos de sostenibilidad o sellos verdes. El problema es la escasez de estos en los mercados y su alto costo. Para este caso específico, existe una oportunidad para los ganaderos de entrar en un mercado que no tiene mucha competencia y que tiene un potencial grandísimo tanto en países emergentes como Colombia y en mercados extranjeros. Además, este estudio presenta las posibles características de un consumidor de “carne sostenible”. Este deberá ser una persona con ingresos medio altos y con la convicción de pagar un precio más elevado frente a la carne convencional. Estos resultados, reiteran una vez más que estas prácticas son y serán una buena opción para los ganaderos, aunque faltan detalles por pulir, tales como, los costos elevados de la infraestructura necesaria, la falta de información y educación hacia los ganaderos.

Si bien ya analizamos la incidencia de los sellos verdes en las anteriores páginas, debemos entrar a examinar el presente y contexto de los productos cárnicos de latino américa y sobre todo de Colombia los cuales han tenido una gran acogida en mercados extranjeros. La gran ventaja que poseen los países latinoamericanos y sus productos en el extranjero son primero su ubicación estratégica situándose convenientemente para poder acceder a mercados desarrollados, y segundo su precio el cual es altamente competitivo de cara a productos pares de países desarrollados, esto dada su muy económica mano de obra.

El crecimiento en cuanto a la presencia de productos cárnicos nacionales en mercados extranjeros es un hecho y su crecimiento ha sido acelerado: *“al corte del 30 de junio de 2020, se*

exportaron 14 254 toneladas de carne y despojos por un valor FOB (sin costos de transporte y seguros) de USD 51,180,000, lo que quiere decir que cada tonelada equivale a cerca de USD 3600. Esto corresponde a un incremento de 50,6 % en número de toneladas frente al mismo periodo de 2019” (Contexto Ganadero, 2020). De acuerdo con las cifras presentadas previamente encontramos que la demanda por estos bienes nacionales en el extranjero ha incrementado sustancialmente y que a pesar de la contingencia del Covid-19 la cual ha paralizado el planeta durante el primer semestre del año en curso estas exportaciones incrementaron, esto debido no solo a los factores expuestos previamente sino también a la recuperación de la certificación Sanitaria del país de cara a la fiebre aftosa. Dicha certificación sólo pudo lograrse por el trabajo mancomunado de Fedegan y los gremios ganaderos del país.

Así las cosas la carne colombiana es altamente apetecida en mercados internacionales principalmente Líbano, Emiratos árabes y el norte de África como también el medio oriente donde dadas las condiciones productivas de dichos territorios es inminente la necesidad de importar bienes de primer orden puesto que dichas economías son grandes jugadores globales en la producción petrolera pero se quedan cortos en producción agrícola, es de esta manera que los productos colombianos encuentran en estos destinos atractivos prospectos comerciales. Sin embargo, la gran apuesta del sector ganadero en el país es seguir robusteciendo en temas de trazabilidad y procedencia del ganado (Contexto Ganadero, 2020). Dicho elemento de la mano con los sellos verdes como mencionamos previamente, son las llaves que abren los mercados internacionales, puesto que los consumidores de mercados desarrollados cada vez buscan más dichas certificaciones y procesos de trazabilidad en los productos que consumen donde no solo es importante la calidad de este, pero donde también se hace esencial un conocimiento detallado sobre los procesos que conllevan la producción de estos bienes.

En estos mercados encontramos que cada vez más se hacen frecuentes las preferencias de los consumidores por productos de alta calidad, pero también de una procedencia impoluta. Esta situación permite la homologabilidad de productos nacionales en mercados extranjeros al permitirle a estos ser medidos bajo los mismos extensos y rigurosos requisitos lo cual a su vez les permite competir codo a codo con productos de atributos similares a una escala mundial, haciendo así competitivo el agro colombiano y posicionando sus productos en los más altos mercados globales.

2. Metodología.

2.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se usó para este trabajo de grado fue la exploratoria. Nos enfocamos en los medianos ganaderos de Cundinamarca ya que estos son los que son más propensos a exportar la carne al exterior. Las entrevistas estuvieron enfocadas hacia los ganaderos que pretendan acceder a los sellos verdes para así poder ver cuáles son las razones que llevan a los ganaderos a comenzar a practicar este tipo de actividades sostenibles. Además, queremos ver los diferentes puntos de vista frente a las barreras que existen hoy en día al momento de exportar carne colombiana. El cuestionario cuenta con preguntas enfocadas tanto a los ganaderos como a las entidades gubernamentales encargadas del desarrollo de la ganadería en el país.

2.2 Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación fue mayormente cualitativo, no obstante, se analizaron cifras y estadísticas que puedan dar atributos a los hallazgos. Por esta razón se trabajó un enfoque mixto para esta investigación. Se dice que el principal enfoque fue cualitativo puesto que buscamos identificar aquellos atributos de los productos cárnicos nacionales, para este caso los sellos verdes y las características de estos mismos que se consideran como diferenciales y que a su vez juegan un rol fundamental en el acceso a mercados internacionales.

2.3 Población y Muestra

La población objetivo de esta investigación serán los medianos ganaderos que tengan un número máximo de 2000 cabezas de ganado en el área de Cundinamarca. Nuestro tamaño de población será de 50 ganaderos. Trabajaremos con un nivel de confianza del 90% y con un margen de error del 10%. La muestra será de 41 empresas ganaderas.

2.4 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación se llevó a cabo teniendo en cuenta los objetivos específicos planteados en un numeral anterior (numeral 2.2) cada fase respondió a un objetivo específico en donde se ahondará en el mismo buscando llegar a una solución y entendimiento de estos

2.4.1 Primera Fase

En cuanto a la primera fase nos basamos en el objetivo que consiste en identificar las dificultades y barreras de entrada que se encuentran de cara al acceso a mercados internacionales. En primer lugar identificamos los requisitos de los mayores consumidores de carne colombiana en el exterior (Líbano, Jordania, Emiratos Árabes, Egipto, Libia, Algeria, otras naciones del norte de África, Naciones asiáticas como Hong Kong Vietnam, Rusia) y de esta manera ubicar en qué puntos de la ficha técnica y hoja de requisitos de estos países se pueden identificar deficiencias y áreas de mejora en los derivados cárnicos bovinos nacionales con el fin de generar una hoja de ruta que agilice estos procesos de exportación. Igualmente realizamos el mismo procedimiento con respecto a los requisitos de mercados potenciales para exportación donde se haya identificado una oportunidad de negocio tangible (ciertos miembros de la eurozona) y poder entonces postular una guía para futuros exportadores.

2.4.2 Segunda Fase

En la segunda fase de la investigación nos apoyamos en una minuciosa revisión de la literatura con el fin de identificar el estado actual de las empresas ganaderas con potencial exportador en el país (potencial exportador se entiende como aquellas operaciones cuyos procesos están estandarizados, en regla con procesos internacionales de acreditación o en proceso del mismo y que cuentan con su situación sanitaria en regla además de una capacidad para atender volúmenes de la demanda internacional), del sector de la ganadería en general a nivel país (tamaño del hato ganadero, análisis interno y externo, análisis situacional) a modo de diagnóstico para entender a fondo el contexto actual del mismo y poder entonces hacer un análisis de los hallazgos. Adicionalmente evaluamos el estado de las exportaciones colombianas de derivados cárnicos bovinos, identificando “insights” claves tales como indicadores de frecuencia en las operaciones, volumen de estas, monto de las transacciones, y otros indicios claves tales como tendencia de crecimiento histórico y proyectado con el fin de lograr emitir un diagnóstico acertado sobre el estado de todo el grupo de interés mencionados anteriormente y del mercado como tal.

2.4.4 Tercera Fase

En lo que concierne la tercera fase usamos la segunda fase como punto de partida y con base en los hallazgos de esta parte del proceso ahondar en el contexto situacional previamente mencionado y los pasos a seguir esta vez desde la perspectiva de los actores principales del mercado por medio de una metodología de entrevista a manera de cuestionario en este punto buscamos entablar contacto con las principales entidades nacionales cuya operación sea estrechamente relacionada con el propósito de esta investigación.

Entre estos actores contamos con miembros de la Federación de ganaderos (FEDEGAN) cuyo rol al interior de la organización sea administrativo esto para poder identificar a nivel gremial cómo ha avanzado la apuesta de los ganaderos por ocupar lugares de cada vez mayor relevancia en el contexto internacional y a su vez identificar cómo FEDEGAN ha brindado apoyo y acompañamiento en todo lo que concierne un incremento en la productividad, tecnificación de la cadena productiva, apoyo financiero a los ganaderos y contacto con organizaciones internacionales de acreditación en cuanto a sellos verdes.

Cómo segundo propósito buscamos dialogar con voceros de Procolombia, entidad que describe su misión cómo: *“la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país “-* (Procolombia, 2020). El perfil deseado para estos individuos idealmente se caracteriza por pertenecer a la vicepresidencia de exportaciones y en específico el departamento de asesoría a exportadores y futuros exportadores, esto con el fin de identificar qué acciones concretas se están llevando a cabo para facilitar las operaciones exportadoras y qué tipo de asesorías son las que consistentemente son requeridas por los ganaderos en este aspecto. Igualmente ahondar con una serie de preguntas que hagan un diagnóstico de la situación actual de cara a la exportación cárnica con una perspectiva gubernamental puesta que Procolombia es una entidad adscrita al gobierno nacional. Por último, buscaremos realizar entrevistas a distintos actores del sector ganadero a nivel de ganadería como tal con un énfasis en las distintas razas bovinas que se crían hoy en día en el territorio nacional y por regiones con el fin de identificar ventajas competitivas que puedan llegar a poseer estas mismas.

De manera adicional buscamos entender la situación actual de los ganaderos en cuanto a sus operaciones e indagar sobre la percepción de estos mismo en cuanto el acompañamiento de

las entidades gremiales y gubernamentales y la articulación de estas mismas con los ganaderos en las distintas regiones. Todas estas entrevistas además de discutir los puntos previamente mencionados harán un análisis frente a la presencia, conocimiento y procesos activos de consecución de acreditaciones internacionales de sellos verdes que en la actualidad se encuentren presentes en el país, cada entrevista contará con un formulario diferente con el fin de poder identificar los aspectos más valiosos sobre los hallazgos ofrecidos por cada uno de los actores.

2.4.5 Cuarta Fase

La cuarta de la investigación consta en ahondar sobre los sellos verdes específicamente qué tipos de sellos existen en la actualidad, cuáles son los sellos más útiles y reconocidos en cuanto al acceso a mercados internacionales concierne, en qué aspectos son similares al igual que en qué difieren y con base en esto buscar identificar cuáles atributos son cruciales e identificables como fuente de plusvalía y valor agregado o atributos diferenciadores de los mismos.

Con Base en estos hallazgos generáramos hojas de ruta y estrategias para la consecución de los mismos por último evaluar cuál sería el proceso de introducción de estos sellos al contexto ganadero nacional y de esta manera generar sinergias entre actores gremiales y gubernamental es nacionales con estos actores de acreditación internacional con el fin de lograr ampliar el acceso a estos sellos y simplificar los procesos de acreditación frente los mismos, llegando así a aseverar los atributos claves y resultados que permitan afirmar que la inclusión de estos sellos verdes en los proceso productivos nacionales y las operaciones exportadoras de derivados cárnicos bovinos generan un valor agregado y simplifican el acceso a mercados internacionales ya explorados o con potencial comercial.

2.4.6 Quinta Fase.

Si bien afirmamos anteriormente que el proceso del diseño de la investigación consta de cuatro fases principales es importante enunciar y analizar las variables de investigación escogidas. Esto incluye las principales preguntas a realizar sobre los objetivos, al igual que los objetivos de estas y las variables dependientes e independientes de las mismas.

