

Oportunidad comercial para la exportación de curuba al mercado japonés

Sebastián Camilo Gómez Arévalo

Elkin Andrés Salinas Silva

Johan Sebastián Muñoz Rojas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

Oportunidad comercial para la exportación de curuba al mercado japonés

Sebastián Camilo Gómez Arévalo

Elkin Andrés Salinas Silva

Johan Sebastián Muñoz Rojas

Director

Oswaldo Ospina Martínez

Trabajo de grado para optar al título como Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

Resumen

El objetivo de este documento tiene como propósito demostrar la oportunidad comercial de exportación de passiflora mollissima (curuba) al mercado japonés, identificando cada uno de los aspectos relevantes e influyentes, para llevar a cabo este proceso, se realizó una investigación no experimental, con el fin de exhibir factores directamente asociados al proceso de exportación, analizando las distintas dimensiones inherentes al proceso, que se dividió en tres partes el análisis de la producción y comercialización, dirigido a un análisis de costos, precios y comportamiento del mercado, en segundo lugar logística y requerimientos, y por último Japón y su relación comercial paralelo a un perfil del consumidor, a nivel de producción y cosecha se pudo determinar, la relación a los costos de producción en comparativa con otros ejemplos pertinentes al caso, indicadores comerciales a nivel nacional e internacional a través del análisis de precios, y su comportamiento comercial definiendo los mayores consumidores del producto base de estudio, luego se buscó distinguir las distintas fases y requerimientos necesarios para llevar la exportación de curuba al Japón abordando aspectos logísticos, técnicos y legales que permitieran reconocer los procedimientos claves, como los son el cumplimiento de los estándares establecidos por los distintos ministerios del país del sol naciente como lo son ministerio de sanidad, trabajo y bienestar y el ministerio de agricultura y pesca, la última parte del documento busca definir el potencial del mercado japonés para productos como la curuba, exponiendo el perfil del potencial consumidor y la evolución de la relaciones comerciales entre Colombia y Japón.

Palabras clave: curuba, exportación, producción, logística, comercialización, Japón

Abstract

The objective of this document have as purpose to show the commercial export opportunity of *passiflora mollissima* (passion fruit) to the Japanese market , identifying each of the relevant and influential aspects, to get this process a non-experimental investigation was carried out , with the final purpose to exhibit factors directly associated to the exportation process analyzing the different dimensions inherent in the process , that was divided in three parts , the analysis of the production and commercialization , managed to a cost analysis , prices and the market behavior , in second place logistic and requirements and for last japan and his commercial relationship parallel to a consumer profile , at the level of production and harvest it was determinated , the relation to the production cost in comparative with other examples relevant to the case , commercial indicators at national and international level through the prices analysis , and its commercial behavior defining the biggest consumers of the base study product , then it sought to distinguish the different bases and necessary requirements to get the exportation of the passion fruit to japan addressing logistic , tecnic and legal aspects that allow to recognize the key process as the accomplish of the standards established by the different ministries of the rising sun country like the health , work and wellness ministry and the agriculture and fisheries ministry , the last part of the document seek to define the potential of the Japanese market for products like the passion fruit , exposing the profile of the potential consumer and the evolution of the commercial relationships between Colombia and Japan

Key words: passion fruit, exportation, production, logistic, commercialization, Japan

Tabla de contenidos

Introducción	9
Planteamiento del problema	11
Descripción del problema	11
Formulación del problema	12
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Justificación	14
Marco de referencias	16
Marco de antecedentes	16
Marco teórico	17
Marco legal	19
Marco metodológico	20
Variables de producción y comercialización de la Curuba	23
Indicadores de producción	23
Costos de producción	24
Indicadores comerciales	26
Exportaciones	27
Aspectos logísticos necesarios para la exportación de curuba al mercado japonés	30
Logística de aprovisionamiento	30
Requisitos de importación Japón	32
Documentos requeridos para ingreso de mercancías	32
Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria	33
Embalaje	33
Etiquetado	34
Acceso aéreo para exportar a Japón	37
Transporte interno de Japón	38
Análisis Colombia Japón	39

Colombia y Asia	39
Japón	40
Acuerdos comerciales	40
Análisis del sector	41
Consumidor japonés	43
Precios de la fruta en Japón	44
Conclusiones	46
Recomendaciones	48
Bibliografía	49

Lista de tablas

<i>Tabla 1 Teorías de internacionalización</i>	17
<i>Tabla 2 Legislación</i>	19
<i>Tabla 3 Fuentes de información</i>	21
<i>Tabla 4 Toneladas producidas de pasifloras</i>	23
<i>Tabla 5 Producción por departamentos 2018</i>	24
<i>Tabla 6 Costos de producción una hectárea de curuba (ciclo anual)</i>	25
<i>Tabla 7 Exportaciones de pasiflora</i>	28
<i>Tabla 8 Indicadores de comercio transfronterizo</i>	33
<i>Tabla 9 Aerolíneas</i>	36
<i>Tabla 10. Aerolíneas prestadoras de servicio a Japón</i>	37

Lista de figuras

<i>Figura 1. Precio de la curuba, (Dane, 2018)</i>	26
<i>Figura 2. Precio de la curuba de exportación, (Legiscomex, 2018)</i>	27
<i>Figura 3. Mayores importadores de curuba colombiana, (Legiscomex, 2018)</i>	28
<i>Figura 4. Mayores importadores por cantidad (Legiscomex, 2018)</i>	29
<i>Figura 5. Etiquetas ecológicas (ICA, 2018)</i>	34
<i>Figura 6. Proceso de importación (Ministry of health, s.f.)</i>	35
<i>Figura 7. Ruta marítima, (Procolombia, 2018)</i>	37
<i>Figura 8. Colombia en Asia, (Tremolada, 2014)</i>	39
<i>Figura 9. Mapa comercial de Japón, (OMC, 2019)</i>	41
<i>Figura 10. Importación fruta Japón, (Trademap)</i>	42
<i>Figura 11. Mapa de importadores (Trademap)</i>	43

Introducción

Colombia es un país tropical con una gran variedad de plantas, entre ellas se encuentran las pasiflóreas una familia compuesta por 630 especies de 12 a 18 géneros, son planta de tipo lianas que trepan mediante zarcillos, donde son muy apetecidas por su extraño sabor entre dulce y ácido, unas poseen colores llamativos que las hacen únicas entre las demás frutas, su potencial económico es supremamente bueno ya sea para su comercialización nacional e internacional. Colombia actualmente ha tenido un rendimiento favorable gracias a la comercialización de diferentes pasifloras y sus ventas internacionales como son la gulupa (*Passiflora edulis* Sims var. *Edulis*) el maracuyá (*Passiflora edulis* var. *Flavicarpa*) y la granadilla (*Passiflora ligularis* Juss) apreciadas por tener un gran impacto económico en el sector productivo.

Pero sin embargo la curuba (*Passiflora mollissima* Bailey) no se ha venido explotando para su comercialización ya que posee diferentes factores que han influido en esta misma como su poco reconocimiento a nivel internacional, el desperdicio en gran escala de la curuba donde no se han implementan tecnologías de producción ya sea para su cosecha o comercialización, sus cultivos son muy rudimentarios al día de hoy, los estudios que se han realizado de la curuba larga son muy escasos y a veces poseen información errónea, el apoyo que se debería generar a los cultivadores de esta fruta no se ha venido manejando de forma adecuada, la falta de publicidad dirigida a la curuba larga es muy pobre.

Mirando las diferentes problemáticas que ha tenido la curuba larga implementaremos diferentes métodos para darle un reconocimiento a nivel internacional aumentando sus exportaciones a gran escala donde esta fruta a nivel nacional la han comercializado dando resultados favorables para el sector productivo en diferentes presentaciones ya sea como fruto fresco, jugos, sorbetes en leche y mermeladas caseras generando un impacto favorable para el sector productivo.

La presente investigación tiene como finalidad identificar el aprovechamiento de las diferentes oportunidades que tiene la curuba larga para su debida comercialización a nivel internacional, Obteniendo estos resultados se lograrán gestionar estrategias en diferentes aspectos que generen un impacto a nivel político, económico y social, las cuales contribuyan a la estabilidad de estos productos en los mercados internacionales fortaleciendo la imagen de la curuba larga con fines de llegar al consumidor dándole a conocer la particularidad que tiene este producto para su consumo generando estándares altamente competitivos, la cual posee características únicas como una fruta exótica, y de este modo aprovechando sus bajos costos de producción y su cosecha constante de los 365 días del año .

La metodología que se abordará para darle una respuesta a la problemática esta será de diseño no Experimental, según es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, donde obtendremos datos reales sin modificaciones alguna demostrando el potencial que tiene la curuba para su debida comercialización en mercado internacional dirigido al continente asiático (Japón)

A nivel social la curuba ha sido bien acogida por sus consumidores nacionales ya que es una fruta única en Colombia que en muy pocos países se da está considerada como una fruta exótica con propiedades enfocadas en la salud esto deja decir que la curuba larga ha mantenido estándares de consumo nacional favorables para poder explotar su potencial a mercados internacionales.

A nivel cultural la curuba mantiene diferentes formas de consumo desde fruta fresca hasta sorbetes en leche esto ha sido un gran punto a favor ya que el consumidor tiene más de 1 opción para el consumo de dicha fruta sin modificación alguna manteniendo sus estándares enfocados en la salud y su sabor exótico, de esta manera va tener una gran acogida en los mercados internacionales.

A nivel económico la curuba es una de las pocas frutas que mantiene costos bajos en su producción a comparación de las demás pasifloras, la curuba larga en particular es una fruta que se da su cosecha absolutamente todo el año esto es una gran ventaja a comparación de las demás pasifloras ya que su exportación puede ser contante y a bajo costo, aportándole un gran rendimiento al sector productivo.

Planteamiento del problema

Descripción del problema

Colombia es a nivel mundial reconocido como uno de los países con una amplia variedad de productos agrícolas, siendo la agricultura una de las actividades económicas más representativas de la población, pese a que el relieve geográfico no es muy apropiado para este ejercicio, se puede observar que esta actividad ha tenido un incremento, según (Romero, 2017, pág. 1) se presentaron 987 000 hectáreas sembradas de diferentes alimentos, encontrando todo tipo de productos agrícolas en masa, pero a la par se pueden apreciar otros panoramas en contraste, así como hay abundancia también es exagerado el desperdicio y no solo en la centrales mayoristas, si no a nivel de cosecha o de producto perdido por no comercializarse. En el año 2016 el Departamento Nacional de Planeación -DNP- aplicó un estudio que buscaba encontrar cual era la cantidad de alimentos para consumo humano desperdiciado en cualquier de sus etapas, el total ascendió a 9,76 millones de toneladas equivalente al 34% de la producción total, el sector que más desperdicios registro fue el de frutas y verduras con un 62% del desperdicio total, quiere decir que 6,1 millones de toneladas de fruta fueron perdidas tanto para productores como para distribuidores y consumidores (DNP, 2016, págs. 22-23)

De lo anterior, se desprenden más problemas como la pésima cadena de distribución y cuidado de los productos, la rudimentaria forma de producir sin incidencia directa a desarrollo de calidad o incluso la falta de consumo para algunos productos, que en otros mercados son apetecidos por sus características, un caso propio es el de las frutas colombianas, y particular de las pasifloras, que van en un aumento exponencial en su consumo. Actualmente el mercado internacional de pasifloras está focalizado en el sector europeo, contando con el 95% de la demanda actual de este producto, su destino más recurrente es Holanda con 5728 toneladas importadas en el año 2017 correspondiente al 77% de la demanda mundial tal como lo menciona el Ministerio de Agricultura (Granados & Lara, 2018, pág. 13)

Esto deja entrever que hay mercados como el asiático en donde este tipo de productos son muy apetecidos, no están siendo aprovechados de manera productiva, ya sea por la falta de conocimiento por parte de los productores, o exigencias técnicas que planteen este tipo de mercados además de sus costos logísticos de distribución.

Reconociendo las falencias anteriormente mencionadas el estudio plantea tres focos de investigación dentro de la cadena de valor de la curuba. Factores de producción, factores logísticos y oportunidades existentes en el mercado japonés. Los factores de producción describen las problemáticas que inciden directamente en la capacidad exportadora de este producto, como pueden ser los sistemas de producción local, capacidad y la tecnología aplicada

a esta industria, características biológicas, variables ambientales que ocurren en la siembra y cultivo de la curuba, por ejemplo la región de siembra y sus condiciones, clima óptimo, agentes biológicos, que lo hacen bastante delicado ya que puede contraer cualquier tipo de plaga perjudicial para la salud del ser humano en el caso de las pasifloras, la plaga que más afecta a este tipo de fruta como por ejemplo la *Anastrepha pallidipennis* (Miranda, 2011, pág. 203)

Colombia actualmente cuenta con un sistema de distribución intermedio con carencias en varias fases, esto genera que los costos finales del producto se incrementen, haciéndolos menos competitivos y en el peor de los casos generando gastos extras. Elementos como las normas técnicas requeridas para la exportación, permisos especiales, condiciones legales que normalmente están regidas por el Instituto Colombiano Agropecuario - ICA - en Colombia y el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca – MAFF - en Japón (Procolombia, 2015); además de otros aspectos logísticos como lo son el alistamiento, transporte y distribución inherentes al proceso de internacionalización.

Teniendo en cuenta que hay mercados potenciales que no han sido explotados de la manera más eficiente como lo es el mercado asiático, en donde en los últimos años se ha incrementado el consumo de productos frutícolas como consecuencia de las tendencias de consumo favorables para el bienestar humano. Japón se ha hecho partícipe de esta tendencia, mostrando un incremento del 47% en el consumo de frutas (Procolombia, 2012, p. 1), apreciando este panorama, la exportación del sector frutícola al mercado japonés es muy bajo aun con respecto a su potencial.

