

Certificados para el acceso a los mercados China – Japón de las exportaciones colombianas

Brayan Stevens Medina Larrota
Esteban Mauricio Ramírez Parra

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2020

Certificados para el acceso a los mercados China – Japón de las exportaciones colombianas

Brayan Stevens Medina Larrota

Esteban Ramírez Parra

Director

Diana Marcela Diaz Ariza

Trabajo de grado para optar al título de Negociador Internacional

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2020

Resumen

La presente investigación describe los mínimos certificados reglamentarios para el acceso de mercancías provenientes de Colombia para el mercado chino y japonés, donde se analiza los principales proveedores de China y Japón según su volumen de exportación, para así buscar estrategias que le permitan a Colombia tener una mejor relación con el mercado asiático y, a su vez, ser más competitivo a nivel internacional para cumplir con las regulaciones que exigen estos países. Por otro lado, se utiliza la política comercial y los instrumentos no arancelarios para entender por qué países como China y Japón son tan rigurosos en la entrada de mercancías a su territorio. La investigación tiene un método descriptivo y exploratorio, que permite recolectar datos que permitan explicar porque las certificaciones y los sellos de calidad hoy en día son una herramienta y una estrategia para generar diferenciación y lograr una mejor posición en el mercado. Se encuentra que Colombia sigue siendo un país dependiente de la extracción de minerales como el petróleo, y que algunos de sus productos con mayor demanda no cuentan con un valor agregado o diferenciación en el mercado internacional. De ahí la razón del porque las certificaciones hoy en día brindan una mayor seguridad y confianza al consumidor, donde los procesos de fabricación tienen un control continuo para que cumplan con los estándares requeridos en la actualidad, y así mismo generar una distinción especial frente a otros productores.

Palabras claves: comercio bilateral, certificaciones, balanza comercial, sostenibilidad, política comercial.

Abstract

This research describes the minimum regulatory certificates for the access of goods from Colombia for the Chinese and Japanese market, where the main suppliers of China and Japan are analyzed according to their export volume, in order to search for strategies that allow Colombia to have a better relationship with the Asian market and, in turn, be more competitive internationally to comply with the regulations required by these countries. On the other hand, trade policy and non-tariff instruments are used to understand why countries such as China and Japan are so rigorous in the entry of goods into their territory. The research has a descriptive and exploratory method, which allows data to be collected to explain why certifications and quality seals today are a tool and a strategy to generate differentiation and achieve a better position in the market. It is found that Colombia continues to be a country dependent on the extraction of minerals such as oil, and that some of its products with greater demand do not have an added value or differentiation in the international market. Hence the reason why certifications today provide greater security and confidence to the consumer, where manufacturing processes have continuous control so that they meet the standards currently required, and also generate a special distinction compared to others. producers.

Key words: bilateral trade, certifications, trade balance, sustainability, trade policy.

Tabla de contenidos

Introducción.....	9
Planteamiento del problema	11
Pregunta de investigación.....	13
Objetivos.....	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos.....	14
Antecedentes.....	16
Marco histórico-geográfico	17
Historia China.....	17
Ubicación China.....	18
Historia Japón.....	18
Ubicación de Japón.....	19
Marco legal.....	20
Marco teórico.....	21
Marco conceptual	23
Relación comercial Colombia - China.....	26
Balanza comercial Colombia – China	27
Relación comercial Colombia – Japón	33
Balanza comercial Colombia – Japón	35
Certificados solicitados en el mercado de China.....	41
Certificación CCC.....	41
Certificación CQC.....	41
Certificación UL.....	42
Presentación del producto.....	43
Investigación del producto.....	43
Autorización para usar la marca UL.....	43
Inspecciones del servicio de seguimiento.....	43
Certificación ASQSID.....	43
Certificados solicitados en el mercado de Japón.....	45
Certificación JAS.....	45
Certificación FOSHU.....	45

Certificación JIS.....	46
China.....	48
Japón.....	50
Conclusiones.....	55
Referencias.....	56

Lista de tablas

Tabla 1. Marco Legal certificación China.....	20
Tabla 2. Marco legal certificación Japón.....	20
Tabla 3. Instrumentos y acuerdos suscritos Colombia-China.	27
Tabla 4. Exportaciones e Importaciones Colombia – China.	28
Tabla 5. Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso.....	31
Tabla 6. Ferroníquel.	31
Tabla 7. Desperdicios y desechos de cobre.	32
Tabla 8. Café sin tostar ni descafeinar.....	32
Tabla 9. Instrumentos y acuerdos suscritos Colombia – Japón.....	34
Tabla 10. Exportaciones e Importaciones Colombia – Japón.	35
Tabla 11. Café sin tostar ni descafeinar.....	38
Tabla 12. Ferroníquel.	38
Tabla 13. Fungicidas.....	38
Tabla 14. Rubíes, Zafiros y esmeraldas.....	38
Tabla 15. Certificación para cada producto en el mercado de China.	43
Tabla 16 Certificación para productos en el mercado de Japón.	47

Lista de figuras

Figura 1. Mapa de China	18
Figura 2. Mapa de Japón	19
Figura 3. Principales mercados de exportación de Colombia	29
Figura 4. Comercio bilateral entre Colombia – China	30
Figura 5. Productos exportados de Colombia a Japón de la última década (2008-2018)	36

Introducción

Como consecuencia de los nuevos retos que plantea la inmersión de Colombia en los mercados internacionales, en el presente trabajo se busca investigar y entender por qué se necesita de políticas comerciales fuertes y de una normatividad que garantice las certificaciones, estándares y calidad de los productos que exporta Colombia a unos mercados tan exigentes como lo son China y Japón, aplicando los diferentes instrumentos de política comercial que emplean los gobiernos como requisitos u obligación en la comercialización de bienes.

El trabajo pretende identificar las principales certificaciones requeridas para ingresar al mercado de China y de Japón, con el fin de generar un comercio más activo. El trabajo se organiza en primer lugar por los descriptores del proyecto, los marcos teóricos que se verán posteriormente, tomando como base política comercial y medidas no arancelarias. El desarrollo de esta investigación cuenta con un objetivo general y dos específicos que se desarrollarán mediante tres capítulos. El primer capítulo consta de una descripción histórica y geográfica de los países Japón y China y los certificados correspondientes que exigen estos países; adicionalmente se ha comparado la balanza comercial entre Colombia – China y Colombia – Japón. El segundo capítulo abarca los proveedores de China y Japón y sus principales productos de comercialización. En el tercer capítulo se encontrarán unas estrategias sugeridas para Colombia, con la finalidad de incentivar sus exportaciones y mejorar su balanza comercial.

Todo esto con la finalidad de buscar ser más competitivo y eficaz en unos mercados tan rigurosos y exigentes en la parte de normas administrativas para el comercio de mercancías y buscar un mejor posicionamiento en estos mercados claves y lograr mejores acuerdos, como lazos comerciales con dichos países, además de que esta región son un mercado importante al albergar un gran porcentaje de la población mundial, además de contar con alto poder adquisitivo y sobre todo con un consumidor más especializado y cada día más occidentalizado, por eso entender cómo se comportan sus consumidores es de gran importancia si se quiere analizar el por qué China y Japón manejan este tipo de medidas no arancelarias.

Según la Asociación Latinoamericana de estudios de Asia y África, Colombia está en deuda de ver al continente asiático con más aprecio y atención, consciente de sus profundas diferencias ideológicas, culturales y políticas, y para eso hay que educarnos más. El país continúa pendiente de Estados Unidos y la Unión Europea, incluso como primeras opciones de intercambios

académicos, empresariales y comerciales. Los retos para asumir con Asia son educativos y culturales, tanto como comerciales. (Patiño, 2019).

Planteamiento del problema

Colombia actualmente cuenta con un déficit y estancamiento en las exportaciones, que según la Dirección de Impuestos y Aranceles Nacionales (DANE), estuvieron estancadas para finales del año 2018 y para el primer semestre del 2019, para ser más exactos las exportaciones lograron una suma de 3.765 millones de dólares, que en otras palabras esto representa el 1.2 % frente a las exportaciones realizadas en el 2018. Principalmente la reducción en la venta de petróleo, alimentos y manufactura, como la venta de café que tuvo una caída casi del 26 %, han sido las circunstancias del estancamiento de la balanza comercial de Colombia. Otro aspecto que dificulta el comercio es la guerra comercial que en estos momentos asume Estados Unidos y China, lo que conlleva a que los inversores colombianos no tengan un panorama claro para poder realizar negociaciones. Según el presidente de la junta directiva de Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX), afirmó que la tensión entre estas dos potencias ha generado incertidumbre en los empresarios colombianos, lo que ha provocado que la demanda de varios socios comerciales de Colombia se haya frenado, lo que a su vez explica por qué el estancamiento de las exportaciones de Colombia.

Por otro lado, se suma la dependencia que Colombia tiene a productos sin valor agregado, como son los minerales y energéticos, Colombia cuenta con una reserva que podría explotar por 70 años al mismo ritmo que lo ha venido haciendo. Eso, en números, quiere decir entre 85 mil y 90 mil toneladas de mineral anuales, lo que lo convierte en una economía totalmente dependiente de las materias primas. Así lo concluyó la Agencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (Unctad) en su análisis, destacó que más del 60% de las exportaciones de la región las constituyen productos agrícolas, mineros y materias energéticas. (Portafolio, 2019)

Por consecuente es importante que Colombia mejore su desempeño comercial, ya que los productos que exporta son si valor agregado. Esto permite el acceso a otros mercados internacionales y estrecha un beneficio mutuo con la otra parte, y así mismo mejora su posicionamiento en el mercado extranjero. Hoy en día ya no se habla de un intercambio de bienes o mercancías, sino de un intercambio de programas de integración, a lo que se refiere con intercambios no solo comerciales, sino también políticos, sociales, culturales y hasta tecnológicos. Por eso es clave que haya un intercambio de productos y servicios para que los países prosperen y se aprovechen del intercambio de las ventajas comparativas y competitivas para producir a menor costo y obtener un mejor comercio, para así fomentar la inversión extranjera directa y la creación

de nuevos lazos comerciales, que permitirá la formación de nuevas oportunidades de empleo y desarrollo del país.

Uno de los principales retos que afronta Colombia es la incursión al mercado asiático, un mercado poco explotado, pero muy amplio y con variedad de idiomas, religión e ideologías que hay que tener presentes a la hora de pensar en un acercamiento más íntimo a esta región. Las economías asiáticas se caracterizan por su gran población, alto crecimiento y sobre todo desarrollo, por eso es importante que Colombia logre una mejor relación con los países asiáticos. Como se afirmaba anteriormente es una economía que está constantemente en desarrollo, y por consiguiente su panorama es muy diversificado, casi todos sus países tienen diferencias en sus orígenes étnicos, culturales, religiosos, económicos, políticas y sistemas de gobiernos. Cabe resaltar que el 60 % de la población mundial se encuentra concentrada en Asia, cuenta con 48 países totalmente distintos, y donde 5 de los 10 países más poblados se encuentran en Asia, como es el caso de China y Japón. La importancia de que Colombia estreche mejores relaciones con estos países es clave, primero por la gran dinámica comercial que poseen, segundo por la ubicación geográfica que Colombia posee, su salida por el mar Caribe y la conexión que se tiene por el océano pacífico al mundo, lo que permite tener una mejor conectividad y relación en el intercambio de bienes y mercancías, tercero por la gran inversión extranjera que se genera como medida de nuevos lazos comerciales y, por último, la oportunidad de una posición diferente a nivel mundial, pasar de exportar productos primarios sin valor agregado, a empezar exportar productos industriales y tecnológicos, permitirá tener un desarrollo económico próspero en unos próximos años.

La inquietud ahora radica en que a Colombia se le dificulta exportar a Asia, uno de los principales frenos es la poca explotación y aprovechamiento de las ventas externas hacia Asia, Carlos Renderos, presidente de la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio, manifestó que Colombia no ha mirado realmente hacia el Pacífico y Asia, como si ha sido el caso de Chile y Perú que cuentan con varios Tratados de Libre Comercio (TLC) con actores importantes de Asia, y Colombia solamente con Corea del Sur. Incluso, Chile y Perú tienen un superávit en su balanza con varias naciones de ese continente, mientras que Colombia posee un déficit y les vende commodities. (Portafolio, 2018).

Claramente el motor de crecimiento y de inversión del siglo XXI es Asia, pero Colombia sigue pensando en su salida por el atlántico para llegar a Estados Unidos uno de nuestros principales socios comerciales y a Europa, pero no al pacífico, hasta ahora se están empezando a estrechar

relaciones con China, como para el acceso fitosanitario de carne de cerdo. Por consiguiente la falta de una estrategia de inserción por parte de Colombia en los países asiáticos lo ha hecho perder posicionamiento en el mercado internacional, que por el otro lado países como Chile y Perú si planearon y ejecutaron un plan para poder exportar en Asia. Otro problema que dificulta el intercambio de mercancías hacia este continente radica en la poca inversión en investigación y desarrollo en sectores que permitan una mejor competitividad e innovación, como en la mejora de infraestructura de transporte y logística. Ya se están realizando mejores vínculos con los países asiáticos, pero Colombia sigue lejos de ser un socio importante y privilegiado para este mercado, ya hay ejemplos de que implementando y afianzando mejores estrategias para apertura de mercados, se puede lograr una inserción ascendente que permita entender porque esta región es la de mayor dinamismo económico del planeta actualmente.