En primer lugar, encontramos el postulado sobre ¿Cuáles serían las consecuencias monetarias de los sellos verdes en las ganaderías colombianas?, el objetivo de esta pregunta pretende analizar qué impactos puede tener estos sellos en las operaciones ganaderas de distintas escalas presentes en el país y posteriormente el beneficio percibido de las mismas. Como variables independientes encontramos el financiamiento de las consecuciones de estos sellos y su valor percibido y como dependientes las operaciones ganaderas como tal. En segundo lugar, logramos responder si ¿Son viables los sellos verdes para los pequeños, medianos, y grandes ganaderos? El objetivo de esta pregunta es identificar si los sellos verdes son una opción realista, tangible y viable para los ganaderos de distintos tamaños. Como variables dependientes encontramos factores de viabilidad como tiempo, acceso a información, recursos y acompañamiento, como independientes nuevamente encontramos el tamaño de la operación ganadera. En tercer lugar, buscamos contestar la pregunta: ¿Está Colombia preparada para los sellos verdes? El fin de esta pregunta es identificar y analizar si el país tiene la infraestructura para cumplir con los requisitos de los sellos verdes, y adicionalmente si es factible la introducción del proceso de acreditación de estos en el gremio ganadero nacional.

Como variables dependientes encontramos el entorno estructural y acceso a entes gubernamentales y gremiales y su trabajo mancomunado con pares internacionales, y en cuanto a

las independientes la capacidad tecnológica, económica, social e institucional. Como cuarta pregunta decidimos cuestionar si ¿Existe una necesidad tangible para que tanto los grandes ganaderos como los pequeños accedan a incluir los sellos verdes en sus procesos? y ¿qué piensa el Estado representado por entidades especializadas como FEDEGAN al respecto? El objetivo de esto es lograr observar la necesidad de estos sellos verdes en la industria ganadera nacional.

Como variables identificamos como dependiente el entorno y como independiente la legalidad. La quinta pregunta que propusimos es: ¿Qué ventajas traen los sellos verdes a los productores de cara al acceso a mercados internacionales? Y su objetivo es analizar las ventajas competitivas de los sellos verdes al acceder a mercados internacionales. Las variables identificadas son para las independientes la competitividad y acreditación y las dependientes el acceso a mercados internacionales. Finalmente llegamos a la pregunta de si ¿Se podría percibir un beneficio tangible en las pequeñas ganaderías por concepto de la introducción de los sellos verdes? Su objetivo es analizar los beneficios en la ganadería artesanal y de gran escala percibidos por concepto de los sellos verdes. Sus variables; independientes el tamaño de la ganadería y dependientes el desarrollo y beneficios percibidos.

3.Resultados Obtenidos

Con el fin de responder a la pregunta de investigación planteada anteriormente, buscaremos identificar qué elementos de los sellos verdes facilitan el acceso a mercados internacionales y cómo estos pueden convertirse en una ventaja competitiva de cara a una apuesta exportadora por parte de los ganaderos colombianos.

Con base en los objetivos generales anteriormente descritos, buscaremos plantear varios objetivos específicos que respondan el anterior postulado. En primer lugar, buscaremos identificar las dificultades y barreras de entrada de productos cárnicos bovinos colombianos a mercados internacionales. En segundo lugar, realizaremos una vigorosa revisión de la literatura con el fin de identificar el estado actual de las exportaciones cárnicas colombianas y el contexto ganadero del país a nivel internacional. En tercer lugar, conoceremos el punto de vista y experiencia de algunos ganaderos en el país. Por último, buscaremos identificar cuáles son los atributos diferenciadores de los sellos verdes y cómo estos pueden ayudar al acceso a mercados internacionales e igualmente proponer estrategias que permitan la consecución de dichos sellos verdes de manera ágil.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, en cuanto al primer objetivo ¿qué elementos de los sellos verdes facilitan el acceso a mercados internacionales? Debemos partir por definir los mercados en cuestión y más allá de esto definir cuál de estos mercados utilizaremos como referencia para esta investigación. Previamente definimos como destinos de alto apetito para los derivados cárnicos colombianos países y regiones tales como El Líbano,

Emiratos árabes y el norte de África e igualmente el Medio Oriente. Estos destinos por lo general cuentan con unas condiciones productivas particulares donde la mayor parte de su industria se enfoca hacia los hidrocarburos y se encuentra alejada de la producción agropecuaria lo cual sitúa a dichas naciones en un déficit de productos agrícolas obligándolos así a incurrir en operaciones de importación para bienes de primer orden. Es así como los productos colombianos encuentran una plataforma en el exterior para destacarse.

Para este caso en particular tomaremos como Caso de estudio el Líbano, Este país del Medio Oriente tiene varios aspectos para destacar que lo hacen ideal para tomar como referencia para nuestra situación particular. Es uno de los principales aliados comerciales de Colombia en la importación de bienes del sector primario. Según el Ministerio de Comercio;

“En 2017, el sector primario participó con el 3,8% del PIB. La agricultura no es relevante y se ha afectado por el cierre de la frontera con Siria. Se destacan productos como manzanas, naranjas, plátanos, patatas y tomates y carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada. Por su parte, el sector secundario de la economía representó el 6,4% del PIB. Entre las principales industrias se encuentran: alimentos-bebidas, productos no metálicos, productos del metal, muebles, imprenta y material audiovisual, productos de caucho y plástico. El sector terciario, es el más importante; representó el 89,8% del PIB y se destaca el sector de servicios, en particular el turismo, la construcción y la banca.” - (Min. Comercio, 2019).

Estos datos nos indican que la composición de la economía libanesa y de su PIB se apalanca fuertemente en el sector terciario o de servicios tales como el turismo lo cual prueba nuestra hipótesis sobre la baja prioridad que tiene el sector primario en la economía del país,

especialmente el agropecuario lo cual supone una oportunidad para los ganaderos y exportadores colombianos.

En el cuadro tabla 1 podemos ver la composición de las principales exportaciones de Colombia hacia el Líbano desagregado por rubros y volúmenes. Vemos que en el primer lugar encontramos las “carnes de animales bovinos, fresca o refrigerada.” Estas cifras están expresadas en miles de USD. con base en esto podemos afirmar que existe una gran oportunidad de negocio en este rubro incluso a pesar de la reducción que presentó dicho rubro durante el Q1 del 2019. Dicha reducción puede deberse a los conflictos bélicos de los que este país ha sido parte, sin embargo, se presenta un leve repunte con tendencia al alza. Este rubro representó aproximadamente el 63% de las exportaciones hacia este país.

Tabla 1

COMERCIO BILATERAL DE COLOMBIA CON LÍBANO

Principales productos de exportación hacia Líbano

Descriptiva *	Miles de USD FOB						Var % 2019/2018	Part. % 2019
	2016	2017	2018	enero-marzo				
				2018	2019			
Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada.	1.538,3	15.482,1	9.117,8	3.540,9	1.895,0	-46,5	62,7	
Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en	1.473,4	1.530,8	2.372,3	512,2	635,2	24,0	21,0	
Carbón vegetal (comprendido el de cáscaras o de huesos (carozos) de frutos), incluso aglomerado.	2.084,2	1.677,8	1.931,4	552,1	268,1	-51,4	8,9	
Carne de animales de la especie bovina, congelada.	576,6	1.617,1	-	-	109,5	0,0	3,6	
Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco).	195,7	49,0	-	-	28,9	0,0	1,0	
Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chandales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañad	26,0	56,2	45,1	23,8	25,5	7,2	0,8	
Trajes sastrer, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones co	3,6	8,9	18,4	0,2	20,2	10435,2	0,7	
Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los portadocu-mentos, portafolios (carteras de man	56,4	101,7	60,7	23,7	19,9	-15,8	0,7	
Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas.	1,0	0,1	-	-	3,7	0,0	0,1	
Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chandales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañad	0,3	2,0	1,1	-	3,6	0,0	0,1	
Animales vivos de la especie bovina.	11.655,1	19.520,0	13.261,1	6.461,4	-	-100,0	0,0	
Máquinas para lavar vajilla; máquinas y aparatos para limpiar o secar botellas o demás recipientes; máquinas	47,8	217,1	-	-	-	0,0	0,0	
Artículos de uso doméstico y sus partes, de fundición, hierro o acero; lana de hierro o acero; esponjas, estropaj	40,6	3,8	23,8	-	-	0,0	0,0	
Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas	36,8	57,6	-	-	-	0,0	0,0	
Metal precioso en estado coloidal; compuestos inorgánicos u orgánicos de metal precioso, aunque no sean de	105,6	62,7	28,5	-	-	0,0	0,0	
Subtotal	17.841,4	40.387,0	26.860,1	11.114,4	3.009,8	-72,9	99,6	
Participación %	99,4%	99,2%	99,5%	99,8%	99,6%			
Total exportado a Líbano	17.947,7	40.716,4	26.987,9	11.135,4	3.022,6	-72,9	100,0	

* descriptiva modificada por OEE, Minci
Fuente: DANE- DIAN.

Comercio bilateral de Colombia con el Líbano

Nota: -(Dane/ DIAN Mincomercio, 2019)

3.1 Los Sellos Verdes, sus elementos, y el acceso a mercados internacionales.

En la actualidad existen varios entes certificadores de alimentos en cuanto a prácticas sostenibles en la cadena de suministro alimentario en el mundo. Cada uno de estos entes trata distintos temas de cara a una posible certificación con asuntos que varían desde bienestar animal hasta protección de ecosistemas. Es importante recalcar que todos estos sellos o certificaciones emitidas por dichos entes son de voluntario cumplimiento y que ninguna empresa está obligada a acogerse o regirse por dichos entes y sus estándares, sino que más bien identifican en estos un aliado estratégico que puede brindarle valor agregado, validez, respaldo y reconocimiento a su marca. Es este el eje central de nuestra investigación demostrarles a los actores del agro y el sector ganadero colombiano que por medio de estas certificaciones pueden generar sinergias que ayuden a posicionar sus productos en el exterior respaldados por una entidad seria y con reconocimiento internacional, y que a su vez los convierte en actores competitivos y que de la misma manera dicha competitividad se vea reflejada en mejores precios.

Dichas certificaciones pueden venir de tantos entes gubernamentales o de terceros de buena reputación y es aquí donde ocurren dos situaciones primero existen individuos que actuando bajo mala fe y emiten “certificaciones” falsas o sin sustento y seguimiento en el cumplimiento de políticas solo con el fin de ganar reputación en el mercado o con el fin de cobrar a terceros incautos para adquirir dichas acreditaciones, este es un claro ejemplo de “*greenwashing*”. Segundo por lo mencionado anteriormente y la gran variedad de sellos que pueden existir los consumidores se pueden llegar a confundir y a no poder discernir entre uno y otro. Es aquí donde es esencial dar a conocer los entes acreditadores certificados y qué implica estar certificado por uno de estos.

Entre estos encontramos a *USDA-Organic* el cual es de origen estadounidense y debe ser avalado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de dicho País es altamente reconocido y su vigencia es global. (*Ficha completa en anexo 1.1*). Existen otros como el *Animal Welfare Approved (AWA)* fundado en el 2006 como un ente independiente y busca certificar el bienestar de los animales por medio de una lista de chequeo y una hoja de ruta donde quien busca acreditarse debe cumplir con todos los requisitos. Otro caso es el *Global Animal Partnership*, ONG que certifica todas las proteínas animales de la cadena *Whole Foods* en EEUU, esta certificación cuenta con varias etapas y todos sus certificados deben como mínimo cumplir con la primera de estas la cual exige evitar el uso de jaulas o cajas e igualmente evitar la sobrepoblación de los animales, para alcanzar las otras etapas (cinco en total) las fincas deben cumplir con estándares de uso de agua, medicamentos, brindar luz natural y espacio libre a los animales entre otros. Anualmente esta ONG certifica cerca de doscientos noventa millones de ejemplares en cerca de dos mil seiscientas fincas y ranchos acreditados.