Formulación del problema

Conforme a la anterior descripción, la pregunta de investigación que se formula para este proyecto es:

¿De qué manera la puede aprovechar la oportunidad comercial para la exportación de curuba al mercado asiático?

Para dar respuesta a la pregunta, esta se sistematiza de la siguiente manera:

¿Qué factores de producción y comercialización inciden directamente en la exportación de curuba al mercado japonés?

¿Cuáles son los aspectos logísticos necesarios para la exportación de curuba al mercado japonés?

¿Qué variables determinan la aceptación y éxito de la curuba en el mercado japonés?

Objetivos

Objetivo general

Determinar la oportunidad comercial para la exportación de curuba al mercado japonés.

Objetivos específicos

Analizar las variables de producción y comercialización que inciden directamente en la exportación de la curuba al Japón.

Identificar aspectos logísticos fundamentales para el éxito de las exportaciones de curuba al Japón.

Determinar factores relevantes en el comportamiento del mercado japonés para la aceptación y consumo de curuba.

Justificación

Establecer negocios en ramas alternativas con países que comercialmente hay un progreso, impulsan el desarrollo del proyecto, puesto que genera propuestas innovadoras que podrían significar el crecimiento económico del país a través de las exportaciones, lo cual influye en los procesos productivos y logísticos e impulsa un cambio social en distintas regiones y campos que estén dedicados a los procesos de producción y aprovechamiento del sector agrícola.

El sector frutícola en Colombia genera una alta expectativa, muestra de esto es que el gobierno designa recursos tanto intelectuales como económicos para el impulso y desarrollo de la industria agrícola, en especial la hortofruticultura que hace referencia a la producción industrial de frutas, este sector es presentado como un foco de inversión y oportunidad comercial, tomando como base el plan de transformación productiva que busca fortalecer las organizaciones empresariales de los productores; disminuir las brechas en competitividad, producción, comercialización; y posicionamiento sostenible en el mercado internacional. (Colombia productiva, 2017, pág. 1) basados en esto el sector frutícola es un campo de amplias alternativas, el consumo mundial de fruta colombiana esta aumentado debido a sus diferentes características y beneficios a la salud, ejemplo de esto las pasiflora, tales como maracuyá, gulupa, granadilla, badea y curaba cuyo consumo ha ido en aumento en un promedio de 10%, (Minagricultura, 2018, pág. 19) en el año 2014 se exportaban de este producto 5038 millones de toneladas, en el año 2017 se pasó a exportar un total de 7486 millones de toneladas, esto refleja un crecimiento de las exportaciones en un 48,6%, en el caso particular de la curuba se produjeron 16 277 toneladas en 2017, que dentro del grupo de las pasifloras es la que menor costo de producción alcanza, según (Alonso, 2018, pág. 1) afirma que producir un kilo de esta fruta puede variar entre \$ 300 y \$ 500 pesos colombianos, además de que la periodicidad de cosecha se reduce a una semana, lo cual la hace la pasiflora que genera más rentabilidad a sus productores.

Este proyecto busca incursionar con el producto antes mencionado en el mercado japonés, que cuenta con atractivos comerciales que, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, registra que para el año 2017 Japón registro un PIB per capita de 42 831,5 USD, siendo el tercer país asiático en este escalafón, además de ser un país con el que se han adelantado negociaciones desde diciembre del 2012 y que aporta la estrategia de acercamiento a Asia. Japón se selecciona para la exportación de curuba, puesto que es un país que posee una de las economías más grandes a nivel mundial, es el cuarto país más importador del mundo, cuenta con un PIB cercano a los 5070 miles de millones de dólares (Santandertrade, 2019, pág.

1), cabe resaltar también que hoy en día Colombia y Japón tienen una buena relación comercial, a tal punto que está en proceso de firmar un TLC, lo cual beneficiaría a ambos países

Este proyecto también le aporta al programa de negocios internacionales en la búsqueda de nuevas oportunidades para productos que no se están comercializando con el volumen requerido y que son apetecidos en el mercado internacional, además de potenciar el sector agrícola a través de estudios que permitan a los productores pensar en mercados internacionales, cuando la fruta se puede estar perdiendo en cualquier parte de su proceso.

Como futuros profesionales nos aporta un mayor entendimiento de los procesos que se requieren para exportar un producto, así como el conocimiento de los procesos de negociación y condicionantes culturales que se presentan en el contexto de los negocios internacionales.

El alcance de la investigación es determinar la oportunidad comercial que se presenta para el producto en el mercado japonés, se encontraron limitaciones en cuanto a información, ya que la curuba no es la pasiflora que se comercializa más en el contexto internacional.

Marco de referencias

Marco de antecedentes

Para la realización de este trabajo se han revisado diferentes investigaciones publicadas y que hacen referencia a la introducción en mercados internacionales de la curuba como fruta exótica. Si bien no se encontraron referencias al proceso de internacionalización de la curuba, como fruta exótica, se presentaron diferentes investigaciones relacionadas que nos permitieron conocer las oportunidades que representa este mercado, con el fin de generar acciones que permitan impactar en la economía de los agricultores colombianos, de este modo hemos podido conocer las diferentes barreras que se interponían para la debida exportación.

De acuerdo a un estudio desarrollado en la Universidad Militar de Colombia acerca de “propuestas de formulación de estrategias para la exportación de frutas de la familia passiflora en Colombia con base a un modelo prospectivo” (Ducuara, 2017) el principal destino de exportación de la curuba en el año 2017 fue Curazao, país al cual se exportaron un total de 3 158 Kg, seguido de Alemania, al cual se exportaron un total de 348 Kg, cabe resaltar que la exportación total de curuba durante ese año fue de 4 670 Kg, del mismo modo esta investigación resalta que si bien la exportación de curuba no fue tan alta con respecto a otras pasifloras como la maracuyá o la granadilla, los ingresos que esta fruta produjo fueron de más de 20 millones de pesos para el país, lo cual es un índice bastante positivo, pues los costos de producción de la curuba son bajos lo cual asegura un margen alto de comercialización.

Igualmente, un estudio realizado por la Universidad de Guayaquil (Atiencie, Pino, & Astudillo, 2013) resaltan los beneficios que posee la curuba a nivel nutricional, pues es una fruta que contiene una alta dosis de vitamina que son de gran ayuda para el cuerpo humano, vitaminas como la A, B y C, calcio fosforo y zinc. De allí que esta fruta sea tan anhelada y apreciada a nivel internacional, pues no solo su sabor exquisito la hace diferente, sino que también ofrece distintos beneficios para la salud pues esta ayuda a las personas que posean problemas de presión arterial, esto incentiva su compra en los mercados exteriores.

Pues tal y como lo destaco el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA, 2017) en el marco del congreso latinoamericano y mundial de pasifloras , las pasifloras del país colombiano son las más apetecidas en el exterior y es por ello que el ICA de la mano de los productores de pasifloras , sobre todo en la región del Huila que es en donde más se da este cultivo , están trabajando para que hayan buenas prácticas agrícolas sobre este producto, esto con el objetivo de que sigan y cumplan con los requisitos nacionales e internacionales que se exigen para el tratamiento de este tipo de frutas , de este modo que las puedan comercializar sin ningún tipo de problema tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Marco teórico

El marco teórico de la investigación se enmarca en el concepto de internacionalización y su importancia para el sector agrícola, para posteriormente presentar las diferentes teorías de internacionalización y por último seleccionar la teoría de la ventaja competitiva como eje central de la investigación que se abordara a lo largo de la investigación.

La realidad económica de la globalización mueve a las empresas a pensar y actuar en los procesos de internacionalización como eje fundamental de la estrategia de negocio para la orientación y conquista de mercados internacionales, de igual forma la globalización se ha traducido en una creciente integración de los países, que a través de diferentes modelos de integración económica facilitan, por una parte, el aprovechamiento de oportunidades por parte de las empresas para iniciar su proceso de internacionalización y por otro aumentar la competitividad del país en torno al comercio exterior y su aporte al PIB.

Desde este punto de vista la internacionalización puede definirse de acuerdo con Root y Rialp (citado por Trujillo, Rodríguez, Guzmán y Becerra, 2006) como

La internacionalización de la empresa es un fenómeno económico que, desde diversas perspectivas, ha despertado el interés de un gran número de investigadores. Por internacionalización se entiende todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional. (p. 6)

A la luz de los procesos de internacionalización se han desarrollado una serie de teorías, algunas de las cuales se presentan en la tabla 1.

Tabla 1

Teorías de internacionalización.

Teorías	Autor	Año	Fundamentación
Ventaja competitiva	Michael Porter	1987	La ventaja competitividad es uno de los factores más relevantes que influyen en la globalización e internacionalización de los países, Su finalidad es establecer una posición rentable y sostenible frente a las fuerzas que rigen la competencia en la industria. Esta estrategia es una de las más completas ya que se acopla en cada aspecto de nuestro proyecto como los productivos donde cada estrategia genérica de la competitividad como lo es el liderazgo acopla cada factor para su posicionamiento e internacionalización (porter, 1987).

Regionalismo	Rugman	2004	Esta estrategia se está convirtiendo en una tendencia a nivel global, dado que la ubicación de una empresa puede afectar o determinar su competitividad estratégica, por lo cual se debe decidir si compete en todos o muchos mercados globales o si se concentra en varias regiones en particular. (Rugman, 2004)
Competitividad sistémica	Esser	1994	La competitividad sistémica es vista como un sistema que labora conjuntamente para obtener el producto de la interacción entre el estado, las empresas, intermediarios y la organización establecida por la sociedad. Por lo tanto, el término sistémico enfatiza la competitividad debido a que la mide a través de la consecución de objetivos y la interrelación de cuatro niveles: meta, macro, meso y micro (Esser, 1995, pág. 39)
Teoría de la dotación de los factores de producción	Heckscher-Ohlin	1919-1933	Teoría de la dotación de los factores de producción o más conocida como la teoría de Heckscher-Ohlin, el modelo de Heckscher-Ohlin demuestra que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país, la relativa abundancia de los factores de producción, y la tecnología. Es la interacción entre la abundancia y la intensidad con la cual son explotados esos recursos, la fuente de ventajas comparativas. (Trujillo, Rodríguez, Guzman, & Becerra, 2006)
Teoría de enfoque de red	Johansson	1996	Esta teoría está enfocada, en la conexión de diferentes redes para posicionarse en el mercado utilizando diferentes canales para poder llegar a las personas con el objetivo de lograr la interdependencia de las fases para la internacionalización del sector se podría considerar la teoría del modelo en red, no sin olvidar que “Las redes están organizadas por la voluntad de cada agente de participar en relaciones de intercambio con algunos de los demás agentes de la red (Trujillo, Rodríguez, Guzman, & Becerra, 2006)
Ventaja comparativa	David Ricardo	1817	Esta teoría desarrolla la idea de las naciones generan más riquezas, cuando dispones y enfocan sus recursos a fabricar de bienes más productivos y rentables, para su comercialización. Determinando los costes de oportunidad de cada nación y la incidencia directa en los procesos de producción, de esta manera realizar e intercambio de bienes. (Trujillo, Rodríguez, Guzman, & Becerra, 2006)

Nota. Las diferentes teorías abordadas,

Según la investigación realizada en el campo de la exportación de fruta (curuba) se ha llegado a la conclusión que la estrategia que más se adapta al enfoque de esta investigación, es la ventaja competitiva de David Ricardo en la cual describe que un país de orientar su producción a aquellos bienes que representen mayor rentabilidad, a fin de incrementar los

ingresos nacionales vista a financiar la áreas en la cuales el no hay un desarrollo óptimo, o en los sectores en los cuales no hay una ventaja demarcada, en este caso el desarrollo de la actividad de siembra producción y comercialización de frutas Colombia tiene un nivel de producción mayor al de sus homónimo Japón, teniendo claro el sector de especialización podemos afirmar que los costos de oportunidad, orientan a que la industria colombiana apueste por mantener y desarrollar mejor al proceso de producción y comercialización de frutas en este caso específico la curuba, esto debido a que Colombia cuenta con la condiciones y recurso para el desarrollo de esta actividad, en la teoría aborda el concepto de costos en dos esferas, en las cuales expone la capacidad productiva de una nación con respecto a un producto, siendo el punto de partida para definir el grado de rentabilidad presente en una relación de costos de oportunidad vs costos relativos, generando que el desarrollo del comercio internacional, se base en el intercambio de productos especializados o insignia de las dos naciones.

