



Proyecto de Grado: Estudio de Factibilidad de Exportación al Mercado Japonés del
Sector Frutícola del Valle del Cauca.

Autora
Verónica García Vásquez

Director del Proyecto
Rafael Muñoz Aguilar MBA

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2016

Tabla de Contenido

Resumen	5
Introducción.....	6
1. Antecedentes.....	7
2. Planteamiento del problema	8
2.1. Desempeño mundial en el periodo 2012-2014.....	8
2.2. Desempeño de Colombia en el periodo 2012-2014.....	10
3. Formulación del Problema	12
4. Objetivos	12
4.1. Objetivo General.....	12
4.2. Objetivos Específicos	13
5. Justificación	13
6. Marco Teórico	15
6.1. Teorías de Gestión de la Internacionalización	15
7. Metodología	21
7.1. Recolección de datos.....	22
7.1. Análisis de los datos.....	23
8. Desarrollo de los Objetivos	23
8.1. Desarrollo del Primer Objetivo	23
8.2. Desarrollo del Segundo Objetivo	32
8.3. Desarrollo del Tercer Objetivo	38
9. Conclusiones	46
10. Recomendaciones	47
Anexos	48
Bibliografía	51

Lista de Tablas

Tabla 1. Variación anual del Producto Interno Bruto (PIB) para el periodo 2012-2014.....	8
Tabla 3. Frutas producidas en el Valle del Cauca.....	24
Tabla 2. Frutas consumidas en Japón.....	32
Tabla 4. Clasificación de Medidas No Arancelarias por capítulos.....	39
Tabla 5. Aranceles de importación japoneses a las frutas producidas en el Valle del Cauca.....	¡Error! Marcador no definido.

Lista de Gráficas

Gráfica 1. Exportaciones de Colombia por destino y categoría para el periodo 2012-2014 (USD millones).....	10
Gráfica 2. Variación de las exportaciones de Colombia por categorías en el periodo 2012-2014.....	11
Gráfica 3. Variación de las exportaciones de Colombia por destino en el periodo 2012-2014.....	12
Gráfica 4. Composición de las exportaciones colombianas en el 2014.....	13
Gráfica 5. Participación por destino de las exportaciones colombianas en el 2014.....	14
Gráfica 6. Mercado mundial de Aguacate para el periodo 2012-2014.....	25
Gráfica 7. Mercado mundial de cítricos para el periodo 2012-2014.....	25
Gráfica 8. Mercado mundial de mango y guayaba para el periodo 2012-2014.....	26
Gráfica 9. Mercado mundial de papaya y melón para el periodo 2012-2014.....	27
Gráfica 10. Mercado mundial de Banano para el periodo 2012-2014.....	28
Gráfica 11. Mercado mundial de mora para el periodo 2012-2014.....	29
Gráfica 12. Mercado mundial de uva para el periodo 2012-2014.....	30
Gráfica 13. Mercado de piña para el periodo 2012-2014.....	31
Gráfica 14. Mercado de fresas para el periodo 2012-2014.....	32
Gráfica 15. Población de Japón y Colombia.....	33
Gráfica 16. PIB per cápita (miles de USD) de Japón y Colombia.....	34
Gráfica 17. Inflación (IPC) de Japón y Colombia.....	35

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Flujo de examinación e inspección para los productos agrícolas, pesqueros y alimenticios.....	41
Ilustración 2. Método de clasificación según JAS.....	43
Ilustración 3. Flujograma de importación de plantas en cuarentena.....	44
Ilustración 4. Flujograma del proceso de importación de una mercancía ordinaria a Japón.....	45

Resumen

La diversificación de exportaciones es una herramienta ampliamente usada por los gobiernos que poseen una concentración de su actividad exportadora, desde el año 2008 Colombia ha entrado al grupo de países que buscan nuevos mercados y productos destinados a la exportación, por lo tanto, este proyecto busca brindar un análisis sobre la factibilidad de la exportación de frutas del Valle del Cauca hacia Japón, en respuesta a las iniciativas de promoción de exportaciones no tradicionales implementadas por el Estado colombiano.

Conceptos Clave: Exportación, Frutas, Colombia, Diversificación, Internacionalización, Japón, Barreras Arancelarias y No Arancelarias.

Abstract

Export diversification is a widely used tool by governments that have a concentration of their export activity, since 2008 Colombia has entered the group of countries seeking new markets and products for export. Therefore, this project seeks to provide an analysis of the feasibility of exporting fruits of Valle del Cauca to Japan, in response to the initiatives of promoting non-traditional exports by the Colombian state.

Key words: Export, Fruits, Colombia, Diversification, Internationalization, Japan, Tariff and Non-Tariff Barriers.

Introducción

Desde la apertura económica colombiana en 1991, las exportaciones del país han sido concentradas tanto en producto como destino, el principal socio comercial de Colombia es Estados Unidos, el cual a cuenta a un X% del total de exportaciones nacionales; así mismo los productos en los cuales se centra el sector exportador son todos productos primarios, entre ellos el café y el petróleo que en 2014 representaron el 74,26%.

Esta alta concentración de la actividad exportadora nacional conlleva a una alta dependencia de los precios internacionales del café y el petróleo, como también del ciclo económico en el cual se encuentre Estados Unidos. Razón por la cual desde el 2008 tras la negativa del congreso de Estados Unidos a firmar el TLC (Borda Guzmán & Berger Paz, 2012), se le ha dado un papel protagónico a la promoción de productos y destinos de exportaciones no tradicionales, bajo la bandera de la diversificación de exportaciones.

Con la llegada de Juan Manuel Santos a la Presidencia de la República, y el nombramiento de María Claudia Lacouture como presidenta de ProExport (ahora ProColombia), se implementó un plan de apoyo a la diversificación de mercados, enfocado en la región de Asia-pacífico por su gran dinamismo y actual relevancia en el comercio internacional. A lo anterior se suma, una continua búsqueda para disminuir la dependencia de los ingresos nacionales de factores externos al Estado.

Bajo este planteamiento nacional, este trabajo busca ofrecer una solución alternativa a esta situación al considerar el mercado japonés como destino de las exportaciones colombianas, en especial las vallecaucanas por la conexión en el pacífico; y aunque se trate de productos del sector primario, es necesario cambiar el punto de enfoque del café y el petróleo hacia las frutas, ya que estas poseen un mercado internacional un poco más estable pero aún desconocido para los exportadores colombianos.

1. Antecedentes

Dada la inhabilidad de Japón para producir frutas tropicales, se piensa que la exportación de este tipo de frutas sería una buena oportunidad de negocio, que contribuiría a aumentar los beneficios de los productores de frutas y así mismo a la diversificación de las exportaciones del país. Bajo esta premisa se pueden encontrar varios trabajos los cuales mencionan las oportunidades de las frutas en Asia.

Para (Agencia de Cooperación Internacional del Japón (jica), 2013) considera que el mercado japonés es atractivo para la exportación de pitahaya nicaragüense, teniendo en cuenta que las importaciones de Japón de pitahaya son significativas y en el 2012, ascendieron a 113,214 USD. A su vez, se refiere a las percepciones de los consumidores de frutas japoneses los cuales se enfocan en la presentación de la fruta, que esta sea bonita, de excelente calidad y porciones pequeñas. Para terminar el informe concluye que existe una oportunidad atractiva para el sector frutícola nicaragüense, porque Nicaragua se beneficia del Sistema Arancelario Preferencial de Japón (SGP) por lo que los aranceles oscilan entre un 0 y un 18%.

Por otro lado, (ProColombia, 2015) ha aumentado sus esfuerzos para que los exportadores colombianos cambien un poco su foco de destino, con esto se busca que esta transición se dé hacia Asia. La razón del enfoque asiático de ProColombia se sustenta en que la región de Asia-Pacífico es la más dinámica del mundo, ya que cuenta con el 48,3% de la población mundial, 35,2% del PIB mundial y el 30,9% de las importaciones mundiales. Con estos indicadores es claro que esta región es de suma importancia para un exportador dado que al comenzar operaciones en esta región, el mercado en el cual se comercializa su producto es mucho más amplio y los consumidores poseen un mayor nivel de ingresos para consumir.

Así mismo, (ProColombia, 2015) expresa que el déficit comercial que posee Colombia con la región de Asia-Pacífico es un claro desaprovechamiento del mercado. Específicamente, en Japón se podría aumentar la participación en los

principales productos de exportación entre ellos, flores, cacao, y café. Porque estos productos poseen una gran demanda al interior de Japón, la cacao por el Día de San Valentín el cual es una fecha sumamente importante para las mujeres japonesas, y el precio de los chocolates aumenta durante todo el mes de febrero; las flores son altamente demandas para la práctica japonesa de arreglo de flores (ikebana) y por el día de las madres; por último, el café orgánico es mejor visto por los consumidores japoneses, porque estos tienen una preferencia establecida por los productos frescos.

Con lo expresado anteriormente, se pensaría que la exportación de frutas vallecaucanas al mercado japonés es una oportunidad que les retribuiría a los productores grandes beneficios y mejores condiciones de precios que otros mercados.

2. Planteamiento del problema

2.1. Desempeño mundial en el periodo 2012-2014

Durante los últimos 3 años, la economía mundial experimento un crecimiento, impulsado por la recuperación de la economía estadounidense y la europea que paso de tener una recesión en 2012 y 2013 a tener un crecimiento de 0,85% en el 2014, la cual puede ser efecto de los lineamientos impuestos a Grecia por parte de Alemania hacia el manejo de sus finanzas públicas, para de esta manera evitar otro posible colapso de la unión europea.

Sin embargo la economía japonesa a pesar de haber sostenido por dos años un crecimiento bajo el mandato del Primer Ministro Shinzo Abe y sus "Abenomics", según (The Economist, 2013) este término avoca a una mezcla de gasto público y una estrategia de crecimiento diseñada para impulsar la economía por medio del consumo interno y de esta manera terminar con la deflación que ha experimentado el país por más de dos décadas, sin embargo en el 2014, se experimentó nuevamente una desaceleración de su PIB.

Tabla 1. Variación anual del Producto Interno Bruto (PIB) para el periodo 2012-2014.

Región/País	2012	2013	2014
Mundo	2,32%	2,35%	2,47%
Economías Desarrolladas			
E.E.U.U.	2,32%	2,22%	2,39%
Zona del Euro	-0,83%	-0,36%	0,85%
Japón	1,75%	1,61%	-0,10%
Miembros OECD	1,24%	1,38%	1,72%
Economías Emergentes			
África Subsahariana	4,00%	4,47%	4,24%
América Latina y el Caribe	3,01%	2,67%	1,32%
Brasil	1,76%	2,74%	0,14%
México	4,01%	1,39%	2,12%
China	7,75%	7,68%	7,35%
India	5,08%	6,90%	7,42%
Colombia	4,04%	4,94%	4,55%

Fuente: (Banco Mundial, 2016)

Por otro lado, las economías emergentes experimentaron una gran desaceleración con la excepción de India que en el 2014, registro un crecimiento de 7,42%, mayor al de China en el mismo año de 7,35%, esto como efecto a la especulación del crecimiento chino, y así mismo por la reducción del comercio internacional como rezagos de la crisis financiera del 2008.

Para las economías Latinoamericanas, la tendencia a la baja del precio del petróleo y los demás commodities, y materias primas en el comercio internacional, dan como efecto un retroceso en el crecimiento que se venía registrando años antes, como consecuencia de la crisis financiera del 2008, la cual ayudo a que Latinoamérica y el caribe tomaran impulso y mejoraran sus economías; mas como las economías desarrolladas comenzaron su recuperación, la región ahora debe enfrentarse, no solo contra las grandes economías del mundo, sino a su vez, con la depreciación de sus monedas,

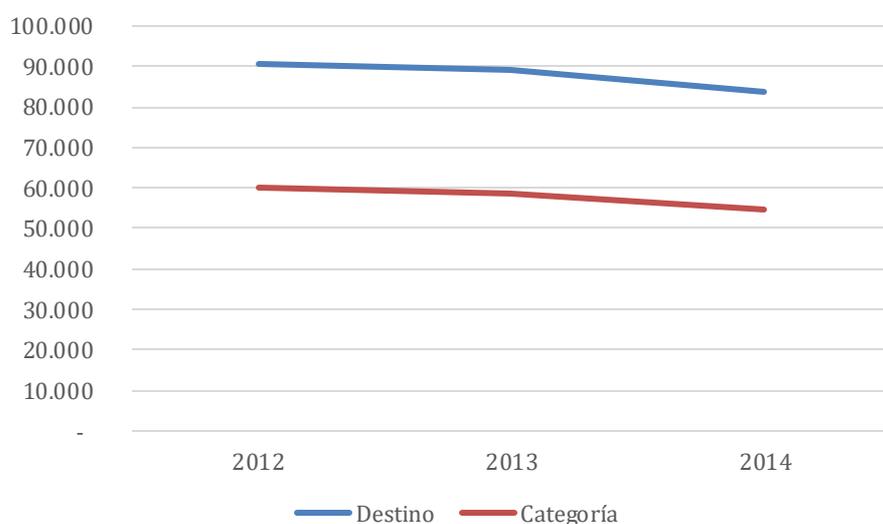
efecto de la recuperación de la confianza de los inversionistas extranjeros en estados Unidos.

2.2. Desempeño de Colombia en el periodo 2012-2014

En comparación con la recuperación de las economías desarrolladas y la depreciación que ha experimentado el peso en este periodo (24,17%), en contrario a lo esperado las exportaciones del País, medidas por categoría y por destino han disminuido en 8,87% y 7,63%, respectivamente, tal como se puede observar en el gráfico 1.

Esta contradicción entre la evidencia y lo esperado según las teorías económicas, expone una situación preocupante, dado que con la depreciación del peso y la baja de los precios del petróleo los ingresos de la nación van en declive; por lo cual, se debió de haber aprovechado, la situación mundial anteriormente explicada para aumentar las exportaciones, dada la ganancia de competitividad del País al poder ofrecer productos a un precio menor en el mercado mundial, y así mejorar la balanza comercial.

