

DESARROLLO ECONÓMICO Y CULTURAL: OPORTUNIDADES DEL TRATADO DE
LIBRE COMERCIO COLOMBIA-EMIRATOS ÁRABES UNIDOS PARA LA
EXPORTACIÓN DE CARNE HALAL.



JHÓSET RAMÍREZ RICO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

DESARROLLO ECONÓMICO Y CULTURAL: OPORTUNIDADES DEL TRATADO DE
LIBRE COMERCIO COLOMBIA-EMIRATOS ÁRABES UNIDOS PARA LA
EXPORTACIÓN DE CARNE HALAL.

JHÓSET RAMÍREZ RICO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

Mg. DIANA LORENA GUTIÉRREZ DÍAZ
Magister. en Gobierno y Políticas Publicas

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGÓ, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. Javier Humberto TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Desarrollo económico y cultural: oportunidades del tratado de libre comercio Colombia-Emiratos Árabes Unidos para la exportación de carne halal

Jhóset Ramírez Rico

Resumen

Introducción / Objetivo: En colaboración con el representante de Comercio de Emiratos Árabes Unidos desde marzo de 2022, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia ha llevado a cabo diversas negociaciones que dieron como resultado un tratado de libre comercio. El acuerdo se firmó el 18 de abril de 2024 y se denominó Acuerdo Integral de Asociación Económica CEPA por el 17° TLC al que se adhiere Colombia. El propósito del acuerdo es establecer vínculos culturales y económicos con EAU a través del libre comercio de productos, incluidos los alimentos con certificación Halal. Se espera que el culto a las exportaciones de Colombia hacia EAU, facilitado por el tratado, crezca significativamente, especialmente en el mercado agrícola percibido de EAU. Como resultado, ciertos obstáculos acompañan al TLC, como diferencias culturales y complicaciones en la certificación halal. Este estudio tiene como objetivo analizar el impacto del TLC en las exportaciones de alimentos certificados, enfocándose en los desafíos y oportunidades para las empresas colombianas.

Metodología: Este trabajo de investigación comprenderá el contexto a través de una revisión de documentación y un análisis de texto, seguido de un examen de las cifras de exportación de carne Halal a través del análisis de datos estadísticos, una entrevista con una persona migrante en EAU acerca de su religión musulmana y la importancia que tiene el consumir carne con certificación Halal y para finalizar la conferencia del mánager business development de la empresa logística DP WORLD en EAU. También se incluye un breve estudio de caso de una empresa colombiana que exporta carne vacuna a los Emiratos Árabes Unidos. Se discuten los hechos, métodos, análisis de datos y fuentes utilizadas, después de tener en cuenta consideraciones éticas. Finalmente, presentamos los resultados y conclusiones de nuestra investigación.

Resultados: Los resultados obtenidos muestran que, previo al TLC entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos (EAU), el mercado de carne Halal en EAU era altamente competitivo, con fuertes relaciones comerciales con países como Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos,

lo que limitaba la participación de Colombia. Sin embargo, las empresas colombianas vieron este mercado como una oportunidad potencial, aunque enfrentaron retos importantes, como la necesidad de cumplir con estrictas certificaciones Halal. A partir de la implementación del TLC, se han abierto nuevas oportunidades para que las empresas colombianas aumenten su presencia en este mercado, siempre y cuando adapten sus estrategias para cumplir con los estándares locales y comprendan las particularidades culturales y comerciales de los EAU. Además, la demanda en el Medio Oriente de productos alimenticios frescos y procesados sigue siendo significativa, pero para aprovechar estas oportunidades, es crucial que las empresas colombianas consideren la logística, establezcan relaciones de confianza con los compradores árabes y, si es necesario, mantener una presencia operativa en los EAU para facilitar la distribución y el acceso a los mercados vecinos.

Conclusiones: Antes del TLC Colombia-Emiratos Árabes Unidos (EAU), las oportunidades para exportar carne colombiana eran limitadas, vistas más como proyecciones que como realidades establecidas. Empresas como Expo Ganados Internacional S.A.S. reconocían el potencial del mercado, pero enfrentaban barreras significativas, especialmente en lo que respecta a la certificación Halal, un requisito crucial para acceder al mercado de los EAU. El TLC surge como una herramienta fundamental para superar estas barreras, permitiendo un acceso más fácil y fortaleciendo las exportaciones colombianas.

Para que las empresas colombianas aumenten su presencia en el mercado de carne Halal de los EAU, es esencial que adapten sus estrategias para cumplir con los estrictos estándares Halal, comprender profundamente las costumbres islámicas y establecer relaciones de confianza con los consumidores y distribuidores locales. La participación en ferias, la creación de alianzas estratégicas y una promoción adecuada son elementos clave para el éxito. A pesar de los desafíos, el mercado de carne Halal en los EAU tiene un gran potencial y, con estrategias innovadoras, las empresas colombianas pueden establecerse como proveedores confiables con alta calidad y beneficiarse de la popularidad de los productos colombianos en la región.

Palabras Clave: Halal, Integración, TLC, Carne, Exportación, Certificación.