Teoría de la dotación de los factores de producción o más conocida como la teoría de Heckscher-Ohlin, es un análisis muy parecido a la teoría de David Ricardo la ventaja comparativa, donde el modelo de Heckscher-Ohlin demuestra que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país, la relativa abundancia de los factores de producción, y la tecnología. Es la interacción entre la abundancia y la intensidad con la cual son explotados esos recursos, la fuente de ventajas comparativas. (Trujillo, Rodriguez, Guzman, & Becerra, 2006) concluyendo según la teoría de Heckscher-Ohlin podemos afirmar que cada factor utilizado para la comercialización de la curuba se acopla tanto para su exportación a nivel internacional a territorio asiático fortaleciendo su ventaja comparativa ante los competidores directos donde cada principio del modelo tiene un comparativo con los diferentes factores ya sea capital o mano de obra de este se aumentaría su ventaja y lograríamos un posicionamiento a nivel comercial más fuerte dándole un gran peso a la economía nacional, en este caso Colombia podría puntar unos de los mercados más favorables según adaptándonos al modelo Heckscher-Ohlin

Marco legal

En referencia a la temática de la investigación a continuación, las implicaciones y sustento legal que soporta el proceso de exportación de curuba

Tabla 2

Legislación

Tipo	Numero	Fecha	Contenido
LEY	101	1993	<i>se establece que la producción de alimentos será protegida de manera especial por parte del Estado</i>

Decreto	1840	1994	<i>Reglamenta el mencionado artículo y constituye el marco general de la sanidad agropecuaria en el país, establece la responsabilidad del ICA, sus atributos y funciones en materia de sanidad agropecuaria, control de insumos agropecuarios, de recursos genéticos y semillas, así como crea el Sistema Nacional de Protección Agropecuaria (SINPAGRO).</i>
ICA Resolución	448	2016	<i>es responsable de las negociaciones de acuerdos zoonosanitarios y fitosanitarios bilaterales o multilaterales, que permiten la comercialización de los productos agropecuarios en el exterior y sus acciones se orientan a lograr una producción agropecuaria competitiva, Dentro de su legislación, el ICA cuenta también con la certificación en buenas prácticas agrícolas.</i>
Resolución	20009	2016	<i>Establece que toda persona natural o jurídica que posea cultivos vegetales o de otras especies para consumo humano, puede certificar el predio en buenas prácticas agrícolas, siempre y cuando cumpla con el Manual y la lista de chequeo anexa a la resolución.</i>
Resolución	448	2016	<i>Los requisitos para el registro de los predios de productos vegetales para la exportación en fresco, así como el registro de exportadores, y plantas empacadoras. La resolución especifica los requisitos documentales y de infraestructura necesarios para la presentación de las solicitudes las visitas técnicas de verificación, y el trámite para la expedición del registro.</i>
CIS Decreto	539	2014	<i>El certificado de inspección sanitaria es expedido por la autoridad sanitaria del puerto de salida, se emite por lotes de producción o cargamentos, y los trámites se realizan por medio del Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos</i>
HACCP			<i>El importador debe poder probar que alguna agencia gubernamental del país de origen ha controlado dos cuestiones relativas a los establecimientos productores</i>
certificación JAS Reglamento	1830		<i>Todos los alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales extranjeros deben contar con una certificación de “Estándares Japoneses de Agricultura” (Japanese Agricultural Standards),</i>
Ley	233	1947	<i>Sanidad Alimentaria establece el deber de conservación y</i>
CONPES	2847	1996	<i>mantenimiento de un registro, con el fin de darlos a conocer al público. La norma indica los elementos sobre los que las</i>
ICONTEC	1262	1972	<i>empresas alimenticias deben mantener un registro, así como el número de años que deben ser conservados.</i>

Nota. Legislación Colombiana y japonesa

Marco metodológico

La metodología a utilizarse para la investigación será de diseño no Experimental, pues tal y como lo describen (Hernandez, Fernandez, & Baptitas, 2014) la investigación no experimental

“es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables” (p. 152), el objetivo de este proceso será determinar con datos existentes la oportunidad comercial que existe para la exportación de curuba al mercado japonés, sin realizar alteración alguna con respecto a los datos encontrados.

Cabe resaltar del mismo modo que el alcance de la investigación se desarrollara de manera descriptiva, como lo define (Dankhe, 1989), los estudios descriptivos son aquellos que miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, el objetivo de esta investigación es de buscar, explorar y recolectar la mayor cantidad de información pertinente para evaluar los procesos inmersos en la exportación de curuba al Japón.

Para lo cual se basara en un estudio de carácter documental según (Franklin, 1997, pág. 43) “Se deben seleccionar y analizar los escritos que contengan datos de interés relacionados con el estudio, para lo cual es necesario revisar estudios previos, información técnica, normas nacionales e internacionales, bases jurídico-administrativas, diarios oficiales, circulares, oficios, actas de reuniones y todo documento que aporte información relevante a la investigación”, para el proceso de investigación se utilizaran todo tipo de documentos legales, empresariales e informes generales los cuáles serán sometidos a un análisis en el que se definirá su relevancia, las fuentes de información son de carácter secundaria con excepción del caso de la Alcaldía Municipio de Turmequé, que suministrara información de primer grado. Las fuentes de acopio de información se presentan en la tabla 3.

Tabla 3

Fuentes de información

Objetivo	Factor	Descriptorios	Fuente
Analizar las variables de producción y comercialización que inciden directamente en la exportación de la curuba al Japón.	Factor Producción	Producción Anual Modos de producción Problemas de producción	Mincit Minagricultura Alcaldía municipio de turmequé
	Factor comercialización	Características del producto	ICA DANE
Identificar aspectos logísticos fundamentales para el éxito de las exportaciones de curuba al Japón.	Factor Logístico	Modos de transporte Costos logísticos Normas técnicas Legislación aplicable	Mincit Procolombina ICA Agencias de aduanas FAO ICONTEC

Determinar factores relevantes en el mercado para la aceptación y consumo de curuba en Japón	Factor del Mercado	Precios del mercado Tendencias de consumo Perfil Económico Oportunidades Comerciales	JAS Precolombina Mincit OMC MAFF FAO
--	--------------------	---	---

Nota. Elaboración propia

Capítulo 1. Análisis de variables de producción y comercialización de la Curuba

Para dar respuesta al primer objetivo propuesto en la investigación, se recopiló información que permita analizar aspectos concernientes con la producción y la comercialización. Se desarrollará una investigación enfocada en determinar qué factores inciden en la producción y comercialización nacional de la curuba, tomando en cuentas aspectos como la producción, los costos de siembra y la comercialización identificando cada uno de los elementos que intervienen en la cadena productiva de la curuba y su potencial para ser comercializado

Indicadores de producción

De acuerdo con la Federación Colombiana de Productores de Pasifloras – Fedepasifloras (González, 2018) para 2017 se estimó un área cultivada de 21 164 hectáreas, y de acuerdo al comportamiento de los últimos años, se proyecta un crecimiento de 12% durante este año. Mientras que se estima que, al cierre de 2018, la producción se incrementará 6%, alcanzando 241 393 toneladas. En 2017, la producción fue de 227 814 toneladas.

Colombia está en busca convertirse en un especialista en la producción de pasifloras, en el caso específico de algunas como el maracuyá o la gulupa han incrementado su nivel de producción, pero el caso de la curuba según el Minagricultura desde el año 2010 ha mantenido un rango de producción entre las 14 000 y 22 500 toneladas, esto deja ver que a pesar de los incentivos agrícolas desarrollados por agentes del gobierno, el cultivo de curuba no ha registrado un incremento como si otros productos de la familia de las pasifloras como lo registra la tabla 4, en donde se observa que la gulupa paso de vender 7466 toneladas en 2010 a comercializar 24 798,85 en 2018 triplicando la unidades producidas en el 2010, paralelamente la maracuyá aumento un 82% en el mismo periodo de tiempo. La curuba alcanza su mayor nivel de producción sobre el año 2015 con 22 319,05 toneladas cosechadas, posterior a este año la producción no ha presentado un rango cercano, por el contrario, en 2016 declinaron en un 60% y desde entonces los años 2017 y 2018 registra un crecimiento de 4% y el 9% respectivamente.

Tabla 4

Toneladas producidas de pasifloras

	<i>Curuba</i>	<i>Maracuyá</i>	<i>Gulupa</i>	<i>Granadilla</i>
2010	15 887,82	92 928,48	7466	47 891,33
2011	14 266,90	79 458,25	6371	39 074,34
2012	16 154,02	84 545,80	7444,1	37 078,18
2013	21 142,90	94 217,05	6303,6	43 964,44
2014	19 318,76	91 611,05	8231,8	47 964,15
2015	22 319,05	96 185,67	7816,23	54 355,15
2016	13 741,08	119 388,87	15 945,67	42 950,51
2017	14 273,35	138 589,81	20 063,31	38 779,46

2018	15 554,20	169 155,25	24 798,85	47 458,04
-------------	------------------	-------------------	------------------	------------------

Nota: Tabla adaptada con los datos de la base de datos de la Red de Información y Comunicación del Sector Agropecuario Colombiano

Considerando lo anterior se puede afirmar que la producción de gulupa o maracuyá es más rentable que la de la curuba, por tal motivo se intensificó su nivel de producción, en los últimos ocho años los cultivos de siembra de gulupa pasaron de 936 hectáreas sembradas en 2010 a 2716 hectáreas en 2018 (Granados & Lara, 2018), lo cual sería la razón clara del aumento de producción triplicando sus resultados, la maracuyá por su parte incrementó su cultivo a 12 365 hectáreas un 66% crecimiento con respecto a los cultivos del 2010, en conjunto centrando su producción en el departamento de Antioquia, paralelamente la curuba también desarrolla un crecimiento de hectáreas sembradas, paso de plantarse 1721 hectáreas a 2360, a pesar de que genera un crecimiento en área sembrada no es tan significativo como el de su familia, puesto que su relación de crecimiento solo hace referencia al 37% en el mismo periodo.

Para el 2018 la curuba divide sus principales plazas de producción en 7 regiones como lo muestra la tabla 5, que según estadísticas del Ministerio de Agricultura registradas en la Red de Información y Comunicación del Sector Agropecuario Colombiano (Minagricultura, 2019), presentan al departamento de Boyacá como el responsable del 73,79% de la producción nacional de curuba, esto debido a la ventaja por ubicación de este departamento en las altiplanicies sobre la cordillera oriental, las cuales presentan todas las condiciones óptimas para la producción de curuba, terrenos por encima de los 2000 metros sobre el nivel del mar y con temperaturas húmedas entre los 16° y 18° vitales para el crecimiento ideal de la curuba (Alonso, 2018)

Tabla 5

Producción por departamentos 2018

Departamento	Producción (ton)	Rendimiento (ha/ton)	Producción Nacional (ton)
Boyacá	11 477,60	11,56	73,79%
Cundinamarca	938,10	14,96	6,03%
Huila	657,50	6,32	4,23%
Nariño	26,00	5,10	0,17%
Norte de Santander	1974,00	11,96	12,69%
Santander	73,00	6,35	0,47%
Valle del cauca	408,00	9,83	2,62%

Nota: Tabla adaptada con los datos de la base de datos de la Red de Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural

Costos de producción

El informe realizado por MinAgricultura los costos de producción de maracuyá por hectárea sumaron \$ 841 174 COP en 2017 (Granados & Lara, 2018), la gulupa por su parte registro

costos tres millones por tonelada, los costos de la curuba relacionados al detalle en la tabla 6 especifican cada uno de los costos de los elementos para la plantación de 1 hectárea de curuba, basados en la información de registro del centro de fomento agropecuario del municipio de Turmequé.

Tabla 6

Costos de producción una hectárea de curuba (ciclo anual)

<i>Actividad</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>
<i>Preparación del terreno</i>	<i>Hora tractor</i>	4	35,000	140,000
<i>Trazado</i>	<i>Jornal</i>	4	35,000	140,000
<i>Construcción de espaldera y tutorado</i>	<i>Jornal</i>	17	35,000	595,000
<i>Ahoyada y Siembra</i>	<i>Jornal</i>	53	35,000	1,855,000
<i>Colgada y amarre</i>	<i>Jornal</i>	12	35,000	420,000
<i>Poda de formación y mantenimiento</i>	<i>Jornal</i>	22	35,000	770,000
<i>Control de arvenses y ploteo</i>	<i>Jornal</i>	20	35,000	700,000
<i>Fertilización edáfica y foliar</i>	<i>Jornal</i>	19	35,000	665,000
<i>Control de plagas y enfermedades</i>	<i>Jornal</i>	20	35,000	700,000
<i>Mantenimiento de espaldera</i>	<i>Jornal</i>	10	35,000	350,000
			Total	6,335,000
<i>Insumos</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>
<i>Análisis de suelos</i>	<i>Unidad</i>	1	120,000	120,000
<i>Plántulas</i>	<i>Unidad</i>	1000	1,000	1,000,000
<i>Calculus</i>	<i>Bulto</i>	10	25,000	250,000
<i>Fibra</i>	<i>Rollo</i>	2	12,000	24,000
<i>Materia orgánica</i>	<i>Bulto</i>	80	15,000	1,200,000
<i>Fertilizante edáfico</i>	<i>Bulto</i>	12	80,000	960,000
<i>Fertilizante foliar</i>	<i>Litro</i>	9	15,000	135,000
<i>Fungicidas</i>	<i>Kilo/litro</i>	18	35,000	630,000
<i>Insecticidas</i>	<i>Kilo/litro</i>	9	15,000	135,000
<i>Postes</i>	<i>Unidad</i>	1000	7,000	7,000,000
<i>Estacones</i>	<i>Unidad</i>	60	3,000	180,000
<i>Alambre calibre 12</i>	<i>Arroba</i>	5	90,000	450,000
<i>Grapas</i>	<i>Caja</i>	4	7,000	28,000
			Total	12,112,000
<i>Otros</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>
<i>Alquiler del terreno</i>	<i>Hectárea/año</i>	1	1,400,000	1,400,000
<i>Asistencia técnica</i>	<i>Día</i>	4	100,000	400,000
			Total	1,800,000
	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>
<i>Cosecha (recolección selección empaque)</i>	<i>Jornal</i>	30	35,000.00	1,050,000
			Total	1,050,000
Total, costos de producción anual				21,297,000

Nota: fuente centro de desarrollo rural alcaldía de turmequé, elaboración propia, Boyacá

En condiciones normales el municipio es capaz de producir 2300 toneladas por hectárea al año esto demuestra que los costos de producción de la curuba son relativamente bajos en comparación con sus familiares, según los datos estimados de la producción por parte de la Alcaldía de Turmequé los costos de producción de una tonelada de curuba pueden variar entre \$10 000 y \$30 000. Por lo tanto, no se puede asegurar que el estancamiento productivo actual de la curuba se deba a los costos de producción

Indicadores comerciales

En Colombia la comercialización de frutas o productos agrícolas está supeditada a las condiciones externas del mercado como lo pueden ser factores como el clima, la infraestructura en conjunto con aspectos directos como son el nivel de cosecha producida y la relación de oferta y demanda de los mismos. El mercado nacional de la curuba presenta una fluctuación determinada principalmente por su volumen de cosecha, que hasta el momento no se han investigado o identificado herramientas que permitan afectar el calendario de producción actual de la curuba, por tal motivo la oferta del producto es estacionaria. Según la figura número uno, da entender que durante el último semestre del año el precio de la curuba tiende al alza esto como resultado de que la cosecha durante estos meses es mínima con respecto al primer semestre, en el cual se presenta la temporada de bonanza, donde la producción puede generar entre cuatro o cinco veces más de lo que se produce a final de año, es entre agosto o septiembre que se presenta la cúspide de la cresta de precios muestra de esto es que en el año 2018 en el mes de septiembre el precio del kilo de curuba a nivel nacional (Dane, 2018) superó la barrera de los \$2 000 registrando un precio de \$2 015,44 una cifra que no se había presentado anteriormente pero que responde al comportamiento natural del ciclo de precios de la curuba.