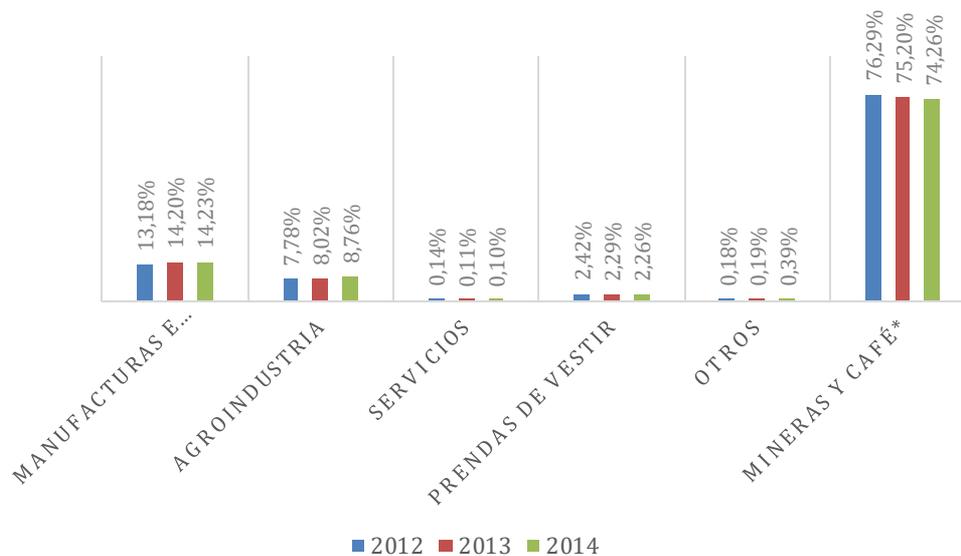
Gráfica 1. Exportaciones de Colombia por destino y categoría para el periodo 2012-2014 (USD millones).



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE.

Como un objetivo del Gobierno Nacional es la diversificación de las exportaciones, para de esta manera disminuir la dependencia de los ingresos nacionales de los precios internacionales del petróleo y el café; con base a la gráfica 2, es evidente que esta diversificación va por un buen camino, porque las exportaciones mineras y café han disminuido en los tres años analizados y por otra parte, los demás sectores de la economía han aumentado su participación, como ejemplo se tiene el aumento de los otros sectores que comprende energía eléctrica, y objetos de artes y antigüedades que paso de tener una participación del 0.18% en el 2012 a un 0,39% en el 2014; así mismo el sector manufacturero y agrícola han aumentado su participación en los últimos 3 años.

Gráfica 2. Variación de las exportaciones de Colombia por categorías en el periodo 2012-2014.



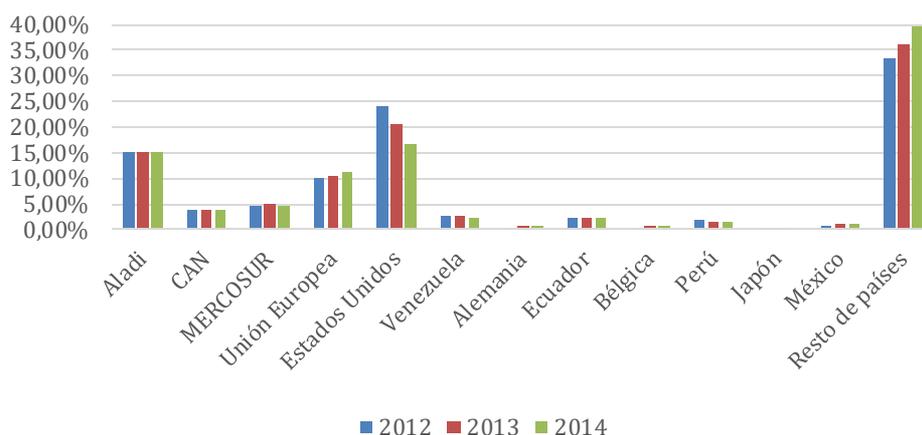
Fuente: Elaboración propia con datos del DANE.

La diversificación de las exportaciones, no sólo se enfoca en los productos que vende el País, sino también a quien se los vende, en este aspecto también se ha visto una disminución de la exportaciones a Venezuela y Estados Unidos, los principales socios comerciales de Colombia, y un aumento hacia otros

países como lo son: Bélgica, México, Perú, Alemania y Japón, el gráfico 3 muestra esta tendencia.

Es importante resaltar que en febrero del 2014, se firmó la Alianza del Pacífico, la cual elimino los aranceles entre Colombia, Perú, México y Chile, esta puede ser una de las razones, del incremento de las exportaciones hacia estos países; a su vez, en el 2012, el gobierno inicio conversaciones con Japón para la firma de un TLC, lo cual ayuda a que las empresas tengan en cuenta a Japón como destino de sus exportaciones, para en el momento de ser firmado el TLC poder aprovechar al máximo este mercado.

Gráfica 3. Variación de las exportaciones de Colombia por destino en el periodo 2012-2014.



Fuente. Elaboración propia con datos del DANE.

3. Formulación del Problema

Conforme a lo anterior, ¿Cuál es la factibilidad de exportar frutas del Valle del Cauca hacia Japón?

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

- Identificar las oportunidades de introducir frutas provenientes del Valle del Cauca en el mercado japonés.

4.2. Objetivos Específicos

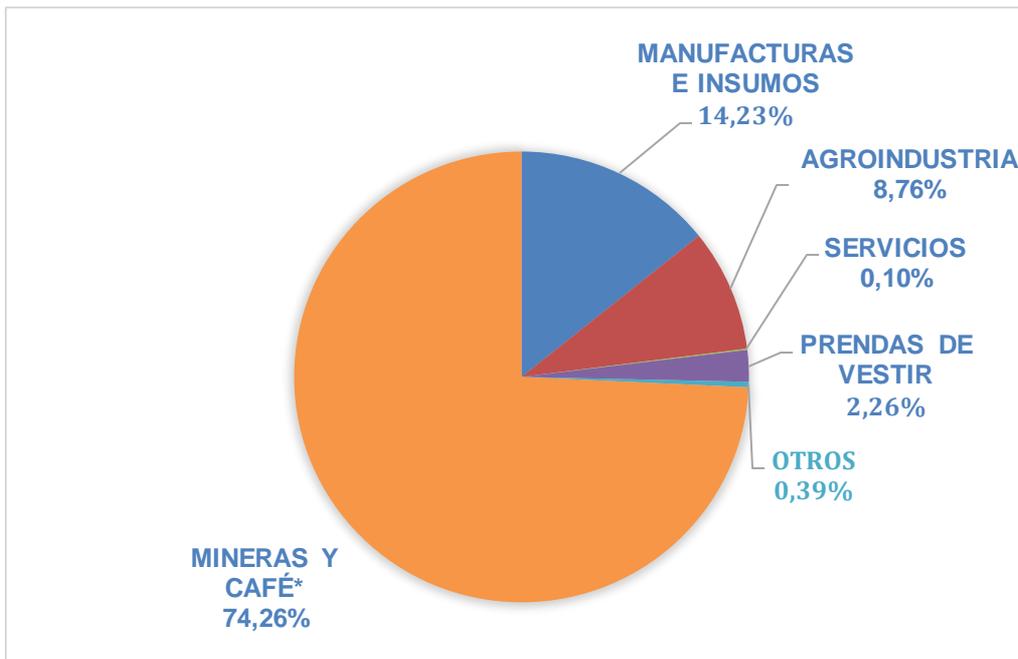
1. Determinar los productos más atractivos para la exportación del Valle del Cauca.
2. Establecer los beneficios que pueden obtener los productores de frutas al considerar la exportación de sus productos hacia Japón.
3. Identificar las barreras no arancelarias existentes, para la exportación de frutas a Japón.

5. Justificación

A través de la promoción de diversificaciones no tradicionales del Gobierno Nacional, por medio de ProColombia y la implementación del Plan de Impulso a la Productividad y el Empleo (PIPE), se busca aumentar la productividad del sector agroindustrial con una inversión para mejorar los problemas fitosanitarios que amenazan la producción y por consiguiente su poca competitividad en el comercio internacional.

Con estas políticas el gobierno busca disminuir la dependencia de las exportaciones de café y petróleo como principal fuente de ingresos por exportaciones, tal y como se observa en la gráfica 4 ya que el café y petróleo representan el 74,26% de las exportaciones colombianas en el 2014. A nivel departamental también se ha venido desarrollando un interés por sectores agrícolas distintos al café, razón por la cual la Gobernación del Valle ha llevado a cabo la realización de un informe con la finalidad de conocer el estado de los cultivos frutales y con base a este ofrecer a los campesinos recomendaciones para aumentar su productividad de la mano del ICA y sus beneficios al considerar la exportación de sus productos.

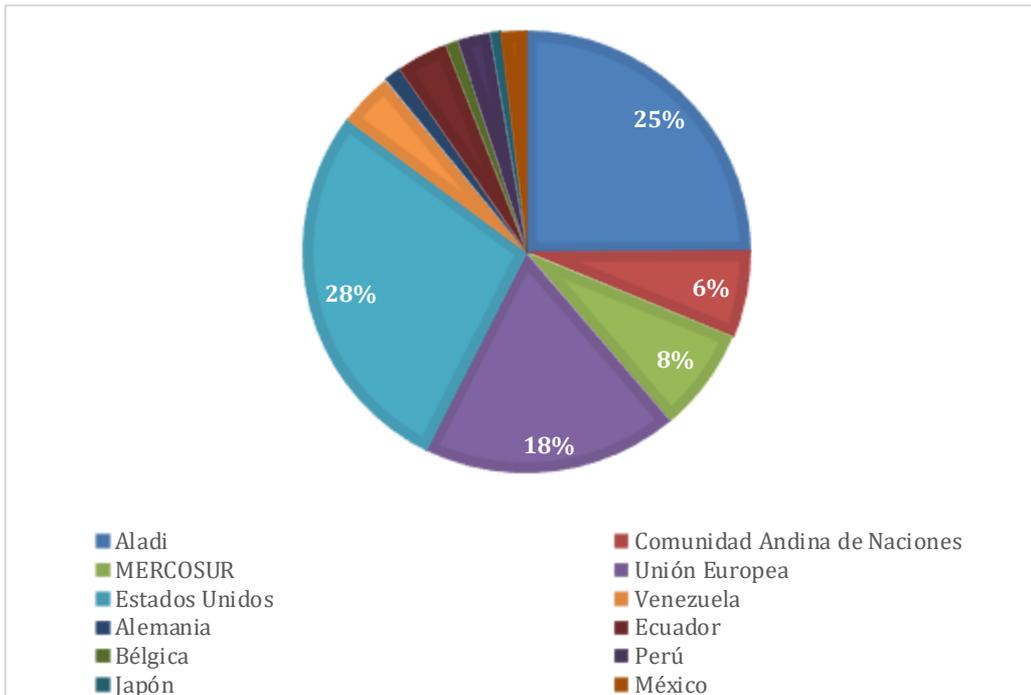
Gráfica 4. Composición de las exportaciones colombianas en el 2014.



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE.

Además de la diversificación en los productos exportados, también es indispensable la diversificación de destinos de las exportaciones ya que se encuentra evidencia al igual que en los productos una dependencia a las tendencias de la economía de Estados Unidos (principal socio comercial del país) y la Unión Europea-ver gráfica 5- lo cual podría conllevar a una disminución significativa de los ingresos nacionales, si estos países entran en una crisis o en un periodo de recesión económica e implementan por consiguiente políticas proteccionistas y de aislación.

Gráfica 5. Participación por destino de las exportaciones colombianas en el 2014.



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE.

Con la anterior situación como base, este trabajo de investigación pretende apropiarse de la intención del Gobierno Nacional y la Gobernación del Valle del Cauca, al plantear la exportación de frutas vallecaucanas hacia Japón. De esta manera, brindar una aproximación sobre los beneficios y las barreras a las cuales se pueden enfrentar los campesinos o empresarios que estén interesados en incursionar en este mercado con productos no tradicionales, sin embargo de la misma calidad que el café y el petróleo colombiano.

6. Marco Teórico

6.1. Teorías de Gestión de la Internacionalización

Desde sus inicios en 1970, los académicos han tratado de explicar las razones y la manera mediante la cual las empresas toman la decisión de expandir su mercado e internacionalizarse. Este proceso ha conllevado a la determinación de numerosas teorías que explican estas razones, entre las más importantes se encuentran: teoría de la organización industrial, teoría de internacionalización, teoría ecléctica de Dunning, teoría de la ventaja competitiva de las naciones, el modelo Uppsala, el modelo de innovación, el modelo de Jordi Canals, el modelo de Way Station y el modelo de Johanson y Mattson. Dada la gran cantidad de teorías y modelos que explican este

proceso, se proseguirá a elaborar una breve descripción de estas. Por otro lado, se enfocara el análisis en el Modelo Uppsala, desarrollado en la Universidad de Uppsala en Suecia, y el Modelo de Innovación, mediante la revisión de estudios de caso, donde se aprecia la forma mediante la cual varias empresas han utilizado estos modelos en su proceso de internacionalización.

La ventaja comparativa de las naciones para Porter se basa en cuatro factores (Trujillo, Rodríguez, Guzmán, & Becerra, 2006): Dotación de factores de producción, condiciones de la demanda, industrias conexas y de apoyo y estrategia, estructura y rivalidad de las firmas.