Pregunta de investigación

¿Cómo los certificados mínimos reglamentarios para que los productos colombianos puedan acceder a los mercados de China y Japón influyen en esta relación comercial?

Objetivos

Objetivo general

Plantear estrategias que fomenten el crecimiento de las exportaciones colombianas mediante las certificaciones reglamentarias exigidas por China y Japón.

Objetivos específicos

- Describir los productos de exportación al mercado chino y japonés.
- Identificar los certificados mínimos reglamentarios de acceso al mercado chino y japonés.
- Implementar estrategias para incrementar las exportaciones colombianas a los mercados descritos.

Justificación

La importancia de realizar esta investigación radica en la acreditación que las empresas Colombianas obtienen al momento de que sus productos sean certificados para ingresar al mercado Chino o Japonés, partiendo de que hoy en día existe una gran variedad de productos y servicios que se ofrecen en el mercado, tener un sello de calidad o una certificación, me permite tener una ventaja a la hora de la elección del consumidor, hoy en día el consumidor opta más por un producto que pueda demostrar que fue producido bajo los estándares de calidad requeridos y que brinde la total confianza. Además de generar una confianza con el consumidor final, se crea una relación directa con socios o proveedores que cumplan con los mismos requisitos, lo que permite la diversificación en otros mercados. Por consecuente es importante para las empresas colombianas obtener estas certificaciones en sus productos, ya que mejora su competitividad frente a otros países y crea una mejor relación con el cliente final. Otro punto clave de realizar esta investigación son las diferencias que sigue habiendo entre los países desarrollados y los en vía de desarrollo, en cuestión de libre comercio y reglamentos que agreguen seguridad y calidad a los procesos tanto productivos como logísticos del comercio de bienes y servicios.

De aquí la razón en la cual China y Japón son tan fuertes en la exigencia de certificados que corroboren la procedencia y seguridad de los productos que importa y por qué Colombia sigue estando lejos de competir frente a estos nuevos retos y potencias económicas.

Es fundamental entender para que sirven las normas administrativas como método de ayuda que protege la industria y que a su vez tiene un pensamiento enfocado al consumo responsable, a la protección del medio ambiente, y a los procesos con que se llevaron a cabo para la transformación y producción de bienes, y cuando hablamos de consumo responsable va ligado de un consumo que beneficie tanto a la organización como al consumidor sin afectar el entorno, ni el ambiente de las futuras generaciones.

Como se leerá más adelante una de las estrategias implementadas a lo largo de su desarrollo y crecimiento económico por parte de China y Japón ha sido la intervención por parte del estado en la economía para proteger su industria nacional, y su implementación de tecnología de última punta para la transformación de sus bienes y servicios, con un pensamiento más dirigido a las condiciones del cliente y del entorno. Colombia sigue manejando una política comercial ambigua y que posee pocas estrategias que permitan una mejor relación con el mercado exterior, nos da la respuesta al porque Colombia sigue estando lejos para acceder, competir y permanecer en el mercado asiático.

Marco referencial

Antecedentes

Con respecto a los antecedentes de esta investigación, al ser de tipo exploratorio, hay poca información, por lo tanto, las investigaciones que relacionan las certificaciones son estudios sobre políticas para el acceso al mercado chino y japonés y por otra parte los inconvenientes que tiene Colombia para exportar a estos mercados.

Melina, (2013), expuso en la conferencia del seminario miércoles del exportador Prom Perú, *El mercado de Asia: China y Corea del sur*, donde hace referencia en los requisitos sanitarios para la exportación de alimentos a China, los requisitos para el ingreso de alimentos procesados y la participación del mercado asiático en el mundo, con el propósito de tener un acercamiento mucho más estrecho y mejoras en las relaciones comerciales Perú - China y Corea del Sur.

Esta investigación adopta la exposición de Melina, (2013), porque nos permite complementar el desarrollo de nuestro objetivo específico número dos, donde la investigadora muestra las entidades que regulan el ingreso de alimentos frescos y procesados hacia China, y donde se complementara mediante los reglamentos necesarios para ser vigente las certificaciones.

David,(2017), egresado de la Universidad Pontificia Javeriana, investigo sobre las *Relaciones exteriores Colombia – Japón: Un acercamiento a las estrategias de Diplomacia y Relaciones Publicas*, donde su objetivo general es analizar las relaciones exteriores entre Colombia y Japón desde las estrategias de la diplomacia y las relaciones públicas como una forma de establecer lazos económicos, políticos y culturales entre ambos países, donde realiza énfasis en los contextos históricos de cada país, sus relaciones comerciales y políticas, la importancia de Japón como un aliado estratégico en las relaciones exteriores Colombianas y termina concluyendo que Japón representa para Colombia una inmersión profunda en el mercado asiático, y un posible cambio en su política exterior clásica cuyo foco principal es Estados Unidos.

La importancia de implementar la investigación de (Bernal, 2017) a este proyecto, es en la aplicación del objetivo específico número tres, donde el investigador relaciona la importancia de una alianza colombo-japonesa y los posibles escenarios de relacionamiento entre Colombia y Japón para el futuro, lo que permite complementar e indagar sobre los productos con oportunidad exportadora hacia Japón, y entender porque Colombia ha venido teniendo acuerdos de integración con este país, pero sigue teniendo dificultades a la hora de lograr un mejor posicionamiento en dicho mercado.

Lu, (2017), graduada de la Universidad EAN, realizo una investigación acerca del ***Diagnóstico del comercio bilateral entre Colombia y China entre el periodo de 2001 – 2016***, donde una de sus preguntas problemas fue, ¿Cuáles son los factores favorables y desfavorables que afectan el comercio bilateral entre Colombia y China?, partiendo desde una contextualización histórica de las relaciones diplomáticas que se han llevado a cabo y concluyendo en avances progresivos, pero la falta de un TLC entre Colombia y China, permite que todavía existan barreras arancelarias y no arancelarias.

Para este proyecto utilizaremos la investigación de (Lu, 2017), porque nos permite indagar sobre el por qué a Colombia se le dificulta ser un socio comercial importante para los países asiáticos, así mismo nos permite completar el objetivo específico número tres, que habla sobre los productos con oportunidad de exportación desde Colombia a China y por último entender la política comercial implementada por China para su éxito a nivel mundial.

Marco histórico-geográfico

Se presenta una respectiva explicación sobre la historia de China y Japón, con su respectiva ubicación geográfica.

Historia China.

Un país que le tomo decenas de años lograr lo que es ahora, aislado del mundo, pero que ahora compite directamente con una de las economías más fuertes y sólidas del mundo como lo es Estados Unidos, desde 1980 y hasta la actualidad, China es el país con el mayor crecimiento económico del mundo con un aumento del 10% anual promedio, el proceso de desarrollo económico chino se debió a su velocidad, su enorme mejora a nivel de vida, su ambición económica y su inversión en tecnología. A pesar de ser una cultura cerrada y desconfiada a la hora de realizar negociaciones, y de haber implementado una cultura proteccionista, China ha hecho en una generación lo que a la mayoría de países le ha costado siglos concluye el Banco Mundial, el pasar de una apertura económica proteccionista a un libre mercado, fue una de las principales estrategias empleadas para su gran desarrollo, implementar el capitalismo con gran cautela y manteniendo el control estricto de la sociedad fue el resultado de su crecimiento, permitir la apertura económica, darle más libertades a las empresas, pero implementando un control absoluto en elementos vitales de su economía lo llevo a estar presente en todo el mundo. (Times, 2018)

Ubicación China.

Con una superficie terrestre de 9,6 millones K2, se encuentra ubicada al este de Asia y al oeste conecta con el océano pacifico lo que le permite tener una gran conectividad con el mundo exterior y es el tercer país más grande del mundo, cuenta de veintidós provincias, cinco regiones autónomas, cuatro municipalidades y dos regiones especiales, además de poseer fronteras nacionales con más de 14 países.



Figura 1. Mapa de China. VectorStock (2019).

Historia Japón.

Japón trae consigo desde siempre problemas frente a su posición geográfica, dificultades en la producción de minerales y materias primas, como la dependencia alimentos provenientes del extranjero y tras haber experimentado una larga crisis económica, hoy en día es un estado superpoblado y rico, con la esperanza de vida más alta, un buen sistema educativo, una bastante equitativa distribución de la renta y altas posiciones en los diferentes índices de desarrollo

humano, clave para dar el paso hacia la industrialización, fue empezar a importar los minerales y materias primas a países asiáticos, para luego ser transformados más la añadidura de un valor agrado y ser exportados a los mercados orientales. Cabe resaltar que Japón tenía un pensamiento proteccionista y por ende solo realizaba negociaciones con países asiáticos frente a la introducción de mercancías a su territorio, la ganancia por sus exportaciones más su valor agregado le permitía sufragar los costos de las importaciones. Vendría la crisis económica inmobiliaria y con ello una nueva estrategia más direccionada y abierta al capitalismo, mediante la transformación de las materias primas, la innovación y gran avance en tecnología, para hoy en día convertirlo en la tercera economía del mundo. (World Economic Forum, 2018)

Ubicación de Japón.

Japón está formado por cuatro islas principales: Honshū, Hokkaidō, Kyūshū y Shikoku, que forman el 97% de la superficie total del país, además ser el segundo país más poblado de Asia oriental después de China, cuenta con salida por el océano pacífico y por el mar japonés, además de estar geográficamente ubicado en el cinturón del fuego, por consecuente sus riesgos a frecuentes riesgos naturales.



Figura 2. Mapa de Japón. Maps Japan (2019).

Marco legal

Se muestran las leyes de China y Japón que hacen exigible las certificaciones para la entrada de mercancías a estos mercados.

Tabla 1

Marco Legal certificación China.

CCC	La base legal de la Certificación CCC consiste en el Reglamento Administrativo sobre la Certificación CCC, promulgado por el AQSIQ y ratificado en su reunión ejecutiva de mayo. 26 de 2009 (AQSIQ-117), así como el Reglamento sobre Certificación y Acreditación, ratificado por el Consejo de Estado en la 18a conferencia permanente el 20 de agosto de 2003 y vigente el 1 de noviembre de 2003.
CQC	CQC evolucionó de la antigua Comisión de Certificación de Conformidad de Equipos Eléctricos de China establecida en 1985. En abril de 2002, CQC se estableció y en septiembre de 2007.
UL	Se funda en 1894, empresa independiente y desde entonces aplica análisis de seguridad en componentes eléctricos, ingresa a China en 1980 para proporcionar servicios de rastreo e inspección a las fábricas chinas, además ofrece una gama completa de servicios de prueba y certificación de productos para ayudar a los clientes a cumplir con los requisitos de seguridad tanto nacionales como internacionales, lo que incluye ayudar a los fabricantes a obtener la marca CCC.
ASQSID	Con la ley de Inspección de Productos Básicos de Importación y Exportación de la República Popular de China en 1989, ASQSID se encuentra en las provincias portuarias, regiones autónomas y municipios, así como la importación y exportación de bienes, centro de distribución y sus afiliados como la inspección de China y cuarentena (CIQ), que ayuda en la gestión del área de inspección a los productos de importación y exportación.

Nota: Autoría propia (2019).

Tabla 2

Marco legal certificación Japón.

JAS	El ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca (MAFF), es el encargado de regular las normas por las cuales se rige el JAS y este ajusta la producción ecológica del mercado japonés, su cumplimiento de la normativa JAS es controlado por el Departamento de Normas y Etiquetamiento del MAFF. Las normas de certificación se basan en el RCE 834/2007
FOSHU	Para 1989 en Japón se difunde un informe sobre los alimentos considerados funcionales, desde ese momento hasta entonces, este reglamento regula la comercialización y el etiquetado de algunos alimentos de consumo común en Japón

JIS	La marca de las Normas Industriales de Japón es una de las marcas utilizadas más ampliamente en Japón. Se basa en la “Ley de Estandarización Industrial” que se promulgó en junio de 1949, esta marca se adoptó originalmente para alentar a una norma de calidad en los productos de exportación cuando Japón estaba apenas comenzando a vender al exterior.
-----	---

Nota: Autoría propia y (LegisComex, SF).

En el caso de Colombia las exportaciones o salida de bienes del territorio nacional requieren de una inscripción previa ante la Ventanilla única de comercio exterior o realizar el trámite mediante un agente de aduanas, también tener en cuenta si el producto requiere de vistos buenos. Productos como el café, necesitan permisos y vistos buenos por parte de la Federación Nacional de Cafeteros. Los productos agropecuarios requieren información zoonosanitaria fitosanitaria y esta será evaluada por el Instituto Colombiano agropecuario. Por otro lado, los productos minerales y sus derivados necesitan de una licencia ambiental dando cumplimiento a la Ley 99 de 1993.

Para la exportación de esmeraldas en bruto o talladas se requiere de una guía expedida por la Empresa Colombiana de Minas (Mineralco), sin perjuicio de los demás requisitos de las normas legales reglamentarias. Estas guías tendrán una vigencia máxima de dos meses.