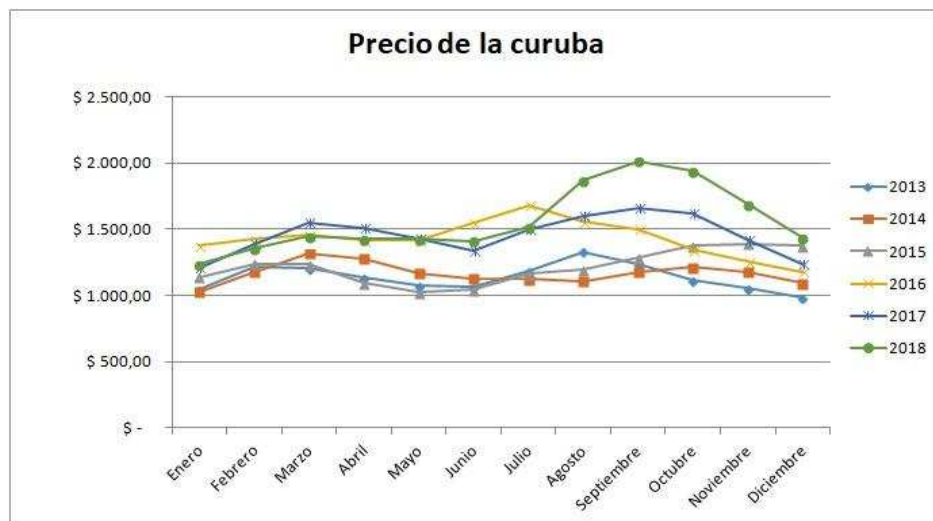


Figura 1. Precio de la curuba, (Dane, 2018)

A nivel internacional el precio de la curuba como puede apreciarse en la figura 2 no presenta un comportamiento tan uniforme, como lo son los precios a nivel nacional, caso contrario puede que en cualquier momento del año puede alcanzar la cúspide de precios, y pese a que la información (Legiscomex, 2018), exhibe que hay tres picos en el año independiente de la cosecha y de manera cuatrimestral, los flujos del 2018 presentaron dos variaciones superlativas a los demás años en los meses de abril y septiembre, el precio del kilogramo de curuba para exportación fue de 11,61 y 14,55 USD respectivamente, a diferencia de los tres años anteriores a este que la curva de precios se mantuvo dentro de un rango de 2,5 USD como mínima y una máxima de 7 USD, lo que deja entrever que a nivel de variación en el precio para exportación de la curuba depende de la demanda ocasional.

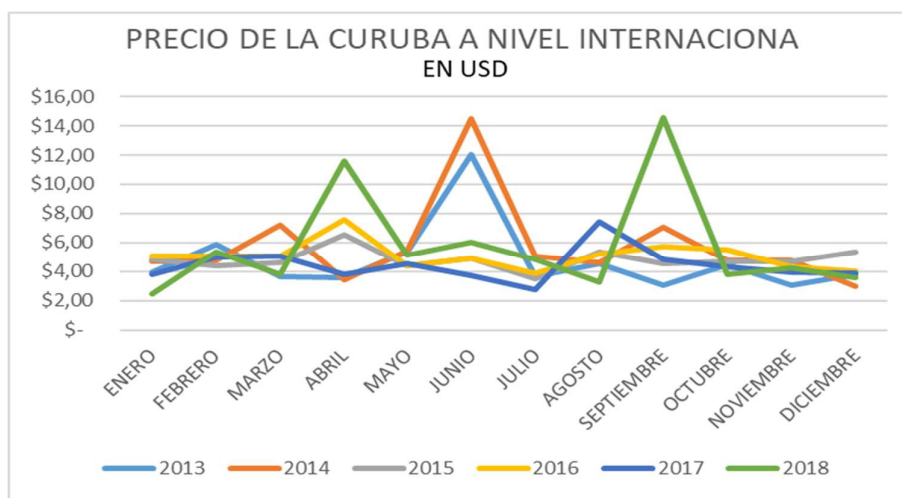


Figura 2. Precio de la curuba de exportación, (Legiscomex, 2018)

Exportaciones

El mercado internacional ha registrado un crecimiento con respecto a la comercialización de frutas exóticas, a nivel mundial se acrecentado la demanda de este producto, y respuesta a esto el gobierno de Colombia ha desarrollado programas que incentivan la producción orientada a las exportación, el caso de la maracuyá y la gulupa son claros ejemplos de esta tendencia, durante el año 2013 se exportaron más de tres millones de kilos de gulupa cifra que casi se triplica al año 2018, la maracuyá en el mismo periodo de tiempo duplicó sus exportaciones hasta registrar 218 397.8 kilogramos exportados, según tabla 7 para el caso de la curuba si bien no manejo las mismas cantidades en el periodo de estudio tuvo un aumento del 64% exportando en 2018 3442.5 kilogramos más que en 2013, relacionando el nivel de producción con las cantidades exportadas se ve que solo se coloca en el mercado internacional el 0.06% de la producción total de la curuba, razón por la cual se podría afirmar que es un producto con una oferta considerable con miras a mercados internacionales.

Tabla 7

Exportaciones de pasiflora

<i>Año</i>	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Curuba</i>	5437.75	4151.96	5928.71	5678.03	5026.54	8880.29
<i>Gulupa</i>	3 319 364.45	3 861 638.09	5 447 057.32	6367222	6587457.61	8 109 008
<i>Maracuyá</i>	106 387.51	92 850.68	114403.8	159550	171107.61	21 8397.8

Nota: Tabla adaptada con los datos de la base de datos de la legiscomex –t (2019)

Pese al poco afluente de exportaciones que tiene la curuba esta tiene presencia comercial en varios lugares del mundo, los principales destinos de exportación de curuba colombiana según su valor FOB en el periodo de estudio, expusieron los países más rentables para la exportación de curuba, sobresaliendo las naciones del continente europeo que en 2014 se consolidaron como grandes importadores, países como Portugal que registraron importaciones de curuba el valor de \$ 10 180,22 USD ese año, de igual manera Holanda, Reino Unido, Alemania, Francia y España realizaron importaciones que sumaron un de total 5639,07 USD, esto podría ser un resultado de la firma del acuerdo de libre comercio entre Colombia y la Unión Europea (UE), se puede apreciar claramente en la figura 3 que países como Rusia, Canadá, Aruba y Curazao desarrollaron un interés por la importación de esta fruta exótica, a 2018 se registraron exportaciones a estos destinos por un valor de 18 040,29 USD, dejando ver la factibilidad o potencial que ha desarrollado la curuba en los últimos años, manteniéndose en mercados como el de la Unión Europea e ingresando a nuevas plazas como Rusia, Curazao y Canadá.

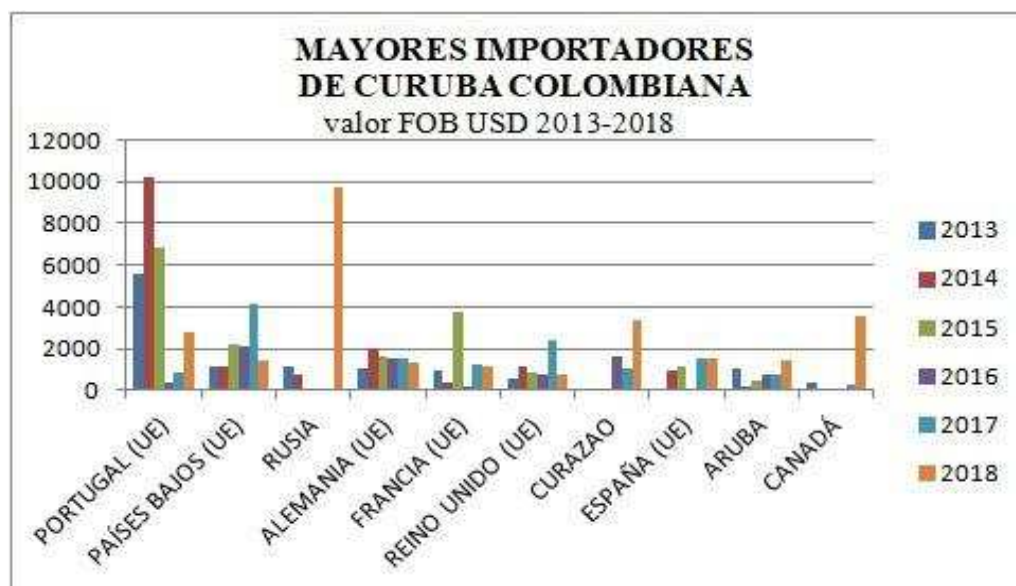


Figura 3. Mayores importadores de curuba colombiana, (Legiscomex, 2018)

A nivel cantidad la perspectiva no denota grandes cambios con relación a los precios de la exportaciones de curuba como se puede apreciar en la figura 4 la tendencia continúa Rusia es el que más tonelada importo en el año 2018 con un total de 1,9 toneladas seguido de curazao con 1.4 toneladas, los países de la Unión Europea importaron alrededor de 2,9 toneladas, cabe destacar que ni en cantidades como en precios tiene un participación relevante algún país perteneciente al continente asiático, según legiscomex a 2018 solamente se exportaron 209 kg de curuba enmarcado 4 destinos Malasia 135 kg, Singapur 39 kg, China 20 kg y Hong Kong 15 kg, todas esta importaciones por un precio de 1081.69 USD, lo cual permite apreciar el grado de rentabilidad de un mercado que no se explotado en su totalidad y que puede ser una potencial oportunidad para la exportación de curuba como expuso Flavia Santoro presidente de Procolombia (citado por González, 2018).

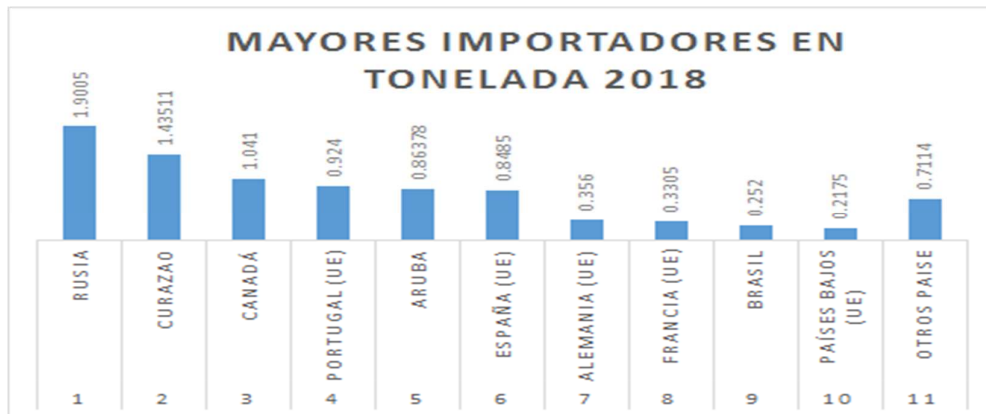


Figura 4. Mayores importadores por cantidad (Legiscomex, 2018)

Partiendo de los análisis anteriores se puede deducir que Colombia tiene a nivel del producto objeto de la investigación una ventaja competitiva, sea por la cantidad de producción o sus costos, si bien hay que factores que deben buscar una mejorar, son variadas las fortalezas que pueden ayudar al desarrollo del sector productivo.

Capítulo 2. Aspectos logísticos necesarios para la exportación de curuba al mercado japonés

Con el fin de dar respuesta al segundo objetivo contemplado en la investigación, se recolectó información con el fin de identificar el proceso logístico para la exportación curuba. Se buscará realizar un estudio en distintos planos de la logística, como lo son el proceso de aprovisionamiento y los factores de distribución física internacional, tomando en cuentas aspectos como costo, modos de transporte, almacenamiento y conservación del producto, requisitos legales y extralegales que hacen parte de la cadena de distribución comercial, con el objetivo de identificar, posibles oportunidades y/o mejoras en el proceso de exportación de curuba al Japón.