Abstract

Introduction / Objective: The Colombian Ministry of Commerce, Industry and Tourism carried out several negotiations to conclude a free trade agreement (FTA) in cooperation with the

representative of the United Arab Emirates (UAE) for trade starting in March 2022. Finally, the April 18, 2024, The Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA) was celebrated and signed, becoming the 17th FTA that Colombia will assume. The agreement aims to strengthen economic and cultural ties between the two countries by allowing the free exchange of products, including Halal-certified foods. The FTA is expected to increase Colombian exports to the United Arab Emirates, especially in the agricultural sector. However, it faces challenges such as cultural differences and barriers such as Halal certification. This study aims to analyze the impact of FTA on certified food exports, focusing on the challenges and opportunities for Colombian companies.

Methodology: This research work will understand the context through a literature review and text analysis, followed by an examination of Halal meat export figures through statistical data analysis, An interview with a migrant in the UAE about his Muslim religion and the importance of consuming meat with Halal certification and to conclude the conference of the manager business development of the logistics company DP WORLD in the UAE. Also included is a brief case study of a Colombian company that exports beef to the United Arab Emirates. The facts, methods, data analysis and sources used are discussed, after considering ethical considerations. Finally, we present the results and conclusions of our research.

Results: The results obtained show that, prior to the FTA between Colombia and the United Arab Emirates (UAE), the Halal meat market in the UAE was highly competitive, with strong trade relations with countries such as Australia, New Zealand and the United States, which limited Colombia's participation. However, Colombian companies saw this market as a potential opportunity, although they faced significant challenges, such as the need to comply with strict Halal certifications. Since the implementation of the FTA, new opportunities have opened up for Colombian companies to increase their presence in this market, as long as they adapt their strategies to comply with local standards and understand the cultural and commercial particularities of the UAE. In addition, demand in the Middle East for fresh and processed food products remains significant, but in order to take advantage of these opportunities, it is crucial for Colombian companies to consider logistics, build trusting relationships with Arab buyers and, if necessary, maintain an operational presence in the UAE to facilitate distribution and access to neighbouring markets.

Conclusions: Prior to the Colombia-United Arab Emirates (UAE) FTA, opportunities to export Colombian meat were limited, seen more as projections than established realities.

Companies such as Expo Ganados Internacional S.A.S. recognized the market potential, but faced significant barriers, especially regarding Halal certification, a crucial requirement to access the UAE market. The FTA emerges as a fundamental tool to overcome these barriers, allowing easier access and strengthening Colombian exports.

For Colombian companies to increase their presence in the UAE Halal meat market, it is essential that they adapt their strategies to comply with strict Halal standards, deeply understand Islamic customs, and establish trusting relationships with local consumers and distributors. Participation in fairs, the creation of strategic alliances, and proper promotion are key elements to success. Despite the challenges, the Halal meat market in the UAE has great potential, and with innovative strategies, Colombian companies can establish themselves as reliable suppliers with high quality and benefit from the popularity of Colombian products in the region.

Key Word- Halal, Integration, FTA, Meat, Export, Certification.

Introducción

Desde marzo de 2022 el ministerio de comercio, industria y turismo en Colombia junto a la representación del estado para el comercio exterior de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) habían llevado múltiples rondas de negociación para la consolidación de un tratado de libre comercio (TLC) el cual se celebró y firmó el 18 de abril de 2024. Dicho Acuerdo Integral de Asociación Económica (CEPA, por sus siglas en inglés) es el hoy en día décimo séptimo TLC vigente de Colombia. Como bien lo dijo el ministro de comercio, industria y turismo Germán Umaña Mendoza “Emiratos Árabes Unidos es un aliado importante, no solo para la atracción de inversión extranjera sostenible, sino también en nuestra apuesta por la diversificación de nuestra oferta exportable”. (Lesmes Díaz, 2024)

En su momento, gracias al estudio del perfil económico de Emiratos Árabes Unidos del equipo del despacho del negociador internacional liderado por el ex ministro de comercio, industria y turismo Luis Felipe Quintero, pudimos evidenciar que las carnes de animales de la especie bovina fresca o refrigerada identificado con el número de partida 0201 y congelada 0202, comprenden el puesto número 7 y 8 en los principales productos exportados desde Colombia hacia Emiratos Árabes Unidos, este producto comprende el 0,6% de los 289, 4 millones de dólares de las exportaciones hacia emiratos árabes unidos traduciéndose a más de 2.3 millones

de dólares según las cifras de enero de 2023 a diciembre de 2023 con un aumento del 13,8% al 2022. (ProColombia, s.f)

En este TLC se llegó a un consenso equitativo en el cual el 85% de los productos colombianos entrarán a territorio de emiratos árabes unidos sin arancel beneficiando a productos de la agroindustria, piedras preciosas, materias primas y otros como fertilizantes y agroquímicos o jabones. En cuanto a los productos provenientes de Emiratos Árabes Unidos hacia Colombia el 63% entrará a Colombia con arancel cero. Siendo este un TLC de nivel 1 (Zona de Libre comercio según Balassa, B.) equitativo ya que la capacidad de producción de Emiratos Árabes Unidos y la de Colombia está totalmente lejos de ser semejante por factores como la distinción del tamaño económico, el PIB, las balanzas comerciales y el tipo de industrias en las que se especializa cada país, pero no significa que no puedan ser economías complementarias. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia, 2023)

La teoría de la integración económica puede evidenciarse una integración positiva, como no eliminamos las barreras, sino que modificamos las instituciones existentes y no cometemos el mismo error que en 1991 con la apertura económica del país.