Deberán presentar ante la dirección general de minas la siguiente documentación; certificado de la cámara de comercio sobre constitución de la empresa, procedencia del carbón y de los productos mineros que deseen exportar y en caso de que el carbón y demás productos mineros que deseen exportar sean explotados directamente por la empresa deberán indicar el número del contrato de concesión o permiso de explotación.

Así mismo, existen medidas especiales para la exportación de petróleo, gas, carbón y ferroníquel; oro y platino, y hierro, acero, cobre, aluminio y plomo. (Legiscomex, 2020).

Marco teórico

La política comercial son normas o instrumentos que utilizan los países para llevar a cabo sus relaciones comerciales con el exterior y que pueden obstaculizar el comercio internacional de bienes y servicios mediante el uso de instrumentos arancelarios y no arancelarios, en los instrumentos arancelarios encontramos los aranceles de tipo específicos, ad valorem, mixtos y allí también encontramos las tarifas. Los instrumentos no arancelarios son medidas, al margen de los aranceles las cuales restringen o impiden la entrada de los productos a determinados mercados, acá encontramos las licencias de importación, restricciones voluntarias a las exportaciones, políticas

antidumping y políticas administrativas. Esta investigación se enfoca en los instrumentos de política comercial de tipo no arancelarios, el cual se especifica como normas administrativas.

Son varias las medidas que utilizan los países para su crecimiento y desarrollo económico, partiendo de un comercio justo a un proteccionismo elevado, donde los países buscan aumentar las exportaciones y colocar más restricciones a las importaciones.

Por otra parte hablamos de las políticas administrativas que son barreras comerciales que impiden el ingreso de mercancías provenientes del extranjero, lo que conlleva a que los productores se beneficien con estas políticas y los consumidores se perjudiquen ya que se les impide acceder a un producto con una más alta calidad, acá encontramos los vistos buenos, sanitarios y fitosanitarias, por consecuente esta investigación va dirigida únicamente en las medidas de políticas administrativas que exige China y Japón para la entrada de productos Colombianos.

Ya entendiendo las medidas que algunos países utilizan, partimos de que hay una defensa de la intervención gubernamental que se divide en dos aspectos, uno político y otro económico, por lo regular el aspecto político se relaciona con la protección a los productores o a grupos específicos, es decir proteger las fuentes de trabajo de la competencia injusta, mediante la protección de industrias que se consideren primordiales para el país o por represalias que me permitan obligar a mis socios comerciales a acatar las reglas de juego, como también la prohibición de productos peligrosos que vayan en contra de la integridad y salud del consumidor.

El aspecto económico pretende aumentar la riqueza de todos, tanto como productores y consumidores, por ende y cito (Hill, 2010) “Se piensa que, para afianzar las industrias nuevas, los gobiernos deben apoyarlas temporalmente con aranceles, cuotas de importación y subsidios, hasta que crezcan lo suficiente” (p. 202), a lo que se refiere que tengan la capacidad de enfrentar un mundo cada vez más globalizado y a su vez que crezcan lo suficiente para enfrentar la competencia internacional. Una de las dificultades de este aspecto es que por más mantenimiento o subsidio que se genere por parte de los gobiernos a las empresas, esta no tendrá una evolución o mejora continua si sus procesos no son eficientes, lo que a su vez podría generar industrias ineficientes.

El problema ahora abarca en que hay una nueva defensa del libre comercio, la intervención que genera el gobierno en el comercio internacional genera que el concepto de libre comercio se debilite, ya que esto puede conllevar a represalias o guerras comerciales entre países por el hecho de no saber cómo competir frente a una empresa que ya tiene el apoyo de subsidios por parte del gobierno, a lo que conlleva que muchos países reconocen el desarrollo de un comercio más justo y

libre, pero no están dispuestos a reducir sus barreras arancelarias por miedo a que las demás naciones no lo hagan. Como dice el autor (Hill, 2010) “La esencia del problema es la falta de confianza, ambos gobiernos reconocen que sus naciones se beneficiarían de la disminución de las barreras comerciales entre ellos, pero ninguno está dispuesto a hacerlo por temor a que el otro no lo haga” (p. 205).

Marco conceptual

Los sellos de calidad son distintivos que permiten dar confianza, credibilidad y seguridad, basándose en uno estándares de calidad que son avalados por una autoridad oficial y que según el bien o servicio cuenta con un grado o nivel más exigente que refleje el buen desarrollo del producto. La organización Internacional de Normalización (ISO) es el encargado de desarrollar los estándares internacionales, y el cumplimiento correcto de las normas ISO da un sello de calidad que asegura el proceso confiable de los bienes.

Los sellos de calidad sirven para generar al cliente la seguridad de que su producto ha llevado a cabo los procedimientos correspondientes para su fabricación, además de generar un impacto en toda su cadena logística para cumplir con los estándares establecidos, y por supuesto la diferenciación frente a otros productos y la oportunidad de generar una ventaja competitiva en nuevos mercados.

Su existencia es a partir de 1971, y desde ese momento es ampliamente conocido por el consumidor, pues le garantiza que compra un producto bueno que cumple todos los requisitos de la norma técnica. En pocas palabras, el sello indica que el producto es confiable y apto para su uso; además, le permite al consumidor distinguir entre varios productos similares para realizar su elección final y decidir la compra. (Dinero, 2001).

Su importancia viene en la seguridad que brinda al cliente final y el dinamismo que trae al comercio, ya que un sello de calidad causa beneficios tanto internos como externos. Internos porque permite la eficiencia en la producción y la reducción de costos y externos porque genera más confianza en los consumidores, además funciona como un instrumento de protección, de diferenciación, de promoción y de comercialización.

Marco metodológico

Esta investigación es cualitativa y manejará un enfoque descriptivo o exploratorio.

La investigación cualitativa es el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural. En otras palabras, es una técnica descriptiva, que me permite recolectar datos para explicar cierto comportamiento, sea de una persona o del entorno. (Rodríguez, 2011).

La investigación es cualitativa ya que se hará una recolección de datos pertinentes, buscando la explicación de los comportamientos de las partes involucradas, según los contextos culturales, ideológicos y sociológicos para la posterior interpretación de una solución o significado. Como se evidencia en el marco histórico, una descripción de la historia y la ubicación de China y Japón, con el fin de entender el comportamiento de estos países son tan rigurosos y estrictos a la hora de comercializar mercancías.

Un enfoque descriptivo estudia las situaciones generalmente que ocurren en condiciones naturales, es decir la obtención de datos precisos que se puedan aplicar en promedios o cálculos que reflejen una tendencia, una solución o una respuesta al comportamiento de los datos o variables. (Valdivia, 2008).

Por ende, este enfoque nos permite desarrollar el cálculo promedio de las exportaciones que realiza China y Japón al mundo, y por qué a Colombia todavía se les dificulta el acceso a estos mercados tan importantes.

Un enfoque exploratorio se utiliza cuando el tema de investigación es carente de información o es poco reconocido, lo que dificulta formular hipótesis precisas. A diferencia del enfoque descriptivo, el enfoque exploratorio nos permite aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos y obtener una información más completa.

La investigación maneja un enfoque descriptivo, ya que se realizará la descripción de situaciones y eventos que me permiten la creación de un problema. Además, no se hará solamente una obtención de datos, sino la relación y conexión con otras fuentes de información y puntos de vistas de otros actores.

Por otra parte, también se implementará el enfoque exploratorio a esta investigación, ya que la información requerida para la realización de este proyecto es carente, lo que nos permitirá indagar y familiarizarnos con algo que hasta el momento se desconoce. El objetivo de utilizar este método es explorar el problema y su entorno, con el fin de que sea entendido a profundidad.

Fase objetivos fuentes categorías variables

- **Fase: 1.**

Objetivo: Describir los productos de exportación al mercado chino y japonés.

Fuentes: Embajada de Colombia en China, Trademap, Embajada de Colombia en Japón, Dian.

Categorías-Variables: Comercio bilateral entre Colombia y China, Balanza comercial Colombia y China, Productos con mayor intercambio entre Colombia y China, Contexto histórico, Acuerdos comerciales, Comercio bilateral entre Colombia y Japón, Balanza comercial Colombia y Japón, Productos con mayor intercambio entre Colombia y Japón.

- **Fase: 2.**

Objetivo: Identificar los certificados mínimos reglamentarios de acceso al mercado chino y japonés.

Fuentes: Trademap, Dian, Embajada de China, Embala de Japón, Organización Mundial de Comercio.

Categorías-Variables: Certificaciones reglamentarias para el acceso de la mercancía importada por China, Proveedores, Competencia de Colombia, Certificaciones reglamentarias para el acceso de la mercancía importada por Japón

- **Fase: 3.**

Objetivo: Implementar estrategias para incrementar las exportaciones colombianas a los mercados descritos.

Fuentes: Legiscomex, Trademap, Dian,

Categorías-Variables: Análisis de proveedores de China y de Japón, demanda de China y de Japón, Estrategias para las exportaciones de productos colombianos más demandados en China y en Japón.

Relaciones comerciales Colombia y China – Japón

Para este primer capítulo se analizará la balanza comercial entre Colombia – China y Colombia – Japón, partiendo de una descripción general sobre cómo ha sido su relación comercial, destacando los acuerdos suscritos, los instrumentos de política utilizados para facilitar el comercio, el volumen de exportación e importación por cada país, y los productos con mayor intercambio entre los países.

Relación comercial Colombia - China

Son más de 40 años donde Colombia y China han tenido un proceso de relaciones diplomáticas, y han intentado trazar acuerdos bilaterales para que el comercio sea más justo y haya una mejor competitividad y mayor crecimiento para ambos países.

El inicio de estos lazos comerciales surge el 7 de febrero de 1980 gracias a que Colombia acepta que “Solo hay una China” y que Beijing es el único y legítimo gobierno legal de China, y que por ende Taiwán es intransferible de China. Aunque el proceso de crecimiento fue lento, dado que China tuvo su apertura económica en el año 1978 y Colombia hasta el año 1991, su brecha comercial ha permitido que China sea nuestro segundo socio comercial después de Estados Unidos. (Guzmán, 2012).

El intercambio de bienes y servicios entre Colombia y China también fue posible gracias a la firma del 22 de noviembre de 2008 en Lima, y que entró en vigor el 2 de julio de 2012, donde el *Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones* (APPRI), dice que se le va a dar el mismo trato a los inversionistas chinos, que a los inversionistas que ya cuentan con un TLC con Colombia, y así mismo el país asiático no tendrá discriminación con los Colombianos que inviertan en ese país.

Por otra parte, se realizaron unas rondas de negociación entre los años 2012 y 2015, a través de las cuales se buscó a consolidar a Colombia en la región Asia – Pacífico y el interés de ingresar al Foro de Cooperación Económica Asia -Pacífico. Para estas rondas de negociación se logró suscribir 18 acuerdos, donde aparecen temas relevantes como: acuerdos de cooperación técnica y económica, acuerdos de tipo educativo o cultural, acuerdos para la promoción del comercio, acuerdos sobre infraestructura y acuerdos sobre el sector de hidrocarburos. (Peña, 2015). Para esta investigación es importante resaltar los acuerdos suscritos para la promoción del comercio entre Colombia y China.

Tabla 3

Instrumentos y acuerdos suscritos Colombia-China.

Instrumentos	Fecha
Convenio comercial	Firmado en 1981
Convenio de Cooperación económica	Firmado en 1985
Protocolo fitosanitario para la exportación de banano a China.	Firmado en 1998
Acuerdo para la adhesión de China a la OMC.	Firmado en 2000
Convenio sobre cooperación fitosanitaria y sanidad animal.	Firmado en 2005
Acuerdo para la promoción y protección de la inversión.	Firmado en 2008
Memorando de entendimiento sobre cooperación agrícola.	Firmado en 2012
Memorando para la promoción de la cooperación en el sector de minas y energía.	Firmado en 2012
Protocolo de requisitos fitosanitarios (Aguacate Hass)	Firmado en 2019

Nota. Autoría propia con datos de Embajada de Colombia en China (2020).

Partiendo de que Colombia no contrae ningún acuerdo comercial con China, y existe una dependencia al mercado estadounidense y latinoamericano, esto no ha sido un problema para crear estrategias que permitan la integración con el país asiático, por ende, se han suscrito más de veinte instrumentos bilaterales para ir fortaleciendo la relación entre los dos países, pero aquí resaltamos cuales han sido los acuerdos más importantes.

Balanza comercial Colombia – China

A pesar de manejar una balanza comercial deficitaria, la relación Colombia – China cada día va en crecimiento, desde que se han suscrito los acuerdos bilaterales, Colombia ha mejorado su posicionamiento en este mercado, como se muestra en la Tabla 4, las exportaciones a partir de 2008 han tenido un alza, gracias al intercambio de mercancías no minero – energéticas, que en la

actualidad representa el 6.2 % de las totales que se despachan hacia ese destino. (El tiempo, 2019). Las exportaciones para el año 2018 alcanzaron un valor de 3.748.187 millones de dólares 87 % más que en 2017, que tuvo un valor de 2.004.460.

Tabla 4

Exportaciones e Importaciones Colombia – China.