Colombia no es ajeno a este tema y en la actualidad la Federación Nacional de Ganaderos (FEDEGAN) a través de su ente adscrito Fondo de Estabilización para el Fomento de la Exportación de Carne, Leche y sus Derivados (FEP) en alianza con el ministerio de agricultura han venido adelantando iniciativas nacionales del mismo corte. Es así como nace el sello “*Colombian Beef- Grass Fed-CO*” que:

“que representa las características de garantía de inocuidad, diferenciación alimentaria, confianza en el consumidor y cuya producción proviene de esquemas naturales armónicos con el medio ambiente.” -(Contexto Ganadero,2020).

Por medio de esta iniciativa propuesta por FEDEGAN se ha buscado traer a bordo a grandes jugadores a nivel nacional del retail cómo el grupo Éxito el cual le ha querido apostar a esta iniciativa y desde el 2017 ha buscado una transformación en el modelo de comercialización de productos cárnicos y de generar consciencia en el consumidor sobre qué y cómo consume. Ha buscado incluir a sus proveedores y aliados, pero es hasta ahora cuando se va a empezar a materializar esta iniciativa por medio de la inclusión de estos sellos.

En palabras de Carlos Mario Giraldo presidente del grupo Éxito para la publicación Contexto Ganadero:

"en Grupo Éxito medimos, mitigamos y trabajamos para compensar el impacto de nuestra operación en el medio ambiente. Contamos con una política de sostenibilidad en la cual, entre otros temas, desarrollamos el modelo de ganadería sostenible que nos permite liderar la transformación de la práctica ganadera en Colombia de la mano de nuestros 39 proveedores de ganado en pie en el país. El 100 % de sus predios ha sido monitoreado satelitalmente por la alianza Ganso en relación con frontera agrícola y deforestación"- (Contexto Ganadero, 2020).

La alianza Ganso es otra de las iniciativas que más vigencia ha tomado en el país frente a la ganadería sostenible enfocándose en la Orinoquía colombiana, una de las regiones del país con mayor concentración de proyectos de explotación ganadera.

Grafica 1

Sello Colombian Beef-grass fed



Nota: Fedegan 2020.

Se ha estimado que la implementación de dichos sellos podría acarrear una mejora en precio de cerca del 5% para los ganaderos directamente esto sirve como incentivo para cumplir dichas guías (*Giraldo para contexto ganadero, 2020*). Según Rabobank entidad financiera holandesa la producción sostenible de carne bovina es una tendencia mundial la cual se mantendrá por al menos 12 meses dicha tendencia se ha hecho evidente en tanto pequeños comerciantes como en grandes superficies e incluso cadenas como Mcdonalds han empezado a poner la lupa sobre la procedencia de las proteínas bovinas utilizadas en su cadena de producción a nivel mundial. Otro hecho que aporta a esta tendencia es la conformación en febrero de 2019 de la Asociación de productores de carne sin carbono en Brasil. Hechos como estos no son aislados y se han empezado a manifestar en todo el mundo.

3.2 Barreras de entrada de productos cárnicos de origen bovino a mercados internacionales.

A nivel mundial se han presentado iniciativas por parte de los grandes productores para retirar la mayor cantidad de barreras al comercio internacional de productos cárnicos, la IBA Alianza Internacional de carne Bovina, que está conformada por Brasil, Australia, EE. UU., Canadá, Paraguay Nueva Zelanda y México. (64% de las exportaciones cárnicas a nivel mundial) han desatado una cruzada para eliminar las barreras arancelarias las cuales tienen efectos negativos para el comercio internacional.

Particularmente para el caso de Colombia según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo cerca de mil ciento veintiún barreras que han sido identificadas para la exportación al menos ochocientos cuarenta habían sido eliminados para el año 2018. Estas barreras incluían variables arancelarias y no arancelarias (quinientos noventa y ocho); doscientas cincuenta y ocho de productividad; ciento veintiocho de costo país (infraestructura, costos, suministros de energía, transporte). Noventa y dos de información en destino y cincuenta y cuatro de otros. Entre los sectores de la economía que más han aportado a las exportaciones se encuentra el agropecuario.

Tabla 2

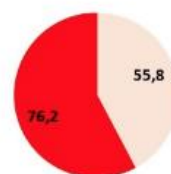
Exportaciones 2019

Exportaciones 2019Exportaciones de carne 2019
(año completo)

País	Toneladas	Valor Miles FOB DoL. Expo
Rusia	6.441	21.359
Vietnam	3.513	15.609
Libano	2.682	10.885
Egipto	3.233	9.206
Jordania	2.367	9.236
Birmania (Myanmar)	437	2.936
Emiratos Árabes Unidos	549	2.580
Hong Kong	780	2.482
Libia	487	1.557
Corea	29	216
Ecuador	81	39
Otros países	176	104
Total exportaciones	20.774	76.208

Exportaciones de animales vivos 2019
(año completo)

País	Cabezas	Valor FOB Miles US\$
Irak	61.336	46.220
Libano	14.034	9.597
Total	75.370	55.817

Portafolio Exportador
Millones de US\$

Animales Vivos ■ Carne

Fuente: DANE.

Nota: DANE para FEDEGAN, 2020

Tabla 3

Principales productos cárnicos exportados a noviembre 2020



Principales productos cárnicos exportados a Noviembre 2020

Exportaciones Carne y Despojos

Productos	Toneladas Netas	Valor FOB Miles US\$	Part Miles US\$
Las demás carnes de animales de la especie bovina, congelada, deshuesada.	7.748	23.392	22%
Cortes de cuartos delanteros congelados	5.883	19.973	19%
Las demás carnes de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada, deshuesada.	3.717	14.964	14%
Cortes de cuartos delanteros refrigerados	2.636	9.706	9%
Cortes de cuartos traseros refrigerados	1.917	8.044	8%
Cortes de cuartos traseros congelados	1.892	7.412	7%
Despojos comestibles de animales de la especie bovina, frescos o refrigerados.	1.331	7.829	7%
Cortes finos de carne de animales de la especie bovina, deshuesada, fresca o refrigerada.	1.206	7.236	7%
Carne picada; recortes provenientes de la elaboración de cualquier corte	1.871	3.676	3%
Los demás despojos comestibles de animales de la especie bovina, congelados.	665	1.561	1%
Cortes finos de carne de animales de la especie bovina, deshuesada, congelada.	260	1.304	1%
Otros productos	70	100	0,10%
Total Exportaciones Carne y Despojos	29.196	105.197	100%

Fuente: DANE.

Nota: DANE para FEDEGAN, 2020

Siguiendo la línea de esta investigación, se hacen evidentes dos cosas: la primera es el hecho que la agroindustria en el país es uno de los aportantes más grandes al cupo exportador del país, lo que ha venido jalonando la economía y tiene una perspectiva positiva a futuro, la segunda es que en el rubro de las exportaciones de cárnicos los primeros lugares (a excepción de Rusia) son ocupados por destinos en el medio oriente y el mundo árabe principalmente Jordania, Líbano y los Emiratos Árabes Unidos, estos tres destinos se abrieron como destino exportador para Colombia desde hace relativamente poco tiempo pero se han convertido en fuertes aliados comerciales.

Esto puede explicarse por el crecimiento en la apertura de restaurantes y cadenas de comidas rápidas en estos destinos al igual que un incremento en la actividad hotelera y turística la cual ha traído consigo aperturas de nuevos establecimientos entre estos hoteles, complejos turísticos y supermercados. Si bien para el caso del Líbano hubo una reducción importante en cuanto las cantidades negociadas por concepto de la guerra que el país atravesó con Siria, la nueva estabilidad en la región ha reactivado la actividad económica y turística.

Por otro lado, se hizo claro que las barreras de cara a la exportación no solo se encuentran en el destino, sino que igualmente existe un alto componente de estas barreras en el origen en este caso Colombia, según Diego Rojas vicepresidente de la unidad de desarrollo empresarial de la Cámara de Comercio de Bucaramanga en diálogo con el diario El Nuevo Día de Ibagué:

“Exportar implica trámites, declaraciones en la Dian y el Banco de la República, logística, transporte, puertos, embalaje y negociar dólares. Consiste también en salir a vender, contactar mayoristas, clientes e incluso puede llegar a exigir hablar otro idioma” -(Rojas D. para el Nuevo día de Neiva, 2017).

Se hace evidente que es crucial la capacitación de los futuros exportadores para que estos no se vean sobrecogidos por el gran componente burocrático y técnico que exige un proceso de exportación. Esta labor ha sido adelantada por entidades como Procolombia, El Ministerio de Comercio al igual que las Cámaras de Comercio de todo el país. La idea de esto es que, por medio de talleres, capacitaciones y el acceso a diversos materiales los empresarios se sientan más cómodos a la hora de realizar una negociación con una contraparte en el extranjero.

Por último, según María Claudia La Couture exministra de comercio (2016-2017) en diálogo con el mismo diario afirmó que otra de las barreras es la devaluación del peso la cual

seguimos viviendo hoy en día e incluso en una mayor medida por concepto de la situación por la que atravesó el mundo en el 2020 debido a la pandemia:

“la exportación no se basa únicamente en la tasa de cambio, porque otros países no tienen esa devaluación, lo que vuelve los precios competitivos de todos los países de una forma igualitaria; pero al mismo tiempo hubo una contracción muy fuerte en 2016, que ya empieza a recuperarse, pero ya hemos visto que Colombia sigue generando resultados, a pesar de esa contracción, y generando oportunidades en los mercados internacionales”- (Lacouture M. para el Nuevo día de Neiva, 2017).

Sin embargo, como afirmó la exministra otros países también atraviesan dicho fenómeno lo que nivela el campo de juego en cierta forma.

3.3 La situación actual de las exportaciones cárnicas de Colombia hacia el exterior.

Colombia es uno de los países más exportadores de la región situados en el puesto número 3. Sus principales compradores son Estados Unidos, Panamá y China. Las exportaciones colombianas han venido creciendo de manera muy positiva, los principales productos que exporta son el petróleo, carbón y el café. (Legiscomex, 2019).

La geografía colombiana juega un papel muy importante en este tema ya que nuestro país está situado estratégicamente en la conexión de los dos océanos. La gran inversión que se ha hecho en la mejora de nuestros puertos ha logrado que nuestro país se convierta en un gran objetivo para los países del primer mundo que quieren hacer negocios con nuestro país. Es muy importante resaltar el crecimiento que ha tenido Colombia en materia de exportaciones desde el

2013 a la fecha el crecimiento de las exportaciones ha sido de alrededor 35%, lo cual sitúa a Colombia entre los 50 países más exportadores del mundo (Cepal, 2019).

Debido a la pandemia del COVID 19 los precios del petróleo cayeron drásticamente lo cual puso a Colombia en una posición desfavorable ya que este producto es el más importante en las exportaciones colombianas. Debido a esto nuestro país debió recurrir a otras industrias para poder contrarrestar el déficit de la balanza comercial. Ahí, es donde entra la industria cárnica del país, las cuales se duplicaron frente a las del 2019. (DANE, 2020). Esto es una gran oportunidad para que el país diversifique su canasta exportadora.

Ya entrando en materia de exportaciones cárnicas estas se dividen en dos rubros: carnes y despojos y animales vivos. Para el primer rubro las exportaciones fueron 123,3 millones de dólares lo que equivalen a 34.124 toneladas de carne. Pero la cifra importante es que las exportaciones de animales vivos llego a su cifra histórica pasando de 55 millones de dólares a 143 en 2020 (DANE,2020). Como se puede evidenciar anteriormente el sector ganadero colombiano ha tenido un gran crecimiento y se ha convertido en uno de los principales contribuyentes al PIB colombiano con un 6.5% (DANE, 2020).