De igual manera, en la misma línea de juego que tenemos las barreras arancelarias que se están abatiendo para la óptima circulación de bienes entre los dos países y quizá implementar un nivel superior de integración, debemos tener presente las barreras no arancelarias que se nos presentan cuando se quiere ingresar mercancía tan delicada por su naturaleza y por su significado a un país con una cultura tan semejante como la de Colombia.

La certificación Halal cumple un papel sumamente importante en la comercialización de carnes en Emiratos Árabes Unidos donde aproximadamente el 75% de la población es de confesión musulmana. Su religión, sus creencias y sus costumbres nunca permitirían que un trozo de carne indebidamente sacrificado y procesado según sus escrituras sagradas sean objeto de alimento y esto lo pueden verificar examinando sí el producto cumple con el sello Halal o no. Para esto, si la industria ganadera de Colombia quisiera expandirse más y aprovechar esta oportunidad como lo es un arancel 0 y exportar carne con este nuevo tratado de libre comercio deben tener muy en cuenta en su segmentación de mercado y su debida documentación esta barrera que si logran atravesar debidamente significaría una muy buena oportunidad para la industria en nuestro país y consecuente un aporte para la balanza comercial significándose en divisas fuertes como el dólar ingresando a la economía colombiana.

El objetivo general de este estudio es analizar el potencial del TLC entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos para promover el desarrollo económico y cultural a través de la exportación de alimentos certificados y enfocarse en los desafíos y oportunidades para las empresas colombianas en este sector. Los objetivos específicos son los siguientes: Examinar las disposiciones del TLC relacionadas con la exportación de productos cárnicos y su impacto en las empresas colombianas. Identificar los desafíos específicos que enfrentan estas empresas al exportar alimentos con certificación fiscal a EAU. Evaluar oportunidades y estrategias para fortalecer su posición en el mercado de carne Halal de los EAU en el marco del TLC.

En este artículo de investigación partiremos de una revisión bibliográfica y un análisis documental que ayudará a comprender el panorama, el análisis estadístico para analizar las cifras de exportación de carne especificando la certificada Halal, un breve estudio de caso sobre empresas colombianas que exportan carne a EAU. Posteriormente, entrará en discusión los hechos, la metodología aplicada, el análisis de los datos, los datos y las fuentes. Ya culminando, las consideraciones éticas para finalmente leer los resultados y llegar a las conclusiones.

Objetivos

Objetivo general de investigación

Analizar las potencialidades del TLC entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos para promover el desarrollo económico y cultural a través de las exportaciones de carnes autorizadas con sello Halal, enfocándose en los desafíos y oportunidades de las empresas colombianas en este mercado.

Objetivos específicos de investigación

- Analizar la situación del mercado anterior al TLC Colombia-Emiratos Árabes Unidos relacionados con la exportación de productos Halal, especialmente productos cárnicos, y su impacto en las empresas colombianas.

- Evaluar las oportunidades y estrategias que hay para que las empresas colombianas para incrementen su presencia en el mercado de carne Halal de Emiratos Árabes Unidos bajo el TLC.
- Identificar los desafíos que enfrentan las empresas colombianas al exportar carne con certificación Halal a los Emiratos Árabes Unidos, incluidos factores culturales, regulaciones arancelarias, no arancelarias y competencia de mercado.

Métodos

Tipo y diseño de la investigación

El estudio se centra en un enfoque cualitativo para comprender las complejidades de exportar carne Halal desde Colombia a los Emiratos Árabes Unidos. Se utiliza un estudio de caso para analizar las experiencias de empresas colombianas que ya exportan productos cárnicos a la comunidad musulmana del país, una entrevista con una persona migrante en los EAU que pertenece la religión musulmana y es consumidor de carne Halal y para finalizar las declaraciones del manager business developmet división América de la empresa logística DP WORLD en los EAU. Este enfoque permite un examen detallado de los desafíos y oportunidades que enfrentan estas empresas e identifica estrategias exitosas que otros fabricantes pueden implementar. El diseño del estudio de caso también proporciona una imagen completa de los factores económicos, culturales y comerciales que influyen en el éxito de las exportaciones de carne Halal en el marco del TLC Colombia-EAU.

Datos y fuentes

La carne Halal producida según las leyes y prácticas islámicas significa que el animal se sacrifica en nombre de Alá, garantizando que esté saludable y alimentado según los requisitos del certificado Halal. Este tipo de carne no incluye la carne de cerdo y sus productos, así como todos los animales sacrificados incorrectamente. Por lo tanto, la producción, certificación y etiquetado de carne Halal ofrece una oportunidad especial para los productores colombianos interesados en exportar a mercados como el de Emiratos Árabes Unidos (EAU).