La dotación de factores de producción se refiere a la cantidad de recursos naturales, y la mano de obra calificada y los recursos para la investigación tecnológica, estos últimos son los más significativos para la obtención de la ventaja comparativa. Una demanda nacional exigente incentiva la exigencia del desarrollo de una ventaja comparativa; la agrupación de industrias conexas posibilita la formación de un clúster y por tanto de economías de escala externas. Para finalizar, la existencia de una fuerte rivalidad nacional incentiva a las empresas a ser más eficientes e innovadoras para desarrollar así una ventaja comparativa.

Por tanto la ventaja comparativa de las naciones se puede observar empíricamente en los procesos de internacionalización dirigidos por los gobiernos en India, Singapur y Corea del Sur. Para (Aggarwal & Agmon, 1990), la ventaja comparativa no debe ser tomada como algo estático y fundamentada en las dotaciones naturales de los países, sino que esta puede ser desarrollada por el gobierno al generar inversión en un nuevo sector de la economía para poder cambiar su ventaja comparativa. Esta lógica la siguen los gobiernos de países en vía de desarrollo, los cuales quieren hacer la transición de un exportador de materias primas a un exportador de bienes manufacturados.

El cambio de la ventaja comparativa de un país se debe comprender como un proceso, en primera instancia debe llevar a cabo una etapa de sustitución de importaciones, liderada por el gobierno, ya que este decide cual será el sector

que determinara la ventaja comparativa en el largo plazo y de cómo se llegara a esto; para el desarrollo del sector escogido el gobierno aporta ayuda desde diferentes aspectos, la determinación de la naturaleza del mercado interno (monopolística u oligopólica), y a través de la acumulación del capital y mano de obra calificada necesaria para ser un sector eficiente y competitivo en el momento de abrirse al comercio internacional, esta apertura da paso a la siguiente etapa, la promoción de exportaciones.

En la segunda etapa, el gobierno deja de ser un regulador y un punto de apoyo al sector que ahora posee la ventaja comparativa, dado que en el mercado internacional, ahora las empresas pertenecientes a este sector se vuelven precio aceptantes y deben de competir con un mayor número de empresas. Este cambio en las relaciones entre sector y estado, es lo que impulsa la implementación de subsidios al sector exportador, mientras el periodo de transito termina.

Para terminar, la tercera etapa está enfocada a la inversión extranjera directa. En esta etapa el sector pasa a tener un papel protagónico, suponiendo una buena transición de una economía protegida hacia una economía de mercado, las empresas buscan mantener y ampliar cada vez más su mercado de exportaciones en busca de mayores beneficios. Esta ampliación del mercado es pertinente para aquellos países que concentran sus exportaciones en uno o dos mercados (el caso de Colombia y la base de la problemática del presente trabajo). Al ver los cambios de la participación de India, Singapur y Corea del Sur, es evidente que la ventaja comparativa de las naciones puede cambiar, pero esto depende en una mayor parte del apoyo y la buena gestión que el gobierno le dé al proceso.

Por otro lado, el modelo de Innovación, proviene de varios autores que sustentan que el proceso de internacionalización de las PYMES proviene de la presión de grupos de influencia que los llevan a la firma a realizar una transición de la etapa de desinterés a la internacionalización, hacia la etapa de participación comprometida (Oviatt & Phillips McDougal, 1997). No obstante, este modelo no es claro sobre qué tipo de grupo y mediante qué forma

influencia la transición de las PYMES de una etapa a otra, por esta razón no existen diversos trabajos empíricos donde se pueda evidenciar este modelo en el proceso de internacionalización de una PYME.

Por otro lado, el Modelo de Uppsala ha sido ampliamente aceptado como una teoría de la internacionalización de las empresas, no solo de las PYMES, sino también de grandes empresas y multinacionales (Welch & Luostarinen, 1993); así mismo se han desarrollado ciertas teorías más enfocadas usando este modelo como base, un ejemplo de ello es la internacionalización *outward* e *inward*. En un principio el modelo de Uppsala, establece que la internacionalización depende del conocimiento empírico que posea la empresa sobre los mercados extranjeros, por esta razón la internacionalización se lleva a cabo primeramente con países cercanos tanto geográfica como culturalmente al país de origen de la empresa, con la experiencia adquirida de comerciar en estos mercados, es posible, ahora si diversificar sus mercados meta hacia aquellos que son más lejanos, tanto geográfica como culturalmente.

Con respecto a la internacionalización de tipo *outward* e *inward*, hay varios trabajos que toman casos empíricos de la internacionalización de varias empresas en diferentes países del mundo, a continuación se hará una breve revisión de los resultados de estos trabajos.

El caso de China es particularmente interesante, dado que por restricciones políticas, sus empresas no pudieron hacer uso del enfoque *outward*, y eligieron el enfoque *inward*, a través de la importación de maquinaria e información que sirviera para mejorar los procesos internos de producción y por consiguiente un aumento de la productividad de la empresa (Young, Huang, & McDermott, 1996). Con la liberación económica china desde 1978, y su deseo de ser considerada como una economía de mercado, las empresas tuvieron mayor libertad para pasar a un enfoque *outward* de internacionalización. Sin embargo, esta internacionalización por partes, ejerciendo primero el enfoque *inward* y después el *outward*, contribuyó a que las empresas chinas logaran tener una buena inserción al mercado mundial y aprovecharse de sus bajos costos, para ser considerado como un jugador clave en el ámbito internacional.

A partir de lo anterior se puede evidenciar, el rol clave del gobierno en el proceso de internacionalización de las empresas, dado que este es el que marca la pauta del tipo de enfoque de internacionalización de las empresas, con respecto a esto se debe considerar que en la actualidad lo que impulsa a los gobiernos a la internacionalización es mejorar su balanza de pagos, por consiguiente hacen un enfoque en la promoción de la exportación mediante diferentes líneas de acción, de las cuales se destacan: la promoción comercial, apoyo público a la financiación de operaciones internacionales, servicios de consultoría y asesoramiento para superar las barreras de internacionalización, participación en el marco institucional del comercio internacional -como por ejemplo, TLC's y acuerdos multilaterales- y subvenciones y desgravaciones fiscales a la exportación y las inversiones en el exterior (Fanjul, 2012).

Para el caso australiano se hizo uso de un proceso inward para luego determinar si se podía y debía hacer uso de la internacionalización tipo outward. Se empieza con importaciones de maquinaria o know-how, pero después de establecido este conocimiento en la empresa/industria se procede a vender el producto final en el extranjero.

Australia desarrolló este tipo de internacionalización dada su dependencia de tecnología importada, por lo cual aprovecharon el proceso inward para fortalecer su industria nacional, y luego pasaron a un enfoque outward para poder aumentar sus beneficios. La relación que se forma entre dos empresas por una importación, sentó las bases de una relación que tiene la posibilidad de ampliarse con el tiempo e incluir negocios en la dirección contraria. El proveedor también puede ejercer cierta influencia para que el comprador se internacionalice y así mismo lo haga su negocio, de forma indirecta, esta relación también puede ayudar a que la penetración en el mercado no sea tan difícil y hace uso de los conocimientos y la red de distribución del importador del país destino, el aspecto más importante es el de la promoción del producto.

El gobierno australiano puso en marcha en 1987, una política "partnership scheme" (Welch & Luostarinen, 1993), la cual tenía como objetivo que las

multinacionales ubicadas en el país, ayudaban al desarrollo de las firmas locales de la misma industria, eso se centró más que todo en la industria de la información para hacer “matrimonios de conveniencia”, con esto se llegó a que 15 multinacionales firmaron y tomaron el compromiso de emprender 1.3 billones de USD anuales.

A pesar de la importancia de los procesos inward, los gobiernos se centran en el outward, por medio de representantes en mercados extranjeros, asistencia de mercados y en algunos casos subvenciones directas. El proceso planteado anteriormente es difícil para ser implementado en países con grandes déficit fiscales, dado que en primer lugar se deberían aumentar las importaciones lo cual ahondaría el déficit, para en un largo plazo aumentar las exportaciones. Los gobiernos deben tener en cuenta todas las oportunidades que les puede dar a largo plazo la internacionalización inward.

A pesar del gran uso y validación que ha tenido el modelo de Uppsala en los procesos de internacionalización de empresas en diferentes países, para (Oviatt & Phillips McDougal, 1997), este modelo tiene ciertas limitaciones ya que no establece de qué forma empieza el proceso de internacionalización, ni el mecanismo mediante el cual el conocimiento experimental de mercados extranjeros afecta el asignación de recursos en ese mercado.

El modelo Uppsala representa el proceso de internacionalización como ascendente, que depende del conocimiento empírico de la firma sobre mercados externos. Sin embargo Turnbull (1987) mostro que varias empresas en el Reino Unido hacían uso de diversas formas de ventas, entre ellas el uso de un agente y la creación de un departamento de ventas internacionales en un solo mercado externo, esta combinación de formas de venta es inconsistente con la premisa de que el proceso de internacionalización de una empresa dependa de su conocimiento empírico.

También (Oviatt & Phillips McDougal, 1997) consideran que el Modelo de Uppsala posee explicaciones triviales del proceso de internacionalización, al no tener en cuenta la globalización, como un factor determinante de la internacionalización de las empresas. Al ser desarrollado en la década de 1970

y con la globalización todavía percibida como un sueño y no una realidad, el modelo deja de lado el comportamiento de las empresas pertenecientes al sector electrónico (softwares), a su vez no toma en cuenta el grado de integración económica por el cual ha pasado el mundo en los últimos años, la disminución de los costos de comunicación y transporte, así como la introducción del comercio digital. Son estos algunos de los factores que no hacen parte del modelo y por tanto, en la actualidad hacen de este algo obsoleto y con grandes limitaciones en el momento de explicar los procesos de internacionalización de algunas empresas.

Sin embargo, los autores del modelo de Uppsala (Johanson & Valhane, 2009) en respuesta a varias críticas del modelo en el 2009, desarrollaron un nuevo trabajo como respuesta a estas, en este abordan

La internacionalización inward, provee una vía de preparación para la internacionalización outward.

Johanson, Valhane, 2009 - Respuestas a las críticas del modelo de Uppsala

7. Metodología

Para la realización de este proyecto de investigación se basará en un tipo de estudio descriptivo-explicativo. Será descriptivo ya que permite la agrupación de variables o conceptos a los cuales se hace referencia y comprender de una manera general el objeto de estudio. Por otro lado, se considera explicativo ya que se pretende elaborar un análisis de las variables y conceptos, para conocer la situación y efectuar recomendaciones para ayudar a la exportación de frutas hacia el mercado japonés.

Teniendo en cuenta los tres objetivos específicos en los cuales se basa este proyecto de investigación, los cuales serán desarrollados en la siguiente sección. Para llevar a cabo estos objetivos se elaborarán en primera instancia

una recolección de datos de diversas fuentes. Por último, se hará un análisis de los datos recolectados a la luz de los objetivos planteados anteriormente.

7.1. Recolección de datos

En la etapa de recolección de datos se hará uso de las bases de datos de instituciones gubernamentales y ministerios. Para el desarrollo del primer objetivo, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) ofrece información sobre los productos y los destinos de exportación de cada departamento, por lo cual es pertinente el uso de esta base de datos. A su vez, la Gobernación del Valle del Cauca elabora un informe de la producción de frutas en el departamento, el Plan Frutícola del Valle, e información sobre el comportamiento de los mercados internacionales de las frutas producidas en el departamento haciendo uso de la herramienta de estadísticas para el desarrollo de empresas internacionales, TradeMap.

Para el segundo objetivo, se tomara en cuenta la información de la base de datos del Banco Mundial con respecto a la población de los países involucrados en la investigación y diversas variables económicas, entre ellas, el PIB per cápita, Tasa de Ahorro Bruto como porcentaje del PIB, Inflación (IPC). Así mismo, para poder comprender el mercado de frutas japonés, la base de datos de Japan External Trade Organization (JETRO), el Ministerio de Finanzas encargado de contabilizar el valor de las exportaciones e importaciones del país y por último, el Statistics Bureau de Japón.

Con respecto a la definición de las barreras no arancelarias que puede experimentar la exportación de frutas colombianas a Japón, se investigara el proceso de importación de productos agrícolas, enfocándose en la regulación existente promulgada por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón. Además información sobre el nivel de protección a la industria agrícola nacional japonesa, comparación con los países miembros de la OECD y Colombia y analizar en que se basa el proteccionismo a los agricultores japoneses.

7.1. Análisis de los datos

Con los datos recolectados se procederá a realizar el análisis de los mismos, esto con el objetivo de poder determinar la factibilidad de la exportación de frutas del Valle del Cauca al mercado japonés. Para el desarrollo del primer objetivo, los datos se analizarán a la luz de conocer en que frutas el departamento posee una ventaja comparativa y la forma mediante la cual estas frutas se han comercializado en el mercado mundial durante el periodo estudiado, desde el 2012 al 2014. Con el análisis de los datos se planteará cuáles mercados mundiales ofrecen mejores beneficios y por tanto, la determinación de las frutas en las cuales el Valle se debe concentrar en promover internacionalmente.

Con el objetivo de establecer los beneficios de los productores de frutas vallecaucanos, con la información recolectada se elaborará un análisis sobre las tendencias de consumo y de ahorro de la población japonesa, así mismo contemplar una perspectiva más amplia sobre los competidores contra los cuales entrarán a competir las frutas provenientes de Colombia en Japón.

Por último, las barreras al comercio que impone Japón, desde los métodos arancelarios y no arancelarios, serán comprendidas para esbozar las situaciones a las cuales se deberán enfrentar los productores nacionales al considerar a Japón como destino de sus exportaciones. Por otro lado, en el caso de encontrar políticas con “un tinte” proteccionista, y conocer las razones en las que se basa el gobierno japonés por implementar este tipo de medidas.