Grafica 2

Exportaciones en 2020 de carnes y animales vivos.



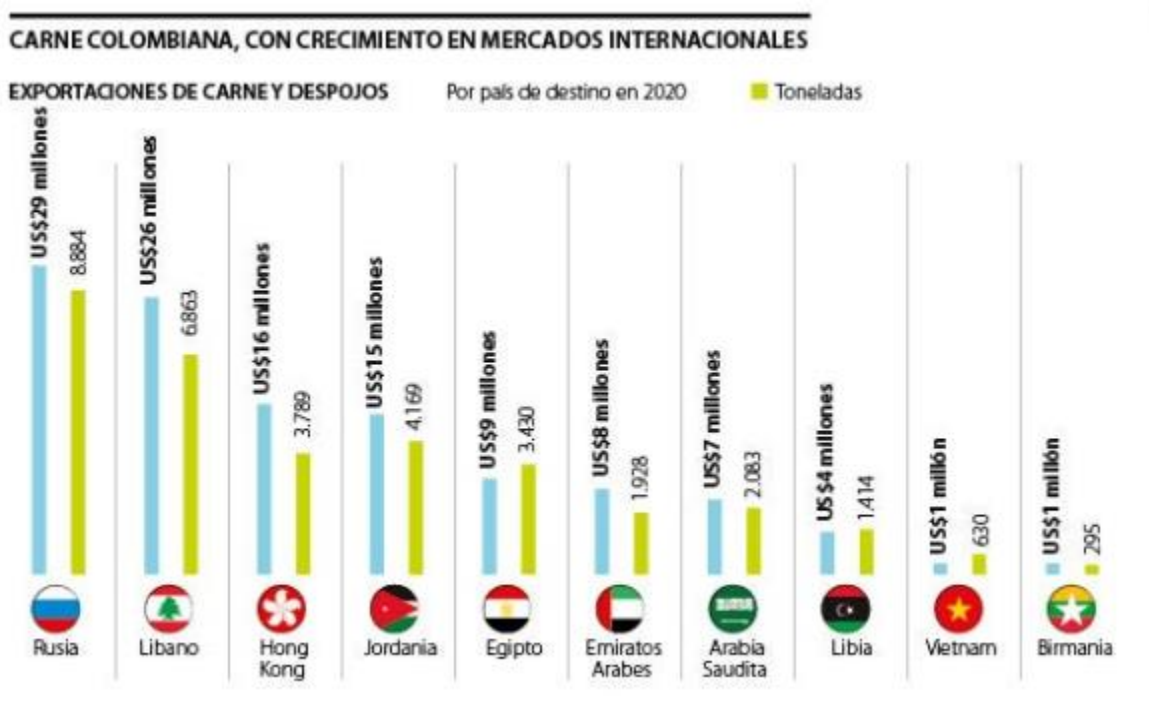
Nota: DANE 2020

Las naciones que más carne colombiana compraron fueron Rusia con 8.884 toneladas lo que equivalen a 30 millones de dólares, Líbano con 6.863 toneladas y Hong Kong 3.789 toneladas. Lo cual indica que este sector merece que se ponga en un escalón muy importante ya que viene creciendo de manera significativa y ha hecho que Colombia quede en la mira de los grandes países del mundo. (Agronegocios, 2021)

En cuanto a los mercados de animales vivos los principales compradores son países del Oriente medio, un nuevo mercado al cual Colombia le está apostando y el cual ha rendido buenos frutos, eso sí en materia ganadera. Irak compro 68,3 millones de dólares, luego le sigue Egipto con 31 millones de dólares y finalmente Líbano con 23 millones de dólares. Este segmento obtuvo un gran crecimiento en materia de destinos ya que en 2019 solo se exportaba animales vivos a Irak y Libia.

Grafica 3

Exportaciones de carne y despojos.



Nota: DANE 2020

Los planes de Colombia para el futuro de este sector están más que claros, se esperan 20 nuevos mercados entre los que están Qatar, China y Corea del Sur. Esto se espera que pueda representar un gran crecimiento del sector ganadero. El objetivo principal sería que para 2022 se pueda exportar a EE. UU y China dos de los países más importantes, ya que son países que consumen mucha carne y tienen una población considerablemente grande. Para poder hacer esto posible es muy importante que los ganaderos colombianos conozcan los requisitos que tienen estos países. Este requisito que también se convierte en beneficio son los sellos verdes sostenibles los cuales vamos a explicar a continuación.

Cómo mencionamos previamente los destinos que más demandan los productos cárnicos colombianos, al igual que el ganado en pie de la misma procedencia son países en el medio oriente y el norte de África. Según datos de Procolombia los países de esta región consumen el 80% de los productos cárnicos que son exportados anualmente por Colombia. “En el primer trimestre del 2020, las ventas por concepto de exportación se dieron en el Líbano, Jordania, Libia y Emiratos Árabes Unidos, adicionalmente se habilitarán destinos como Egipto y Georgia para finales del año.” (Procolombia, 2020). Como se ha venido afirmando la apuesta más segura para los productos cárnicos y el ganado en pie colombiano es el norte de África y oriente medio, motivo por el cual es esencial fortalecer alianzas comerciales existentes y abrir camino a nuevos destinos de la región que, por su naturaleza productiva, poseen un déficit en la producción de bienes del sector primario en especial alimentos y derivados cárnicos.

En el primer trimestre del año pasado el valor de las exportaciones hacia estos países fue de 25,6 millones USD con un crecimiento del 45% como reporta ProColombia y el Dane, donde los departamentos con mayor aporte a estas cifras fueron Córdoba con el 72,1%, Santander con el 1,8% y Antioquia con el 23,3% (Procolombia, 2020). Esto nos demuestra que a pesar de la pandemia el apetito y demanda por estos productos creció y específicamente en estas naciones.

Sin embargo, cabe recalcar que El Líbano a pesar de ser uno de los compradores estrella de los productos cárnicos y ganado en pie nacionales, frenó temporalmente la importación a su territorio de estos, la última negociación con este país tuvo lugar en octubre de 2018. Esto se debió a que Colombia perdió la certificación de estatus sanitario que lo acreditaba como país libre de fiebre aftosa con vacunación. (*Dulcey para Contexto Ganadero, 2020*). Esta situación

fue reversada en abril del 2019 lo cual reafirmó la buena relación comercial existente entre ambos países, esto una vez Colombia obtuvo nuevamente la certificación contra la fiebre aftosa. Esta exportación fue realizada por la empresa Expoganados SAS la cual envió vía marítima un buque con ganado en pie hacia el Líbano en abril del 2019, específicamente ejemplares de la raza Brahman. Dicha empresa y sus comparables han procurado fortalecer las relaciones comerciales con esa región en general puesto que tanto ellos como el grueso de la industria ganadera colombiana con apuestas exportadoras reconoce que el destino es altamente atractivo motivo por cual buscan consolidar la mayor cantidad de operaciones exportadoras hacia allí.

Otro caso de éxito es el de Athena Foods empresa del sector cárnico la cual consiguió la autorización para exportar estos productos durante el primer semestre del 2020 hacia Egipto, el cual debemos mencionar es un nuevo mercado para las exportaciones cárnicas nacionales lo que indicia el fortalecimiento de este Clúster regional, y su apetito por los productos cárnicos y ganado colombiano. Al realizarse la primera exportación hacia este nuevo país, se abre la posibilidad a que otras empresas similares apuesten por concretar negociaciones con este destino y países circundantes.

El Gobierno Nacional es consciente de esta realidad, en palabras de Flavia Santoro presidenta de Procolombia: *“son múltiples las oportunidades de exportación en la región MENA que seguiremos explorando desde ProColombia junto con las demás embajadas, para que las compañías colombianas de carne, frutas, flores y otros bienes se posicionen con fuerza en esos mercados”* (Santoro para ProColombia, 2020). La región MENA (Medio Oriente y Norte de África por sus siglas en inglés) no solo es un destino propicio y atractivo para las exportaciones

cárnicas sino igualmente para otros rubros de la economía colombiana que busquen ampliar su mercado al ámbito internacional. Otra iniciativa que se viene adelantando por parte de ProColombia con miras a afianzar la posición y del país en este mercado es el Consorcio Carnes de Colombia, el cual está conformado por dicha entidad y tres empresas nacionales de la industria cárnica, el fin de esta iniciativa es dinamizar el mercado nacional de cara al extranjero, mejorar la competitividad del sector y ampliar el portafolio de países a donde se pueden exportar dichos productos al igual que semovientes. Este consorcio ya empezó a realizar actividades de promoción el año pasado en la Feria Gulfoods de Dubai en los Emiratos Árabes Unidos.

Entrando al tema de sellos verdes con el mercado internacional como objetivo, ProColombia ha apoyado la iniciativa de FEDEGAN de la creación del sello Carne Colombia para identificar y promocionar en el extranjero estos productos como naturales colombianos. Este sello es la primera apuesta a nivel institucional que se adelanta en Colombia buscando mejorar la competitividad y reconocimiento del país en esta materia cárnica. Por otro lado, con el fin de la apertura de nuevos mercados, el gobierno nacional ha buscado posicionar su estrategia de “Diplomacia Sanitaria” la cual pretende ser aval y dar tranquilidad a compradores foráneos sobre el estatus sanitario de la industria ganadera del país. Los posibles destinos que pretenden habilitar por medio de esta estrategia son *“Kuwait, Qatar, Bahréin, Argelia entre otros.”* (Procolombia, 2020).

3.4 Experiencias de algunos ganaderos.

Cómo mencionamos anteriormente un gran componente de esta investigación es poder identificar y hacer un diagnóstico de la situación del sector agropecuario y la ganadería no solo

partiendo desde la literatura si no entrando a dialogar con actores de esta industria, y de esta manera poder obtener una visión objetiva, fidedigna y en tiempo real sobre la actualidad de la ganadería en el país.

Para este caso nos enfocamos en dos partes de la investigación: la primera entrevista con Ganaderos Nacionales cuya trayectoria se ha enfocado en la cría, levante, ceba y comercialización del ganado. Si bien cada ganadería puede enfocarse en una o más partes de este proceso o cadena productiva, creemos que podemos obtener valiosa información sobre el contexto general de la actividad ganadera del país. En segundo lugar elaboramos un cuestionario con preguntas tanto generales como específicas para de esta manera poder obtener una visión global sobre la situación del agro ganadero por parte de los encuestados, contrario a lo que buscamos identificar por medio de las entrevistas realizadas a ganaderos particulares, donde pretendemos identificar fortalezas y debilidades de la industria ganadera en el país y todo lo relacionado a prácticas sostenibles y sellos verdes, pero principalmente lo que buscamos identificar por medio de estas entrevistas a parte de la percepción y actualidad de la industria ganadera, era si estos ganaderos estaban familiarizados con dicho sellos verdes y los avances que se han hecho referente a los mismos en Colombia.

Por último y dadas las restricciones de disponibilidad y disposición de otros importantes actores tomamos declaraciones, entrevistas y otros recursos de los principales medios dedicados a la industria en el país con el fin de poder abarcar un espectro mayor en cuanto a la percepción de estos sobre la actualidad de la ganadería en el país y los retos que esta misma enfrenta.

Partiendo de la investigación realizada sobre las diversas declaraciones hechas por miembros de la industria ganadera colombiana en distintos medios, llama la atención que desde varios frentes se ha afirmado que la industria agropecuaria en el país avanza a pasos agigantados,

donde tantas organizaciones gremiales, productores, comercializadores, y entidades gubernamentales trabajan mancomunadamente en perfecta sincronía. Si bien esto es parcialmente cierto puesto que, como mencionamos anteriormente entidades como Fedegan y el ministerio de agricultura entre otros han apostado por la tecnificación del campo y la inclusión de políticas de sostenibilidad en el hato ganadero colombiano al igual que la introducción y socialización de los sellos verdes como es el caso del *Colombian Beef- Grass Fed-CO*. Sello impulsado por Fedegan y otras entidades.