Logística de aprovisionamiento

Según el autor J.F. Magee define la logística como el traslado de los materiales o productos de su fuente de origen hasta un destino (Magee, 1968, págs. 3-6) basados en esta afirmación podemos deducir que el proceso de aprovisionamiento comprende todas la actividades requeridas para abastecimiento orientado a sus posterior direccionamiento a mercado internacionales, en el caso de la curuba podemos afirmar que las empresas que desarrollan la actividades comercialización a nivel internacional, no son productoras directas, si no que se abastecen de producto para llevar a cabo este ejercicio, el 95% de la exportaciones de curuba tiene como puerto de origen Bogotá, esto debido a la capacidad logística con la que cuenta el aeropuerto internacional el dorado, a la par su ubicación centrada con respecto a las plazas de producción. Todos estos procesos desarrollan distintos elementos, orientados a cumplir con los estándares de calidad respectivos.

el proceso de aprovisionamiento tiene su génesis, producto de la fase de cosecha de la curuba, posteriormente será sometida a una clasificación de las unidades según sus características de calidad como lo pueden ser factores tales como tamaño y el color (Icontec, 1979) el siguiente paso en la cadena se encuentra relacionado con su modo de transporte y almacenamiento de la misma, que en el caso de la curuba debe velar por mantener una temperatura ambiente de 20° centígrados o refrigerado 8°-10° centígrados , en donde la curuba posee un tiempo estimado de duración a estas temperaturas de dos semanas aproximadamente y dentro de la cual la curuba no tiene una pérdida de peso tan considerable ni presenta daños severos. (Bautista & Sanhes, 1995)

Seguido a esto y una vez elegido cuáles son los productos que cumplen con los requisitos mínimos necesarios y teniendo en cuenta la temperatura a la cual el producto debe estar expuesto para su debida conservación , es vital resaltar los aspectos fundamentales como lo

son el empaquetado para la protección del producto y que este no pierda su forma y siga teniendo los estándares de calidad para su debida comercialización y posterior consumo y el rotulado , el cual contendrá la información necesaria respecto a la curuba en cuanto al peso del producto y los nutrientes que esta fruta posee.

Según la norma técnica colombiana 1262 (Icontec, 1979) el empaquetado apropiado para la curuba deberá ser en un empaque rígido , la cual puede estar hecha de madera , cartón , plástico rígido o una combinación de las tres , con una capacidad máxima de 12 kilogramos , esta no puede poseer ningún tipo de relleno por dentro , esta deberá poseer una zona de aireación adecuada para el producto y que no le ocasione ningún tipo de daño a la fruta , la norma técnica asimismo prohíbe el uso de empaques que con anterioridad hayan contenido otro tipo de productos.

Con respecto al rotulado que deben poseer los empaques , el ICONTEC resalta que estas se deberán hallar a un lado del empaque , de forma legible a simple vista , redactadas en el idioma español y en otro idioma si las necesidades de comercialización así lo exigen , para este caso en concreto el otro idioma a utilizarse será el japonés , las exigencias mínimas que exige esta norma técnica con respecto a la información que deberá de colocarse en el rotulado son : - Procedencia y fecha de empaque , - Nombre o marca del productor o vendedor , - Calidad del producto y por último deberá poseer el peso (masa) neta en unidades del sistema internacional requerido. Este deberá estar en color rojo, vendrá pegado al empaque, el cual podrá variar dependiendo de la calidad del producto en sí.

Igualmente , a nivel nacional es vital resaltar que la empresa que quiera realizar la debida exportación de este tipo de fruta tendrá que cumplir con los requisitos mínimos exigidos necesarios los cuales expide el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA, 2016) mediante la resolución 448 del 2016 la cual establece el derecho y los permisos para proceder con el proceso de exportación , así mismo establece que el ICA antes de conceder los permisos , realizará una visitas en donde la institución podrá establecer si la empresa en sí cuenta con las condiciones necesarias para realizar o no la exportación , posterior a esto se deberá de realizar el registro de origen del respectivo producto , en ella se expondrá la información básica con respecto a la empresa y el producto el cual desea exportar.

Con respecto a la normativa a nivel internacional , la norma por la que se basan gran parte de los países es la norma (Codex, 2014), la cual es desarrollada por la Organización Mundial de la Salud , en conjunto con la organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO) , dentro de las cuales imponen ciertos requisitos con los que debe cumplir la curuba para ser aceptada para el público en general , dentro de los requisitos mínimos más

importantes que nombra la norma (Codex, 2014) se encuentra que la fruta debe estar entera , presentar una apariencia fresca , estar exentas de plagas y daños causados por ellas , exentas de cualquier olor o sabor extraño y tienen que poseer una consistencia firme , todos estos requerimientos son exigidos con el fin de que no haya problemas al momento de querer entrar el producto hacia otro país.

Requisitos de importación Japón

Japón a lo largo del tiempo se ha caracterizado por poseer la más alta calidad sanitaria, donde su régimen de cuarentena es uno de los más estrictos del mundo, su proporción de autosuficiencia alimenticia de Japón es sumamente baja y, en realidad, por lo menos el 40% de los alimentos consumidos en Japón son importados. De esta manera, existen una serie de requisitos donde los exportadores de productos agroalimentarios a Japón deben tener en cuenta para exportar a este mercado

Todas las frutas, hortalizas y tubérculos importados están sujetos al cumplimiento, tanto de la Ley de Cuarentena como de la reglamentación sobre la sanidad de los alimentos food sanitación law (Japon, 1947), entre 1989 y 1991 (llamado el tiempo de liberalización), Japón importó menos de 1,5 millones de toneladas de frutas frescas. Sin embargo, la eliminación de algunas restricciones llevó a un aumento al día de hoy en las importaciones en un rango de 1,55 a 1,80 millones de toneladas, así mismo Japón importa una gran variedad de frutas frescas donde podemos encontrar desde plátanos hasta uvas y piñas, abriendo su mercado a frutas exóticas como es el caso de la passiflora mollisima

Documentos requeridos para ingreso de mercancías

Factura Comercial debidamente firmada por el transportista, que contenga (Procolombia, 2012):

- Descripción exacta de la mercancía
- número de paquetes
- tarifas de Aduanas según nomenclatura de Bruselas
- Señales, Códigos, cantidad, valor, lugar, fecha, destinatario, nombre del consignatario, condiciones para el pago y símbolos de registro del avión.
- Lista de empaque.
- Certificado de origen, expedido y certificado por la Cámara de Comercio local.

El envío de mercancías a Japón, tiene una que otras restricciones por ejemplo a través Courier Internacional están restringido por peso y tamaño, se necesitará de un manejo especializado si difieren del establecido.

Tamaño.

- Longitud 118 cm (46 pulgadas).
- Ancho 88 cm (31 pulgadas).
- Altura 120 cm (47 pulgadas).

Peso.

- Máximo Peso por envío 100.000 Kg (220.460 libras)
- Máximo peso por pieza 50 kg (110 libras)

Japón maneja diferentes costos transfronterizos y procedimientos relacionados con la exportación de un embarque estándar de mercancías, donde Cada procedimiento oficial se registra comenzando desde el acuerdo final entre las dos partes y terminando con la entrega de las mercancías donde podemos observar en la referencia de abajo sus costos y procedimientos.

Tabla 8

Indicadores de comercio transfronterizo

Indicador	Japón	OCDE
Tiempo para exportar: Cumplimiento fronterizo (horas)	23	12
Costo para exportar: Cumplimiento fronterizo (USD)	265	150
Tiempo para exportar: Cumplimiento documental (horas)	3	4

Nota: (Procolombia, 2018)

Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria**Embalaje**

Japón aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de abril de 2007, la medida recae en:

- Pallets
- Estibas
- Bloques
- Cajas
- Demás empaques y embalajes de madera.

Donde la norma NIMF-15, se refiere a las medidas fitosanitarias aprobadas que disminuyen considerablemente el riesgo de introducción y dispersión de plagas a través del embalaje de madera consisten en el uso de madera descortezada (con una tolerancia especificada para la corteza restante) y en la aplicación de tratamientos aprobados (FAO, 2009)

Etiquetado

A parte de sus legislaciones pertinentes Japón maneja un conglomerado de leyes para sus Sistemas de certificación y etiquetado estándar japonés para productos agrícolas, forestales y ecológicos denominado ley JAS, donde ha entrado en vigor a partir del 1 de abril de 2001. La ley de JAS promulgada se basa en las directrices del Código para la agricultura orgánica. En virtud de la nueva ley todos los productos etiquetados como orgánicos deben ser certificados por una organización de certificación registrada (OCR) y mostrar el logotipo de JAS, así como el nombre de la OCR.

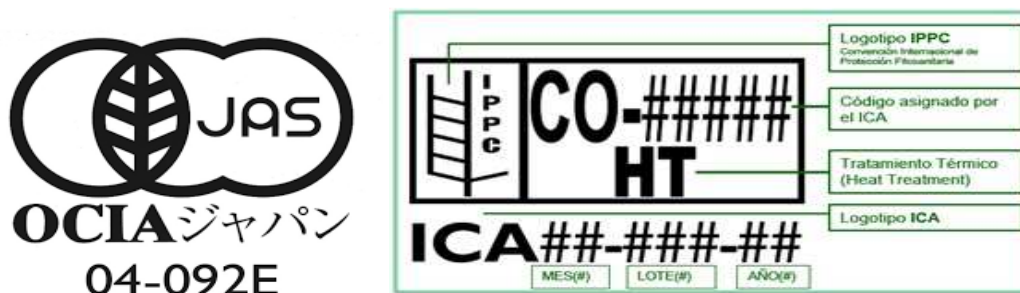


Figura 5. Etiquetas ecológicas (ICA, 2018)

Inspección del régimen fitosanitaria

Estas inspecciones se realizarán una vez los bienes ingresen a los sitios específicos de llegada donde personal altamente calificado realizara su inspección a seguir para dar tanto el visto bueno o malo de dicha mercancía. Si la inspección no detecta infección, se otorga un Certificado de Inspección del Plan de Cuarentena, citando que el producto ha pasado la inspección. Si se detecta infección, los bienes serán fumigados, quemados o devueltos a su país de origen.

Una vez recibido el certificado emitido por el Plan de Cuarentena que indica que el producto ha pasado la inspección, el importador debe remitir el formulario sobre Información de Alimentos Importados al Ministerio de Salud y Bienestar, para su revisión en uno de los treinta laboratorios de cuarentena autorizados. El funcionario correspondiente revisa la información allí contenida y puede solicitar documentos que prueben la sanidad del alimento tales como las tablas de ingredientes.

En el caso de los productos frescos, tienen un proceso más detallado donde se examinan los residuos de pesticidas, aditivos y radiación residual.

Legislación MRL (Límite Máximo de Residuos), Esta disposición legal desarrolla la modificación de la ley de Sanidad Alimenticia N° 55/ 2003, que simultáneamente aprobó la nueva reglamentación sanitaria para el control de los límites máximos de residuos de productos

químicos (plaguicidas, pesticidas, aditivos, sustancias para tratamientos veterinarios, piensos) en los alimentos, es decir, la denominada “lista positiva”.

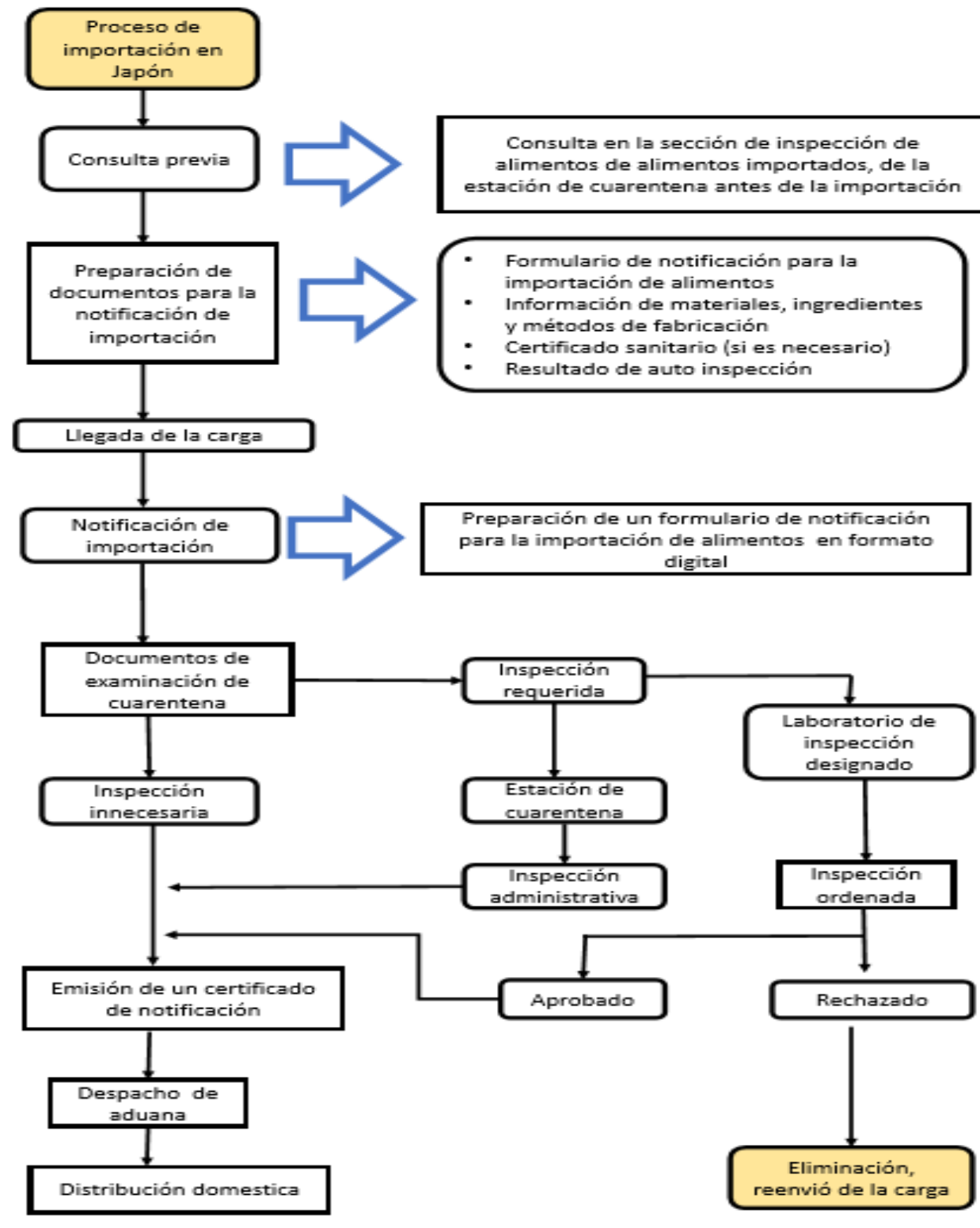


Figura 6. Proceso de importación (Ministry of health, s.f.)