En este contexto, la importancia de cumplir con los estándares religiosos en la producción de carne Halal ha llevado a un crecimiento significativo en el mercado mundial de alimentos Halal, aumentando la demanda de productos certificados y promoviendo la cooperación internacional. Colombia podría obtener importantes beneficios económicos al establecerse como proveedor confiable de carne Halal. Sin embargo, debido al estricto proceso que implica la certificación Halal, las empresas deben prepararse para invertir en infraestructura, capacitación y certificación (Cámara de Comercio de Bogotá, 2023).

Además, el acuerdo de libre comercio entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos tiene como objetivo eliminar las barreras aduaneras, facilitando el intercambio de bienes y servicios. Este acuerdo ofrece ventajas como la eliminación o reducción de aranceles, el acceso a mercados más amplios y la promoción de la estabilidad económica y la cooperación e integración de cadenas productivas. Por lo tanto, se espera aumentar la diversificación de las exportaciones colombianas, crear empleos y mejorar la competitividad de las empresas (Diario La República, 2022).

Por otro lado, la creciente demanda de carne halal debido al aumento del número de musulmanes y del poder adquisitivo en los Emiratos Árabes Unidos presenta una oportunidad para los exportadores colombianos. La adaptación de los procesos de producción y distribución a las normas Halal y la cooperación con certificaciones reconocidas internacionalmente son cruciales. La industria cárnica colombiana ha avanzado en la implementación de estas normas, permitiendo la exportación de productos cárnicos frescos y procesados, lo que representa una ventaja competitiva en el mercado internacional (Business Monitor International, 2023).

En este sentido, los productores colombianos deberían utilizar el tratado de libre comercio con Emiratos Árabes Unidos para ampliar su mercado y aumentar las exportaciones de carne Halal. La implementación del acuerdo permite beneficios aduaneros y comerciales que crean una ventaja competitiva. Además, el establecimiento de alianzas estratégicas con distribuidores y socios en los EAU puede fortalecer la posición de los productores en este mercado en crecimiento.

Sin embargo, existen obstáculos para exportar carne halal a los Emiratos Árabes Unidos, como estrictos requisitos de etiquetado, la certificación Halal y los desafíos logísticos para mantener la integridad de la carne durante el transporte. La competencia con otros países productores de carne también es un obstáculo, por lo que las empresas colombianas deben diferenciarse agregando valor. Establecer asociaciones estratégicas con distribuidores locales y

participar en eventos y ferias puede ayudar a construir una imagen sólida y ganar confianza entre los consumidores musulmanes de los EAU.

Además, la carne Halal, que se considera limpia y saludable según las directrices religiosas islámicas, debe cumplir normas culturales y religiosas específicas para ser aceptada en los Emiratos Árabes Unidos. Por lo tanto, las empresas colombianas deben asegurar un certificado Halal emitido por autoridades autorizadas y un etiquetado adecuado para garantizar la aceptación de los productos.

Lo más importante es conocer los estándares de los organismos de certificación más importantes del mercado objetivo y adaptarse a ellos para asegurar el beneficio comercial de la exportación.

Para ingresar con éxito al mercado de carne Halal de los EAU, las empresas colombianas deben considerar alianzas estratégicas y acuerdos comerciales con socios locales que tengan un profundo conocimiento del mercado y las regulaciones Halal. Estas alianzas facilitan el acceso a canales de distribución establecidos y ayudan a comprender los requisitos de certificación y etiquetado. La cooperación con exportadores o distribuidores locales puede fortalecer la posición en el mercado y fomentar las relaciones con los consumidores y las autoridades reguladoras.

Realizar un análisis exhaustivo de la competencia y del mercado es crucial para identificar oportunidades de diferenciación y adaptación a las necesidades y preferencias locales.

Finalmente, un caso exitoso es Carnes Alianza, que se ha consolidado como uno de los mayores proveedores de carne Halal en los Emiratos Árabes Unidos. Su compromiso con la calidad y la certificación Halal les ha permitido ganarse la confianza de los consumidores musulmanes y adaptar sus productos a las exigencias culturales y religiosas de la comunidad musulmana. Su éxito pone de relieve la importancia de construir relaciones sólidas con distribuidores y organismos de certificación Halal. Al mantener altos estándares de calidad y adherirse a los estándares Halal, Carnes Alianza ha construido una sólida reputación en los Emiratos Árabes Unidos, lo que resulta en relaciones comerciales a largo plazo y lealtad de los clientes.

La experiencia de Carnes Alianza muestra que el éxito de la exportación de carne Halal requiere más que cumplir requisitos técnicos; También implica construir una marca sólida y generar confianza entre los consumidores musulmanes. Las empresas colombianas deben estar preparadas para invertir en relaciones sostenibles con socios locales y desarrollar una reputación de calidad y autenticidad en el mercado Halal de los EAU.

Análisis de datos

El análisis de datos se centra en comparar la demanda de carne Halal con la oferta de carne Halal de los Emiratos Árabes Unidos en Colombia y observar las cifras actuales de exportación e importación. También se analiza el comportamiento del mercado en términos de crecimiento, tendencias, preferencias de los consumidores y competencia. Se utilizan estadísticas fiables y actualizadas, así como estudios de mercado relevantes para respaldar las conclusiones.