8. Desarrollo de los Objetivos

8.1. Desarrollo del Primer Objetivo

Teniendo en cuenta, la agroecología del Valle del Cauca y la variedad de sus suelos, temperatura, altitud, topografía e hidrografía. Este departamento, posee la capacidad agrícola de producir gran cantidad y calidad de frutas (ver tabla 3). Para esto se toma como base el plan frutícola del Valle del Cauca (Secretaría

de Medio Ambiente, Agricultura, Seguridad Alimentaria y Pesca, 2013), donde se observa que hay 333.118 hectáreas aptas para el cultivo de frutas, lo cual representa el 4.34% del total de las tierras aptas para el cultivo de frutas en Colombia.

Tabla 2. Frutas producidas en el Valle del Cauca.

Producto	
Aguacate	Mango
Bananito	Maracuyá
Cítricos	Melón
Chontaduro	Mora
Fresa	Papaya
Lulo	Piña
Vid	

Fuente: (Secretaría de Medio Ambiente, Agricultura, Seguridad Alimentaria y Pesca, 2013)

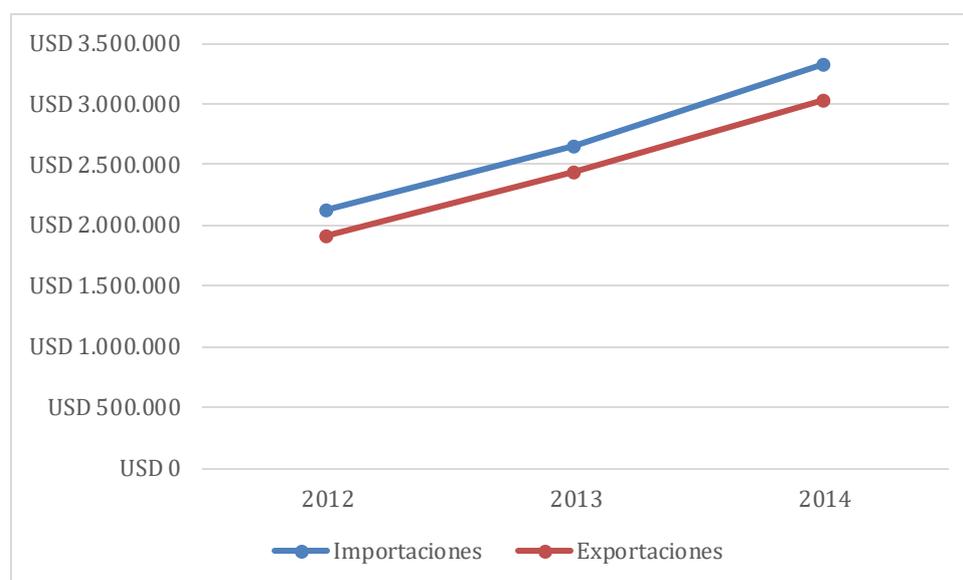
A pesar de poseer una porción baja de la tierra cultivable, es el primer departamento productor de frutas en el País, a esto se suma la inversión en nuevas prácticas y desarrollo tecnológico, para mejorar los rendimientos de las frutas – los casos exitosos son los de los cítricos-, gracias a esto la producción vallecaucana de frutas se ha posicionado como una de las de mejor calidad a nivel nacional, tanto para el mercado fresco como el industrial.

Dado que el Valle del Cauca, ya se ha posicionado en una posición de líder del mercado de frutas a nivel nacional, ahora se procederá a analizar cuál de estos productos serían atractivos para ser exportados y llevar ese reconocimiento nacional al ámbito internacional; por esto es necesario tener en cuenta cuales son las frutas producidas en el departamento.

Ahora se hará un análisis de cada uno de los productos, considerando el dinamismo de su producción departamental y el mercado mundial. En primer lugar, la producción departamental de aguacate, sigue siendo dinámica, aunque en el 2013, este dinamismo se encontró por debajo del 10% anual, además cabe mencionar que, el rendimiento de este es de 18 toneladas por hectárea. En la gráfica 6, se puede observar el comportamiento del mercado de

aguacate para el periodo 2012-2014. Además, es necesario tener en cuenta que nuestro país es el exportador número 19, con valor de 3'573.000 USD en el 2014 a nivel mundial y Japón es el 4 importador, con un valor de 168'659.000 USD en el 2014. Con base a esta información se puede llegar a la conclusión de que este producto es atractivo para la exportación, ya que se observa un déficit en el mercado, lo cual indica que parte de la demanda no está siendo suplida y por tanto, los precios internacionales son altos.

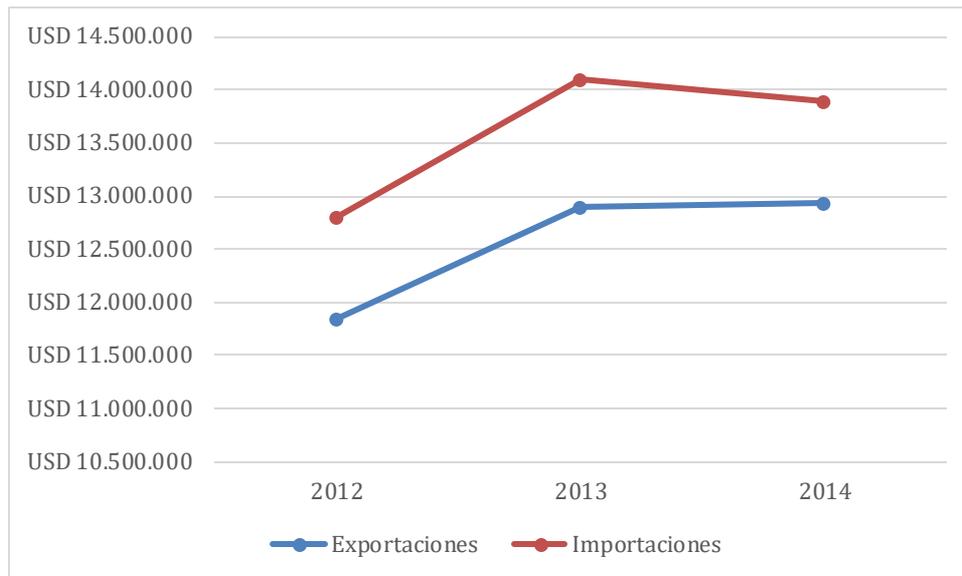
Gráfica 6. Mercado mundial de Aguacate para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

El mercado de los cítricos, en el Valle del Cauca se caracteriza por ser un mercado con crecimiento nulo, lo cual indica falta de interés en el mercado y procesos no innovadores, que pueden llevar a no poseer un alto rendimiento de estos productos; con respecto al ámbito internacional, Colombia no es un exportador importante, sin embargo Japón es el décimo importador de cítricos a nivel mundial, con un valor de 345'485.000 USD en el 2014. El mercado mundial de cítricos nos indica un descenso de la demanda de un 674% en el 2014 (ver gráfica 7), lo cual puede traducirse en una sobreexplotación del mercado y por tanto, que este no sea atractivo para la incursión exportadora del Valle del Cauca.

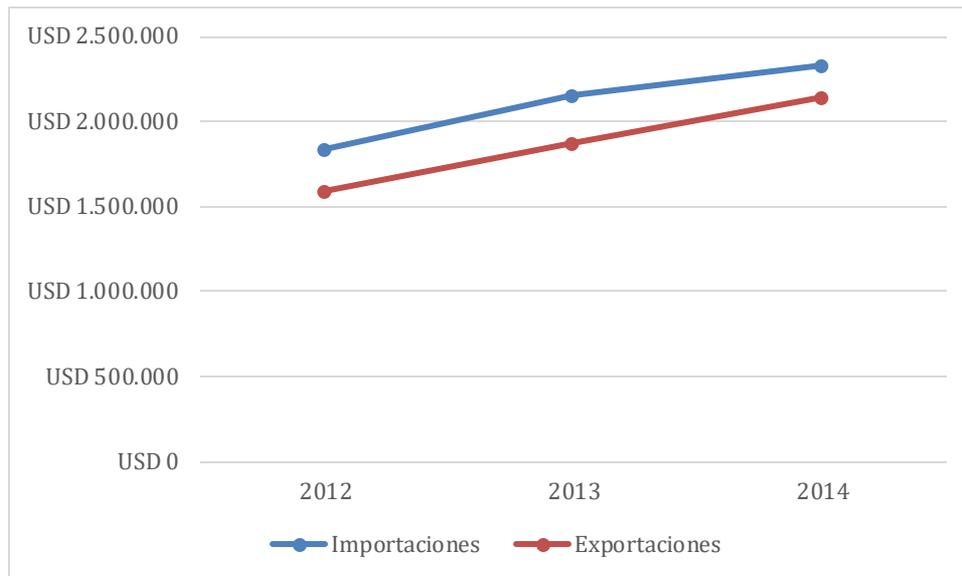
Gráfica 7. Mercado mundial de cítricos para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

Al igual que el aguacate, la dinámica del mango y la guayaba en el departamento es dinámica, pero su crecimiento anual es inferior al 10%, y con un rendimiento de 15 y 38 toneladas por hectárea cultivada respectivamente, el liderazgo en el mercado nacional no es reflejado en el mercado mundial, dado que Colombia no hace parte de los principales exportadores. Por otro lado, Japón es el importador número 17 con un valor de 36'293.000 de USD en el 2014. La incursión exportadora en este mercado sería atractiva dado que las exportaciones no son capaces de suplir la demanda tan y como se observa en la gráfica 8, la cual tiene una tendencia al alza, y por tanto es oportuno y necesario un aumento de las exportaciones Vallecaucanas para suplir este espacio de la demanda y llevar ese liderazgo al mercado internacional.

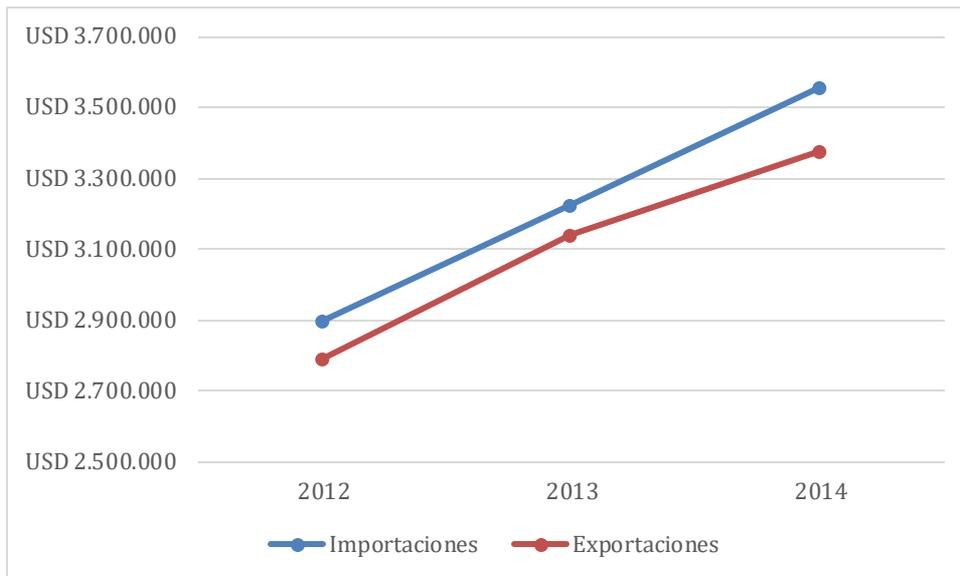
Gráfica 8. Mercado mundial de mango y guayaba para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

En comparación, la papaya y el melón tienen una dinámica superior al 10% anual, en el departamento, dada la investigación que ha desarrollado el ICA, para aumentar el rendimiento y la producción promedio de estos productos, han llegado a ser los más altos del País. Teniendo en cuenta, la gráfica 9 aunque se observa un déficit en este mercado, esto no necesariamente indica que la incursión del Valle del Cauca en este mercado no sea atractiva, dado que este déficit es pequeño y se observa un aumento de la demanda mundial, sin embargo la demanda de Japón, el país en el cual se enfoca este análisis, ha ido disminuyendo hasta llegar a un valor de 29'597.000 USD en el 2014, lo cual evidencia una disminución de un 13.74% en el periodo 2013-2014.

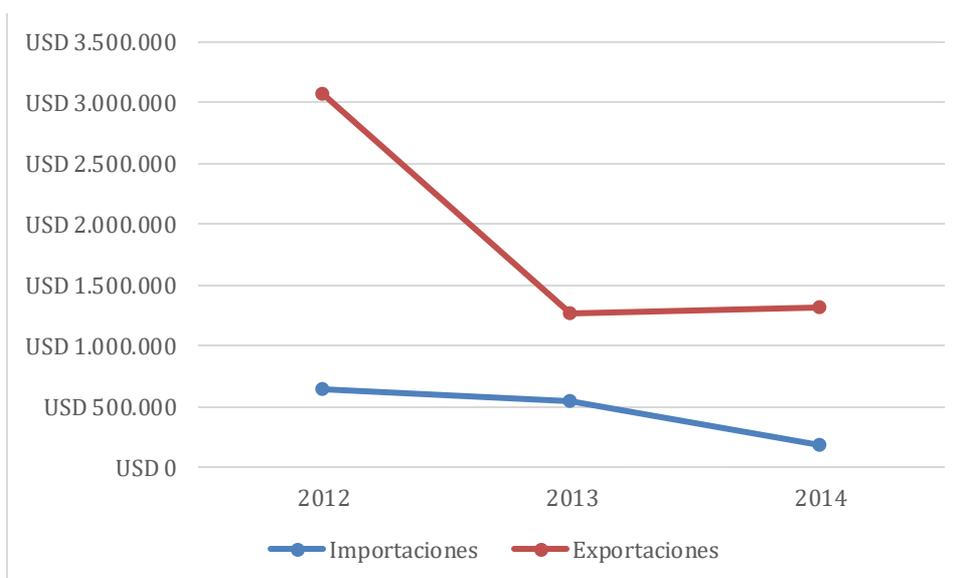
Gráfica 9. Mercado mundial de papaya y melón para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.).