Año	Exportaciones (USD)	Importaciones (USD)
2001	19.907	475.405
2002	27.825	532.847
2003	82.204	688.673
2004	137.504	1.244.730
2005	236.689	1.616.821
2006	452.420	2.219.273
2007	784.758	3.326.574
2008	442.953	4.548.798
2009	949.726	3.715.170
2010	1.966.624	5.477.428
2011	1.989.061	8.176.440
2012	3.343.081	9.564.690
2013	5.102.171	10.362.788
2014	5.755.135	11.790.385
2015	2.263.725	10.032.489
2016	1.127.140	8.631.420
2017	2.004.460	8.754.463
2018	3.748.187	10.544.729

Nota. Autoría propia con datos tomados de Trademap (2018).

Por otro lado, China ha sido el segundo país destino para el intercambio de mercancías; como se evidencia en la Tabla 4 durante casi todo el periodo 2001 – 2018 se ha tenido una tendencia de crecimiento en las importaciones, a pesar de que su principal proveedor de mercancías sigue siendo Estados Unidos. China se ha convertido en un socio clave para Colombia y sobre todo en una oportunidad de crecimiento, es por esto que se siguen buscando instrumentos que ayuden a mejorar el déficit comercial. Colombia exportó casi 4 millones de dólares e importó al menos 10 mil millones.

A continuación, se presenta los países donde los productos colombianos podrían tener una oportunidad de crecimiento, independiente del producto a escoger. Y los productos potenciales en el intercambio de mercancías con China.

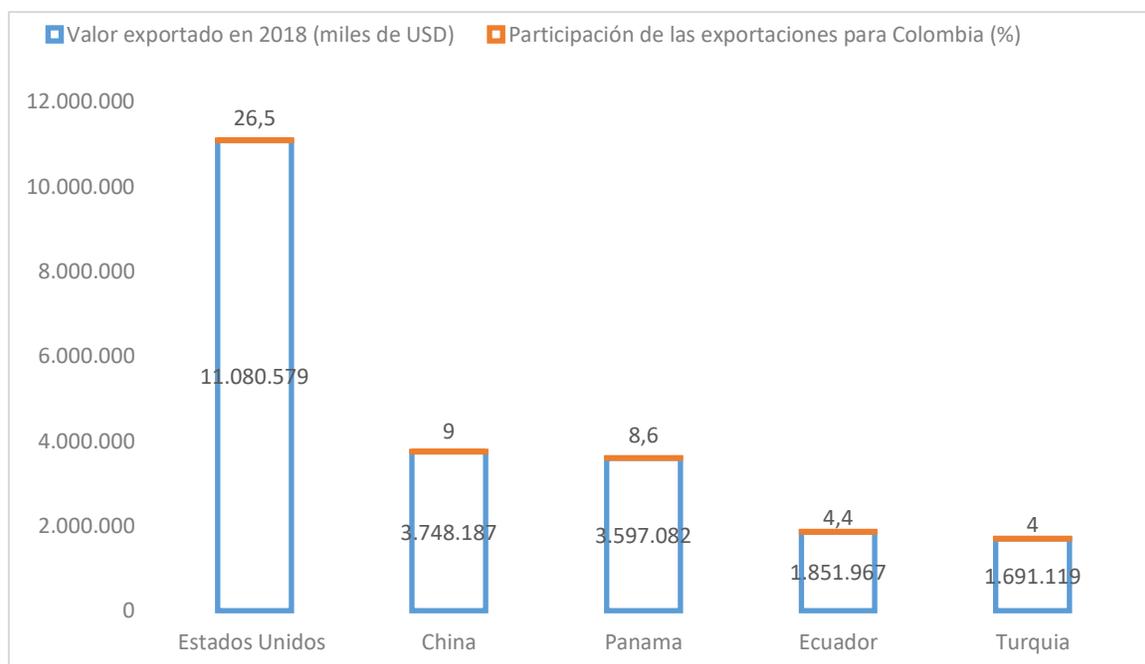


Figura 3. Principales mercados de exportación de Colombia Fuente propia, con cálculos basados de trademap (2018).

Las exportaciones de Colombia representan 0,2% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 57.

El mercado chino que se encuentra en la posición 2 con una representación de 9% en la participación de la exportación para Colombia, lo hace uno de los mercados más destacados de la última década ya que representa un valor exportado de 3.748.187 USD, a pesar de no contar con un TLC directo con Colombia.

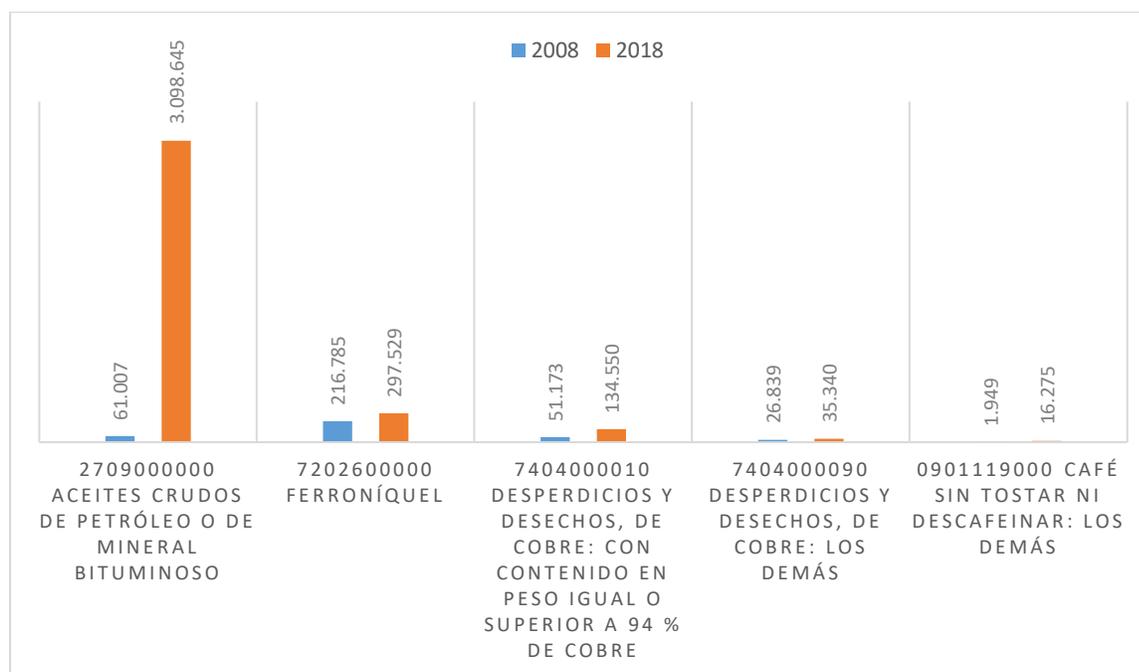


Figura 4. Comercio bilateral entre Colombia – China Fuente propia, con cálculos basados de trademap (2018).

2709000000 - Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso: Su volumen de producción en los últimos 5 años en Colombia ha sido estable y equilibrado donde el 50% y 56% ha sido destinado para el consumo final de los hogares y el porcentaje restante ha sido destinado para el consumo intermedio, trademap (2018), representando para el mercado chino una constante demanda en la última década a partir de 2008 con 61.007 USD hasta 2018 con 3.098.645 USD. Los principales destinos de aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso son, Estados Unidos, Singapur, Perú, España, Austria, Panamá, China, entre otros.

7202600000 – Ferroníquel: El volumen de producción de ferroníquel en los últimos 5 años en Colombia ha demostrado una estabilidad y una tendencia que va en aumento, ya que se ha logrado una gran aceptación en el mercado chino durante la última década, desde 2008 con 216.785 USD aumentando hasta 297.529 USD en 2018, siendo uno de los productos más importantes para las exportaciones de Colombia. Los principales destinos de este producto son, China, Japón, Países Bajos, Singapur, República de Corea, entre otros.

7404000010 - Desperdicios y desechos de cobre: con contenido en peso igual o superior a 94 % de cobre: Su volumen de producción debido a que su contenido sea en peso igual o superior a 94% de cobre durante los últimos 5 años han demostrado cada vez más impulso por generar este

producto en el mercado chino ya que tiene una demanda constante demostrada desde la última década a partir de 2008 con 51.173 USD hasta 2018 con 134.550 USD. Los principales destinos de este producto son, China, Estados Unidos, República de Corea, Japón, Grecia, Perú, entre otros.

7404000090 - Desperdicios y desechos de cobre los demás: Representación de la última década desde 2008 con 26.839USD hasta el 2018 con 35.340USD con volumen de producción durante los últimos 5 años estables y con aumento.

0901119000 - Café sin tostar ni descafeinar: los demás: El volumen de producción de café sin tostar ni descafeinar en Colombia durante los últimos 5 años no fue el mejor para Colombia debido a una sobreoferta causada por alzas en la producción de países competidores como Vietnam y Brasil, además de la región centro americana. Sin embargo, las presentaciones de valor representaron desde el 2008 1.949USD con una estabilidad hasta 2018 con 16.275USD lo cual permitió mantener una competencia en el mercado chino. Los principales destinos de este producto son, Perú, China, Honduras, Italia, España, Alemania Japón, entre otros.

Proveedores de China

Tabla 5

Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Rusia	23.884.155	37.889.465
Arabia Saudita	20.514.965	29.663.934
Angola	20.122.698	24.863.019
Iraq	13.812.852	22.412.963

Nota. Autoría propia (2019)

Tabla 6

Ferroníquel.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Indonesia	1.376.030	915.977
Nueva Caledonia	391.398	695.646
Colombia	235.123	348.496
Myanmar	322.356	265.477

Nota. Autoría propia (2019)

Tabla 7

Desperdicios y desechos de cobre.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Estados Unidos	1.403.855	1.335.234
Japón	644.950	976.174
Reino Unido	478.153	586.907
Malasia	307.784	573.964

Nota. Autoría propia (2019)

Tabla 8

Café sin tostar ni descafeinar.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Vietnam	20.928	42.168
Brasil	12.1203	21.149
Colombia	8.753	17.753
Etiopia	8.863	15.788

Nota. Autoría propia (2019) y Trade map (2018).

La tabla 5 nos muestra los países que abastecen a China en los productos que también exporta Colombia hacia este mercado, evidenciar estos datos permite entender los retos que afronta Colombia y los competidores directos. En su caso Rusia es un principal exportador de Aceites crudos o petróleos, y a su vez un socio comercial muy clave para China, desde 1949 tienen relaciones diplomáticas, más de 70 años con acuerdos bilaterales en cuestión de inversión, política, economía e infraestructura, demostrando una amistad y confianza mutua. El segundo competidor directo en la producción de Aceites crudos es Arabia Saudita que por más de 20 años ha tenido lazos económicos fuertes con China con base en el petróleo, cabe recalcar que China es el segundo consumidor de petróleo y Arabia Saudita cuenta con la quinta parte de reservas de crudo en el mundo. (Portafolio, 2010).

Colombia presenta desventajas en cuanto a su nivel de producción, lo que da la razón a la poca influencia de productos o servicios colombianos en el mercado asiático, y a que nuestros competidores nos superen en volumen de exportaciones.

En la producción de Ferroníquel, Indonesia es uno de los principales abastecedores de China, sus relaciones empiezan desde 1950 y se fortalecen para 1990, y por otro parte Nueva Caledonia, economía que está basada en la explotación minera de níquel, es el tercer productor mundial después de Rusia.

En el caso de Desperdicios y desechos de cobre, Estados Unidos es el principal proveedor de China, no obstante, la relación chino-americana es la segunda más grande del mundo, tiene relaciones diplomáticas desde la segunda guerra mundial y han sido fortalecidas a partir de 1992, a pesar de las guerras comerciales que han llevado estos países, se han realizado acuerdos frente a la cooperación bilateral contra el terrorismo y armas nucleares. (Palumbo, 2018).

En el abastecimiento de Café sin tostar ni descafeinar, Vietnam lidera la exportación hacia China, son más de 70 años de cooperación entre ambos países, China fue el primer país en establecer relaciones diplomáticas con Vietnam, en la actualidad hay más de 60 mecanismos de intercambio y colaboración integral en sectores como, inversión, tecnología, cultura, educación y turismo.

La cooperación económica ha permitido que China hoy en día sea socio comercial de la mayoría de los países desarrollados y en vía de desarrollo. No hay duda de que antigüedad es un factor clave en las negociaciones y relaciones con las que cuenta China, la mayoría de los países que exportan hacia este país han tenido relaciones diplomáticas desde mucho tiempo atrás. Por otro lado, para Colombia todavía el mercado asiático y la misma China siguen siendo un reto y una oportunidad de crecimiento.

Relación comercial Colombia – Japón

Las relaciones diplomáticas entre Colombia y Japón se han dado desde hace 110 años cuando se estableció en un tratado llamado Amistad, comercio y navegación, que fue firmado en Washington en mayo 25 de 1908 los firmantes fueron por la parte Colombiana el Sr. Enrique Cortés y por la japonesa, el Barón Takahira Kogoro, Shosammi. (Barbosa, 2018).