Se puede afirmar que la labor ha venido avanzando, sin embargo, no hay un consenso sobre si dichos esfuerzos están bien enfocados o de si los mismos han sido efectivos de cara al crecimiento de la industria a nivel nacional.

El crecimiento de la industria ganadera colombiana a escala nacional e internacional ha visto resultados positivos como se hizo evidente en secciones anteriores de esta investigación donde se ha incrementado el número de destinos a donde se exporta tanto ganado como productos cárnicos colombianos, y por ende el tamaño del mercado en términos financieros, se va por buen camino pero resta una gran preocupación en diversos sectores de la industria: la desconexión existente entre los gremios y el gobierno nacional y los pequeños y medianos productores. Citando a Indalecio Dangond (Experto en financiamiento del agro, quien preside una empresa dedicada a este tipo de actividades) quien ha tenido un amplio recorrido en el sector agropecuario; en su columna del diario el Heraldo de Barranquilla titulada:

“Privados de competitividad” afirma que “vengo advirtiendo ..., sobre la necesidad de trabajar comprometidamente en una estrategia de cadena agroindustrial, dirigida a orientar de manera eficiente los recursos de inversión en los sectores agrícola, pecuario y forestal, para lograr competitividad, rentabilidad y sostenibilidad en los agronegocios. La

internacionalización de la economía es un proceso creciente que toca todos los negocios, cualquiera que sea el sector al que pertenezcan.” (Dangond I. El Herald, 2021)

Su diagnóstico afirma que los gremios no hacen lo suficiente por los pequeños productores y que la política agraria del país es diseñada e implementada por burócratas que se encuentran alienados de la realidad del campo colombiano, haciendo que a su vez se dificulte que las ayudas y programas del estado alcancen al pequeño ganadero. Más allá de eso afirma que:

“La mayoría de los productores del campo tienen bajos rendimientos por unidad de tierra y de animal, no cuentan con transferencia de conocimientos y de tecnologías, tienen altos costos en producción y logística de transporte, y no poseen seguridad jurídica sobre sus predios.” (Dangond I. El Herald, 2021)

Esto nos hace ver que pese que la agroindustria del país la cual goza de más de 42 millones de hectáreas disponibles para siembra o ganadería y pese a contar por sus atributos con todo lo necesario para encadenarse a procesos productivos y de transformación en el campo hacia la sostenibilidad, carece del alcance a la “Colombia profunda” donde la productividad y conocimiento son precarios. Esto sin mencionar los altos costos que enfrentan los productores a la hora de alimentar a su hato y la inestabilidad en el acceso a recursos y conocimientos. Sin esto es muy difícil poder avanzar al siguiente paso el cual para el caso que nos compete sería la adopción de estas prácticas de sostenibilidad y la posible inclusión de sellos verdes en el producto terminado.

Para esta investigación realizamos dos entrevistas con ganaderos medianos y grandes donde les preguntamos por un balance general de la situación de la industria agropecuaria y

sobre su conocimiento de los sellos verdes, sostenibilidad y las iniciativas que los gremios vienen impulsando (dichas entrevistas se encuentran como anexos).

El primer entrevistado fue NR (no utilizaremos el nombre del particular a petición de este) quien ha trabajado en el sector agropecuario desde el ámbito empresarial como dirigente de uno de los grandes conglomerados agrícolas y alimenticios del país e igualmente como propietario de una ganadería de levante y ceba de razas Taurus (raza Taurus es cualquiera de procedencia europea) tales como el Hereford y el Angus en la sabana de Bogotá.

Lo primero que nos llamó la atención fue su respuesta a la pregunta ¿cuál es su percepción frente al estado de la ganadería y el sector agropecuario en el país? pues pese a ser un empresario exitoso en el ámbito agropecuario consideró que

“el estado es uno muy regular puesto que no existe una planeación, ni una investigación genética y no existen análisis de adaptación de las distintas razas, las Taurus vs las Indicus”

Lo que nos conduce a afirmar que el mayor problema en el país frente a esta temática es de índole estructural y siendo así alcanzar el siguiente paso el cual es la adopción de políticas y prácticas de sostenibilidad al interior de las empresas ganaderas será complicado y por ende alcanzar la consecución de dichos sellos se dificultará por lo menos en el corto y mediano plazo para un grueso de la población ganadera del país. Frente a la pregunta ¿cree que los ganaderos tienen acceso a oportunidades de tecnificación e inclusión de procesos de tecnificación en el país? NR contestó que no puesto que:

“es un tema complicado, quienes tienen acceso a estas oportunidades por lo general son grandes ganaderos o proyectos agropecuarios con dimensiones muy superiores al promedio de las ganaderías en el país. Esto implica que una gran parte de las empresas ganaderas se van quedando rezagadas pues es difícil que los recursos e iniciativas los alcancen, y ahí entramos en

un círculo vicioso. Los Grandes siguen creciendo y los medianos se ven en aprietos para mantenerse competitivos.”

Esto nos muestra que de mantenerse esta tendencia serán pocas las empresas de este rubro de la economía que puedan proyectarse a nivel internacional e incluir las prácticas de sostenibilidad necesarias que les permitan acreditarse como portadores de estos sellos verdes, esto le resta competitividad a la industria agropecuaria nacional y retrasa el protagonismo de Colombia en el ámbito internacional. Si bien se ha hecho un gran esfuerzo el cual ha rendido frutos con un mayor tamaño de mercado y acceso a destinos para exportación de ganado y productos cárnicos el atraso a nivel sectorial que se evidencia en el país evitará que la competitividad crezca y que Colombia se consolide como uno de los principales exportadores y competidores de la región.

Adicionalmente cuando se le preguntó a NR sobre cual creía que era el rol de incluir estas prácticas en mejorar el acceso a mercados internacionales, afirmó que:

“lo primero es la capacitación puesto que en la medida que esto ocurra lograremos incrementar la productividad y competitividad de cara a actores externos”

La política estatal y el modelo de negocio deben dar un gran salto hacia delante el cual solo será posible por medio de la tecnificación y la habilitación de oportunidades para todos los actores involucrados. Por último, al preguntársele sobre si conocía las iniciativas que adelanta Fedegán y otras agremiaciones de cara a la sostenibilidad y los sellos verdes, fue crítico con dichas entidades al afirmar que:

“las conocía parcialmente puesto que este tipo de entidades son altamente burocráticas y que era común que no cumplieran con los que debían cumplir”

(estas respuestas no representan el sentir de los autores, puesto que no podemos emitir juicios de valor sobre el manejo de la industria agropecuaria y sus entes gremiales en el país son respuestas de nuestros entrevistados que por distintas razones tienen posiciones personales sobre los temas que se les preguntaron).

Esta respuesta se replicó en nuestra segunda entrevista con GTM, ganadero del sector cárnico en la sabana de Bogotá y en el departamento de Córdoba al norte del país (El entrevistado también solicitó que se omitiera su nombre) quien también manifestó su descontento con el manejo a nivel gremial y de políticas estatales frente a la industria agropecuaria en el país.

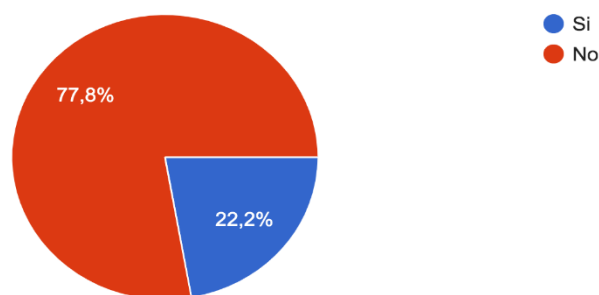
Todo esto nos lleva a afirmar que existe una desconexión entre los empresarios y las entidades gubernamentales y gremiales lo cual dificulta la consecución de los sellos verdes por medio de la puesta en marcha de prácticas de sostenibilidad, ambos entrevistados hicieron énfasis en la necesidad de la transferencia de conocimiento desde estas entidades a los ganaderos sin importar su tamaño, afirmaron que el control sanitario en el estado que se encuentra deja mucho que desear y esto se debe a que quienes están encargados de hacer este puente entre gremios y gobierno frente a los ganaderos son burócratas que no han encontrado la manera de conectarse con los ganaderos de manera efectiva puesto a que ellos mismos no lo son todo esto nos lleva a afirmar que queda un largo camino por recorrer en transferencia de conocimiento que permita subir el nivel de las empresas ganaderas y que estas su vez logren incrementar su competitividad.

De igual manera realizamos encuestas a ganaderos y cabe afirmar que la percepción de los encuestados sobre el estado actual de la ganadería y la industria en el país no es la mejor puesto que cerca del 50% afirmó no ver con buenos ojos la situación actual de esta.

En cuanto a las encuestas realizadas para esta investigación se formuló un cuestionario con diez preguntas enfocadas a entender ciertas variables demográficas y de otras índoles como su percepción sobre la situación actual de la ganadería en el país de las cuales hablaremos en más detalle en nuestros resultados obtenido.

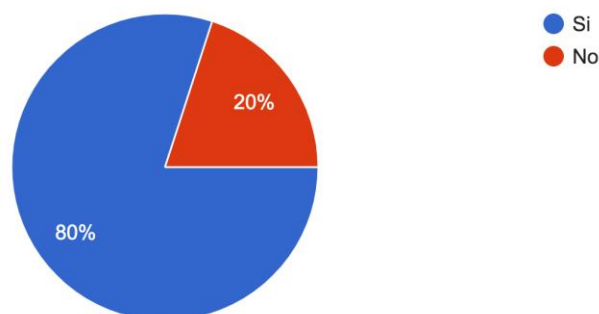
Grafica 4

Tiene usted mas de 1000 cabezas de ganado?
9 respuestas



Grafica 5

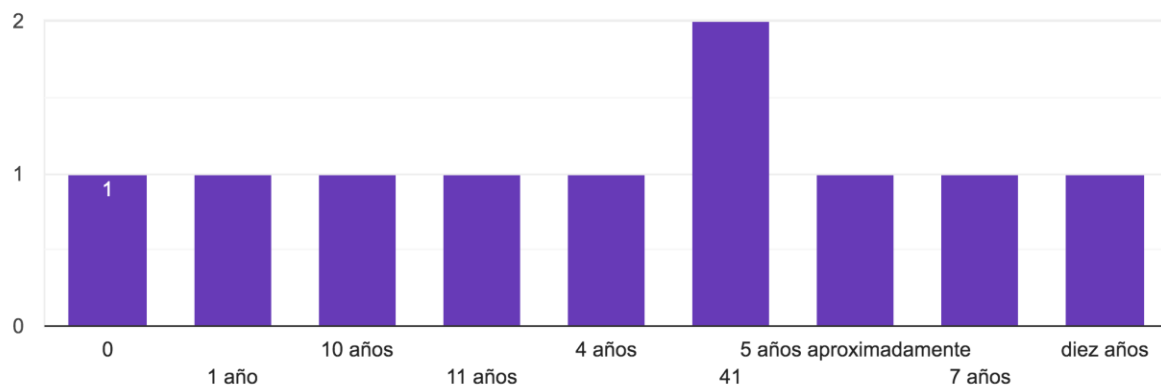
¿Conoce usted algo acerca de los sellos verdes en la ganadería ?
10 respuestas



Grafica 6

¿Cuánto tiempo lleva usted en el agro colombiano?