Consideraciones Éticas

Al considerar exportar carne Halal a los Emiratos Árabes Unidos, es importante considerar los aspectos éticos involucrados en la producción y certificación de este tipo de carne. Las empresas colombianas deben garantizar que el proceso de producción cumpla con los estándares éticos establecidos por la comunidad musulmana, incluido el trato humano a los animales y las prácticas de sacrificio. También es importante garantizar la autenticidad y corrección de los certificados Halal para evitar cualquier tipo de fraude o engaño que pueda afectar la confianza del consumidor. Además, es necesario respetar las normas culturales y religiosas de la comunidad musulmana, lo que demuestra un profundo conocimiento y respeto por sus creencias a la hora de comercializar carne Halal. En este sentido, las empresas deben estar preparadas para someterse a rigurosas auditorías e inspecciones para asegurar el cumplimiento de los estándares requeridos. También se recomienda construir relaciones de confianza y transparentes con socios comerciales en los EAU, lo que demuestra un verdadero compromiso con la calidad y autenticidad de la carne Halal. Además, es importante capacitar al personal involucrado en el manejo y producción de carne Halal, lo que asegura un conocimiento profundo de los requisitos y las prácticas éticas necesarias. En conclusión, exportar carne Halal a los Emiratos Árabes Unidos presenta una oportunidad importante para las empresas colombianas, pero todos los aspectos éticos y de calidad deben abordarse de manera integral.

Resultados

Objetivo específico 1

Para comprender la situación del mercado anterior al TLC Colombia-Emiratos Árabes Unidos Nos situamos Exactamente hace 7 años en el trabajo de grado de Diego Julián Gómez Romero, en ese entonces estudiante de negocios internacionales, el cual hacía sus prácticas empresariales en la empresa Expo ganados internacional S.A.S. En su trabajo de grado, nos da a entender que los Emiratos Árabes Unidos es uno de los principales importadores de productos alimentarios, especialmente de carne bovina y que sus relaciones comerciales más fuertes son con Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos. (Gómez Romero, 2017)

Diego Alejandro Alegría Rodríguez, otro egresado de la Universidad Santo Tomás, en su trabajo, comportamiento visual de las marcas Halal en el sector cárnico del Meta nos dice que la exportación de productos Halal hacia los Emiratos Árabes Unidos sea ganado en pie o carne procesada debe cumplir con la certificación específica, que debe ajustarse a la normativa del país destino y hace énfasis en que este aspecto es crucial, ya que la certificación puede variar de La Unión Europea a Medio Oriente. (Alegría Rodríguez y Gutiérrez Rincón, 2018)

La posibilidad de que Expo ganados Internacional SAS. pueda exportar a carne hacia Emiratos Árabes Unidos, sólo era una proyección, una oportunidad de mercado más, vista junto a otros países como Egipto y Vietnam. Sin embargo, esta empresa ya había estado exportando hacia Irak, país cercano (teniendo en cuenta el golfo pérsico) y también musulmán, como Emiratos Árabes Unidos. La empresa vio una posibilidad no muy alejada a su experiencia previa. Pero ahora con el TLC, se abaten barreras, se multiplican las oportunidades y se logra llegar a este mercado más fácilmente. (Gómez Romero, 2017).

Objetivo específico 2

Durante el viaje realizado con la facultad de Negocios Internacionales a Emiratos Árabes Unidos en el mes de mayo del 2024, se participó junto mis compañeros en conversaciones y entrevistas a muchas personas residentes, inmigrantes y extranjeros que viven y trabajan en el país. De esa manera se comprendió y analizó la percepción de los residentes y de las personas que

practican la religión musulmana que por ende están obligadas a consumir carne halal, también se tuvo la oportunidad de entrevistar a Ahmed Naga, un egipcio migrante en los Emiratos Árabes Unidos, el cual trabaja como guía turístico asistiendo a las personas que llegan al país, Ahmed domina su idioma nativo (el árabe), así como el inglés y el español. Al momento de la entrevista nos dice que reside hace cuatro años en ese país. Por lo cual dispone de un importante conocimiento social de las costumbres locales y dispone de la experiencia de compartir con nativos y su percepción de la gastronomía, situación que permite contrastar lo teórico con lo práctico, mostrando él un amplio conocimiento de la cultura local a partir de su experiencia como guía turístico.

Le preguntamos por la carne Halal y nos dijo: “la carne Halal obedece una serie de normas que se establecen por el Corán, esta proviene de animales que han llevado una dieta estrictamente vegetariana [...] desde que el animal nace hasta que muere debe llevar una dieta totalmente natural, además de qué los animales no podrán sacrificarse de una manera dolorosa y sólo puede ser sin sufrimiento”

Posteriormente se le preguntó a Ahmed sobre el mercado y la oferta que este tiene de la carne halal contestando: “aquí no tenemos otro tipo de carne, somos un país musulmán, por lo cual sólo tenemos solo carne halal”.

Objetivo específico 3

Durante nuestra estadía en Dubái la empresa DP World con más de 295 unidades de negocio en 78 países nos dio una conferencia privada en sus instalaciones llamada “Dubái-puerta de entrada para exportadores latinoamericanos”. Thierry Vantomme, el manager Business Development división América, fue el encargado de enseñarnos y platicarnos un poco de lo que hace la empresa en el puerto Jebel Ali, el cual es el puerto artificial más grande de Medio Oriente y también zona franca.