Japón se encontraba en acenso a ser una potencia, cuando se encontraba cerrado al mundo desde 1639 bajo la política conocida como sakoku, hasta que abrió sus puertas en 1853 con una ayuda forzosa por parte de estado unidos lo que le permitió al emperador Meiji dar un proceso de modernización en 1868 que fueron avances para la industrialización, la construcción de infraestructura, la construcción de una marina mercante de talla mundial, la conformación de un gran ejército y también la conformación de grandes grupos económicos. Lo que hace interesante un acercamiento a la cultura y le permitiría dejar huella a Colombia llevando a cabo acuerdos con un país con una alta potencia como lo es Japón. (Barbosa, 2018).

Un lema que inspiró a Japón para su gran desarrollo fue el de fukoku kyohei lo que significa, País rico – Ejército fuerte. Lo que se demostró cuando tuvo las guerras contra China en 1895 y

contra Rusia en 1905 en la que fue ganador y fue como una prueba de fuego debido a que en la primera ascendió a los japoneses al mismo nivel de las potencias coloniales de occidente de Asia; estos hechos hicieron que se convirtiera en el líder de su región y también se hizo al territorio de Taiwán. Pero la segunda hizo que tuviera consecuencias aún más preocupantes; porque nunca una potencia asiática había vencido a una potencia de Europa, lo que le permitió entrar al podio de las grandes potencias. Colombia, por su parte empezaba a asimilar la devastación que había dejado la guerra de los mil días y la pérdida de Panamá. (Barbosa, 2018).

Al estar involucrado Estados Unidos les dio ruptura a las relaciones con Washington con las próximas secuelas económicas y políticas, más con su representación internacional. De esta manera, como se dieron las consecuencias de los dos países sumaban particularmente necesidades que eran mutuas y conveniencias que hacían atractivo un acercamiento. Bajo las circunstancias se firmó el tratado en Washington ratificado por Colombia mediante la ley 12 del 18 de agosto de 1908, que fue expedida por la asamblea Nacional Constituyente y Legislativa. (Barbosa, 2018).

Uno de los principales acuerdos que se están llevando a cabo entre Colombia y Japón es el *Acuerdo de Asociación Económica entre Colombia y Japón*, las negociaciones para un AAE con Japón iniciaron formalmente en diciembre de 2012, previo a lo cual ambos países adelantaron un estudio conjunto sobre la posibilidad de adelantar dicho proceso. La negociación se enmarca en la estrategia de acercamiento en Asia que viene desarrollando el Gobierno Nacional y significa una gran oportunidad para Colombia, por cuanto Japón es un país con el cual ha estrechado considerablemente sus relaciones comerciales en la última década, pues ha logrado triplicar sus exportaciones a este destino, pasando de USD 165 millones en 2001 a USD 528 millones en 2011. (MinComercio, 2020).

Tabla 9

Instrumentos y acuerdos suscritos Colombia – Japón.

Instrumentos	Fecha
Convenio referente a la cooperación técnica.	12 de diciembre de 1978
Cámara Colombo japonesa de comercio e industria	10 de mayo de 1988
Acuerdo para la liberación, promoción y protección de inversiones.	11 de septiembre de 2015
Acuerdo de asociación económica	(En negociación desde 2012)

Nota. Autoría propia con información de Embajada Colombia – Japón (2020).

Como se muestra en la tabla 6, las relaciones diplomáticas han permitido que el comercio global entre Colombia y Japón cada día este en crecimiento, y por ende se están buscando negociaciones que permitan un acercamiento más íntimo con el país asiático. En la actualidad se están contemplando temas comerciales de un tratado de libre comercio, donde se resalta la competencia, acceso a mercados, medidas sanitarias y fitosanitarias, entre otros 15 o 18 grupos temáticos. (Observatorio Virtual Asia-Pacífico, 2017).

Balanza comercial Colombia – Japón

A diferencia de China, Japón ha tenido dos tasas de crecimiento negativas, la primera en 2009 debido a la desaceleración que tuvo la economía mundial, por lo cual afectó sus exportaciones, por otro lado, en 2011, consecuencia de los desastres naturales ocurridos. Por su parte Colombia afrontó positivamente la crisis mundial, entre 2001-2011 registró un crecimiento de 4.5 % promedio anual, mientras que Japón lo hizo a una tasa de 0.6 % en cuanto al crecimiento del PIB. (Rubiano, 2012).

Tabla 10

Exportaciones e Importaciones Colombia – Japón.

Año	Exportaciones (USD)	Importaciones (USD)
2001	164.731	558.975
2002	193.491	619.438
2003	201.532	642.870
2004	262.078	695.164
2005	330.181	705.315
2006	323.750	944.573
2007	395.288	1.230.829
2008	371.562	1.152.717
2009	336.296	825.386
2010	511.058	1.156.643
2011	527.963	1.437.709
2012	360.240	1.654.100
2013	387.855	1.478.804
2014	420.904	1.525.446
2015	519.899	1.227.454
2016	427.631	1.115.630
2017	557.359	1.231.264
2018	474.064	1.288.565

Nota. Autoría propia con cálculos basado de Trade Map (2018).

Como se evidencia en la tabla 7, las exportaciones de Colombia hacia Japón desde 2001 hasta 2011 se han triplicado, pasando de 164.731 usd, a 527.963 usd, todo esto debido al posicionamiento de productos como el café que representa el 65.5 % y sigue siendo el producto exportable más importante de Colombia hacia Japón, seguido de las flores con un 9.6%, los minerales con un 8.9% y los productos agrícolas con el 7.5 %. (DANE –DIAN Cálculos: DANE – COMEX, 2015).

El comercio internacional entre Colombia y Japón históricamente ha tenido una balanza negativa, se registra unas exportaciones totales de 474.064 usd, y unas importaciones totales de 288.565 usd. Entre las principales importaciones colombianas se encuentran productos como derivados del petróleo, teléfonos, computadoras y productos del sector automotor.

A continuación, se muestra los productos exportados por Colombia hacia Japón en la última década, describiendo cada uno de ellos y realizando el análisis correspondiente de los proveedores que en ese mismo producto compiten directamente frente a Colombia y cuáles son sus producciones totales.

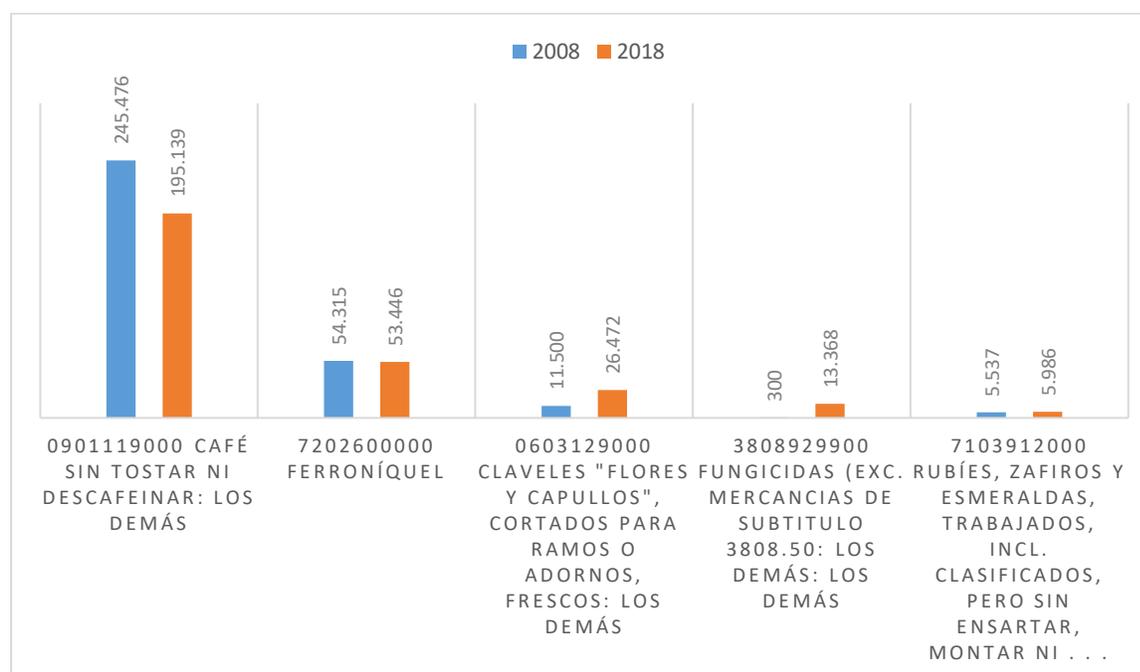


Figura 5. Productos exportados de Colombia a Japón de la última década (2008-2018) Fuente propia, con cálculos basados de trademap (2018).

0901119000 café sin tostar ni descafeinar: los demás - El volumen de producción de este producto durante los últimos 5 años en Colombia se ha demostrado con altos y bajos y esto se debe a la competitividad directa que hay por parte de otros países, pero se demuestra que el café sin tostar ni descafeinar mantiene una demanda en el mercado de Japón lo que hace que la relación

entre Colombia y Japón se mantengan a pesar de que solo hay acuerdos bilaterales. Los principales destinos de este producto son, Brasil, Vietnam, Indonesia, Guatemala, Honduras y Perú.

7202600000 ferroníquel: El volumen de producción del ferroníquel en Colombia durante los últimos 5 años se presenta estable lo cual demuestra una aceptación por parte del mercado de Japón y hace que la participación de Colombia sea importante no solo en Japón si no también en otros países que negocian con Japón, lo que hace al ferroníquel uno de los productos más importantes para las exportaciones para Colombia. Los principales destinos de este producto son, China, Japón, Países Bajos, Singapur, República de Corea, entre otros.

0603129000 Claveles "flores y capullos", cortados para ramos o adornos, frescos: los demás - El volumen de producción de este producto durante los últimos 5 años en Colombia ha demostrado que Colombia es uno de los líderes en cuanto a exportación del sector floricultor; en Japón ha tenido una gran aceptación ya que es un producto que tiene mucha potencia a pesar de haber pasado por una década de crisis, lo que determina que es uno de los productos más importantes para las exportaciones Colombianas. Los principales destinos de este producto son, Estados Unidos, Japón, Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Entre otros.

3808929900 fungicidas (exc. mercancías de subtítulo 3808.50): los demás: los demás - El volumen de producción durante los últimos 5 años en Colombia de Fungicidas es aceptable, al igual que sus niveles de exportación, a pesar de no haber entrado al mercado de Japón con gran potencia, pero con el pasar del tiempo ha demostrado ser un producto demandado y ha hecho que Japón sea un principal comprador de este producto para dar un mejor trato y una manipulación eficaz a las semillas para el consumo. Los principales destinos de este producto son, Francia, Japón, Alemania, España, Estado Unidos, entre otros.

7103912000 rubíes, zafiros y esmeraldas, trabajados, incl. clasificados, pero sin ensartar, montar - El volumen de producción en Colombia durante los últimos 5 años se ha demostrado estable para el mercado de Japón siendo un producto determinante y de los más importantes para las exportaciones de Colombia, lo cual lo favorece ya que pocos países cuentan con los territorios para realizar las extracciones de estos minerales, aun así, su tiene una fuerte competencia. Los principales destinos de este producto son, Estados Unidos, Japón, Sri Lanka, India, Alemania, Canadá, entre otros.

Proveedores de Japón

Tabla 11

Café sin tostar ni descafeinar.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Brasil	378.538	321.809
Colombia	266.477	206.970
Vietnam	198.260	186.468
Indonesia	91.410	87.780

Nota. Autoría propia (2019)

Tabla 12

Ferroníquel.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Nueva Caledonia	1.968	13.419
Colombia	6.832	6.082
Brasil	1.158	943
Bélgica	34	37

Nota. Autoría propia (2019)

Tabla 13

Fungicidas.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Reino Unido	22.218	18.994
Colombia	17.006	15.731
Alemania	14.977	15.327
Estados Unidos	14.503	13.798

Nota. Autoría propia (2019)

Tabla 14

Rubíes, Zafiros y esmeraldas.

Proveedores	2017 (USD)	2018 (USD)
Tailandia	15.840	20.474
Colombia	16.817	17.359
Hong – Kong China	23.896	13,498
Sri Lanka	4.092	4.788

Nota. Autoría propia y cálculos basados en Trade Map (2018).

La tabla 8, muestra los principales países que proveen a Japón en los productos que también exporta Colombia hacia este mercado. Esta recolección de datos permite identificar el nivel de competencia al que se enfrenta Colombia y si en su caso hay algún acuerdo o un instrumento que genere desventaja a la hora de ingresar al mercado nipones. Como se identifica en la tabla 8, el principal proveedor para café sin tostar ni descafeinar es Brasil, que además de ser el principal productor a nivel mundial sus exportaciones totales hacia Japón alcanzaron los 321.809 usd. Para Colombia, Japón es el segundo destino de exportación de café y el principal destino de las exportaciones de la Federación Nacional de Cafeteros. (Café de Colombia, 2016).

Así como con China, Nueva Caledonia es uno de los principales competidores directos de Colombia en la producción de Ferróníquel y así mismo sus principales destinos de exportaciones totales son China y Japón.

La exportación de fungicidas es liderada por el Reino Unido con más de 18.993 usd y sus exportaciones a nivel mundial alcanza el 6.5 %, cabe destacar que los principales exportadores de fungicidas son Alemania y Francia, con el 15 % y 18 % en la participación mundial.