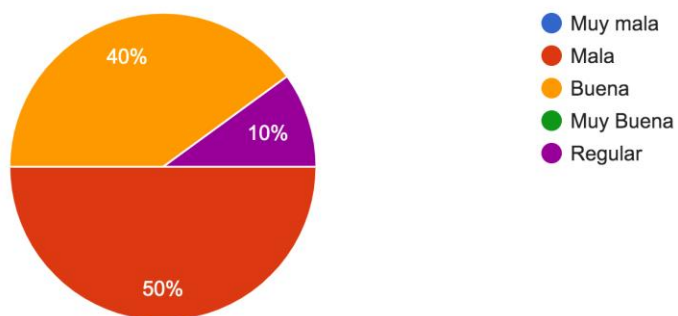
10 respuestas



Grafica 7

Su percepción del estado actual de la ganadería y el sector agropecuario es:

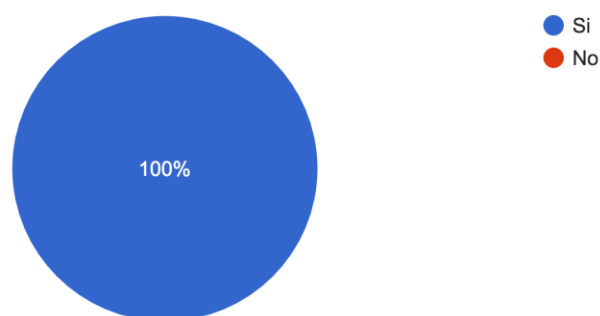
10 respuestas



Grafica 8

¿Cree que existe una oportunidad de negocio para su empresa en incluir prácticas de Sostenibilidad en sus procesos?

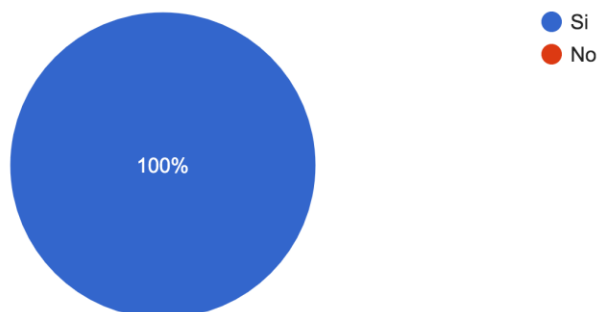
10 respuestas



Grafica 9

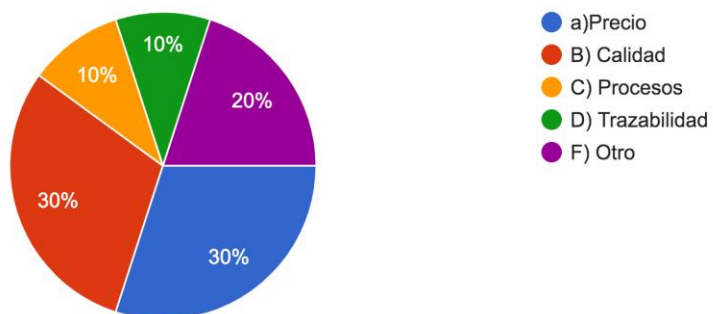
¿Si pudiera comercializar su producto a un mejor precio al realizar una inversión en procesos sostenibles y certificaciones internacionales lo haría?

10 respuestas



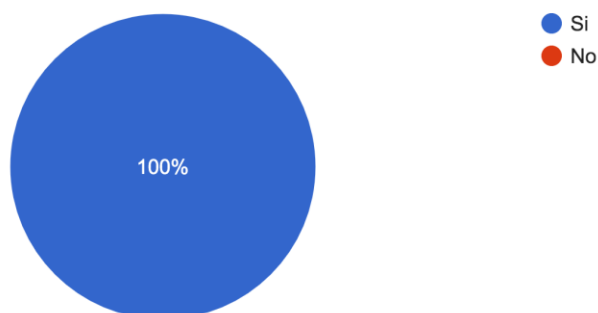
Grafica 10

A la hora de comercializar su producto cree que el mayor atractivo de este para su cliente es:
10 respuestas



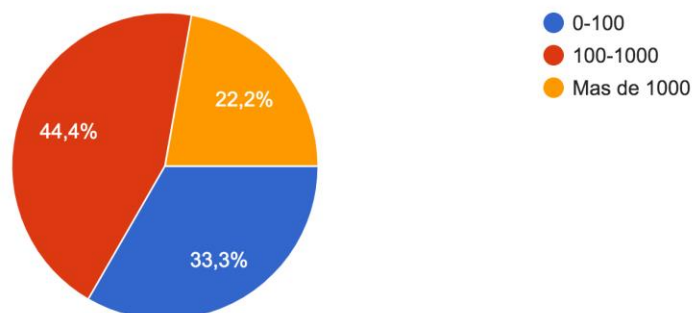
Grafica 11

¿Cree que una inversión en políticas de Sostenibilidad trazabilidad y mejora en dietas para su ganado tendría una relación costo beneficio positiva sobre su producto terminado?
10 respuestas



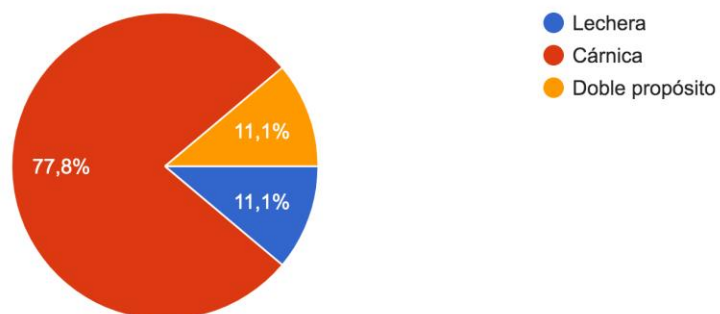
Grafica 12

¿ Que tamaño tiene su finca en hectáreas?
9 respuestas



Grafica 13

Su finca es:
9 respuestas



4. Conclusiones y recomendaciones.

Tras haber realizado dicha investigación durante la segunda mitad del año 2020 y lo que ha corrido del año en curso encontramos un panorama alentador, pero con bastantes áreas de mejora con diversos retos para la industria ganadera y agroindustrial del país.

En primer lugar, es bastante dicente el hecho que los destinos de exportación a los que tiene acceso Colombia y sus productos se hayan incrementado a lo largo de los últimos años. Las distintas acciones adoptadas por el estado colombiano al igual que los acuerdos multilaterales e internacionales a los que se ha suscrito el mismo le han abierto la puerta al país en mercados en donde previamente no existía relación comercial alguna. Esto de la mano de la creciente demanda de países con un mayor nivel de desarrollo industrial por productos y bienes primarios los cuales son de difícil acceso en su territorio por factores como: una oferta limitada por el nivel poblacional de dichas naciones o porque su economía se dedica a otros rubros industriales de mayor tecnificación. Amplios son los ejemplos que se pueden encontrar donde se presentan estos fenómenos tales como países del norte de África donde la actividad industrial primordial corresponde a la industria de los hidrocarburos o como gigantes asiáticos como lo es China donde la creciente y ya numerosa población consume una proporción mucho mayor de productos y bienes primarios que la que esta puede producir. Es en mercados como estos donde los productos cárnicos colombianos pueden triunfar y gozar de una alta demanda.

Por otra parte la estabilidad jurídica del país la cual es relativamente sólida de la mano con esfuerzos en materia de seguridad, desarrollo económico, políticas estatales e incremento de capitales privados dedicados a la actividad ganadera han contribuido a el crecimiento y consolidación de la de este rubro de la economía en los últimos años, como claro ejemplo y como mencionamos previamente el volumen tanto en toneladas como en dinero de los productos agropecuarios y sus derivados (ganado en pie, productos cárnicos y lácteos) se ha duplicado y cada vez más empresas nacionales apuestan por embarcar sus animales y productos a nuevos destinos buscando formar alianzas estratégicas y derribar fronteras que sin esta serie de factores facilitadores no sería posible. Esto muestra que la industria agropecuaria y especialmente la ganadería van en ascenso y que con el pasar del tiempo con el apoyo de las instituciones y el capital privado podrá convertir a Colombia en un referente regional en procesos ganaderos de alta tecnificación y acreditación con proyección internacional.

El esfuerzo que viene siendo adelantado por las entidades gubernamentales, como el ministerio de comercio industria y turismo, el ministerio de agricultura y entidades de financiamiento territorial enfocadas en el agro como fin agro han logrado ampliar los caminos que tienen los ganaderos para acceder a ciertas oportunidades y mejoras, sin embargo, quedan reparos y áreas de mejora las cuales describiremos más adelante. Pero cabe recalcar que el gobierno ha logrado reducir algunas y eliminar otras varias barreras arancelarias a las que se enfrentan los exportadores y empresarios colombianos lo cual les resta competitividad en un escenario internacional y las cuales al ser derribadas los deja mejor parados de cara a una apuesta exportadora.

No solo descubrimos que era esencial crear y fortalecer los vínculos comerciales de Colombia por medio de la apertura de mercados, fortalecimiento de la industria nacional y reducción de barreras tanto arancelarias como no arancelarias sino también que es esencial y un determinante del éxito el acompañamiento que puedan recibir los exportadores tanto novatos como experimentados por parte de entidades del estado al igual que cámaras de fomento y agremiaciones privadas, muchas veces los exportadores no cuentan con toda la información o no saben dónde buscarla y sus apuestas por colocar sus productos en escenarios internacionales se ven diezmados al no poder recopilar de manera efectiva y oportuna todos los documentos necesarios para estar en regla y lograr ejecutar las operaciones comerciales. Entre mayor sea el acompañamiento y más facilidades tengan los empresarios, lograr su cometido será más fácil, lo que incrementará a su vez las exportaciones y su volumen aportando así a la economía nacional.

Ahora todo esto facilita el acceso a mercados internacionales, pero para poder diferenciarse con un valor agregado los sellos verdes son un imperativo para estos empresarios, es aquí donde deben tener el mayor cuidado con los entes certificadores tanto nacionales como internacionales los cuales acreditarán sus procesos y productos frente a los mercados y consumidores internacionales, como mencionó GTM ganadero entrevistado:

“Si, conozco un poco del tema (sellos verdes) pero realmente al momento no lo he revisado puesto que no hago el ciclo completo de ganadería, es más que todo para el cebador, para el criador muy poco a menos que tenga el ciclo completo de la ganadería en su operación. A uno como criador ese plus no se lo están pagando aún. Por ejemplo, si mi cliente fuera el Éxito quienes compran el animal ya cebado. No conozco a nadie que pague un plus en la cría en sellos verdes. Ahora eso no es excusa, si yo me certifico con una organización cómo

Rainforest Alliance, también lo ayudan a uno a ser más competitivo y mejorar sus prácticas y pues eso se traduce a una mayor rentabilidad del negocio. (GTM, 2021). Los sellos vienen para ayudar a los ganaderos y en palabras de estos mismos mejoran su competitividad y rentabilidad es por eso por lo que deben acreditarse con entes certificados los cuales sean la mejor carta de presentación de sus productos y un gran aliado para sus empresas al incrementar la productividad y mejorar la competitividad tanto en el mercado local como internacional.

“Si, realmente uno debe hacer las cosas generando los procesos que requieran los sellos verdes independientemente de si uno se va a certificar o no porque eso es importante eso ya es parte de la globalización, es necesario. Tanto el mercado como el consumidor demanda eso. Lo que es importante recordar, es que en ganadería de cría todavía no se paga un mejor precio o se genera un mayor valor por adoptar estas prácticas o certificarse.” (GTM, 2021)

El entrevistado cree firmamento que pueden ser un diferencial, pero también es importante que estos beneficios y mejoras en precios alcancen a todos los actores de la cadena productiva agropecuaria, no solo a unos pocos y es ahí donde se deben plantear caminos que mejores las condiciones de tanto el ganadero de cría, como el de ceba.