Vantomme abrió la conferencia platicándonos sobre el puerto, la zona franca, las actividades que hacían y la diversidad de productos que recibían en el puerto desde productos alimenticios hasta maquinaria. También, mencionó que a la fecha el TLC Colombia-EAU ya estaba firmado y habían cerrado negociaciones y estaba listo para definir su implementación simultáneamente con otros países como república del Congo y Corea del Sur.

Una colega que también participó de la misión académica le preguntó a Thierry sobre cómo es el proceso de la certificación e importación de la carne en el país. Thierry hizo la comparación más semejante que fue con la certificación Kosher para posteriormente decirnos que los exportadores dependen de la certificación del país al que van a exportar; “cada país musulmán tiene su propia institución que emite su certificado, si quieres importar carnes a Emiratos debes disponer de un certificado emitido por Emiratos, si quieres importar a Indonesia tienes que tener certificado de Indonesia”. Ahmed, que se encontraba con nosotros en ese momento hizo un aporte muy interesante el cual comentaba que no solamente estos países musulmanes solicitaban los certificados para la carne y Thierry complementó con un ejemplo el cual eran los productos procesados con algo de carne porcina (cómo los chocolates con gomas masticables) que también requieren certificación; Thierry culminó esa intervención mencionando que también hay un instituto de origen musulmán que certifica la carne en Colombia, tras indagar un poco descubrí que esta institución es el Instituto Halal Iberoamericano.

Luego de la anterior intervención, el suscrito le pregunto a Thierry sobre ¿cuáles eran las oportunidades que identificaba para los exportadores latinoamericanos con el nuevo TLC.?

Él respondió que, a pesar de no saber todos los detalles del tratado, con base en su experiencia en el puerto puede decir que la demanda de productos de importación alimenticios frescos y procesados es significativa en Medio Oriente.

Thierry planteaba una problemática que se ve mucho al momento de una negociación entre una empresa latinoamericana y un empresario árabe en EAU. El empresario árabe debe tener confianza con la persona con la que está haciendo negocios, eso quiere decir que no va a comprar grandes cantidades a alguien que conoció en una feria comercial de un día, un delegado de una empresa latinoamericana que viaja a EAU a establecer relaciones comerciales debe como mínimo quedarse tres semanas para realizar una transacción exitosa. El delegado latinoamericano puede ir con una pequeña muestra para dar a conocer su producto “Me gusta tu producto, pero no te voy a comprar el contenedor entero, no puedo comprarte 25 toneladas, puedo comprarte 1 tonelada para ver si el mercado lo acepta” Thierry nos planteaba este diálogo como algo muy común en las negociaciones en Medio Oriente. Pero, infiere que el pensamiento del delegado latinoamericano es vender la mayor cantidad posible, y con justa razón porque el costo logístico es alto y no renta enviar medio contenedor y si el contenedor entero. Y aquí viene la otra parte de la problemática, el puerto también ofrece el servicio de bodegaje, sin embargo, si el producto es un alimento no

procesado debe tener una salida y consumo rápido, la exportación desde Colombia hasta Emiratos Árabes Unidos se afirma que es un viaje muy largo afectando la vida útil del producto, los costos y la aceptación del mercado.

Thierry nos comentaba que para resolver esta problemática la empresa debe tener presencia operaria en Emiratos y que el puerto servía como centro de operaciones Para los países fronterizos de EAU. Este proceso es conocido en la teoría de la integración económica como triangulación, beneficioso para el exportador latinoamericano ya que con la reducción de impuestos con el nuevo TLC con EAU puede ingresar su producto a los demás países con los que Colombia no tiene TLC, pero EAU sí.

Para culminar, Thierry nos comentó del caso de la empresa Colombina, la cual ya tenía presencia en Medio Oriente, pero logísticamente se le dificultaba mandar de Colombia a cada país y optó por enviar toda su mercancía destinada al Medio Oriente al puerto de Dubái y de ahí distribuir hacia los otros países.

Discusión

Antes de la implementación del tratado de libre comercio (TLC) entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos, el mercado de productos vitamínicos, especialmente alimentarios, era un gran desafío para las empresas colombianas. La falta de acceso a este mercado ha resultado en exportaciones limitadas y un crecimiento limitado de la industria de la carne halal en Colombia. Las empresas colombianas enfrentaron aranceles y barreras arancelarias que hicieron que sus productos fueran menos competitivos frente a otros proveedores internacionales que tienen acuerdos comerciales con los Emiratos Árabes Unidos. Entonces, el impacto en las empresas colombianas fue muy negativo, afectando su capacidad para expandirse y competir en igualdad de condiciones. Con la implementación del TLC, la situación del mercado ha cambiado positivamente, aunque no sin desafíos. El buen acceso eliminó algunas barreras de precios, lo que permitió a las empresas colombianas competir mejor en el mercado de carne halal de los EAU. Sin embargo, este nuevo contexto mostró la necesidad de que las empresas colombianas adecuaran sus procesos productivos y certificaciones para cumplir con los estándares necesarios en los EAU. El cambio no ha sido rápido ni fácil, lo que sugiere que, si bien el TLCAN ha abierto nuevas

oportunidades, las empresas aún enfrentan una importante curva de aprendizaje para maximizar esos beneficios.