Como se evidencia en la tabla 8, las exportaciones de Rubíes, zafiros y esmeraldas para el 2018 se concentraron en Tailandia, que exportó más de 20.474 usd, aunque este no sea su principal producto de exportación. Los países principales países de destino de las exportaciones de Tailandia son China y Japón, así como a su vez sus orígenes de importación provienen de China y Japón. Por su parte Colombia según la Federación Nacional de Esmeraldas registró un 4 % de crecimiento en las exportaciones que llegaron a destinos como la India, China y Estados Unidos, superando los 73 millones de usd. (La República, 2018).

En resumen, la relación comercial Colombia – China ha estado centrada en el sector minero, donde resalta la extracción de petróleo, aceites crudos, níquel, desechos de cobre y por supuesto el café sin tostar ni descafeinar, que han sido proveídos adicional a Colombia por países como Arabia Saudita, Rusia e Indonesia. Con Japón la relación comercial se concentra en el café sin tostar ni descafeinar, en la extracción de níquel y de rubíes, zafiros y esmeraldas, donde, así como Colombia países como Brasil, Nueva Caledonia, Alemania y Tailandia proveen a Japón y son competidores directos.

Certificados mínimos reglamentarios de acceso al mercado chino y japonés

A continuación, se presentarán los sellos correspondientes para el acceso al mercado de China y Japón. En primer lugar, se describirá cada uno de los sellos, con sus requerimientos y en segundo lugar se evidenciará qué aspectos son de difícil cumplimiento para Colombia.

Como se abordó en el marco teórico, es importante recordar que la política comercial son normas que utilizan los países para llevar a cabo sus relaciones con el exterior, que mediante el uso de instrumentos arancelarios y no arancelarios los países protegen su industria nacional y mejoran su competitividad frente a otros países. Para este caso, el centro del análisis estará en los instrumentos de política comercial de tipo no arancelarias, resaltando las políticas o normas administrativas. Estas normas son barreras comerciales que impiden el ingreso de mercancías provenientes del extranjero.

China implementa este tipo de medida, sus importaciones están sujetas a un plan de control estatal y son reguladas de diversas formas, mediante sellos, vistos buenos o fitosanitarios, con la finalidad de proteger su industria nacional y sus consumidores. China es miembro de la OMC desde 2001, está suscrito al acuerdo sobre obstáculos técnicos al comercio y por ende puede aplicar medidas para protección de la salud y la seguridad de las personas, de aquí la importancia de los sellos para la entrada de mercancías o bienes a este país. (Organización Mundial del Comercio, 2020) Con Japón el caso es similar, sus importaciones deben ser declaradas a la aduana correspondiente y se debe obtener un permiso de importación si dicho producto necesita algún sello, visto bueno o fitosanitarios para la entrada a este país. Salvo en algunos sectores determinados, el régimen de importación está prácticamente liberalizado en Japón, excepto para algunos productos cuya procedencia necesite de una prueba para verificar su origen, calidad y seguridad.

En consecuencia, es importante recordar la importancia de las políticas comerciales impuestas por China y Japón para entender cuáles son los sellos y requerimientos que se necesitan para obtener una certificación y, a su vez, deducir este tipo de medida ha sido un éxito para el crecimiento económico de ambos países. Por otro lado, se propone revisar qué le hace falta a Colombia para cumplir estos requisitos y qué tipo de estrategias podrían implementarse para cumplir con las reglas o normas establecidas por China y Japón.

Sellos y requisitos para exportar a China

A continuación, se presentarán los sellos y requisitos correspondientes para los productos exportados por Colombia a China.

Certificados solicitados en el mercado de China.

Certificación CCC.

Certificación Obligatoria China (CCC) aplicada a productos importados de China y a los producidos en dicho país. Emitido por la Administración General Estatal de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China.

Para la certificación CCC debe ser correspondiente realizar el cumplimiento de una serie de documentos indispensables que determinan la certificación:

- ✓ Una descripción esquemática de la producción (de su producto).
- ✓ Un manual de calidad.
- ✓ Guía de inicio rápido.
- ✓ Copia de los informes CB, si se aplica a sus productos.
- ✓ Licencia Comercial.
- ✓ Nombre de placa / etiqueta en chino.
- ✓ Organigrama de la fábrica.
- ✓ Resultados de las pruebas de EMC (compatibilidad electromagnética).

El certificado CCC y el permiso de imprimir la marca CCC se deben renovar anualmente como parte de una certificación de seguimiento que incluye una auditoria de la fábrica de un día y los certificados CCC tienen una validez de cinco años a partir de la fecha original de emisión.

Certificación CQC.

La certificación de Productos Voluntaria del Centro de Certificación de la Calidad Chino (CQC), es de carácter voluntario. Este organismo tiene la autorización del Gobierno de la República popular de China el cual establece los estándares voluntarios que se diseñan para cada producto, además que valida la calidad, seguridad y prestaciones de los productos más allá de los requisitos obligatorios.

Esta certificación es realizada de forma voluntario y su cumplimiento se enfoca en inspección de fábrica y es similar a una inspección de calidad y se exige en caso de ser la primera vez que se solicita un certificado.

Suele durar entre 1 y 5 días y tienen una doble finalidad; asegurar que se cumplen los estándares chinos de gestión de calidad y verificar que las normas CCC han sido acatadas por el solicitante.

La auditoría sigue una serie de pautas:

- ✓ La gestión de calidad debe cumplir los requisitos del CNCA y estar actualizada.
- ✓ Los productos fabricados durante la auditoría han de ser iguales a los enviados para las pruebas test.
- ✓ Todo proceso de marcaje debe ser documentado.
- ✓ La planta de producción o fábrica debe tener dispositivos para realizar pruebas de calidad a los productos, o disponer de un sitio especializado para la realización de dichas pruebas.
- ✓ Los trabajadores deben estar cualificados en la gestión de calidad.
- ✓ Se deben cumplir todos los estándares GB aplicables.

Pérez, (2019)

Certificación UL.

Underwriters Laboratories (UL) es una gran empresa, global e independiente, líder en estándares de desarrollo, pruebas y certificación. Cuando la Marca UL aparece en un producto significa que UL ha realizado ensayos en muestras representativas del producto y que ha determinado que éste cumple con las normativas vigentes u otros requisitos aplicables con respecto a su potencial riesgo de incendio, descarga eléctrica y peligros mecánicos. La empresa Underwriters Laboratories con más de 100 años en experiencia es la encargada de emitir el certificado.

Los productos que se incluyen bajo esta certificación son los eléctricos y electrónicos, entre los que están sección XVI “Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos” con sus respectivos capítulos del 84 al 85.

- ✓ Cap 84: Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.
- ✓ Cap 85: Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos

Se debe realizar un proceso para certificación UL:

Presentación del producto.

- El solicitante envía el producto a UL para su respectiva evaluación inicial

Investigación del producto.

- Se realiza una inspección minuciosa del producto mediante los ingenieros de prueba de UL para revisar si el producto aprueba los requisitos

Autorización para usar la marca UL.

- Una vez que se determina que el producto cumple con los requisitos, se autoriza al solicitante el uso de la marca de UL en las localidades de manufactura convenidas.

Inspecciones del servicio de seguimiento.

- Durante la vigencia de la certificación UL, los productos se someten a inspecciones regulares en la planta de manufactura para verificar cumplimiento continuo de los requisitos. (UL, 2011)

Certificación ASQSID.

Administración General para la Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena (ASQSID), sus principales funciones son redactar y aplicar normas en materia de certificación y acreditación, licencias de seguridad y calidad de los productos, registros de higiene y evaluación de la calidad; controlar la evaluación y el registro de los niveles de los estándares de higiene en las compañías encargadas de la importación, exportación, producción y procesamiento de productos de alimentación y cosméticos.

Tabla 15

Certificación para cada producto en el mercado de China.

Nombre de producto	Nomenclatura de producto	Certificados y requisitos para este producto
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	2709000000	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación CCC. • Certificación CQC.
Ferroníquel	7202600000	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación CCC. • Certificación CQC.
Desperdicios y desechos de cobre	7404000010	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación CCC. • Certificación CQC. • Certificación UL.
Desperdicios y desechos de	7404000090	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación CCC. • Certificación CQC.

cobre los
demás

- Certificación UL.

Café sin tostar
ni descafeinar 901119000

- Certificación CCC.
- Certificación CQC.
- Certificación ASQSID.

Nota. Autoría propia (2020).

Sellos y requisitos para exportar a Japón

Se mostrará los diferentes certificados exigidos por Japón para la entrada de mercancías, con su breve descripción y los productos a los cuales se les solicitan.

Certificados solicitados en el mercado de Japón.

Certificación JAS.

Japanese Agricultural Standards (JAS), es el certificado de producción agrícola orgánica japonés, creado por el Ministerio Forestal, Pesquero y de Agricultura de Japón. Todos los alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales provenientes de territorios extranjeros deben contar con una certificación JAS para poder ingresar a territorio japonés

La certificación JAS para el mercado de Japón se clasifican en dos

- General JAS: Garantiza la calidad del producto. Refiriéndose más a su contenido, composición o desempeño
- Específicas JAS: Muestra los procedimientos de producción.

Enviar una solicitud JAS a una certificadora acreditada.

- Por ende, se procede a firmar un acuerdo y contrato JAS.
- Participación en un seminario JAS.
- Se presenta un plan de manejo orgánico y la inscripción del producto, con su procedimiento operativo estandarizado.
- Se realiza una inspección JAS.
- La certificadora acreditada emitirá un certificado JAS y el sello JAS.

Además, se informará cada año sobre las cantidades producidas y etiquetadas según JAS.

Certificación FOSHU.

Food for specified health use, es decir, alimentos para uso específico de salud, (FOSHU), su consumo está destinado al mantenimiento o mejora de la salud y a usos específicos y especiales por parte de personas que desean controlar sus condiciones de salud, incluyendo la presión arterial o el colesterol en la sangre. Para que un alimento pueda ser vendido como FOSHU, debe antes pasar las evaluaciones respectivas por parte del Ministerio de Labor, Salud y Bienestar que es el mismo que lo emite. (Mincetur, 2010)

Los requisitos y cumplimientos para la aprobación de certificación Foshu son los siguientes:

- Eficacia en el cuerpo humano debe estar plenamente comprobado.

- Ausencia de problemas de seguridad (pruebas de toxicidad en animales, la confirmación de los efectos en los casos de consumo excesivo, etc.)
- Uso de ingredientes nutricionalmente adecuada (por ejemplo, no uso excesivo de la sal, etc.)
- Garantía de la compatibilidad con las especificaciones del producto en el momento del consumo.
- Establecimientos de métodos de control de calidad, tales como las especificaciones de los productos e ingredientes, procesos y método de análisis.

Mincetur, (2010)

Certificación JIS.

Normas industriales Japónesas (JIS), es una de las marcas más utilizadas en Japón, la marca JIS es aplicable a diversos productos tales como textiles y prendas de vestir, calentadores, aparatos eléctricos, zapatos, mesas y artículos de cocina, equipo para deportes, instrumentos musicales y muchos otros productos que requieren normas de calidad y tamaño u otras especificaciones. Las JIS cubren a todos los productos industriales o minerales. Emitido por el Departamento de Normas de la Agencia de Ciencia y Tecnología Industrial de Japón y Ministerio de comercio internacional e industria.

Para la aprobación de la marca de certificación JIS se debe realizar una solicitud de información y guía para la solicitud de aprobación de marca JIS

- Se debe presentar la solicitud de aprobación de marca JIS
- Presentación de la solicitud (con inclusión de los derechos a pagar por la solicitud y los gastos de viaje) departamento de normas, dependencia de ciencias y tecnologías industriales, ministerio de comercio internacional e industria.
- Revisión de los documentos.
- Consejo de Adjudicación.
- Decisión por parte del ministerio pertinente
- Evaluación en la plata.
- Divulgación de la información sobre la solicitud y notificación en el diario oficial.

Mediante este proceso se debe presentar la solicitud al Ministerio de comercio internacional e industria ante la personada designada a cargo.

El departamento de Normas de la Agencia de ciencia y tecnología industrial de Japón recibe la solicitud, se llevan a cabo investigaciones preliminares y por consecuente se envían inspectores que pertenecen al ministerio a la fábrica del solicitante y los aspectos evaluados por cada inspector se identifican en cada certificación que solicite la asesoría de un inspector. Los resultados de inspección se evalúan por el ministerio y la decisión se comunica al solicitante. El tiempo usual requerido desde la presentación de la solicitud hasta la decisión y la notificación es de 3 meses. (LegisComex, 2019)

Tabla 16

Certificación para productos en el mercado de Japón.

Nombre de producto	Nomenclatura de producto	Certificados y requisitos para este producto
Café sin tostar ni descafeinar	901119000	• Certificación JAS.
Ferroníquel	7202600000	• Certificación JIS.
Claveles "flores y capullos"	603129000	• Certificación JAS.
fungicidas (exc. mercancías de subtítulo 3808.50): los demás	3808929900	• Certificación JAS
Rubíes, zafiros y esmeraldas, trabajados, incl. clasificados, pero sin ensartar, montar	7103912000	• Certificación JIS

Nota. Autoría propia (2020).