El acceso a recursos y financiación si bien ha ido incrementando en los últimos años tiene un gran problema el cual indica que muchos de estos créditos no son utilizados eficientemente y cuyo fin es desviado para otros usos donde en vez de apostarle a la mejora y tecnificación del hato son utilizados por los ganaderos para adquirir activos depreciables que poco aportan al crecimiento y afianzamiento de su empresa, como es el caso de automóviles y otros equipos. Es por esto por lo que es crucial no sólo que se hagan disponibles dichos recursos, sino que también se identifique primero una necesidad real y urgente por parte del beneficiario, sino que también se le brinde un acompañamiento y se realice un seguimiento posterior al desembolso de dichos

fondos con el fin de lograr que estos se utilicen para su cometido y que de esta manera propicien el desarrollo en las PYMES del sector agropecuario y ganadero.

La hoja de ruta previamente trazada solo puede funcionar si todos los actores están no parciales, sino totalmente alineados garantizando una igualdad en oportunidad de acceso a conocimiento y su transferencia, capacitación y consecución de recursos ofrecidos por las entidades de financiamiento territorial, no solo a unos pocos como ha sido el comentario de nuestros entrevistados. Es por esto por lo que debemos volver hacia atrás en la cadena productiva y entender la desconexión que se evidenció en esta investigación que existe entre los gremios, sectores industriales y entes gubernamentales es el mayor lastre para la industria ganadera en el país y su apuesta internacional de cara a un futuro prometedor. La competitividad y desarrollo solo pueden ser logrados en la medida que las agremiaciones apoyen no solo a los grandes productores y a la gran industria la cual puede acceder a mejoras y desarrollos con capital privado sino también dándole especial prelación a aquellos productores que se han visto rezagados y quienes no sienten el acompañamiento de distintos actores gremiales y gubernamentales dentro de la industria, y que muchas veces desconocen o no sienten suficientes las iniciativas de los gremios, en palabras de GTM y de HNR

“No conozco esas iniciativas de Fedegan, algo me han hablado. Pero Fedegan es una empresa que trabaja para unos pocos ganaderos, tiene una serie de exigencias, pero no apoya uno muy poco ve que Fedegan genere procesos o programas donde haya inclusión donde busque a los ganaderos que la mayoría de los ganaderos siendo sinceros, no tiene acceso a la información o no saben llegar a ella entonces no es correcto que el ganadero busque a Fedegan, sino que Fedegan como ente gremial los busque a ellos. Realmente me parece un ente muy poco

eficiente y que trabaja para unos pocos y el resto termina trabajando para ellos, para Fedegan. Realmente no me parece que sea una organización incluyente. (GTM, 2021) afirmación que compartió HNR al afirmar que:

“Las conocía parcialmente puesto que este tipo de entidades y gremios son altamente burocráticas y que era común que no cumplieran con los que debían cumplir. (los pequeños ganaderos) por lo general no tienen acceso a estas (iniciativas de fedegan y otros actores gremiales). Es un tema complicado, quienes tienen acceso a estas oportunidades por lo general son grandes ganaderos o proyectos agropecuarios con dimensiones muy superiores al promedio de las ganaderías en el país. Esto implica que una gran parte de las empresas ganaderas se van quedando rezagadas pues es difícil que los recursos e iniciativas los alcancen, y ahí entramos en un círculo vicioso. Los Grandes siguen creciendo y los medianos se ven en aprietos para mantenerse competitivos. El rol de estas prácticas debe ser buscar la capacitación del ganadero.” (HNR, 2021). Es así como encontramos que muchos ganaderos no gozan de las mismas oportunidades de las grandes empresas agrícolas y agropecuarias, lo cual resulta abusador para el afianzamiento del complejo industrial ganadero y agropecuario en el país. Los gremios deben buscar redoblar sus esfuerzos para lograr alcanzar a la mayor cantidad de actores posibles, solo así logrará este rubro tan primordial de la actividad económica nacional alcanzar su potencial y proyección.

En último lugar también encontramos que este trabajo mancomunado entre distintos actores carece de un elemento que permita volver atractiva del todo la consecución de sellos verdes y la potencialización del agro colombiano en un marco global. La falta de incentivos como mencionamos anteriormente para ciertos productores dentro del ciclo ganadero como lo es el de la actividad ganadera de cría:

“yo creo que en Colombia todavía nos hace falta mucho trabajo. Hay gente que maneja ganadería extensiva que son ganaderías poco eficientes y con costos muy altos y todavía estamos muy desordenados como gremio, la gente no se capacita y no se interesa en hacer las cosas mejor, pero esto es principalmente porque no existen unos incentivos en precio para hacerlo, ellos lo ven así: mi negocio va a seguir siendo poco rentable como lo tengo si hago las cosas mejor. Que realmente esos son los incentivos que hay de fondo, si usted hace las cosas bien lo vamos a premiar con unos mejores precios y también la gente tiene que aprender que hacer las cosas bien se va a traducir en menos gastos. Todavía existe un tema de falta de conocimiento y falta de cultura entre los ganaderos y yo creo que a pesar de que sí hemos mejorado hay muchas ganaderías que practican la ganadería extensiva que están haciendo las cosas mal.” (GTM, 2021).

El ganadero debe entender por qué y para qué le va a apostar a estas iniciativas, que beneficios le trae a su empresa, su comunidad y sus animales, pero principalmente cómo acceder a estos sellos va a generar plusvalía y beneficios para el mismo. Es imperativo que los beneficios no sólo sean percibidos por unos pocos dentro la pirámide productiva sino para cada actor involucrado, desde el trabajo genético de los animales hasta el último eslabón donde se da el aprovechamiento de estos.

Los sellos verdes definitivamente traerán mejoras en oportunidades, plusvalía para los productores, y un valor agregado percibido para el consumidor de estos productos. Todas las condiciones se han venido dando, acceso a nuevos mercados, crecimiento de la industria y exportaciones, menores limitaciones arancelarias entre otras, pero para que todo esto tome lugar es crucial que los distintos actores se comuniquen de manera efectiva y que logren jalonar a los

pequeños actores de esta industria, para de esta manera buscar bienestar y desarrollo para la industria desde donde se le mire:

“Yo creo que el consumidor cada vez es más responsable y los sellos verdes son el futuro de la carne en Colombia. Yo creo que si Colombia quiere exportar carne... Colombia como país debe mejorar sus procesos y mejorar la competitividad del ganadero para que podamos llegar a eso.” (GTM, 2021).

Creemos que incluir prácticas sostenibles va a traer efectos positivos para los ganaderos. Primero que todo, estos beneficios se van a ver reflejados en la calidad de los productos, ya que implementando estas prácticas se mejorará el manejo de los animales. Gracias a esto, los animales estarán más tranquilos y tendrán menos estrés a la hora de entrar a los corrales lo cual genera una carne más tierna y suave.

Luego es importante resaltar que las prácticas sostenibles establecen unos criterios de manejo de medicamentos muy estrictos lo que hace que los animales sean más saludables y también proteger a los veterinarios que aplican estos medicamentos. Además, la mejora de las condiciones de vida de estos animales genera un rápido crecimiento de los terneros, lo que se transmitirá en una salida más rápida del ganado a los remates, disminuyendo el tiempo de engorde de los animales generando así un beneficio económico más rápido.

Adicionalmente consideramos que las prácticas sostenibles deberían ser obligatorias, no solamente en temas de ganadería sino también en cualquier negocio. Vivimos en un mundo en el cual estamos agotando los recursos más rápido de lo que debemos y es por esto por lo que nosotros como nueva generación debemos asegurarnos de que nuestros hijos, nietos, bisnietos

tengan un mundo igual o mejor del que nosotros hemos tenido. La ganadería no es la excepción, esta debe adaptarse a los cambios que se están presentando en el mundo y a las nuevas tendencias que van apareciendo con los nuevos consumidores.

En Colombia, la ganadería no ha tenido muchos avances en procesos y tecnología lo cual nos deja mal parados ante los competidores internacionales. Deducimos que Colombia debe tomar medidas más eficientes en materia de ganadería para así poder dejar a un lado las prácticas precarias y comenzar a usar las nuevas tecnologías e implementar los nuevos procesos que están presentes en los países primermundistas.

Es importante resaltar que existe un problema muy grande en el país, ya que existe una gran brecha entre los gremios ganaderos y los pequeños ganaderos, en cuanto al acceso a recursos e información. Esta brecha no permite que pequeños ganaderos obtengan la información precisa y a tiempo de las nuevas tendencias de mercado, nuevas prácticas, además de las iniciativas adelantadas a nivel gremial. Lo cual causa rezagos en el desarrollo de su actividad

Esto dejaría casi por fuera de radar a estos ganaderos y deja sin posibilidad alguna de poder exportar sus productos al extranjero. Es por esto, que proponemos iniciativas enfocadas a los pequeños ganaderos con el fin de hacer una comunicación clara y concisa para así poder dejar en igualdad de condiciones a todos los ganaderos del país.

A nivel gremial se recomienda la inclusión de este segmento poblacional por medio de talleres de capacitación y transferencia de conocimiento en temas como embriología, mejora de praderas, planeación de cultivos, entre otros. Igualmente sería acertado a considerar hacer mesas de conversación y socialización con estos actores donde los gremios presenten las iniciativas en curso que están ejecutando, y especialmente en aquellas enfocadas a esta población con el fin de mandar un mensaje fuerte que evidencie su compromiso y presencia en las regiones.

También es importante hacer un censo que permita “mapear” a nivel regional que cantidad de estos ganaderos existen y el estado o progreso de su empresa, y primordialmente las necesidades y preocupaciones que estos tienen. Esto a su vez permitirá focalizar de manera más efectiva, los esfuerzos de tanto el gobierno como los gremios para incluir en la cadena productiva agropecuaria y el progreso de esta a pequeños proyectos productivos. con el fin de que éstos no se vean rezagados y puedan a futuro lograr entablar una apuesta exportadora que permita mejorar las condiciones de vida de estas personas, la salubridad de su hato, y la productividad de este a una escala nacional e internacional.

Por último un punto esencial que consideramos se debe adoptar a nivel nacional en cabeza de los gremios, fondos de fomento ganadero y ministerios como el de agricultura y el min TIC es la creación de talleres enfocados hacia educación financiera más específicamente hacia la buena utilización de recursos obtenidos por medio de crédito, donde se le enseñe al ganadero a identificar sus mayores necesidades en cuanto a capital de trabajo y que de esta manera puedan darles el uso correcto a estos fondos con miras a fortalecer su proyecto ganadero y lograr escalar su modelo, de una manera a rápida eficaz y eficiente.

Estos talleres adicionalmente deberán brindar acompañamiento a al ganadero en todos los puntos del proceso desde la identificación de una necesidad tangible, las opciones de financiamiento a las que tendrán acceso, la selección de la más adecuada para ellos dependiendo de su perfil, tasas etc. y una vez desembolsado un acompañamiento en la utilización de los fondos a los cuales accedieron. De esta manera se garantizará que las líneas de crédito lleguen a quienes más la necesitan y que una vez las consigna los ganaderos utilicen el crédito para bienes

de capital y otros recursos esenciales y no en activos depreciables como vehículos, electrodomésticos entre otros.

Bibliografía.

- Aldana, E. (Junio 5 de 2020). Proyecto Para promover La sostenibilidad ganadera en la Orinoquia. www.contextoganadero.com
- Betancur, L. M., Escobar, J. E., & Ramirez, D. (2019). Sellos verdes como diferenciador para la producción láctea en el trópico alto colombiano.
- Business Wire. (Junio 6 de 2015). Global animal Partnership welcomes new executive director. www.businesswire.com
- Caballero, L. H. (Noviembre 6 de 2020). "Carne de RES PORTARÁ el sello Colombian beef - Grass Fed-CO www.contextoganadero.com
- Contexto Ganadero. (2019, September 30). Producción sostenible de carne de res, una tendencia mundial. www.contextoganadero.com
- ContextoGanadero, 2019. Expoganados recupera el mercado del Líbano y volverá a exportar a dicho país. www.contextoganadero.com
- Cámara de Comercio Árabe Colombiana. (n.d.). Exportar a Países Árabes: Cámara de Comercio Árabe Colombiana. www.ccac.com.co
- Diario del Huila. (Enero 11 de 2020). Exportaciones de carne de Res y bovinos en pie sumaron USD 231,2 millones a noviembre de 2020 www.diariodelhuila.com
- Gonzalez, N., & gallego, V. (2017). *SELLOS Y CERTIFICACIONES DE SOSTENIBILIDAD* (Unpublished master's thesis). Universidad ICESI, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, Santiago
de Cali, Colombia.