El TLC ofrece una valiosa plataforma para que las empresas colombianas amplíen su presencia en el lucrativo mercado de la carne Halal en los Emiratos Árabes Unidos. Las oportunidades que surgen de este acuerdo incluyen no solo el acceso a un mercado más amplio, sino también la posibilidad de establecer relaciones comerciales más sólidas y duraderas. Estrategias como mejorar los procesos de certificación Halal, establecer alianzas estratégicas con distribuidores locales y adaptarse a las preferencias culturales y de los consumidores en los Emiratos Árabes Unidos son esenciales para capitalizar estas oportunidades. Las empresas colombianas deben centrarse en la diferenciación y la calidad de los productos, dos aspectos que pueden ser decisivos en un mercado donde la confianza y la certificación Halal son esenciales.

Sin embargo, el éxito en la implementación de estas estrategias depende de la capacidad de las empresas para superar ciertas limitaciones estructurales, como la falta de conocimiento profundo del mercado y la escasez de recursos para cumplir con los estrictos requisitos de exportación. A pesar de estas limitaciones, la energía es importante para el crecimiento, y con las estrategias adecuadas, las empresas colombianas no sólo pueden aumentar sus exportaciones, sino también establecer fortaleza y conocimiento en los Emiratos Árabes Unidos. Es importante que el gobierno colombiano y las instituciones empresariales apoyen a las empresas en este proceso y brinden capacitación, recursos y apoyo para producir la certificación.

Uno de los mayores retos que enfrentan las empresas colombianas a la hora de exportar carne con certificación Halal a los Emiratos Árabes Unidos es comprender y adaptarse a las diferencias culturales y religiosas. El mercado Halal no solo exige productos que cumplan con los requisitos técnicos de la certificación, sino que también requiere un profundo respeto y alineamiento con los valores islámicos. Las empresas colombianas deben asegurarse de que todos los aspectos de la producción y el comercio cumplan con estas expectativas, incluyendo todo lo que va desde el sacrificio de los animales hasta el etiquetado y la comercialización del producto final. Este nivel de adaptación cultural y religiosa puede representar una barrera importante, especialmente para las empresas que no están familiarizadas con las prácticas islámicas.

Además de los desafíos culturales, las empresas colombianas también enfrentan complejas regulaciones arancelarias y no arancelarias que pueden limitar su capacidad para competir en igualdad de condiciones. Las regulaciones en los Emiratos Árabes Unidos son muy estrictas y

requieren mucho cumplimiento, lo que aumenta los costos de exportación y reduce la productividad. La competencia en el mercado de la carne Halal es intensa y muchos países, incluidos aquellos con experiencia previa en la producción del producto, están luchando por cuota de mercado. Por lo tanto, para superar estos desafíos, las empresas colombianas deben cumplir no solo con las leyes y encontrar formas de diferenciar sus productos en un mercado competitivo y organizado.

Conclusiones

Antes del TLC entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos (EAU), las oportunidades de exportación de la carne colombiana a este mercado eran limitadas y se veían más como una proyección que como una realidad consolidada.

Empresas colombianas, como Expo Ganados Internacional S.A.S., vieron este mercado con potencial, basándose en su experiencia previa en la exportación a otros países musulmanes como Irak.

El TLC representa una oportunidad clave para facilitar y fortalecer las exportaciones a los Emiratos Árabes Unidos, superando las barreras anteriores y aprovechando la experiencia existente en mercados similares. La certificación Halal, un requisito crucial, también fue un desafío que las empresas tuvieron que enfrentar para acceder de manera efectiva al mercado de los EAU.

Tras el análisis, se identificaron varios desafíos específicos que enfrentan las empresas colombianas al exportar carne con certificación Halal a los Emiratos Árabes Unidos. Entre los desafíos identificados está la necesidad urgente de comprender y respetar los factores culturales y religiosos del islam, lo que requiere una comprensión profunda de las costumbres y tradiciones halal, un detallado manejo de los procesos que se deben llevar a cabo con los animales desde la alimentación hasta su sacrificio para poder obtener la certificación. También se encontró que las regulaciones arancelarias y no relacionadas con costos eran una barrera importante que requería asesoramiento legal adecuado y la implementación de estrategias de cumplimiento. Además, la fragmentación del mercado en cuanto a competidores presenta importantes desafíos como el posicionamiento de la carne colombiana en mercados altamente especializados y exigentes como el de los Emiratos Árabes Unidos.