En resumen, las medidas para la acreditación y aprobación de marcas de las certificaciones analizadas son indispensables y obligatorias para el mercado de China tanto como para el mercado de Japón, ya que para cada proceso de acreditación es representado por la presencia de un supervisor que analiza el procedimiento en fábrica para el cumplimiento de cada requisito. Realizar el proceso y paso a paso del cumplimiento de estos requisitos los cuales se encuentran descritos en cada certificación y le permiten a Colombia la participación y acceso a estos mercados y tener una relación con el exterior para lograr una mejor competitividad y magnificar las exigencias por sus mercados destino.

Estrategias para incrementar exportaciones a China y Japón

En este capítulo se retoma la información sobre los proveedores de China y Japón, para así identificar qué estrategias podría adoptar Colombia para mejorar sus exportaciones totales y a su vez lograr una mayor demanda en el mercado asiático. En consecuencia, se analizarán los productos que principalmente demandan China y Japón a los productores colombianos.

China

- Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso - 270900000

Sus principales proveedores son Rusia, Arabia Saudita, Angola e Irak. Estos países sin contar Rusia hacen parte de la Organización de países exportadores de petróleos (OPEP). Esta organización actualmente cuenta con 14 países productores y exportadores de petróleo, donde su propósito es asegurar la estabilización de los mercados petroleros para así asegurar un suministro eficiente, económico y regular de petróleo a los consumidores. (CNN, 2020).

Los miembros de la OPEP suministran alrededor del 41,9 % de la producción mundial de petróleo y juntos controlan aproximadamente el 79,4 % del total de las reservas de crudo; por su parte Rusia es el tercer productor de petróleo a nivel mundial, por encima de él se encuentran Arabia Saudita y Estados Unidos. Irak cuenta con la quinta reserva mundial de petróleo, y no se debe olvidar que Venezuela tiene la mayor reserva de petróleo a nivel mundial.

Colombia no hace parte de la OPEP, pero el motor de su economía depende de la industria petrolera, por ser el principal generador de renta externa por encima incluso del café, el petróleo es el principal producto de exportación de Colombia con un 55,4 % de las exportaciones y el principal contribuyente a las finanzas del estado. (AHN , 2020).

Para Colombia sería bueno adoptar la estrategia de pensamiento sostenible, es decir, Colombia cuenta con más de sesenta contratos que se han firmado para la exploración de nuevos pozos en el país, sin la repercusión que esto puede traer en el medio ambiente y los costos que conlleva extraer dicho producto, por ende, es necesario cambiar la forma de producción. Ya que la extracción de estos minerales para nada es sostenible, por lo cual es esencial implementar una metodología que permita conceptualizar a las personas sobre los riesgos que conlleva estos procedimientos y el trato que deben llevar los yacimientos para su retorno y así generar el menor impacto posible a los ecosistemas y la biodiversidad. Esto mediante la implementación de tecnología que permita hacer una extracción más rigurosa en pozos de yacimientos no convencionales, donde la extracción es más difícil y por ende los recursos para su extracción son más altos. Esta tecnología va de la mano

con un plan de estudios que permita identificar los riesgos a corto, mediano y largo plazo que se pueden generar en el entorno, para así buscar soluciones viables a problemas relacionados con el medio ambiente y su impacto sobre el entorno.

- Ferroníquel – 7202600000

Sus proveedores son Indonesia, Nueva Caledonia, Colombia y Myanmar. Recordemos que Colombia es el 4 productor de ferroníquel en América latina y que Nueva Caledonia tiene una producción en masa 5 veces más alta que la de Colombia en un solo año. Por otro lado, Indonesia es el principal productor de níquel a nivel mundial, el níquel por sí solo no es muy atractivo, por eso este se combina con otros metales para añadirle características únicas, como lo son la dureza, corrosión y resistencia a altas temperaturas. Actualmente Indonesia ha presentado una notificación en la cual aclara que para este 2020 dejará de exportar níquel a nivel mundial. Esta medida con el fin de acelerar la construcción de fundidoras que permitan no solo extraer dicho metal, sino hacerle su respectiva industrialización.

Para Colombia es una gran oportunidad, la caída del oro en exportaciones por cuestiones de minería ilegal, le ha permitido mejorar el posicionamiento de productos como el ferroníquel, el hierro, acero y el carbón. Ahora, con la pausa de exportación de níquel del primer productor mundial, hará que la oferta se fije en otros mercados, en consecuencia, es aconsejable que Colombia siga mejorando en las prácticas de minería y su respectiva industrialización, su posicionamiento depende de cómo sea el procedimiento de extracción, entre menos impacto genere al entorno, así mismo serán sus costos de producción.

- Desperdicios y desechos de cobre - 7404000090

Sus principales proveedores son Estados Unidos, Reino Unido y Malasia, Colombia por su parte representa el 1,1 % en exportación de dicho producto a nivel mundial. China por su parte compra casi el 40 % de la producción. Una de las ventajas del cobre es que no pierde ninguna de sus propiedades químicas o físicas, es por ende que otros países adquieren los desechos del cobre para reincorporarlos en otros ciclos productivos. Ya que el cobre tiene alta durabilidad, y los yacimientos minerales se pueden agotar, la opción de reciclar estos desperdicios permite reducir costos en la transformación de algún producto que necesite cobre para su elaboración.

Es aconsejable que Colombia siga mejorando sus exportaciones de desechos de cobre, esto con la finalidad de reducir el impacto en los yacimientos de cobre y poder utilizar dichos desperdicios para la producción de nuevos bienes para su consumo final. El reciclaje continuo de este producto

le permitirá a Colombia reducir sus costos, ya que el cobre puede reciclarse una y otra vez sin pérdida de rendimiento o calidad.

- Café sin tostar ni descafeinar – 90111900

Para China sus principales proveedores son; Vietnam, Brasil, Colombia y Etiopia, como se explicará más adelante, Colombia junto a Brasil son los principales productores y exportadores de Café a nivel mundial, por su parte Etiopia cuenta con uno de los mejores cafés del mundo, el café que se elabora genera el 60 % de sus ingresos por exportación. Gracias a su sabor y aromas únicos le permite tener una gran reputación en el mercado internacional. (OMPI, 2020)

Colombia y Etiopia cuentan con cafés que contienen características únicas y distintivas que les permite tener un reconocimiento en el mercado, dicha ventaja no se ve representada en el total de sus exportaciones. Sus dimensiones y distancias geográficas nos les permiten competir directamente ni producir a la misma intensidad que lo hace Brasil y Vietnam. En Consecuencia, la mayoría de café producido por Colombia y Etiopia no cuenta con un proceso de industrialización, en otras palabras, no hay un valor agregado que acompañe este café.

Una de las estrategias que debe implementar Colombia para incentivar más las exportaciones de este producto, es la reducción de los costos de producción. La Misión Cafetera ha resaltado que uno de los motivos por el cual la producción de Colombia ha tenido caídas, ha sido por sus altos costos en producción, que son prácticamente el doble del promedio mundial. (FNC, 2020) Estos costos se asocian a que cada vez hay más barreras para producir cafés arábigos suaves en Colombia, barreras como el cambio de clima que afecta los cultivos del café, el trámite para la comercialización de café con el mundo y los costos logísticos. Esta reducción de costos permite implementar el uso de tecnología e innovación, para así buscar que el café colombiano tenga un valor agregado. El café colombiano cuenta con características que lo hacen único frente a otros cafés del mundo, de aquí la oportunidad de comercializar más intensivamente nuevas variedades de café, como lo puede ser el café orgánico.

Japón

- Café sin tostar ni descafeinar – 90111900

Los principales proveedores son Brasil, Colombia, Vietnam e Indonesia, por otra parte, es importante resaltar que, a nivel mundial, Brasil y Colombia se encuentran entre los primeros exportadores de café, esta se obtiene de zonas tropicales y subtropicales que en su mayoría proviene de países en desarrollo o subdesarrollados. Por otro lado, es importante entender que Brasil produce

los dos tipos de cafés más demandados, el café arábico y el café robusto, y por su parte Colombia es el mayor productor de café arábica. Una de las distinciones del café colombiano, es su sabor, su aroma, las condiciones de su entorno, el cuidado en el proceso de recolección y cultivo, esto le permite a Colombia llevar un café especial y de alta calidad al mercado exterior. Por otro lado, Brasil tiene una extensa dimensión geográfica que le permite el desarrollo de diversos cultivos como el de café robustas, lo que le permite ser más productivo y así reducir sus costos de producción.

Así mismo para Japón se implementará la misma estrategia específica que se sugirió con China, la reducción de costos en primer lugar y la diversificación o valor agregado que acompañe al café colombiano.

- Ferroníquel -720260000.

Los principales proveedores para el mercado japonés son Nueva Caledonia, Colombia, Brasil y Bélgica. Es importante mencionar que Colombia se encuentra entre los principales productores de ferroníquel en el mundo y su demanda es cotizada en gran parte de los países asiáticos, pero su competencia tiene un potencial en cuanto a producción en masa, como por ejemplo la producción de ferroníquel en Nueva Caledonia la cual fue de 220.000 toneladas métricas en el año 2019, frente a Colombia que realizó una producción de 43.000 toneladas métricas en 2019, lo que indica que Nueva Caledonia aproximadamente produce 5 veces más ferroníquel en un año que Colombia. La importancia del ferroníquel para una economía radica en que se encuentra presente en más de 250.000 productos que se manipulan a diario en los sectores industriales y otros más, ya que el ferroníquel es un elemento metálico muy abundante en la naturaleza, pero aproximadamente el 90% de la producción mundial provienen de 14 naciones de las cuales Colombia es el 4 productor en América Latina, luego de Brasil, Guatemala y Cuba. (semana 2018).

Una estrategia que debería adoptar Colombia para aumentar la producción y las exportaciones de ferroníquel debe ser la reducción de costos de producción y esto se debe a la caída de precio del níquel que ha afectado las producciones nacionales de ferroníquel y otros tipos de exploraciones para descubrir nuevos recursos mineros. Para remediar esta crisis se debe optar por las buenas prácticas de desarrollo minero es decir se podría analizar los puntos críticos que se generan en la producción de ferroníquel e implementar acciones que se puedan utilizar para mejorar estas fallas. Ya que se aplica la estrategia de reducción de costos de producción se podría invertir en nuevas tecnologías, en maquinaria y capital de trabajo óptimo, también invertir en el capital humano para

el análisis de terrenos de extracción de ferroníquel y otros minerales esto generaría un buen desempeño en la industria minera y maximizaría la producción de ferroníquel contando con que también generaría empleos.

Sería una buena estrategia generar empleos para la industria del ferroníquel aplicando las buenas prácticas y el cuidado de los terrenos y zonas ambientales, se podrían otorgar con más precisión las licencias ambientales para explotar el mineral y así mismo mejorar las condiciones laborales de los trabajadores; si se aplicara esta estrategia Colombia podría llegar a tener una reserva de ferroníquel y lograr abastecer a más naciones en el mundo que demanden este mineral.

- Fungicidas - 3808929900.

Los principales proveedores para el mercado Japonés son: Reino Unido, Colombia, Alemania y Estados Unidos; este producto es generado según la demanda que requiera el país comprador, en caso de Colombia este producto se da para eliminar hongos o plagas en plantas o animales, los fungicidas son tóxicos y si se utiliza en exceso puede causar daños y, como todo producto químico, debe usarse con cuidado para evitar algún daño en la salud y en la aplicación de los productos finales como lo son los productos de consumo. La importancia de estos fungicidas es que permite a las economías cubrir sus productos orgánicos y mantener su agricultura. Para las exportaciones colombianas ha sido de suma importancia exportar este producto ya que es considerado un producto de buena calidad y demandado por los mercados de países del continente asiático como lo es Japón, aun así, no es destacado como el país que realice la mayor producción y exportación de fungicidas en el mundo a diferencia de su competencia que si cuenta con una mayor demanda a nivel mundial de este producto. FAO, (2010).

Una estrategia que puede adoptar Colombia para incentivar las exportaciones y mayor producción de fungicidas es implementar el uso de nuevas tecnologías para el desarrollo de elaboración de productos que sean de origen biológico no tóxicos remplazando los sintéticos, ya que las reglamentaciones para el uso de fungicidas están aumentando debido a sus efectos secundarios, esta estrategia va de la mano con la asociación entre empresas ya que permitiría la fusión de empresas con el objetivo de ingresar a nuevos mercados. Estas prácticas permitirían que los sistemas de rociado, pulverizado, por revestimiento, o por fumigación de locales sean más saludables para plantas o animales y haya un aumento en número de cultivos que no se verán afectados por la estacionalidad y aumentara la demanda de agroquímicos en Colombia dando como referencia el buen uso y buenas prácticas de desarrollo en bio-plaguicidas; esto haría que Colombia

tuviera más competitividad frente a los países que proveen este producto y obtener mayor demanda en el mercado Japonés

- Rubíes, Zafiros y esmeraldas – 7103912000

Sus principales proveedores para el mercado japonés son Tailandia, Colombia, Hong Kong y Sri Lanka. Por su parte Colombia, así como con el café, cuenta con un reconocimiento y distinción a nivel internacional, aunque su mayor productor es Zambia. Colombia le exporta al mundo 140000 usd millones en esmeraldas, según la Federación Nacional de Esmeraldas (Fedesmeraldas). Aunque Colombia ya cuenta con estrategias que impulsan la exportación de esmeraldas como lo son alianzas estratégicas con países como China e India. (Fedesmeraldas, 2019). Esto ha permitido que la esmeralda colombiana se situó por encima de sus principales competidores (Zambia y Brasil), con unas exportaciones superiores a los 142 millones de usd. Sin embargo, se encuentran dificultades, la extracción de estos minerales cada vez es más profunda, lo que conlleva a una mayor inversión para poder llegar hasta ellos y además como es un producto natural no renovable, hace que su hallazgo sea cada vez más difícil.