Imagen Agropecuaria. (2021). Ganaderos del mundo vs barreras al comercio de cárnicos -
Imagen Agropecuaria. www.imagenagropecuaria.com

Martin, A., Farley, S., John, J., Wein, M., Mourad, M., Karsh, M., . . . Harris, K.
(Noviembre 16 2019). 10 certification Agencies creating a more sustainable food
system. www.foodtank.com

Oficina de estudios económicos, Mincomercio. (n.d.). Perfil del Libano.
www.mincit.gov.co

Procolombia, 2020. Países árabes compran más del 80% de exportaciones colombianas de
carne bovina. www.procolombia.com

Ruiz, L. (2021). El Nuevo Día. www.elnuevodia.com.co

S.A.S., E., & Lopez, J. M. (Enero 20 2020). Más de 10 Compañías ganaderas esperan luz
verde de China para exportar carne. www.agronegocios.co

Todini, K. (2020, December 27). Which sustainable food certifications can you trust?
www.forkintheroad.co

ANEXOS ENTREVISTAS

Cuestionario conocimiento del estado actual de la ganadería, apoyo de agremiaciones, y nivel de familiaridad con los sellos verdes.

Anexo 1

ENTREVISTA 1: Señor G.T.M ganadero de cría Cundinamarca y Córdoba

¿Cuáles cree que son los beneficios de incluir prácticas sostenibles en su operación ganadera?

Incluir prácticas sostenibles en la ganadería trae efectos positivos, como por ejemplo un buen manejo de los animales (más mansos, menor estrés, mayores ganancias de kilos) esto implica mayor seguridad para los operarios y animales. Un animal que entra manso al corral no va a atacar al vaquero, va a tener un movimiento más suave producto de un menor estrés, lo que implica menores mermas en cuanto a kilos y genera mejor calidad en la carne. Adicionalmente estas prácticas en temas como medicamento generan mejor estado sanitario en los animales. Lo que se traduce como en el caso de la ganadería, mi negocio en mayores índices de preñez (embarazo), mejores pesos al destete, menos días abiertos que al final se convierte en mejores precios. En temas ambientales una finca más sostenible y amigable con el medio ambiente que utilice menos agroquímicos en los insumos, menos suplementación genera más microfauna, es decir mejor producción de pasto e incorporación de materia orgánica y genera una mejor retención de agua y a la vez un mejor drenaje de esta. Esto implica sequías con mejor

optimización del agua, las praderas no se verán tan afectadas, y durante el invierno habrá un mejor drenaje puesto que habrá menor compactación.

¿Cree que existe una oportunidad de negocio para su empresa en incluir prácticas de Sostenibilidad en sus procesos?

Yo creo que, en cuanto a oportunidades, la sostenibilidad es algo que es obligatorio, en cualquier negocio de cualquier naturaleza no es concebible que la operación no sea sostenible, el mundo va hacia allí y la ganadería no es la excepción está debe adaptarse. A medida que los cebadores empiecen a producir ganado de una manera sostenible a ellos les pagarán un plus en el valor de su carne, se va a premiar este tipo de prácticas en el precio final del producto. De igual forma estos (los cebadores) deben exigirles a los criadores que tengan prácticas sostenibles, y el hecho que lo hagan debe ser representado o premiado en mejores condiciones de venta en cuanto al precio. Si yo tengo un hato que se maneje de manera sostenible y que produzca buenas crías me deben pagar mejor de lo que se le pagaría a una ganadería que no implemente estos procesos.

Ahora, ¿conoce usted acerca de los sellos verdes en productos derivados de la actividad ganadera tales como cárnicos o lácteos?

Si, conozco un poco del tema, pero realmente al momento no lo he revisado puesto que no hago el ciclo completo es más que todo para el cebador, para el criador muy poco a menos que tenga el ciclo completo de la ganadería en su operación. A uno como criador ese plus no se lo están pagando aún. Por ejemplo, si mi cliente fuera el Éxito quienes compran el animal ya cebado. No conozco a nadie que pague un plus en la cría en sellos verdes. Ahora eso no es excusa, si yo me

certifico con una organización como Rainforest Alliance, también lo ayudan a uno a ser más competitivo y mejorar sus prácticas y pues eso se traduce a una mayor rentabilidad del negocio.

¿Cuál es su percepción sobre el estado de la ganadería en Colombia actualmente?

En Colombia, las personas que hacen bulla, perdón el término, son aquellos que tienden a hacer las cosas de una manera más responsable, pero yo creo que en Colombia todavía nos hace falta mucho trabajo. Hay gente que maneja ganadería extensiva que son ganaderías poco eficientes y con costos muy altos y todavía estamos muy desordenados como gremio, la gente no se capacita y no se interesa en hacer las cosas mejor, pero esto es principalmente porque no existen unos incentivos en precio para hacerlo, ellos lo ven así: mi negocio va a seguir siendo poco rentable como lo tengo si hago las cosas mejor. Que realmente esos son los incentivos que hay de fondo, si usted hace las cosas bien lo vamos a premiar con unos mejores precios y también la gente tiene que aprender que hacer las cosas bien se va a traducir en menos gastos. Todavía existe un tema de falta de conocimiento y falta de cultura entre los ganaderos y yo creo que a pesar de que sí hemos mejorado hay muchas ganaderías que practican la ganadería extensiva que están haciendo las cosas mal.

¿Cree que los ganaderos tienen acceso a oportunidades de tecnificación e inclusión de procesos de sostenibilidad en el país? ¿qué rol cree tiene incluir estas prácticas en mejorar el acceso a mercados internacionales?

Hay incentivos, hoy estamos viendo temas como por ejemplo los créditos y subsidios de Finagro, vemos que el estado promueve políticas donde presta y regala plata a los ganaderos para que hagan bien las cosas y se tecnifiquen, pero no hay un control de a quien le entregan ese dinero ni de cómo quienes reciben dichos recursos gastan los mismos. El estado debería hacer un tema más enfocado en la asesoría en paquetes tecnológicos y así entregarla que simplemente entregarla porque lo que pasa muchas veces es que la persona cree que tiene una necesidad, pide el crédito y ese crédito se convierte en un tractor un carro cuando en verdad lo que necesitaba el ganadero era mejorar su infraestructura, hacer un acueducto, mejorar corrales, mejorar pasturas, cercas. Entonces yo creo que eso debe ir de la mano con un proceso de acompañamiento porque de lo contrario no hay un control juicioso sobre en qué se está gastando esa plata.

¿Estaría dispuesto a incluir protocolos o procesos nuevos para conseguir dichos sellos verdes?

Si, realmente uno debe hacer las cosas generando los procesos que requieran los sellos verdes independientemente de si uno se va a certificar o no porque eso es importante eso ya es parte de la globalización, es necesario. Tanto el mercado como el consumidor demanda eso. Lo que es importante recordar, es que en ganadería de cría todavía no se paga un mejor precio o se genera un mayor valor por adoptar estas prácticas o certificarse.

¿Cree que estos sellos verdes representan algún valor agregado en sus productos de cara al mercado nacional o internacional?

Si, yo creo que el consumidor cada vez es más responsable y los sellos verdes son el futuro de la Carne en Colombia. Yo creo que si Colombia quiere exportar carne y yo creo que también debe ser un tema de no frenar o parar la exportación en pie, pero si mostrarles e impulsarlos a que mejoren sus procesos para poder exportar el ganado despostada o en canal, el problema es que Colombia exporta todos sus productos agrícolas y pecuarios en pie. Realmente quien hace la transformación es quien termina ganando la plata Colombia como país debe mejorar sus procesos y mejorar la competitividad del ganadero para que podamos llegar a eso.

¿Conoce usted las iniciativas que adelanta FEDEGAN de cara a la sostenibilidad y los sellos verdes en el país?

No conozco esas iniciativas de Fedegan, algo me han hablado. Pero Fedegan es una empresa que trabaja para unos pocos ganaderos, tiene una serie de exigencias, pero no apoya uno muy poco ve que Fedegan genere procesos o programas donde haya inclusión donde busque a los ganaderos que la mayoría de los ganaderos siendo sinceros, no tiene acceso a la información o no saben llegar a ella entonces no es correcto que el ganadero busque a Fedegan, sino que Fedegan como ente gremial los busque a ellos. Realmente me parece un ente muy poco eficiente y que trabaja para unos pocos y el resto termina trabajando para ellos, para Fedegan. Realmente no me parece que sea una organización incluyente.

Anexo 2**ENTREVISTA 2: Señor H.N.R ganadero de cría Cundinamarca y Huila**

¿Cuáles cree que son los beneficios de incluir prácticas sostenibles en su operación ganadera?

“lo primero es la capacitación puesto que en la medida que esto ocurra lograremos incrementar la productividad y competitividad de cara a actores externos”

¿Cree que existe una oportunidad de negocio para su empresa en incluir prácticas de Sostenibilidad en sus procesos?

Si, creo que existe una oportunidad para quienes busquen incluir el ciclo completo de la ganadería en su operación.

Ahora, ¿conoce usted acerca de los sellos verdes en productos derivados de la actividad ganadera tales como cárnicos o lácteos?

He oído algo, pero no me atrevo a decir que los conozco pues es muy limitado lo que he visto del tema. Sin embargo, creo que con lo poco que se pueden ser positivas.

¿Cuál es su percepción sobre el estado de la ganadería en Colombia actualmente?

El estado es uno muy regular puesto que no existe una planeación, ni una investigación genética y no existen análisis de adaptación de las distintas razas, las Taurus vs las Indicus. Nosotros tenemos Taurus europeas, Hereford, Holstein, Angus. Las Indicus son aquellas de las Indias, el brahmán, cebú entre otros.

¿Cree que los ganaderos tienen acceso a oportunidades de tecnificación e inclusión de procesos de sostenibilidad en el país? ¿qué rol cree tiene incluir estas prácticas en mejorar el acceso a mercados internacionales?

No, por lo general no tiene acceso a estas. Es un tema complicado, quienes tienen acceso a estas oportunidades por lo general son grandes ganaderos o proyectos agropecuarios con dimensiones muy superiores al promedio de las ganaderías en el país. Esto implica que una gran parte de las empresas ganaderas se van quedando rezagadas pues es difícil que los recursos e iniciativas los alcancen, y ahí entramos en un círculo vicioso. Los Grandes siguen creciendo y los medianos se ven en aprietos para mantenerse competitivos. El rol de estas prácticas debe ser buscar la capacitación del ganadero

¿Estaría dispuesto a incluir protocolos o procesos nuevos para conseguir dichos sellos verdes?

Si, creo que podría ser beneficioso y puede ayudar a elevar la tecnificación.

¿Cree que estos sellos verdes representan algún valor agregado en sus productos de cara al mercado nacional o internacional?

Indudablemente, pero debemos reiterar que sólo es así para los ganaderos de ciclo completo quienes percibirán los beneficios en el precio.

¿Conoce usted las iniciativas que adelanta FEDEGAN de cara a la sostenibilidad y los sellos verdes en el país?

Las conocía parcialmente puesto que este tipo de entidades y gremios son altamente burocráticas y que era común que no cumplieran con los que debían cumplir.