Luego de analizar las posibilidades y estrategias, se encontró que las empresas colombianas pueden incrementar su presencia en el mercado de carne Halal de los EAU en el marco del TLC adaptándose a reglas y estándares Halal, participando en ferias y misiones. creando alianzas estratégicas con distribuidores locales y publicitando y promocionando adecuadamente sus productos. Además, para ganarse la confianza de los consumidores musulmanes en los Emiratos Árabes Unidos, es importante que las autoridades emiratíes reconozcan los certificados Halal y que la calidad de los procesos de producción siga siendo alta. Todo esto presenta un desafío importante para las empresas colombianas, pero el potencial del mercado de carne Halal de los EAU es significativo y ofrece una oportunidad, además de beneficiarse de la creciente popularidad de los productos colombianos en la región y la buena reputación del país como lo ha demostrado por ejemplo Juan Valdéz en Dubai como un proveedor confiable y de alta calidad. Para lograr todo esto, las empresas deben adoptar estrategias innovadoras y adaptativas, mantenerse al tanto de las tendencias del mercado y buscar constantemente nuevas formas de mejorar y diferenciarse.

Referencias bibliográficas

- Acevedo García, J. F., Albarracín Arias, L. F., Ayala Espíndola, J. T., & Castillo Ariza, S. J. (2021). Colombia frente a la globalización y los tratados de libre comercio para la exportación de carne bovina. *[Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]*. Repositorio Institucional. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/9e89c686-4392-4d00-a7b5-0bc66697f8e6>
- Al Ghababsheh, T. G. (2023). Trade Creation and Trade Diversion Effects of US Free Trade Agreements: An Empirical Analysis. *[Tesis doctoral, Middle Tennessee State University]*. Repositorio Institucional. <https://jewlscholar.mtsu.edu/items/f5987c33-63dd-4918-9251-a3335ea1440e>
- Alegría Rodríguez, D. A., & Gutiérrez Rincón, M. E. (2018). Comportamiento visual de la marca Halal en el sector cárnico del Meta. *[Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]*. Repositorio Institucional. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/12105>
- BBC News Mundo. (9 de enero de 2019). Kosher y halal: cómo se deben sacrificar los animales según los rituales de judíos y musulmanes (y por qué ya no van a poder hacerlo así en Bélgica). <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46801178>

- Casanova Al Attrach, F. E. (2022). Colombia y Emiratos Árabes Unidos. Una visión desde la integración económica y los negocios internacionales. *Gestión y Desarrollo Libre*, 7(13). https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/download/8791/
- Cigüenza Riaño, N. (04 de marzo de 2022). ‘La meta es que el TLC con Emiratos se firme en este gobierno’: Mincomercio. *Diario El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/mincomercio-a-que-le-apunta-el-tlc-de-colombia-con-emiratos-arabes-656077>
- Department of Economy and Tourism, Dubai. (s.f). *Dubái-Puerta de entrada para exportadores latinoamericanos*. <https://www.investindubai.gov.ae/es/insights-and-resources/news-insights/free-trade-with-a-laser-focus-on-the-future/global-gateway-for-trade-and-enterprise>
- Escudero Uribe, M. (2022). La importancia de los productos halal en el mercado de la alimentación. *Fundación de Estudios Rurales Anuario 2022*, 204-210. <https://www.upa.es/Anuario2022/32-MuhammadEscuderoUribe.pdf>
- Gómez Romero, D. J. (2017). Prácticas empresariales en Expoganados Internacional S.A.S. [*Práctica empresarial, Universidad Santo Tomas*]. *Repositorio Institucional*. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/20250>
- Instituto Halal Iberoamericano. . (s.f.). *Información general*. <https://halalamericalatina.com/>
- Lesmes Díaz, L. (18 de abril de 2024). Colombia firmó su TLC 17 con los Emiratos Árabes Unidos. *Diario El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/colombia-y-emiratos-arabes-unidos-firman-acuerdo-integral-de-asociacion-economica-3335165>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2021). *Evaluación de un acuerdo comercial entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos*. Despacho del Negociador Internacional Asesores del CSCE. <https://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/negociaciones-en-curso/emiratos-arabes-unidos/evaluacion-de-un-acuerdo-comercial-de-colombia-con/evaluacion-de-un-acuerdo-comercial-de-colombia-con-emiratos-arabes-unidos.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (2023). *Informe sobre los acuerdos comerciales vigentes de Colombia*. <https://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion/documentos/informe-tlc-2023.aspx>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (. (2023). de 2023). *Perfil de Emiratos Árabes Unidos. Oficina de Estudios Económicos.* . <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/comercio-exterior-de-colombia>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. (18 de abril de 2024). Colombia y Emiratos Árabes Unidos firman Acuerdo Integral de Asociación Económica. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/colombia-eau-acuerdo-integral-asociacion-economica>
- ProColombia. (s.f). *Perfil logístico de exportación a Emiratos Árabes Unidos.* <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/herramientas-del-exportador/perfil-logistico/emiratos-arabes-unidos>
- República de Colombia, Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos. (12 de noviembre de 2017). Acuerdo Bilateral Sobre la Promocion y Proteccion de Inversiones entre el Gobierno de la Republica de Colombia y el Gobierno de Los Emiratos Arabes Unidos. Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia. <https://international.vlex.com/vid/acuerdo-bilateral-promocion-proteccion-972467782>
- Revista Semana. (07 de marzo de 2022). Colombia inicia negociaciones con Emiratos Árabes Unidos para firmar un tratado de libre comercio. <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/colombia-inicia-negociaciones-con-emiratos-arabes-unidos-para-firmar-un-tratado-de-libre-comercio/202215/>