Por ende, una de las estrategias para incentivar su producción, es el seguimiento continuo de las empresas que realizan estas extracciones y de los lugares que están autorizados para realizar la excavación. Estas empresas deben contar con una acreditación que dé confianza y seguridad de que el procedimiento para la extracción de estos productos no traiga consigo fuertes repercusiones en el medio ambiente.

Una buena producción va de la mano con sostenibilidad, lo que llevaría a pensar en la importancia de hacer un plan sobre los sitios de biodiversidad que están aledaños a la zona de extracción, para así mitigar los riesgos que conlleva extraer estos minerales. En este sentido, debe haber un programa que ayude e informe a las personas sobre los riesgos que causa la minería ilegal y el efecto que esto trae en el medio ambiente.

En conclusión, la economía colombiana está concentrada principalmente en el petróleo y en productos provenientes del sector agropecuario como lo es el café. Lo que permite indagar en el por qué Colombia, teniendo los recursos y las oportunidades para tener una mayor participación en el mercado internacional, sigue siendo dependiente a la extracción de minerales. De aquí la razón de por qué China y Japón siguen siendo mercados con múltiples oportunidades por aprovechar por Colombia, pero que siguen siendo descuidados.

La responsabilidad social y el desarrollo sostenible en la producción son el motor del nuevo siglo, por ende, la exigencia de China y Japón en términos de certificaciones y acreditaciones, que permitan brindar seguimiento sobre los bienes fabricados, se traducen en un reto cada vez mayor e ineludible para los productores colombianos.

Conclusiones

En la actualidad Colombia tiene relaciones bilaterales con China y Japón, pero no tiene un tratado de libre comercio, lo que genera más barreras al comercio y desventajas frente a otros países que sí cuentan con unos lazos comerciales más fuertes con estos países. La relación Colombia - China ha estado concentrada en el sector minero, donde resalta la extracción de petróleo y minerales como el ferróníquel. Por su parte con Japón tiene una relación estrecha con el café sin tostar y la extracción de esmeraldas.

Para China y Japón el cumplimiento de las certificaciones y acreditaciones es indispensable, por ende, la supervisión presencial para verificar que se cumplan con los procesos y requisitos que exigen estos países para comercializar dentro de su territorio. Estas acreditaciones permiten dar confianza y seguridad al consumidor final, así como generar un valor agregado al proceso de producción. Contar con estas certificaciones le permite a Colombia tener una mejor competitividad y magnificar las exigencias por estos mercados.

Es importante resaltar que la economía colombiana es dependiente de los minerales, sus principales productos de exportación como el petróleo y el café siguen siendo los bienes con más participación en el mercado internacional. A pesar de que Colombia se enfrenta a competidores directos como lo es Vietnam y Brasil, los productos colombianos son un gran atractivo para el mercado asiático, por consiguiente el enfoque ahora va dirigido a un pensamiento más sostenible en la producción y fabricación, para así ganar una mejor participación en el mercado mundial y generar un pensamiento direccionado a la responsabilidad social.

Referencias

- AHN . (04 de Abril de 2020). *Agencia Nacional de Hidrocarburos Colombia*. Recuperado de: Colombia petrolera:
<http://www.anh.gov.co/Banco%20de%20informacion%20petrolera/Colombia%20Petrolera/Paginas/default.aspx>
- Asociación Ambiente y sociedad. (sf de sf de sf). *Inversiones Chinas en Colombia*. Recuperado de: Revisión de los convenios de cooperación entre Colombia y China:
<https://www.ambienteysociedad.org.co/wp-content/uploads/2015/11/Inversiones-Chinas-Colombia-convenios-cooperacion.pdf>
- Barbosa, F. (25 de octubre de 2018). *Así comenzaron las relaciones diplomáticas entre Japón y Colombia*. Recuperado de: Semana: <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/Japón-el-mundo-al-derecho/articulo/asi-comenzaron-las-relaciones-diplomaticas-entre-Japón-y-Colombia/588278>
- Café de Colombia. (Julio de 2016). *Café de Colombia es promovido en Japón por el Gerente General de la FNC*. Recuperado de: http://www.cafedeColombia.com/ccf-fnc-es/index.php/comments/cafe_de_Colombia_es_promovido_en_Japón_por_el_gerente_general_de_la_fnc
- China Quality Certificación Center. (2009). *China Quality Certification Center*. Recuperado de: <https://www.cqc.com.cn/www/english/>
- CNN. (10 de Abril de 2020). *¿Que es la Opep y que países lo integran?* Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/04/10/que-es-la-opec-y-que-paises-la-integran/#0>
- David, B. (29 de Noviembre de 2017). *Repositorio Javeriana*. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/38007>
- Dinero. (2001). *Dinero*. Recuperado de: ISO O SELLO: <https://www.dinero.com/edicion-impresia/especial-comercial/articulo/iso-o-sello/7642>
- El tiempo. (01 de octubre de 2019). *Colombia - China, una relación comercial que continúa en crecimiento*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/mas-contenido/Colombia-China-una-relacion-comercial-que-continua-en-crecimiento-416268>

- Exterior, i. E. (julio de 2010). *La normativa agroalimentaria en China*. Recuperado de: <http://cexgan.magrama.es/MODULOS05/Documentos/LegislacionnormativaagroalimetariaChina.pdf>
- FAO. (Noviembre de 2010). Biopreparados para el manejo sostenible de plagas y enfermedades en la agricultura urbana y periurbana. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-as435s.pdf>
- Fedesmeraldas. (25 de Abril de 2019). *Federacion Nacional de Esmeraldas de Colombia*. Recuperado de: Las alianzas comerciales impulsan la exportación de esmeraldas colombianas: <http://www.fedesmeraldas.org/las-alianzas-comerciales-impulsan-la-exportacion-de-esmeraldas-colombianas/>
- FNC. (14 de Enero de 2020). *Federacion Nacional de Cafeteros de Colombia* . Recuperado de: Producción de café de Colombia cerró el 2019 en 14,8 millones de sacos: <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-cerro-el-2019-en-148-millones-de-sacos/>
- Guzmán, S. B. (enero de 2012). *Relaciones bilaterales China y Colombia: 1990-2010*. Recuperado de: Dialnet-RelacionesBilateralesChinaYColombia-3953644.pdf
- Hill, C. W. (2010). *Negocios Internacionales*. Washington: McGraw-Hill.
- Intertek. (2018). *CCC - China Compulsory Certification*. Recuperado de: http://www.intertek.com.mx/uploadedFiles/wwwintertekcommx/Services/Commercial_and_Electrical/Laboratorio/WP_EL_CCC_2018.pdf
- La República. (09 de septiembre de 2018). *Colombia exporta US\$140.000 millones en esmeraldas a todo el mundo*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/economia/Colombia-exporta-us140000-millones-en-esmeraldas-a-todo-el-mundo-2768922>
- LegisComex. (17 de noviembre de 2019). *Mercado y etiquetado Japon*. Recuperado de: <https://www.legiscomex.com/comunicaciones/n/nov-17-04/marcado-etiquetado-japon.pdf>
- Legiscomex. (SF). *Marca y etiquetado*. Recuperado de: (Japan External Trade Organization: <https://www.legiscomex.com/comunicaciones/n/nov-17-04/marcado-etiquetado-Japón.pdf>
- Lu, X. (noviembre de 2017). *Repositorio Universidad EAN*. Recuperado de: Diagnóstico del comercio bilateral entre Colombia y China: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9048/LUXIAONA2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Magnusson, S. (2015). *NCAB GROUP*. Recuperado de: https://www.ncabgroup.com/wp-content/uploads/2015/12/NCAB_Newsletter_4_2015_Spain.pdf
- Melina, D. C. (14 de 08 de 2013). *Repositorio Institucional*. Recuperado de: Mercado Asia: China y corea del sur: <http://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/3395>
- Mincetur. (Octubre de 2010). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado de: guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a Japon: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_japon.pdf
- MinComercio. (2020). *Acuerdo de Asociación Económica entre Colombia y Japón*. Recuperado de: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/negociaciones-en-curso/Japón>
- mundo, U. A. (2014). Tendencias de mercados exigentes en Asia. *Revista Mundo Asia Pacifico*, 14.
- Noviembre de 2017). *Pontificia Universidad Javeriana*. Recuperado de: Repositorio Universidad Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/38007>
- OMPI. (19 de Abril de 2020). *Organizacion Mundial de la Propiedad Intelectual* . Recuperado de: La guerra del café: la historia de Etiopía y Starbucks: https://www.wipo.int/ipadvantage/es/articles/article_0082.html
- Palumbo, D. (7 de Julio de 2018). *BBC*. Recuperado de: China vs Estados Unidos: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44747895>
- Patiño, O. L. (20 de febrero de 2019). *Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África*. Recuperado de: <http://aladaainternacional.com/2019/02/panorama-de-las-relaciones-de-Colombia-y-Asia-desafios-y-oportunidades-del-gobierno-de-ivan-duque/>
- Peña, G. (2015). *Inversiones Chinas en Colombia, revisión de los convenios de cooperación entre Colombia y China*. Recuperado de: Ambiente y sociedad: <https://www.ambienteysociedad.org.co/wp-content/uploads/2015/11/Inversiones-Chinas-Colombia-convenios-cooperacion.pdf>
- Pérez, E. G. (13 de Diciembre de 2019). *certifiacion ccc china*. Recuperado de: ICEX: https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/odm5/~edi-sp/doc2019839056.pdf?utm_source=RSS=ICEX.es=17-12-2019=Certificaci%C3%B3n%20CCC%20China

- Portafolio*. (06 de diciembre de 2018). Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/el-pais-esta-rezagado-en-ventas-a-Asia-en-alianza-del-pacifico-524176>:
<https://www.portafolio.co/economia/el-pais-esta-rezagado-en-ventas-a-Asia-en-alianza-del-pacifico-524176>
- Portafolio. (09 de febrero de 2015). *Comercio entre Colombia y Japón*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/opinion/ricardo-rojas-parra/comercio-Colombia-Japón-37392>
- Portafolio. (16 de mayo de 2019). *La dependencia de Suramérica a las materias primas es total*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/la-dependencia-de-surAmérica-a-las-materias-primas-es-total-529619>
- Portafolio. (23 de abril de 2010). *Lazos de petróleo entre China y Arabia Saudita*. Recuperado de: <https://m.portafolio.co/economia/finanzas/ARTICULO-MOVILES-AMP-458530.html>
- Rodríguez, J. M. (diciembre de 2011). *Revista de la Corporación Internacional para el Desarrollo Educativo*. Recuperado de: Métodos de investigación cualitativa: <http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>
- Rubiano, M. A. (diciembre de 2012). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Colombia*. Recuperado de: Japón y Colombia: Integración Necesaria: <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9887b050-8d23-4e04-8cb6-990af068e9a5>
- SIICEX. (octubre de 2010). *Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a Japón*. Recuperado de: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_Japón.pdf
- Times, T. N. (21 de noviembre de 2018). *Cuatro claves sobre la transformación de China*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/es/2018/11/21/economia-China/>
- unidas, O. d. (17 de octubre de 2017). *Las medidas no arancelarias y su impacto en la competencia*. Recuperado de: <https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/10/Las-medidas-no-arancelarias-y-su-impacto-en-la-competencia.pdf>
- UL. (18 de Noviembre de 2011). *Preparación para las Inspecciones de Servicios de seguimiento*. Recuperado de: https://legacy-uploads.ul.com/wp-content/uploads/2014/05/FUStart_LatinAmerica.pdf
- Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. (13 de febrero de 2017). *EPA - Japón y Colombia hasta el momento - 2017*. Recuperado de:

<https://www.utadeo.edu.co/es/notas/Colombia/observatorio-Asia-pacifico/142591/epa-Japón-y-Colombia-hasta-el-momento-2017>

Valdivia, G. (2008). *Enfoque descriptivo y experimental en epidemiología*. Recuperado de:

Enfoque descriptivo y experimental en epidemiología.:
<http://www.smschile.cl/documentos/cursos2008/medicinainternaavanzada/El%20internista%20en%20la%20practica%20clinica%20habitual%20problemas%20y%20soluciones%20el%20enfoque%20descriptivo.pdf>

World Economic Forum. (24 de septiembre de 2018). *El exitoso modelo económico de Japón*.

Recuperado de: <https://es.weforum.org/agenda/2018/09/el-exitoso-modelo-economico-de-Japón/>