Acceso marítimo para exportar a Japón

El país cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 150 puertos y sub puertos distribuidos a lo largo de su territorio. Entre los complejos portuarios más destacados se encuentran Kobe, Osaka, Tokio, Yokohama y Nagoya, considerados como los principales puntos de acceso hacia el territorio japonés.

Desde la costa atlántica no existen navieras con servicios directos. La oferta se complementa con 32 rutas en conexión ofrecidas por 7 navieras con tiempos de tránsito desde los 25 días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá, Jamaica, China, Corea del Sur, Bélgica, Hong Kong, Perú, Japón y México.

Desde Buenaventura hacia los puertos de Japón, existen servicios directos ofrecidos por 8 navieras. La oferta se complementa con 27 rutas, ofrecidas por 8 navieras, con tiempos de tránsito desde 25 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, Bélgica, China, Corea del Sur, Hong Kong, Perú, Japón y México.

Tabla 9

Aerolíneas

Aerolíneas	conexiones	frecuencia	tiempo de transito
YOKOHAMA	Cartagena	Mazanillo - Panama, Balboa-Panama	25
	buena ventura	Directo	20
	barranquilla	Mazanillo - Panama, Balboa-Panama Mazanillo -	26
	santa marta	Panama, Balboa-Panama	47
KOBE	Cartagena	Mazanillo - Panama, pusan busan - corea(sur)	28
	buena ventura	balboa - panama, yokohama - japon	28
	barranquilla	kingston - jamaica, shanghai - china	37
	santa marta	Mazanillo - Panama, Balboa-Panama	51
NAGOYA	Cartagena	Mazanillo - Panama	36
	buena ventura	Mazanillo - panama, tokio - japon	28
	barranquilla	Mazanillo - Panama, balboa - panama	42
	santa marta	Mazanillo - Panama, Balboa-Panama	46
OSAKA	Cartagena	Mazanillo - Panama	47
	buena ventura	Mazanillo - panama, tokio - japon	46
	barranquilla	Mazanillo - Panama, balboa - panama	40
	santa marta	Mazanillo - Panama, Balboa-Panama	51
TOKIO	Cartagena	Kingston - Jamaica, Shanghai - China	60
	buena ventura	Callao - Perú	29
	barranquilla	Kingston - Jamaica, Shanghai - China	60
	santa marta	- - -	-

Nota Aerolíneas, (Procolombia, 2018)

Según con los respectivos tiempos y frecuencias de transporte es preferible transportar la mercancía por el puerto de buena ventura directamente a Japón donde los costos son más económicos y el tiempo de llegada por la vía marítima.



Figura 7. Ruta marítima, (Procolombia, 2018)

Acceso aéreo para exportar a Japón

La infraestructura aeroportuaria de Japón está compuesta por un total de 175 aeropuertos distribuidos a lo largo del territorio insular y garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Por los que se ofrecen servicios internacionales desde el Aeropuerto Internacional de Fukuoka, Aeropuerto Internacional de Osaka,

- el Aeropuerto de Hiroshima
- el Aeropuerto internacional de Kansai
- el Aeropuerto Internacional de Tokio
- Narita Airport
- el Aeropuerto internacional Haneda

Sin embargo, los complejos aéreos de Aeropuerto internacional de Kansai, Aeropuerto Internacional de Tokio - Narita Airport y Aeropuerto internacional Haneda son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

Tabla 10.

Aerolíneas prestadoras de servicio a Japón

Aerolíneas	conexiones	frecuencia
American Airlines	Miami - Estados Unidos New york - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Avianca	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO

Lufthansa	Frankfurt - Alemania, Frankfurt - Alemania, Singapur - Singapur Frankfurt - Alemania, Tokio - Japón	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Cargo lux	Luxemburgo - Luxemburgo VI, DO Luxemburgo - Luxemburgo, Komatsu - Japón VI, DO British airways Miami - Estados Unidos, Londres - Reino Unido	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO

Nota: (Procolombia, 2018)

Transporte interno de Japón

Japón, situado en el Océano Pacífico, al noreste de Asia, está formado por cuatro grandes islas Hokkaido, Honshu, Shikoku y Kyushu. La superficie total de su territorio es de 377,835 km². Posee una infraestructura de transporte desarrollada. Está compuesta por una red de carreteras de 1.196.999 Km, de los cuales 949,101 Km se encuentran pavimentados. La red ferroviaria tiene una extensión de 23.474 Km, la cual permite el desplazamiento y movilización de pasajeros, y de carga, a lo largo del territorio japonés.

Pero cabe decir que Japón posee unas vías de transporte interno muy complejas, se deben plantear estrategias ya sea corto mediano y largo plazo para economizar costos en su transporte de mercancía al punto de destino en la distribución se aplica el famoso “just in time” para mejorar los tiempos de entrega a cada destinatario. (Procolombia, 2012)

Capítulo 3. Factores relevantes en el comportamiento del mercado japonés para la aceptación y consumo de curuba

Este espacio del trabajo está dedicado a describir los aspectos por los cuales la curuba tiene una potencial exportación basándonos en características de mercado objetivo en este caso Japón, detallando rasgos homogéneos e idóneos para el desarrollo de la oportunidad exportadora, dentro de los cuales analizaremos factores económicos y sociales, como lo pueden ser niveles de ingreso, tendencias de consumo y balanza comercial, a fin de interpretar las preferencias de los consumidores, y definir la predilección de la curuba como oportunidad de exportación al mercado japonés.

Colombia y Asia

Colombia y su relación con el mercado asiático presentan grandes incógnitas y a la vez grandes oportunidades, en los últimos años se ha buscado un acercamiento comercial, por medio de diferentes estrategias, ya sea estableciendo acuerdos con naciones que busque el mismo objetivo, ejemplo de esto es el acuerdo de alianza del pacífico que se planteó como objetivo desarrollar una plataforma de integración económica y comercial con una proyección hacia la región Asia-Pacífico (OEA, s.f.). Adicional a esto Colombia ha venido incrementado sus flujos comerciales al mercado asiático, como lo deja ver el segundo destino de las exportaciones colombiana dirigidas a Asia es Japón hasta el año 2013, en el año 2012 las partes mencionadas iniciaron formalmente el desarrollo de un estudio conjunto para establecer un acuerdo de asociación económica, negociación que se enmarca bajo estrategia de acercamiento a Asia que ha venido desarrollando el Gobierno Nacional (Mincomercio, 2018)

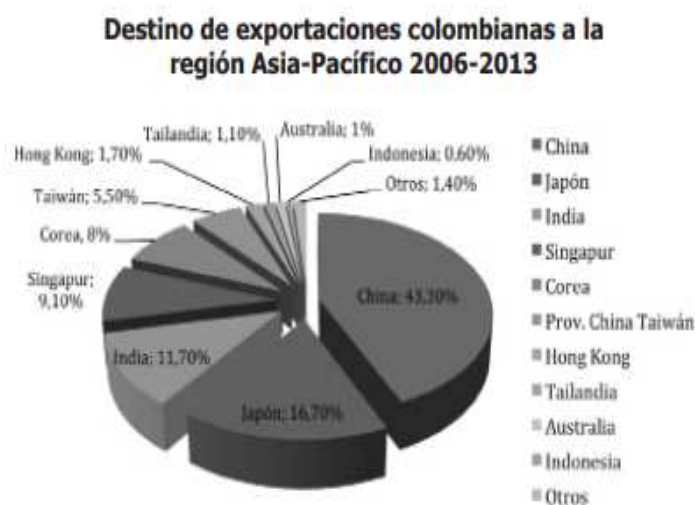


Figura 8. Colombia en Asia, (Tremolada, 2014)

Japón

Japón es un país del continente asiático, con una superficie de 377.973 Km², su idioma oficial es el japonés, con una población de 126.529.100 millones de habitantes y un PIB per cápita que para el año 2018 fue de 41.340 USD (Banco Mundial, 2019). Es uno de los países que actualmente cuenta con una de las economías más grandes a nivel mundial, este es el tercer país más estable a nivel económico, detrás de los Estados Unidos y China, para el año 2018, tuvieron un PIB total de 4.872 billones de dólares (Banco Mundial, 2019), lo que representó que fueran uno de los PIB más altos durante este año a nivel global, dejando ver la capacidad adquisitiva es bastante amplia, cabe resaltar también que son un país que durante los últimos años también han ampliado sus importaciones, pues según un informe realizado por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX, 2018) las importaciones del Japón aumentaron en un 14.03% en el año 2017 con respecto al año 2016, esto significa que año tras año el país asiático está ampliando sus mercados a nivel mundial, rompiendo las barreras comerciales, haciendo así efectivo la entrada de productos extranjeros a su territorio con mayor frecuencia y de manera más abultada que años anteriores.

Acuerdos comerciales

Japón actualmente ha establecido 17 acuerdos comerciales como lo muestra la figura 9, donde podemos apreciar que su focalización es principalmente en el sudeste asiático, donde tiene acuerdos de asociación económica entre Japón los Estados miembros las Naciones Asiáticas del Sudeste (ASEAN) que entró en vigencia en 2008. Paralelamente desarrolló un vínculo comercial de manera individual con cada uno de los países miembro, el distintivo acuerdo de EEUU con Japón va enfocado en permitir aumentar las exportaciones del sector agrícola hacia Japón, donde EEUU abrirá por un valor de 7.000 millones de dólares en otros mercados incentivando la inversión en Japón, en concreto, señaló que Japón es el principal comprador de carne vacuna estadounidense por un valor de 2.000 millones de dólares anuales, y este acuerdo permitirá a EEUU competir en Japón frente a las exportaciones de países de la Unión Europea y del área del Pacífico, donde este acuerdo evita el aumento de los aranceles estadounidenses a los automóviles japoneses, cabe decir que este acuerdo tiene un gran impacto para la economía de ambos países (OMC, 2019).

El acuerdo APEC es un mecanismo de cooperación de carácter gubernamental, una de sus peculiaridades es su informalidad y el alto nivel de quienes definen las políticas a largo plazo, la APEC opera con base en el consenso, los miembros conducen sus actividades y programas de trabajo con base en un diálogo abierto y la igualdad y respeto a los puntos de vista de todos los participantes. (APEC, 2019) Sus objetivos primordiales mantener el crecimiento constante de

la región y el desarrollo económico, contribuir al crecimiento económico a nivel mundial, reforzar y aprovechar los beneficios de dicho crecimiento, fortalecer el sistema multilateral de comercio y reducir las barreras al comercio de bienes y servicios y a los flujos de inversión.

A nivel de Sudamérica sólo ha establecido dos acuerdos, bajo el marco de la APEC se buscó la conformación de un acuerdo bilateral de asociación económica que se hizo realidad en el año 2007 con Chile el primer acercamiento comercial de Japón a Sudamérica, posteriormente Perú estableció organizar un acuerdo bilateral que comprende una zona de libre comercio.

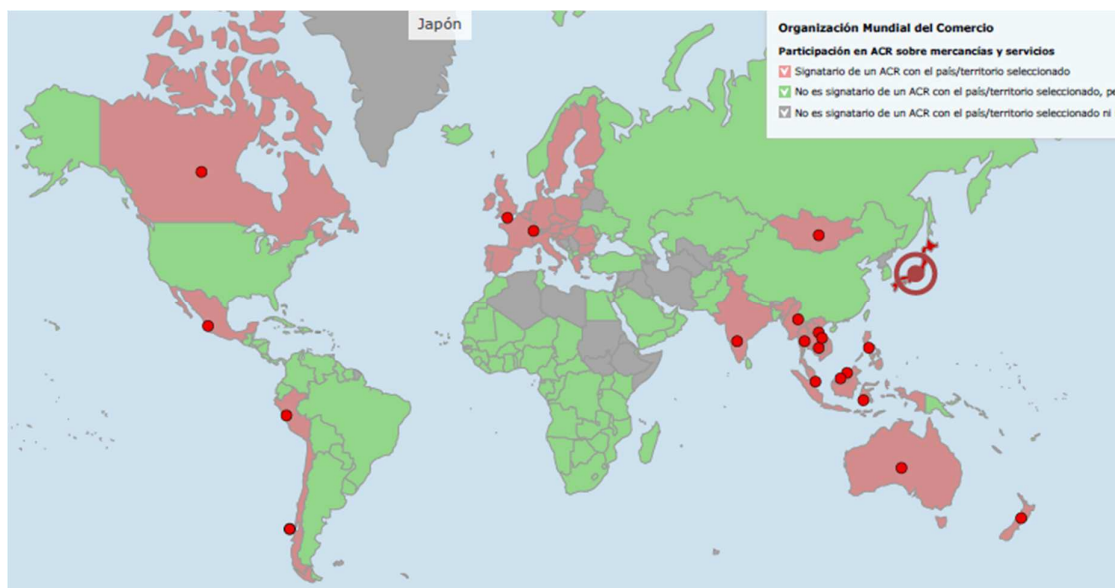


Figura 9. Mapa comercial de Japón, (OMC, 2019)

En relación a Colombia, Japón estableció relaciones diplomáticas desde 1908, pasado un siglo de fraternidad entre los dos estados, se ha buscado establecer un acuerdo de asociación económica resultado del aumento de operaciones comerciales realizadas entre las dos naciones, el pasado 2001 registraron exportaciones por 165 millones de dólares cifra que se triplicará en 2011 USD 528 millones (MINCIT, s.f.). razón que impulsó el desarrollo del acuerdo el último avance se registra el 20 de diciembre de 2018 donde las dos naciones firmaron un convenio para evitar la doble tributación, buscado el desarrollo económico recíproco, estimulado el flujo de inversión y comercio bilateral (DIAN, 2018).