La dinámica departamental del banano, es superior al 10% anual, al igual que para la guayaba y el melón; sin embargo la dinámica del mercado mundial es totalmente diferente al ser comparado al mercado de papaya y melón, dado que en este caso se observa en la gráfica 10, que existe un superávit de exportaciones y a esto es necesario tener en cuenta que la demanda mundial, posee una tendencia a la bajo, por lo cual, este tipo de mercado no es lo suficiente atractivo para incursión del departamento en la exportación.

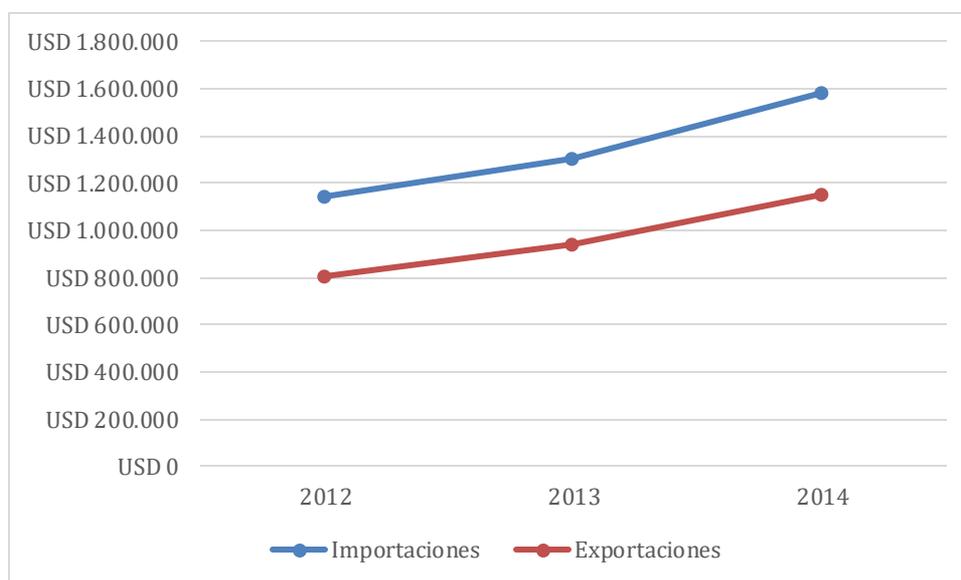
Gráfica 10. Mercado mundial de Banano para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

A pesar de que la mora posee un crecimiento nulo en el departamento, su rendimiento es de 12 toneladas por hectárea, aunque a nivel nacional no es necesariamente el mejor rendimiento. Al considerar las tendencias del mercado internacional, sería imperante que el departamento buscara ayuda del ICA, para aumentar mediante la investigación y desarrollo, el rendimiento de la mora en el Valle; ya que se puede evidenciar en la gráfica 11, un aumento sostenido de la demanda de mora el mercado internacional, pero con una inhabilidad de la oferta por suplir esta demanda. En términos específicos, Japón es el importador 15 con un valor de 14'695.000 USD en el 2014, en similitud con la tendencia mundial, la demanda japonesa por moras, ha ido en aumento durante el lapso analizado, por otra parte Colombia no es parte de los 25 principales exportadores de este producto, por lo cual la incursión del Valle del Cauca en este mercado, puede ayudar a mejorar la posición internacional del país.

Gráfica 11. Mercado mundial de mora para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

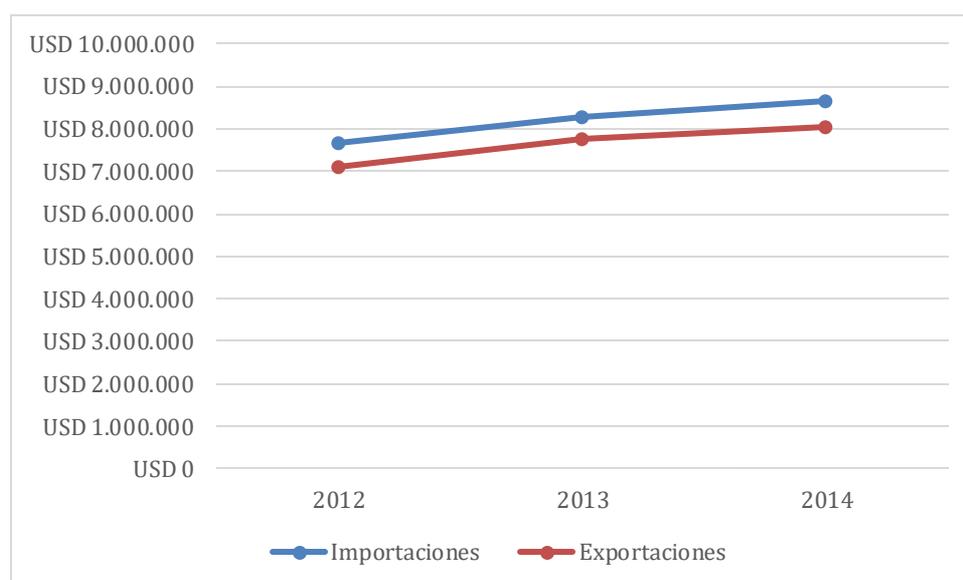
Es necesario, hacer una diferenciación relevante al momento de analizar la producción departamental de la uva, ya que, la única que presenta un dinamismo positivo y significativo es la uva Isabella, en comparación con las

demás que presentan una dinámica negativa. A partir de esta diferenciación, el párrafo siguiente se centrara en los demás tipos de uva que se producen en el Valle del Cauca, a pesar de que el norte del departamento se caracteriza por ser un gran productor de uva, el dinamismo negativo que se presenta en el plan frutícola del departamento del Valle del Cauca, está determinado por el ataque de la enfermedad del Mildeo Velloso, *Plasmophara viticola*, hongo que ataca principalmente las flores que se queman y se caen, con lo cual las plantas afectadas no producen fruto.

La gráfica 12, hace alusión al mercado mundial de uva, en la cual se observa que la oferta no abastece la demanda, en similitud con la situación del Valle donde la oferta se ve limitada por factores externos como es la enfermedad antes mencionada, esta puede ser una de las razones por la cual la oferta mundial, a través del lapso estudiado, ha seguido con la misma diferencia entre importaciones y exportaciones. Considerando la demanda japonesa de uva, hubo una disminución del 10.95% en el periodo 2013-2014.

Con lo expresado anteriormente como motivo, no es atractiva la exportación de uva por parte del Valle del Cauca, ya que no solamente se posee una limitación importante a la producción, sino que también la demanda del país hacia el cual está enfocado este análisis ha disminuido.

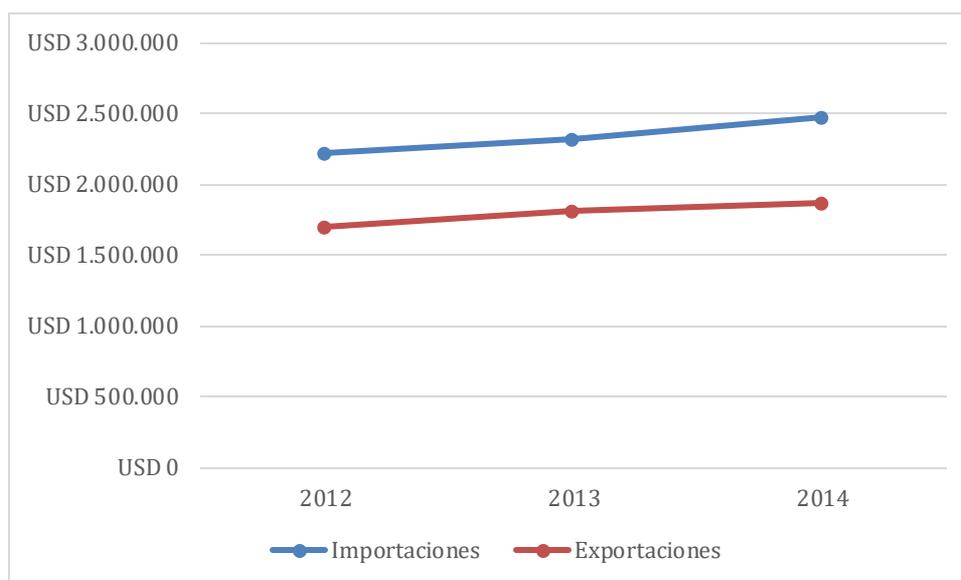
Gráfica 12. Mercado mundial de uva para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

A nivel nacional, la producción de piña departamental es líder, no solo por la calidad del producto, sino también por el uso de tecnología en la producción, la cual posee los mayores rendimientos de 68.8 toneladas por hectárea, sin embargo es paradójico evidenciar que este sector posee un crecimiento nulo, según el plan frutícola del departamento del Valle del Cauca. Al tener en cuenta, los rendimientos departamentales y la situación del mercado mundial, en el cual existe la oportunidad de aumentar las exportaciones, es claramente una opción atractiva para incursionar en la exportación de piña vallecaucana. Las importaciones japonesas en 2014, tuvieron un valor de 137'387.000 USD y se situó como el noveno importador a nivel mundial, por lo cual es posible dirigir la incursión vallecaucana de piña al mercado japonés.

Gráfica 13. Mercado de piña para el periodo 2012-2014.

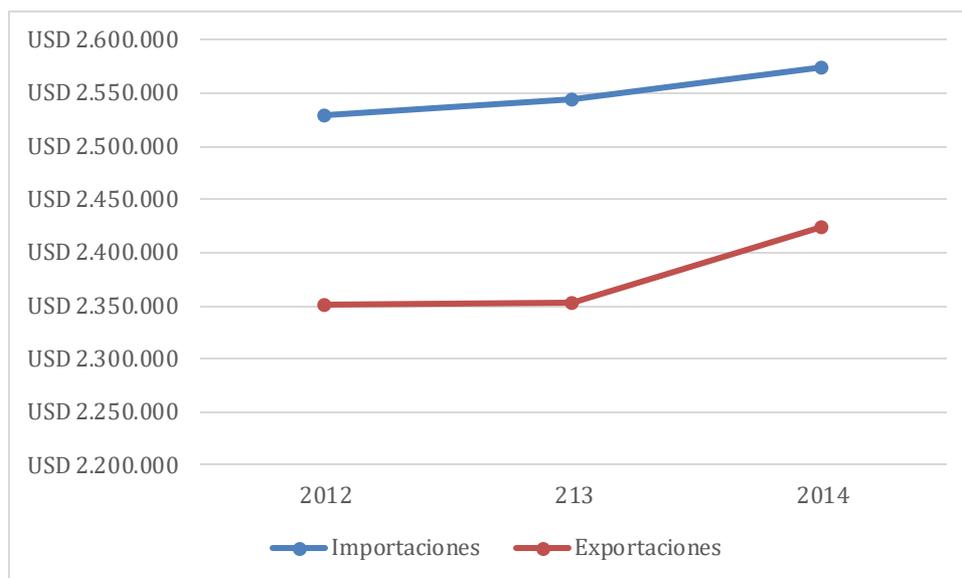


Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

Al analizar la producción de fresas se observa un crecimiento nulo, sin embargo no se mencionan las causas por las cuales, se presenta este poco dinamismo departamental; además en la gráfica 14, se presenta que entre 2013 y 2014, las exportaciones de fresa aumentaron, reaccionando al déficit del mercado, sin embargo este esfuerzo no fue suficiente para revertir la situación existente. Relacionado con lo anterior, la demanda ha experimentado un aumento sostenido a través del periodo 2012-2014, en el caso específico

Japón se posiciona como el 15º importador mundial, con un valor de 32'487.000 USD en el 2014. Se puede concluir, que por medio de la incursión exportadora vallecaucana en el mercado de la fresa, ayudaría a impulsar el dinamismo productivo y además ayudar al posicionamiento de la fresa colombiana, en el ámbito internacional como un producto de calidad.

Gráfica 14. Mercado de fresas para el periodo 2012-2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (International Trade Center(ITC), s.f.)

8.2. Desarrollo del Segundo Objetivo

Japón al ser un país con gran cantidad de personas y poco territorio para estas, enfrenta un problema de abastecimiento nacional. En adición por su ubicación geográfica hay varios productos que deben ser importados para el consumo de la población, (Ito & Dyck, 2010) presentan que la producción de frutas japonesa se centra en: mandarinas mikan, manzanas, sandias, pera japonesa, uvas, fresas, melocotón, piña, banano, cerezas entre otros. En la tabla 2, se puede observar las frutas más consumidas en el mercado japonés.

Tabla 3. Frutas con mayor nivel de consumo en Japón.

Producto	
Banano	Limón
Piña	Mora
Aguacate	Sandía
Mango	Melón

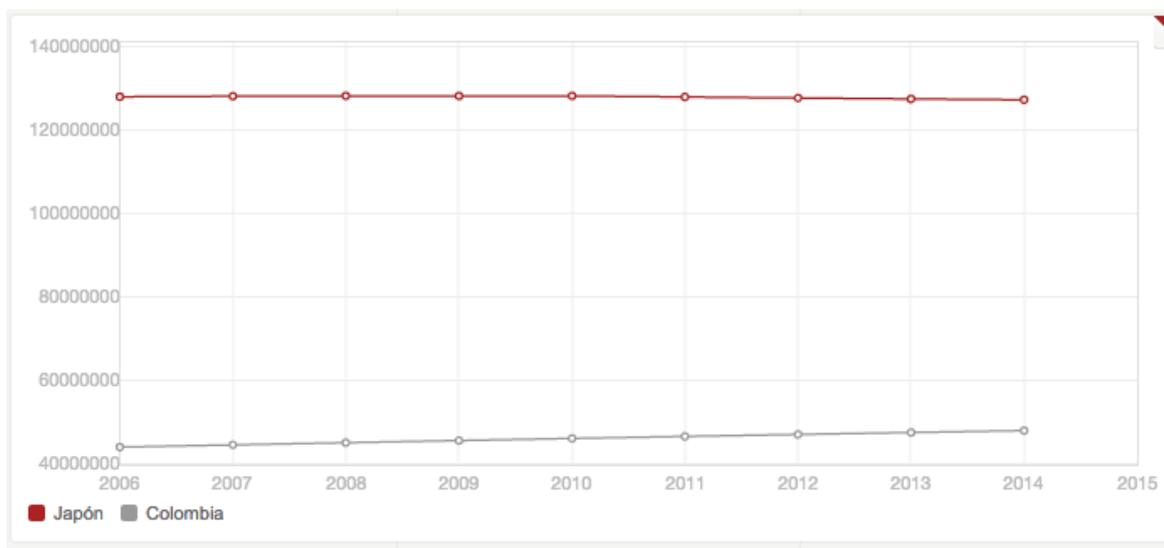
Naranja	Papaya
Toronja	Manzana
Lima	Cereza
Kiwi	

Fuente: (Japan External Trade Organization (JETRO), 2011)

Dada esta limitada oferta y una preocupación constante del gobierno de Japón por mantener un nivel de abastecimiento alto se ahecho uso de varias medidas proteccionistas, entre ellas subsidios a campesinos y fitosanitarias que serán explicadas en detalle en la siguiente sección del trabajo; sin embargo la implementación de este tipo de medidas implica que los consumidores tienen que pagar un mayor precio por los productos importados, este aspecto adicionado a una estabilidad de la demanda por frutas importadas según (Ito & Dyck, 2010), proveen una situación beneficiosa para los exportadores de frutas.

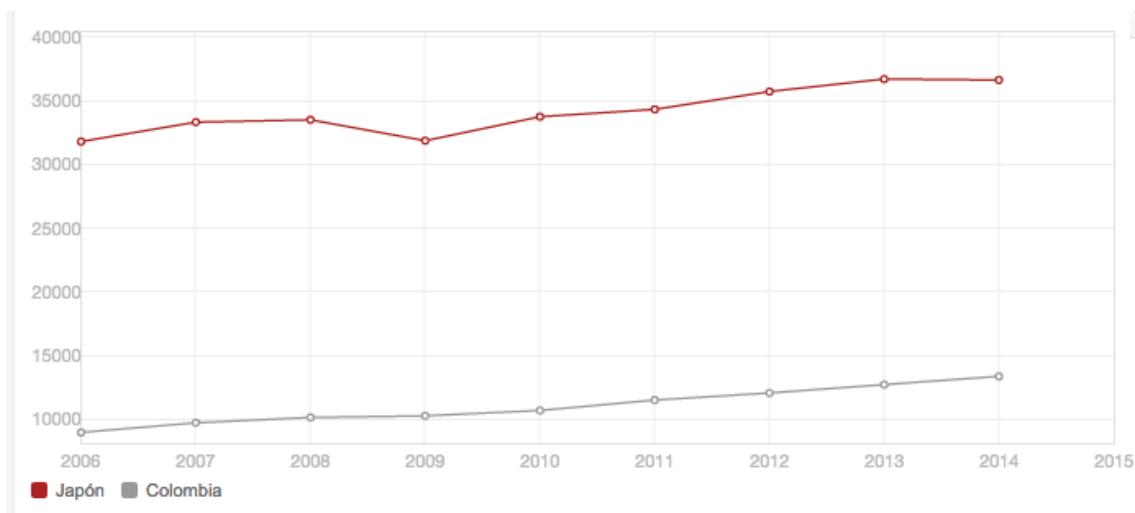
Conforme a lo anterior, es una suposición lógica, creer que existe una factibilidad de que el Valle del Cauca incurra en exportaciones hacia Japón, ya que, el mercado japonés es altamente atractivo como destino de las exportaciones por su gran población y alto poder adquisitivo, como se puede observar en las gráficas 14 y 15, este mercado proyecta una mayor posibilidad de crecimiento a los productores de frutas, en comparación con el mercado maduro colombiano.

Gráfica 15. Población de Japón y Colombia.



Fuente: (Banco Mundial, 2016)

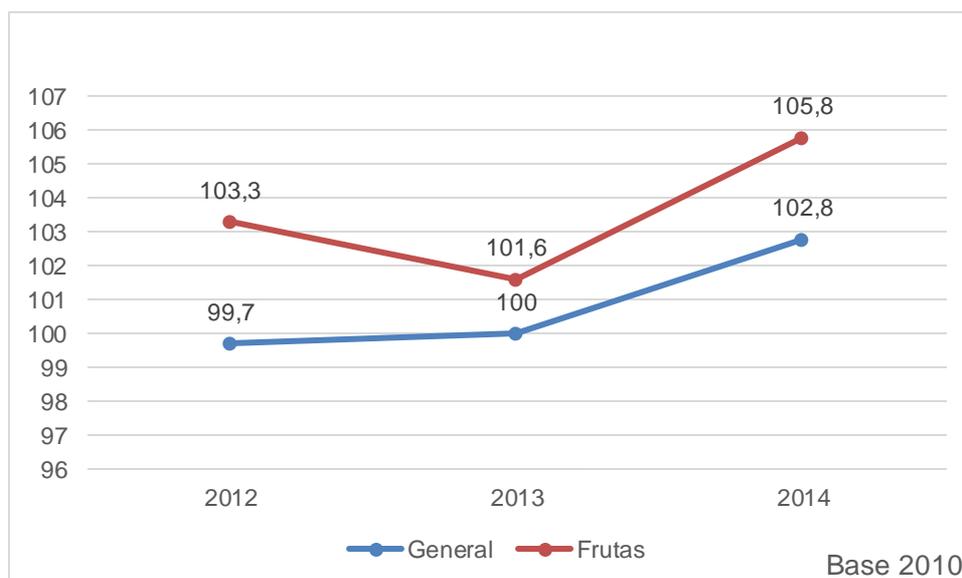
Gráfica 16. PIB per cápita (miles de USD) de Japón y Colombia.



Fuente: (Banco Mundial, 2016)

Por otro lado se debe mencionar que Japón ha experimentado por varios años un fenómeno llamado deflación, el cual se refiere a una baja continua de los precios por más de 3 meses (Moffat, s.f.); por lo cual la política monetaria japonesa se ha enfocado en salir de esta situación. Con este objetivo el Banco de Japón (BdJ), ha implementado numerosas acciones para reducir los altos niveles de ahorro e incentivar el consumo, una de las acciones más importantes fue la reciente implementación de tasas de interés negativas, para (Randow & Kennedy, 2013) esta es una medida desesperada cuando las herramientas tradicionales de política monetaria no son eficaces. La razón por la cual es importante esta información, es porque nos muestra un posible cambio de los patrones de consumo japoneses, y por consiguiente un aumento de la demanda por bienes y servicios al interior del país y, por tanto un aumento de las exportaciones.

Gráfica 17. IPC general e IPC de frutas en Japón para el periodo 2012-2014



Fuente: Elaboración propia con datos de (Statistics Bureau, 2015)

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Japón tal y como se puede observar en la gráfica 17, ha tenido durante los años en los cuales se enfoca este proyecto una tendencia ascendente, lo cual nos indica un aumento sostenido de los precios de bienes de consumo, sin embargo cuando tomamos en cuenta el IPC de frutas para el mismo periodo, encontramos una disminución en el año 2013, seguida por un aumento de 4 puntos en el 2014 este comportamiento puede deberse a un cambio de la oferta de frutas al interior del país, por distintas causas entre ellas se puede destacar, una mala cosecha de frutas japonesas o un aumento de los aranceles y barreras a las frutas importados. De todos modos, el IPC de frutas es mayor al IPC lo cual muestra que la comercialización de frutas en Japón le ofrece a los productores altos precios de venta.

Por otra parte las gráficas 18 y 19 nos ayudan a comprender el comportamiento de los consumidores de frutas japoneses. Su gasto anual promedio experimento un descenso en el 2013, esta pude ser explicada por la disminución de los precios en este año, como se observó anteriormente. Con respecto a la frecuencia de compra anual en el 2014 hubo un descenso considerable, sería pertinente analizar los años siguientes para conocer si es una tendencia o solo un dato atípico.

Gráfica 18. Gasto anual promedio de los hogares japoneses en frutas para el periodo 2012-2014.



Gráfica 19. Frecuencia de compra anual de Los hogares Japoneses en frutas para el periodo 2012-2014.

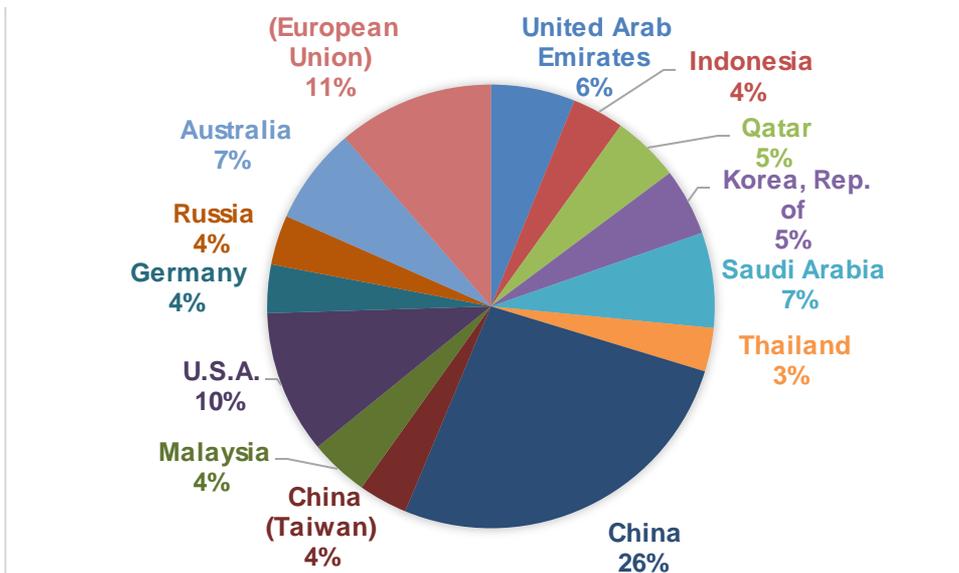


Fuente: Elaboración propia con datos de (Statistic Bureau, s.f.)

Las importaciones japonesas en el 2014 ascendieron a 7.895.047.484 USD (Statistics Bureau, s.f.), donde se destacan como principales países de origen China, Estados Unidos y la Unión Europea (ver gráfica 20), a pesar de la gran cantidad de las importaciones, Colombia no hizo ninguna exportación a Japón en este año. Este hecho muestra el desaprovechamiento de los exportadores colombianos de grandes y atractivos mercados, así mismo es esta razón por la cual el gobierno nacional adelanta un Acuerdo de Asociación Económica (AAE) con Japón y hace uso de ProColombia para brindarle todo el apoyo necesario a los exportadores para que cambien su foco de interés de Estados Unidos hacia otros mercados.

Según el (Statistics Bureau, s.f.), en el 2014 las importaciones de frutas contribuyeron a un 0,55% del valor del total de las importaciones, en la siguiente sección se abordaran las posibles causas de la poca participación de las frutas en las importaciones, a pesar de que el consumo de frutas tropicales en Japón es económicamente significativo (Ito & Dyck, 2010) y estable.

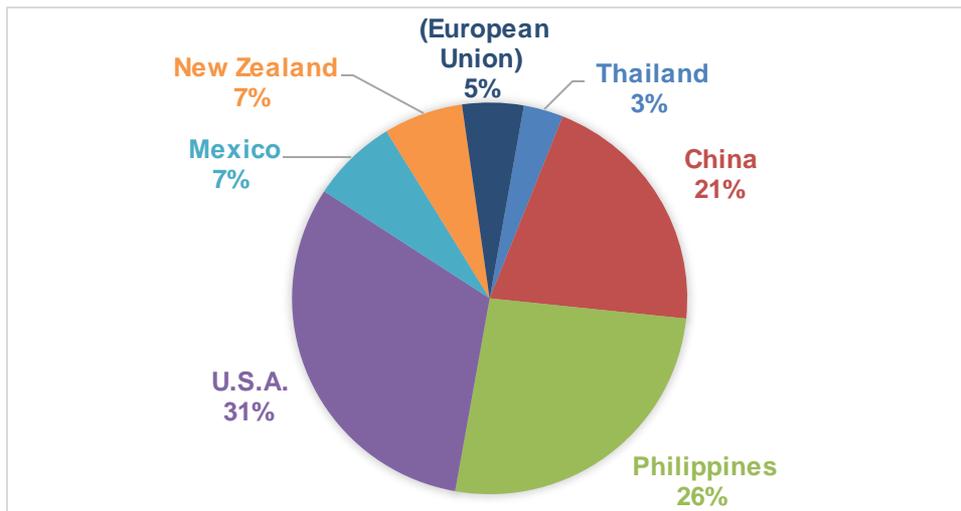
Gráfica 20. Participación de los principales socios comerciales de Japón en el valor de importaciones para el 2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (Statistics Bureau, s.f.)

Tal y como se mostró anteriormente, las frutas consumidas en Japón varían entre, aquellas que pueden ser cultivadas en territorio japonés y aquellas que no (frutas tropicales). Por la posición geográfica del Valle del Cauca, el enfoque de exportación estaría en las frutas tropicales de alta calidad. Japón es evidentemente un país lejano a Colombia, no solo geográficamente sino también culturalmente, razón por la cual es necesario tener en cuenta que la concepción de calidad de los japoneses está basada en la apariencia del producto (tamaño, color y brillo), en comparación con los colombianos que se basan más en el sabor, para determinar la calidad de un producto.

Gráfica 21. Participación de los principales países de origen de las importaciones de fruta a Japón en el 2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de (Statistics Bureau, s.f.)