Análisis del sector

En el 2018 la economía nacional de Japón tuvo como principal aportante el sector terciario con un 72% de participación en el PIB, porcentaje que se enmarca en operaciones financieras y de comercio, el sector secundario registró un aporte de 26,8% concentrados en las industrias

automotriz, siderúrgica, química, robótica y eléctrica. por último el sector primario tan solo aportó el 1.2% enfocado principalmente en actividades de pesca (ICEX, 2018), lo que deja entrever que el sector agrícola japonés no es ampliamente productivo, paralelamente se está incrementado la cantidad de productos importados de este sector, para el caso específico de la frutas frescas como lo registra el gráfico 11, se puede apreciar un incremento del 15% en sus importaciones durante los últimos 5 años, pasaron de importar \$ 2.991.165.000,00 USD en 2014 a \$ 3.433.370.000,00 USD en el año 2018 (Trademap). Demostrando el crecimiento y oportunidad de este sector a nivel internacional, adicional evidenciando la tendencia que hay de consumo de productos agrícolas.

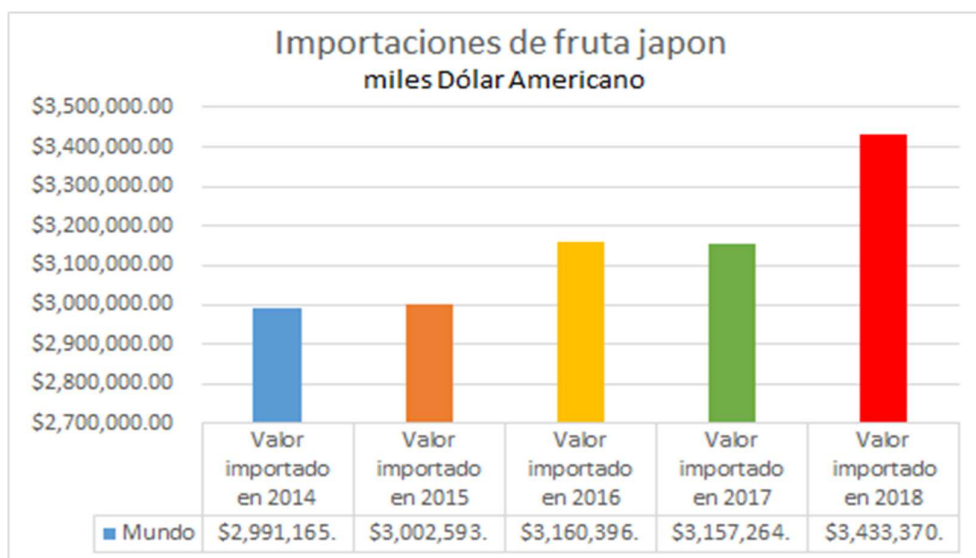


Figura 10. Importación fruta Japón, (Trademap)

A nivel mundial Japón importa frutas de distintos orígenes como lo muestra el gráfico 12, su principal despensa frutícola en 2018 estuvo a cargo de Estados Unidos con 27.46% del total frutas importadas, correspondiente a \$ 942,912,000.00 USD los productos de mayor relevancia producto coco y nueces, a nivel de Sudamérica el mayor socio comercial de frutas es Chile, quien exportó a Japón en 2018 un total de \$ 94,295,000.00 USD correspondiente 2,75%, focalizado en productos como naranjas, limones y mandarinas. En el caso de Colombia, Japón realizó importaciones por un valor de \$2,546,000.00 USD correspondiente al 0,07%, las principales frutas comercializadas de origen colombiano en Japón son bananos, aguacates y gulupa (Trademap).

Si bien actualmente no se reportan importaciones de curuba a Japón, se evidencia el gusto por frutos exóticos, poco convencionales, y que vayan acorde con sus necesidades nutricionales.

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Japón en 2018
Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrlos (cítricos), melones o sandías

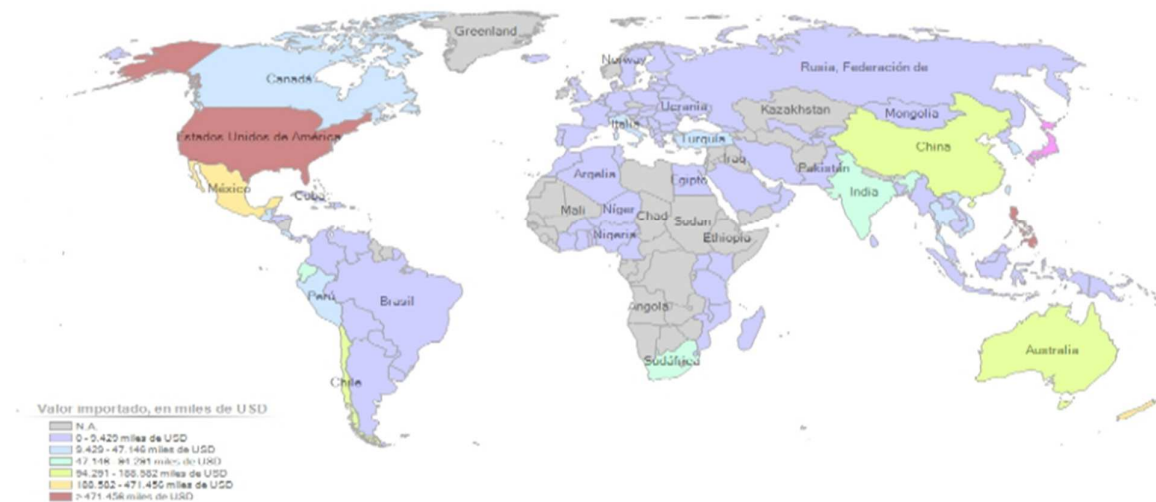


Figura 11. Mapa de importadores (Trademap)

Consumidor japonés

La población japonesa en su mayoría que se mantiene sana, saludable y con un alto poder adquisitivo, cabe resaltar que el consumidor japonés es muy exigente en todo lo que tiene que ver con la calidad del producto y es bastante minucioso con el tema de que la fruta no venga con ningún tipo de plaga que pueda afectar su salud, según el ministerio de comercio exterior y turismo de Perú (Mincomercio peru). Japón presenta un déficit de hasta el 30% en la producción de frutas, por lo que no satisface en su totalidad la demanda interna que posee Japón con respecto al consumo de frutas.

Se tiene que tener en cuenta de igual modo que la población actual con la que cuenta el Japón es una población que tiene una tendencia a envejecer de manera rápida, la edad promedio en Japón es de 47,3 años (Export Entreprises SA, 2019) pero que sin embargo es bastante activa y sana, de allí la importancia de que se busquen productos alimenticios que ayuden a cubrir esta necesidad en este tipo de población, en el caso de la curuba, es una fruta que encajaría de manera acorde en la dieta de la mayoría de la población japonesa, pues es una fruta de carácter nutricional que ayudaría a esta población en su objetivo de mantenerse sanos y activos durante un buen periodo de tiempo.

Igualmente, se resalta que más del 60% de los productos alimenticios consumidos por los japoneses son de carácter importado, y muchos de estos prefieren consumir este tipo de productos fuera de sus casas en lugares como lo son los restaurantes, de allí que existan alrededor de 700.000 restaurantes por todo Japón, los cuales muchas veces carecen de un stock de comida lo suficientemente amplio para abastecer la demanda del territorio japonés.

Según los ODS aplicados con Japón podemos resaltar dos importantes de la agenda de para el 2030, donde buscan cambiar hábitos y costumbres poco saludables, donde fomentan el desarrollo de nuevos mercados, por ejemplo el logro de buena salud y longevidad que se clasifica en el ODS 3 de este modo Japón ha venido importando fruta fresca a lo largo del tiempo para fomentar los hábitos saludables y la creación de nuevas empresas donde en el mercado de las frutas en Japón existen grandes espacios y oportunidades para frutas tropicales exóticas y el consumidor está dispuesto pagar un precio alto por este tipo de productos. En este escenario la curuba es un producto único que todavía no es muy conocido donde aporta diferentes beneficios para la salud en marcando uno de los principales objetivos de desarrollo, que busca el cuidado y duración de la vida de sus habitantes (Biblioteca Congreso Nacional de Chile, 2018)

Precios de la fruta en Japón

Japón es considerado como uno de los únicos países que considera la fruta como una “joya”, donde están valiosa que puede llegar a precios extravagantes en comparación con otros países, esto es debido a que Japón no tiene las suficientes tierras fértiles como para producir en masa fruta de todo tipo, y si se da fruta es muy escasa para la demanda que genera este país asiático, en su cultura la fruta genera exclusividad y elegancia, pero cuanto puede llegar a costar una fruta en Japón, hemos investigado que depende del sitio donde se vaya a comprar la fruta ya sea en una tienda de casa o un supermercado o una tienda gourmet, las variaciones de precio son notables por ejemplo no es lo mismo comprar un melón en una tienda de barrio a un supermercado ya que el precio de un melón en una tienda de barrio puede costar hasta US \$2,69 y en un supermercado hasta US \$3,69 y al llegar a la tienda gourmet el precio se dispara hasta unos US \$18,00 esto se debe a proceso de cosecha donde le da un sabor único. Lo mismo ocurre con las mandarina, piñas y fresas en este caso este tipo de frutas se agrupan en cestos que pueden llegar a costar US \$20,00, la fruta más cara que se puede apreciar en Japón es la sandía que puede llegar a costar US \$30,00. Esto deja decir que el comercio enfocado en las frutas es muy bien pago generando rentabilidades altas para el comerciante, dándole una amplitud tanto a la demanda como a la oferta en la parte frutícola (Viaje oriental: ¿Cuánto cuestan realmente las frutas en Japón?, 2017)

Ferias en Japón

Una de las estrategias para ingresar en el mercado japonés es la participación en ferias referente al tema base de la investigación, en Japón se realizan 280 eventos destinados a la promoción de productos o servicios 23 de esos eventos son enfocados en la promoción de productos referentes a la Agricultura, Silvicultura, Pesca y Alimentación, lo eventos se centran

en 4 ciudades de la siguiente manera, Tokio 9 eventos, Chiba 8 eventos, Osaka 5 eventos y la ciudad de Yokohama con 1, dentro de los cuales podemos identificar 4 eventos relevantes para la promoción de la curuba en Japón, el primero de ellos es Expo Multicultural Japón, el cual busca promocionar las diferentes culturas del mundo implícitamente sus productos, otro es la exposición de alimentos en esta se busca promocionar alimentos que ayudan a conllevar una dieta saludable, dentro del cual creemos que el producto en cuestión tiene mucha acogida, el supermarket trade show es otro de los eventos que busca promocionar los productos que podrán encontrarse tanto en tiendas minoristas como mayoristas o de autoservicio, por último el foodex japan es una exhibición internacional orientada a la promoción de productos alimenticios en 2019 contaron con 3316 expositores provenientes de 94 países y 85 000 visitantes (JETRO, 2019) .

Conclusiones

Como resultado de la investigación realizada, se evidencia que la oportunidad comercial para la exportación de curuba al mercado japonés es viable, ya que se pudo establecer que por distintos factores, que puede facilitar el desarrollo de dicha actividad, teniendo en cuenta temas como la capacidad productiva y los costos de producción que son bajos en comparación con productos homónimos que ya se encuentran en el mercado japonés (gulupa), adicional el mercado asiático es un mercado abierto para este producto por sus condiciones, y las oportunidades que representa, ya sea por la tendencia de comercio aprovechado la línea de pacifico o el desarrollo diplomático entre las dos naciones

En Colombia se han venido apoyando el desarrollo productivo del sector agropecuario, pero no se ha enfatizado estrictamente en la capacitación optima a cada agricultor para realizar una debida producción a gran escala, cabe resaltar que se debe mejorar la estructura de logística para su comercialización a nivel internacional ya que escasea de tecnologías y plataformas como bases de datos que suministran sus diferentes estados de producción en los distintos departamentos que se cosecha la curuba.

El mercado japonés tiene uno de los más estrictos estándares fitosanitarios, ejemplo de esto es la ley de cuarentena aplicada al proceso de importación y el proceso aprobatorio para el desarrollo de la exportación, que consta de varias fases previas donde Colombia debe adaptarse y mejorar todo el aspecto fitosanitario en el sector frutícola generando estándares de calidad óptimos para la debida comercialización internacional en el país asiático (Japón), con esto se busca que los productos ofrecidos en el mercado interno de Japón sean de la mejor calidad vista al cuidado de la salud, de este modo podríamos posicionar un mercado de calidad con productos frescos y con alta competitividad generando un crecimiento en el sector productivo.

El desarrollo de la investigación permitió denotar que frutas como la curuba son de alta aceptación en mercados internacionales, debido a su condición exótica y singular, poco común en los mercados de estudio, por lo cual es sumamente atractiva para los consumidores, que son consumidores que están en la constante búsqueda acordes a su necesidad de consumo saludable, la curuba por sus condiciones organolépticas encaja perfectamente con los deseos de los consumidores japoneses.