Al enfocarse la exportación del Valle del Cauca en frutas tropicales, en principio se puede contar con un competidor menos (Japón), sin embargo países tropicales del sudeste asiático lideran las importaciones japonesas de frutas tropicales, entre ellos se destacan Filipinas con una participación del 26%, China con un 21% y Tailandia con un 3%(gráfica 21), esta participación tan elevada de estos países se puede basar en la disminución de aranceles e inspecciones a su mercancía dado que Japón posee acuerdos comerciales bilaterales con los países anteriormente nombrados. En comparación las exportaciones colombianas dirigidas a Japón aunque se centran en el sector primario, son más de commodities y café, esto ilustra una gran posibilidad de aumentar la participación de las frutas como uno de los principales productos de exportación, para cumplir con este objetivo los productores vallecaucanos pueden hacer uso de la política de diversificación de exportaciones liderada por el gobierno nacional a través de ProColombia con un plan de apoyo para la inserción en 56 mercados.

8.3. Desarrollo del Tercer Objetivo

En un principio, es indispensable aclarar lo que es una barrera no arancelaria, según (UNCTAD, 2012) esta se refiere a medias diferentes a los aranceles aduaneros, que impliquen repercusiones económicas en el comercio internacional, que ocasionen una modificación al volumen o precios de las transacciones. Dado el amplio espectro de esta definición, UNCTAD realizó un

informe de la Clasificación Internacional de Medidas No Arancelarias, en el cual se especifican estas medidas, las cuales se pueden observar en la tabla 4.

Tabla 4. Clasificación de Medidas No Arancelarias por capítulos.

	Medidas técnicas	A MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS (MSF) B OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO (OTC) C INSPECCIÓN PREVIA A LA EXPEDICIÓN Y OTRAS FORMALIDADES	
	Medidas no técnicas	D MEDIDAS ESPECIALES DE PROTECCIÓN DEL COMERCIO E LICENCIAS NO AUTOMÁTICAS, CONTINGENTES, PROHIBICIONES Y MEDIDAS DE CONTROL DE LA CANTIDAD ESTABLECIDOS POR MOTIVOS DISTINTOS DE LAS MSF Y OTC F MEDIDAS DE CONTROL DE LOS PRECIOS, INCLUIDOS CARGAS E IMPUESTOS ADICIONALES G MEDIDAS FINANCIERAS H MEDIDAS QUE AFECTAN A LA COMPETENCIA I MEDIDAS EN MATERIA DE INVERSIONES RELACIONADAS CON EL COMERCIO J RESTRICCIONES A LA DISTRIBUCIÓN K RESTRICCIONES RELACIONADAS CON LOS SERVICIOS DE POSVENTA M RESTRICCIONES A LA CONTRATACIÓN PÚBLICA N PROPIEDAD INTELECTUAL O NORMAS DE ORIGEN	
	Exportaciones	P	MEDIDAS RELACIONADAS CON LAS EXPORTACIONES

Fuente: (UNCTAD, 2012)

En el caso específico que se trata en este trabajo de investigación se hará alusión a las Medidas No Arancelarias (MNA) de Japón a la importación de frutas. Para esto se elaborará un análisis del nivel de subsistencia del país y por tanto sus razones para la protección de la industria nacional, a su vez se

identificaran los puntos más importantes en la regulación nacional a la importación de frutas, para esto se tendrán en cuenta las medidas técnicas, planteadas por (UNCTAD, 2012)- y de que forma el Acuerdo de Asociación Económica, en discusión entre Japón y Colombia, ayudara a reducir estas barreras al igual que los aranceles vigentes, que hasta el momento afectan la competitividad de los productos colombianos en el mercado japonés.

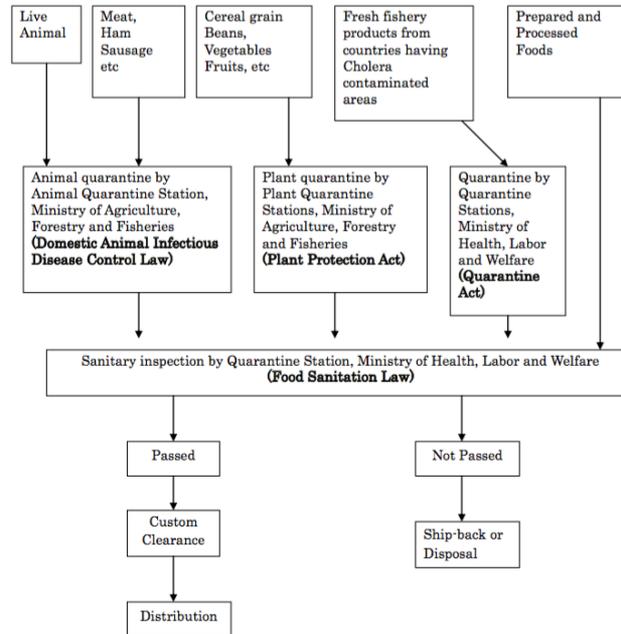
Las principales MNA de las cuales hace uso el gobierno japonés, se centran en la regulación e inspección de los productos destinados al consumo humano, con justificación en la crisis alimentaria que se llevó a cabo en el año 2000, por una alta concentración de insecticidas y distintos productos químicos en los vegetales importados desde China (Japan External Trade Organization (JETRO), 2011). Esta situación generó una desconfianza entre los consumidores japoneses hacia los vegetales y frutas importadas, por tanto el gobierno decidió ampliar el alcance de varias leyes que eran usadas en la importación de vegetales y frutas, entre ellas se encuentran: Ley de Higiene Alimentaria, Ley de Protección Fitosanitaria, Ley de Cuarentena y el Estándar Agrícola Japonés (JSA, por sus siglas en ingles).

Bajo las cuatro leyes anteriormente mencionadas, es claro que existe una fuerte barrera para que las frutas producidas en el Valle del Cauca entren en el mercado japonés. Así mismo, en la Ley de Protección Fitosanitaria (Plant Protection Act, 1950) y Ley de Higiene Alimentaria (Ministry of Health and Welfare, 1947), se encuentra una lista de productos que tienen prohibida su importación al territorio japonés, por parásitos autóctonos de la región, que pueden llegar a ser dañinos para la salud de los consumidores, y pueden llegar a ocasionar una posible epidemia en los cultivos japoneses. Entre estos productos que tienen la calidad de prohibida su importación se encuentran: aguacate, papaya, mango, maracuyá, banano.

Teniendo en cuenta estas limitaciones por la prohibición de la entrada de 5 productos de los 13 que son producidos en el Valle del Cauca, hay una gran desventaja en la consideración de este mercado como destino, en adición a esto se suma, el gran número de inspecciones por los cuales debe pasar la

mercancía después de haber llegado al puerto de destino, tal y como se ilustra en la ilustración 1.

Ilustración 1. Flujo de examinación e inspección para los productos agrícolas, pesqueros y alimenticios.



Fuente: (Japan External Trade Organization (JETRO), 2009)

Estas MNA a pesar de que son fundamentadas por el gobierno japonés como una forma de precaución contra una crisis como la mencionada anteriormente, es evidente, el componente proteccionista de estas medidas a la industria nacional agrícola. Razón por la cual, Japón en el aspecto de las barreras para la facilitación del comercio, es calificado de forma negativa por la OECD, dejando por cierto el excesivo control que se le ejerce a las importaciones agrícolas y pesqueras. Este proteccionismo, puede estar basado en el objetivo de mantener una relación de autosuficiencia relativamente alta, cabe aclarar que en el 2012 esta relación era del 75% en vegetales y un 27% para las frutas (Ministry of Agriculture, Forestry ad Fisheries, 2014).

Entre los países desarrollados, Japón es el más preocupado por mantener unos niveles mínimos de autosuficiencia, esto se debe a la preocupación de que si esta es lo suficientemente baja, el país se verá a merced de los países productores de alimentos y por tanto dejara de poseer un papel importante en el ámbito internacional, en adición con un decrecimiento de la población

campesina, y por tanto el número de hectáreas cultivadas en el país, lo cual ha conllevado a su gobierno a hacer uso de distintas medidas para proteger la agricultura nacional, entre estas medidas también se encuentran los subsidios a campesinos por catástrofes naturales, control interno de precios sobre las frutas producidas localmente, lo que conlleva a que los consumidores deban pagar precios más altos.

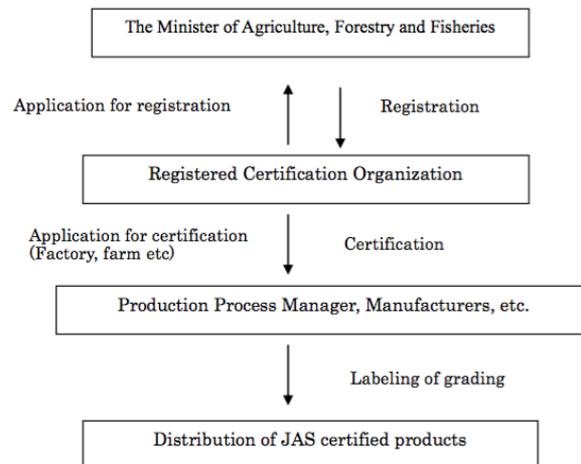
Como respuesta a estas medidas y el gran potencial que representa el mercado japonés a la economía colombiana, el gobierno de Colombia desde 2011 ha estado en conversaciones para la aprobación de un Acuerdo de Asociación Económica (AAE) (Joint Study Group for an Economic Partnership Agreement (EPA), 2012), el cual tiene como objetivo reducir todo tipo de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio y la inversión entre los estados. Considerando el desplazamiento del consumo de frutas en Japón hacia las frutas tropicales, y por simples razones geográficas es improbable la autosuficiencia en este aspecto, la introducción de frutas colombianas ayudaría a satisfacer esta demanda.

Por la razón anterior, la delegación colombiana expuso la necesidad de contemplar un capítulo en referencia a las medidas sanitarias y fitosanitarias, para facilitar el comercio entre las partes, en adición a esto se hizo mención a el fortalecimiento de la cooperación en este aspecto mediante la creación de un subcomité que ayude al flujo de información entre las partes. Así mismo, se incluyó un capítulo sobre las barreras técnicas al comercio, en este se considera que las autoridades japonesas reconozcan la capacidad técnica de las autoridades competentes colombianas, para de esta forma reducir el número de inspecciones por las cuales deben a travesar las mercancías, y en el caso específico de las frutas un posible detrimento de la mercancía, por la interrupción de la cadena de frío.

Por otro lado, se debe considerar las regulaciones japonesas pertinentes a la etiqueta de los productos. En este aspecto también se observa un cierto grado de proteccionismo dado, que todo producto que vaya a ser comercializado en el territorio japonés, debe contar con la aprobación de calidad por el Estándar

Agrícola Japonés, para esto se debe pasar por el procedimiento ilustrado en la ilustración 2, el cual es ciertamente complejo y puede tomar cierto tiempo, en adición a lo anterior la etiqueta debe estar en el idioma japonés.

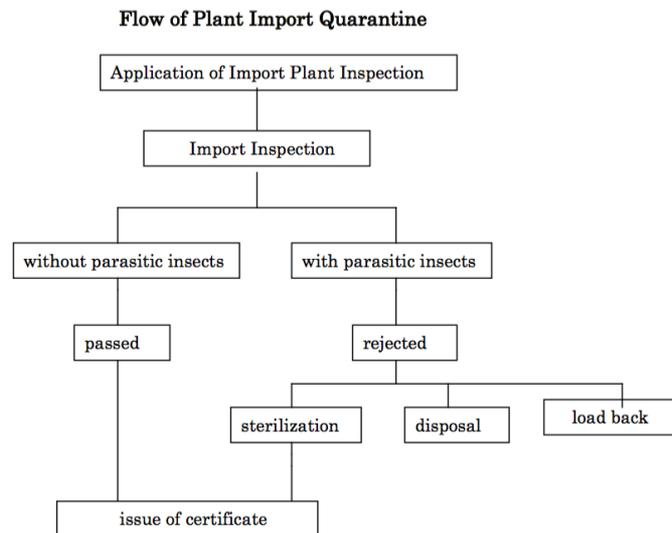
Ilustración 2. Método de clasificación según JSA.



Fuente: (Japan External Trade Organization (JETRO), 2009)

La Ley de Cuarentena (Quarantine Act, 1951) en esencia está destinada a evitar el ingreso de enfermedades infecciosas no originarias de la región mediante el control de la entrada de personas provenientes de regiones donde son comunes, enfermedades tales como: la fiebre amarilla, el ébola, entre otras, para de esta manera evitar una posible epidemia en el país. Bajo el mismo principio de velar por la seguridad de la nación y el territorio japonés, esta Ley ha sido ampliada mediante la adición a la Ley de Protección Fitosanitaria, mediante la cual se hace necesaria la inspección de toda mercancía proveniente de áreas conocidas de poseer insectos que pueden ocasionar un daño en el suelo cultivable de Japón, entre la mercancía que necesita este tipo de inspección se encuentran: flores, semillas, vegetales, frutas, granos, frijoles, madera, especies y cualquier materia prima para medicina china. A continuación se enseña el proceso de inspección de la Ley de Cuarentena, ejercido por las autoridades del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar (ilustración 3).

Ilustración 3. Flujograma de importación de plantas en cuarentena.