Aplicando las teorías de la ventaja comparativa y la dotación de factores se puede apreciar que Colombia posee una ventaja con respecto a sus países vecinos, y a su homónimo en la investigación, ya sea por su capacidad productiva, en el aprovechamiento de su posición

geográfica y su relación directa con el trabajo y explotación de la misma, Colombia si bien es un país que se ha desarrollado un proceso en la producción de productos agrícolas, aún debe buscar alternativas para la mejora y especialización en este tema, puesto que cuenta con los principales insumos para el desenvolvimiento de esta actividad, pero según los datos arrojados por la investigación gestionar un modelo para el desarrollo agrícola puede dar como resultado un aumento en la capacidad productiva, y paralelamente un adelanto competitivo en esta área.

Recomendaciones

Como recomendaciones fundamentales con respecto a las estrategias de exportación de curuba hacia el mercado japonés , primero que nada hay que incentivar y dar más promoción a este fruto , que hoy por hoy no es una de las pasifloras más conocidas a nivel mundial y dado su rico sabor y los altos niveles nutricionales que esta posee , podría ser una fruta que Colombia podría aprovechar para incrementar sus exportaciones , ya que sus costos de producción son bajos con respecto a las demás pasifloras , más que sin embargo la promoción dada por entidades estatales como lo es Procolombia es muy baja , de allí que no se haya podido explotar más sus niveles de exportación.

Por otro lado , también se recomienda dar una mejor capacitación a aquellas personas que producen este tipo de fruta , pues los productores de Curuba se evidencia que tienen un nivel de conocimiento bastante bajo con respecto al rendimiento de la Curuba y de cómo esta podría ser aprovechada para futuras exportaciones , es por este motivo que es importante dar un mejor nivel de aprendizaje a estas personas , con respecto a los temas sanitarios y fitosanitarios que requiere la curuba para su debida exportación.

Por último, se recomienda exportar la curuba de manera transformada, es decir que no solo se exporte de manera entera, sino que también se puede exportar en otras formas, como lo puede ser la pulpa de la curuba o alimentos procesados como sorbetes y confitería.

Referencias

- Alonso, K. (2018). *La curuba es una de las pasifloras que dan mas rentabilidad a los agricultores*. Agronegocios.com. Recuperado de:
<https://www.agronegocios.co/agricultura/curuba-una-passiflora-rentable-para-el-agricultor-2623231>
- APEC. (2019). *Asian pacific economic corporation*. Asia-Pacific Economic Cooperation. Recuperado de://www.apec.org/
- Astudillo, M. F., Atiencie Sacoto, V. E. y Pino Palau, J. R. (2013). *estudio de factibilidad de la exportación del taxo al mercado alemán, para mejorar la economía de las comunas de pelileo en la provincia de tungurahua* (tesis de grado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de:
<repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20464/1/TESIS%20TAXO.docx>
- Banco Mundial. (2019). *Datos japon*. Banco Mundial. Recuperado de:
<https://datos.bancomundial.org/pais/japon>
- Bautista, P., & Sanhes, R. (1995). *Manejo postcosecha y evaluacion de la calidad curuba*. Agronet. Recuperado de:
<http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/4691/1/Manejo%20poscosecha%20y%20evaluacion%20de%20la%20calidad%20en%20Curuba.pdf>
- Biblioteca congreso nacional de chile. (24 de Enero de 2018). *El compromiso de Japón por llevar adelante los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. biblioteca congreso nacional de chile. Recuperado de: <https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/japon-ods-compromiso-agenda-2030>
- Citado por González, X. (21 de noviembre de 2018). *La producción de pasifloras este año en Colombia llegaría a 241.393 toneladas según el gremio*. Agronegocios. Recuperado de: <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-produccion-de-pasifloras-este-ano-en-colombia-llegaria-a-241393-toneladas-segun-el-gremio-2795199>
- Codex. (2014). *normas para las frutas de la pasion*. Organización Mundial de la Salud. Recuperado de:
http://www.fao.org/input/download/standards/13775/CXS_316s_2014.pdf
- Colombia productiva. (2017). *¿Que es el sector de frutas y sus derivados?*. Colombia productiva. Recuperado de: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/agroindustria/frutas-y-sus-derivados>
- ICA (2014). *Frutas y verduras colombianas ganan terreno en los mercados internacionales*. Instituto Colombiano Agropecuario. recuperado de

- [https://www.ica.gov.co/noticias/agricola/2013-\(1\)/frutas-y-verduras-colombianas-ganan-terreno-en-los](https://www.ica.gov.co/noticias/agricola/2013-(1)/frutas-y-verduras-colombianas-ganan-terreno-en-los)
- Dane. (2018). *precios mayoristas*. Departamento nacional de planeacion. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/sipsa#precios-mayoristas>
- Dankhe. (1989). *Investigacion y comunicacion*. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/pinera_e_rd/capitulo3.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (2016). *Pérdida Y Desperdicio De Alimentos En Colombia*. Departamento Nacional de Planeacion Recuperado de: https://mrv.dnp.gov.co/Documentos%20de%20Interes/Perdida_y_Desperdicio_de_Alimentos_en_colombia.pdf
- DIAN. (20 de Diciembre de 2018). *Colombia y Japón firman convenio*. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Recuperado de: https://www.dian.gov.co/Prensa/ComunicadosPrensa/247_Colombia_y_Japon_firman_convenio_para_evitar_la_doble_tributacion.pdf
- DNP. (Abril de 2016). *Pérdida y desperdicio de alimentos en colombia*. Departamento Nacional de Planeacion. Recuperado de: https://mrv.dnp.gov.co/Documentos%20de%20Interes/Perdida_y_Desperdicio_de_Alimentos_en_colombia.pdf
- Ducua, a. v. (2017). *Propuesta de formulación de estrategias para la exportación de frutas de la familia passiflora en Colombia con base a un modelo prospectivo (Diplomado en alta gerencia, Universidad Militar Nueva Granada)*. Recuperado de: https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16271/viucheducuaraangel_a2017.pdf?sequence=1
- Viaje oriental: ¿Cuánto cuestan realmente las frutas en Japón?. (14 de abril de 2017). *El comercio*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/vamos/mundo/viaje-oriental-cuestan-realmente-frutas-japon-421467-noticia/?ref=ecr>
- Esser, K. (1995). *Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política*. Revista CEPAL. volumen 59. Recuperado de : https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12025/059039052_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Export Entreprises SA. (2019). *Japón: llegar al consumidor*. santandertrade. Recuperado de: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/llegar-al-consumidor>

- Franklin, E. B. (1997). *Organizacion De Empresas* [e-book]. Recuperado de:
<https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/01/enrique-franklin-organizacion-de-empresas.pdf>
- Granados, W., & Lara, I. (2018). *Cadena de pasifloras, indicadores e instrumentos*. Minagricultura. Recuperado de:
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Pasifloras/Documentos/2018-05-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Gomez Cardenas, A.Y. y Montoya Ceballos, A R. (2013). *Exotics fruits colombia*.(tesis de grado, Universidad EAN). Recuperado de:
<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4641/GomezAstrid2013.pdf?sequence=6>
- González, X. (21 de noviembre de 2018). *La producción de pasifloras este año en Colombia llegaría a 241.393 toneladas según el gremio*. Agronegocios. Recuperado de:
<https://www.agronegocios.co/agricultura/la-produccion-de-pasifloras-este-ano-en-colombia-llegaria-a-241393-toneladas-segun-el-gremio-2795199>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptitas, M. (2014). *Metodologia de investigacion*. México D.F: mcgraw-hill / Interamericana editores, s.a. Recuperado de:
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- ICA. (20 de enero de 2016). Por medio del cual se establece para el registro ante el ICA los predios de produccion de vegetales par exportacion frescos, el registro de exportadores y el registro de plantas empacadoras de vegetales para la exportacion en fresco [Resolucion 448]. Recuperado de: <https://www.ica.gov.co/getattachment/d2dea6cc-b4b0-4e76-85b3-614da4761fe4/2016R448.aspx>
- ICA. (2017). *Por su calidad, las pasifloras colombianas son las preferidas en el exterior*. Instituto Colombiano Agropecuario. Recuperado de:
<https://www.ica.gov.co/noticias/todas/por-su-calidad-las-pasifloras-colombianas-son-las>
- ICA. (2018). *Reglamentación para embalajes de madera utilizados en el comercio internacional - Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias NIMF 15*. ICA. Recuperado de: <https://www.ica.gov.co/embalajes.aspx>
- ICEX. (2018). *Informe economico y comercial*. Oficina Económica y Comercial de España en Tokio. Recuperado de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos->

- nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/517706.html?idPais=JP
- Icontec. (02 de 05 de 1979). *Norma técnica colombiana NTC 1262*. Instituto Colombiano de Normas Tecnicas. Recuperado de: <https://www.icontec.org/>
- Japon. (24 de Diciembre de 1947). The purpose of this Act is to prevent the sanitation hazards resulting from eating and drinking by enforcing the regulations and other measures necessary, from the viewpoint of public health, to ensure food safety and thereby to protect citizens' good health.[Ley N ° 233]. Rescatado de: http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?re=&vm=2&id=12
- JETRO. (2019). Trade Fairs in Japan(Agriculture, Forestry, Fishery and Food) Japan External Trade Organization. Recuperado de: https://www.jetro.go.jp/en/database/j-messe/country/asia/jp/agriculture/?dnumber=&sort=&dnumber=&sort=&_page=1
- Legiscomex. (2018). *Exportacion de curuba*. Legiscomex. Recuperado de: <https://www-legiscomex-com>
- Magee, J. (1968). *Industrial Logistics*. New York. Estados Unidos: McGraw-Hill Inc.
- Minagricultura. (2018). *Cadena de pasifloras indicadores e instrumentos*. Minagricultura. Recuperado de: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Pasifloras/Documentos/002%20-%20Cifras%20Sectoriales/002%20-%20Cifras%20Sectoriales%20-%202018%20Mayo%20Pasifloras.pdf>
- Minagricultura. (2019). *Base agricola EVA 2007-2018*. Ministerios de agricultura y desarrollo rural. Recuperado de: <https://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/home.aspx?cod=1>
- MINCIT. (s.f.). *TLC*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/negociaciones-en-curso/japon>
- Mincomercio. (2018). *Acuerdo de Asociación Económica entre Colombia y Japón*. Mincomercio. Recuperado de: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/negociaciones-en-curso/japon>
- Mincomercio peru. (s.f.). *Tendencias del consumidor y características del mercado*. Ministerio de comercio exterior y turismo. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/08.html
- Ministry of health. (s.f.). *Food safety information*. Ministry of health. Recuperado de: <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/>

- Miranda, D. (2011). Estado actual de la fruticultura colombiana y perspectivas para su desarrollo. *Revista brasileira fruticola Jaboticabal. volumen especial* Recuperado de: https://wp.ufpel.edu.br/fruticultura/files/2011/10/pag199_205-Palestra216-11.pdf
- Monsalve Laura, M. P. y Melendez Garcia, W. A. (2017). *Estrategia De Internacionalización Del Sector Hortofrutícola Colombiano Direccionada Al Mercado Suizo* (tesis de grado, Universidad La Salle). Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/20641/63121062_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- OEA. (s.f.). *Alianza del Pacífico*. Organización de estados americanos. Recuperado de: http://www.sice.oas.org/TPD/Pacific_Alliance/Pacific_Alliance_s.asp
- OMC. (2019). *Regional trade agreements*. organización mundial del comercio. Recuperado de: <http://rtais.wto.org/UI/PublicShowMemberRTAIDCard.aspx?rtaid=836>
- FAO. (2009). *Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional* Recuperado de : https://www.ippc.int/largefiles/adopted_ISPMs_previousversions/es/ISPM_15_2009_Es_2009-08-03.pdf
- Porter, M. (1987). *ventaja competitiva, creacion y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Madrid, España. editorial Piramide. Procolombia. (14 de abril de 2012). Obtenido de Inversión en el sector Agroindustria en Colombia: <https://www.inviertaencolombia.com.co/SECTORAGROINDUSTRIA2016.pdf>
- Procolombia. (2018). *Japón y Corea del Sur aprobaron importación de pitahaya colombiana*. Procolombia. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/japon-y-corea-del-sur-aprobaron-importacion-de-pitahaya-colombiana>
- Procolombia. (2018). *Inversión en el sector Agroindustria en Colombia*. Procolombia Recuperado de: <https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria.html>
- Procolombia. (28 de septiembre de 2018). *Perfil logístico japon*. Procolombia. Recuperado de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-japon>
- Romero, D. (25 de Julio de 2017). *la produccion de frutas y hortalizas crecio 4,7%*. Obtenido de Agronegocios: <https://www.agronegocios.co/aprenda/la-produccion-de-frutas-y-hortalizas-crecio-47-2622833>
- Rugman, A. (2004). *The regional multinationals*. Universidad de Indiana: Cambridge University Press.

- Santandertrade. (ABRIL de 2019). *Japon: politica y economia*. Santandertrade. Recuperado de: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>
- Trademap. (s.f.). *Comercio bilateral entre Japón*. trademap. Recuperado de https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c392%7c%7c152%7c%7c08%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
- Tremolada, E. (2014). *¿La Alianza del Pacífico facilita la inserción de Colombia en la región Asia-Pacífico?*. scielo. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/papel/v19n2/v19n2a13.pdf>
- Trujillo, M., Rodriguez, D., Guzman, A., & Becerra, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*. Editorial Universidad del Rosario. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf?sequence=1>
- Zambrano, G. (2017). *Agroindustria frutas y sus derivados*. Colombia Productiva. Recuperado de <https://www.ptp.com.co/ptp-sectores/agroindustria/frutas-y-sus-derivados>