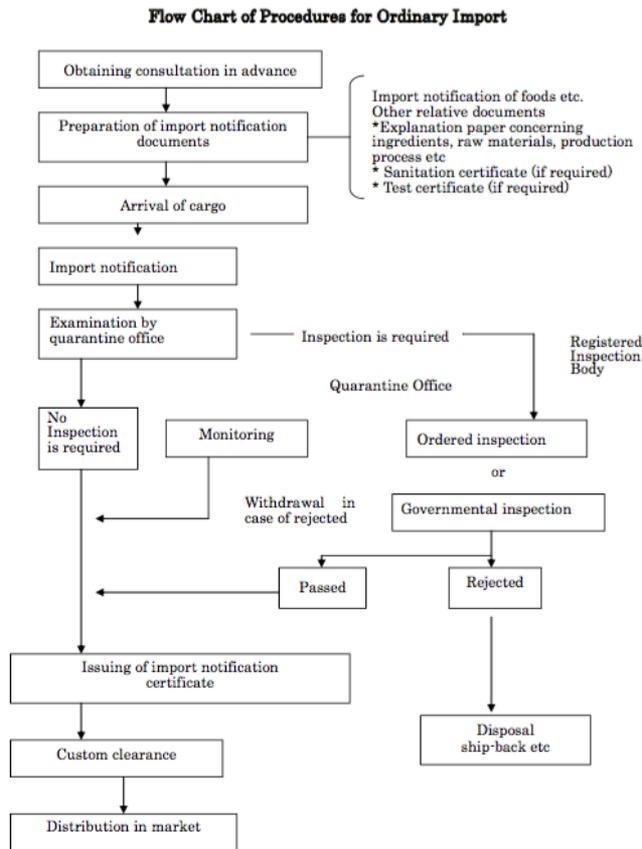
Fuente: (Japan External Trade Organization (JETRO), 2009)

Por otro lado, es necesario tener en cuenta el tiempo en tránsito de la mercancía, dado que esto ocasiona ciertos costos, no solo económicos sino también aquellos pertinentes en la calidad, a esto se suma la naturaleza de la mercancía, ya que como esta es perecedera, además de que debe ser refrigerada, lo mejor es que el tiempo en tránsito sea corta para que de esta forma no se pierdan sus propiedades nutricionales. Una estimación muestra que el tiempo en tránsito desde el puerto de buenaventura hasta el puerto de Yokohama (principal puerto comercial de Japón), es de 23 días en el mar, por medio del uso de un contenedor refrigerado. Sin embargo, se debería tener en cuenta la posibilidad de hacer uso del transporte aéreo en vez del marítimo, ya que de esta forma se reduce drásticamente el tiempo en tránsito de los productos.

Así mismo, en la ilustración 4, se expone el proceso por el por cual se debe pasar para hacer una importación ordinaria, en este flujograma es claro el alto

número de inspecciones por las cuales debe pasar la mercancía y los procedimientos que limitan el comercio internacional que no están asociados a los cobros arancelarios.

Ilustración 4. Flujograma del proceso de importación de una mercancía ordinaria a Japón.



Fuente: (Japan External Trade Organization (JETRO), 2009).

Aunque el objetivo se enfoca en las MNA que impiden y aumentan los costos de las frutas comerciales en su posible entrada al comercio japonés de una forma indirecta; los aranceles al causar un efecto directo sobre la misma situación, por lo cual es imprescindible tenerlos en cuenta, al igual que las MNA los aranceles japoneses se basan en la protección de la industria nacional por esto dependiendo del momento en el cual se importen los productos se podrían enfrentar a mayores aranceles, en el anexo 1 se puede apreciar que los aranceles correspondientes a las frutas producidas localmente- en especial,

naranjas, bananos, piñas, uvas y mandarinas mikan- aumentan cuando estas comienzan a ser comercializadas.

La combinación de MNA enfocadas en las revisiones fitosanitarias con altos aranceles, ha llevado a que de las 19 frutas producidas en Japón, 8 no posean actividad importadora. Por otro lado de las frutas que no tienen prohibida la importación a Japón y son producidas en el Valle del Cauca, el promedio de arancel se encuentra entre el 32% y el 2%-consultar anexo 1, la clasificación de Colombia se encuentra bajo la WTO ya que el país pertenece a la OMC-, sin embargo con las negociaciones sobre el AAE, se espera una disminución o exención de estos para frutas y otros productos agrícolas colombianos.

9. Conclusiones

El mercado mundial de las frutas que son producidas en el departamento del Valle del Cauca, son atractivos dado que la oferta no es capaz de responder a la demanda, esto conlleva a altos precios de comercialización, en adición la alta calidad de las frutas del departamento contribuye a una mayor valorización en el mercado internacional. En adición a lo anterior, se puede ver una gran oportunidad para que Colombia aumente su participación en el mercado de frutas y sea reconocido a nivel mundial por ser un proveedor de frutas de alta calidad y variedad.

A su vez para los años de estudio el mercado japonés es claramente atractivo para ser destino de las exportaciones de frutas de Valle del Cauca, ofreciendo altos precios, una preocupación sostenida de los consumidores por la alta calidad de los productos, y un gasto anual significativo en frutas. En adición la gobernación del Valle del Cauca mediante la (Secretaría de Medio Ambiente, Agricultura, Seguridad Alimentaria y Pesca, 2013) y el Plan frutícola del Valle han ayudado al mejoramiento de la productividad de los frutales vallecaucanos, así mismo la continua investigación del ICA, aporta una mayor calidad a los productos.

A pesar de todos estos beneficios las barreras que impone Japón al comercio son excesivamente altas, no solo un alto grado de aranceles sino también la

prohibición de la entrada de varios productos a su territorio (aguacate, papaya, mango, maracuyá, banano), las cuatro inspecciones por las cuales deben pasar los alimentos elaboradas por distintas entidades, lo cual puede ocasionar un daño de los mismos. Por estas razones concluiría que la exportación de frutas vallecaucanas hacia Japón no es factible.

Sin embargo las iniciativas del gobierno nacional, mediante la promoción de exportaciones haciendo uso de varios planes de apoyo a través de ProColombia y PIPE, y con las discusiones en desarrollo hacia la firma de un AAE con Japón podría revertir esta situación y volverla favorable para los productores de frutas del Valle del Cauca.

“agregar los productos en los cuales se debería enfocar la exportación”

10. Recomendaciones

Aunque se percibe que en la actualidad la exportación de frutas vallecaucanas a Japón no es factible para los años estudiados. En los próximos años con la firma del AAE entre Colombia y Japón la situación se revertiría, por esto es necesario tener en cuenta:

- Hacer uso de todos los apoyos que ofrece el gobierno nacional mediante ProColombia para el mejor conocimiento de los procesos de exportación.
- Aplicar a una ayuda financiera a través del PIPE para aumentar la productividad y calidad de los frutales.
- Tener en cuenta todos los avances del ICA sobre nuevas semillas más resistentes a plagas y por tanto no necesitan tanto el uso de insecticidas.

Anexos

Anexo 1. Arancel de adunas (2015) japonés para las frutas producidas en el Valle del Cauca.

Statistical code		Description	Tariff rate				Unit
H.S. code			General	WTO	GSP	LDC	II
08.03		Bananas, including plantains, fresh or dried					
0803.10		Plantains					
		1 Fresh					
	100	(1)If imported during the period from 1st April to 30th September	40%	20%	10%	Free	KG
	100	(2)If imported during the period from 1st October to 31st March	50%	25%	20%	Free	KG
	200	2 Dried	6%	3%	Free		KG
0803.90		Other					
		1 Fresh					
	100	(1)If imported during the period from 1st April to 30th September	40%	20%	10%	Free	KG
	100	(2)If imported during the period from 1st October to 31st March	50%	25%	20%	Free	KG
	200	2 Dried	6%	3%	Free		KG
08.04		Dates, figs, pineapples, avocados, guavas, mangoes and mangosteens, fresh or dried					
0804.10	0	Dates	Free	(Free)			KG
0804.20		Figs	10%	6%	3%	Free	
	10	- Fresh					KG
	90	- Dried					KG
0804.30		Pineapples					
	10	1 Fresh	20%	17%		Free	KG
	90	2 Dried	12%	7.2%		Free	KG
0804.40		Avocados	6%		Free		
	10	- Fresh		3%			KG
	90	- Dried		3%			KG
0804.50		Guavas, mangoes and mangosteens	6%	3%	Free		
		- Fresh					
	11	-- Mangoes					KG
	19	-- Other					KG
	90	- Dried					KG
08.05		Citrus fruit, fresh or dried					

0805.10		Oranges					
	0	1 If imported during the period from 1st June to 30th November	20%	16%		Free	KG
	0	2 If imported during the period from 1st December to 31st May	40%	32%		Free	KG
0805.20	0	Mandarins (including tangerines and satsumas); clementines, wilkings and similar citrus hybrids	20%	17%		Free	KG
0805.40		Grapefruit, including pomelos	10%			Free	
	0	- If imported during the period from 1st June to 30th November		(10%)			KG
	0	- If imported during the period from 1st December to 31st May		(10%)			KG
0805.50		Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) and limes (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)	Free	(Free)			
	10	- Lemons (Citrus limon, Citrus limonum)					KG
	90	- Limes (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)					KG
0805.90		Other					
	20	1 Limes (other than Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)	Free	(Free)			KG
	90	2 Other	20%	17%		Free	KG
08.06		Grapes, fresh or dried					
0806.10		Fresh					
	0	1 If imported during the period from 1st March to 31st October	20%	17%		Free	KG
	0	2 If imported during the period from 1st November to the last day of February	13%	7.8%		Free	KG
0806.20	0	Dried	2%	1.2%	Free		KG
08.07		Melons (including watermelons) and papaws (papayas), fresh					
		Melons (including watermelons)					
0807.11	0	Watermelons	10%	6%		Free	KG
0807.19	0	Other	10%	6%		Free	KG
0807.20	0	Papaws (papayas)	4%	2%	Free		KG
08.10		Other fruit, fresh					
0810.10	0	Strawberries	10%	6%		Free	KG
	210	- Rambutan, passionfruit, litchi and carambola (star-fruit)		5%	2.5%		KG
	290	- Other		6%			KG
08.11		Fruit and nuts, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, frozen, whether or not containing added sugar or other sweetening matter					
0811.10		Strawberries					
	100	1 Containing added sugar	16%	9.6%		Free	KG
	200	2 Other	20%	12%		Free	KG

0811.20		Raspberries, blackberries, mulberries, loganberries, black, white or red currants and gooseberries					
	100	1 Containing added sugar	16%	9.6%	4.8%	Free	KG
	200	2 Other	10%	6%	3%	Free	KG
0811.90		Other					
		1 Containing added sugar					
	110	(1)Pineapples	28%	23.8%		Free	KG
	130	(2)Berries	16%	9.6%	4.8%	Free	KG
	140	(3)Sour cherries (Prunus cerasus)	18.4%	13.8%	6.9%	Free	KG
	150	(4)Peaches and pears	10%	7%		Free	KG
		(5)Other	20%			Free	
	120	- Papayas, pawpaws, avocados, guavas, durians, bilimbis, champeder, jackfruit, bread-fruit, rambutan, rose-apple jambo, jambosa diamboo-kaget, chicomamey, cherimoya, kehapi, sugar-apples, mangoes, bullock's-heart, passion-fruit, dookoo kokosan, mangosteens, soursop and litchi		12%	6%		KG
	190	- Other		12%			KG
		2 Other					
	210	(1)Pineapples	28%	23.8%		Free	KG
	220	(2)Papayas, pawpaws, avocados, guavas, durians, bilimbis, champeder, jackfruit, bread-fruit, rambutan, rose-apple jambo, jambosa diamboo-kaget, chicomamey, cherimoya, kehapi, sugar-apples, mangoes, bullock's-heart, passion-fruit, dookoo kokosan, mangosteens, soursop and litchi	12%	7.2%	3.6%	Free	KG
		(3)Peaches, pears and berries	10%			Free	
	230	- Berries		6%	3%		KG
	240	- Peaches and pears		7%			KG
		(4)Other	20%	12%		Free	
	280	- Camucamu			2%		KG
	290	- Other					KG

Fuente: (Japan Customs, 2015)

Bibliografía

- Agencia de Cooperación Internacional del Japón (jica). (2013). *Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüense*.
- Aggarwal, R., & Agmon, T. (1990). The International Success of Developing Country Firms; Role of Government-Directed Comparative Advantage. *MIR: Management International Review*, 163-180.
- Andersson, S., & Wictor, I. (2003). Innovative Internationalisation in New Firms: Born Globals-the Swedish Case. *Journal of International Entrepreneurship*, 249-276.
- Banco Mundial. (16 de Marzo de 2016). *Datos Banco Mundial*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL/countries/JP-CO?display=graph>
- Banco Mundial. (s.f.). *Datos Banco Mundial*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.PP.CD/countries/J-P-CO?display=graph>
- Banco Mundial. (s.f.). *Datos Banco Mundial*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG/countries/JP-CO?display=graph>
- Borda Guzmán, S., & Berger Paz, M. (2012). Relaciones bilaterales China y Colombia:1990-2010. *Colombia Internacional*, 83-129.
- DIAN. (20 de Noviembre de 2014). Consultor de Estadísticas de Comercio Exterior. Colombia.
- Economics Research Service/USDA. (2002). *Commodity Policies Of the U.S.,EU, & Japan-How Similar?*
- Fanjul, E. (2012). Políticas de internacionalización de la economía y la empresa: un instrumento para promover el crecimiento y el empleo (ARI). *Área: Economía y Comercio Internacional, ARI, Real Instituto Elcano*, 1-10.
- Fina, E., & Rugman, A. M. (1996). A Test of Internalization Theory and Internationalization Theory: The Upjohn Company. *MIR: Management International Review*, 199-213.
- FreshPlaza. (01 de Febrero de 2016). *FreshPlaza Web site*. Obtenido de <http://freshplaza.es/article/95120/Colombia-La-pi%C3%B1a-de-Bengalagr%C3%ADcola-est%C3%A1-lista-para-Europa>
- FreshPlaza. (15 de Febrero de 2016). *FreshPlaza Web site*. Obtenido de <http://www.freshplaza.es/article/Michoac%C3%A1n-es-el-mayor-productor-de-aguacate-de-M%C3%A9xico>
- International Trade Center(ITC). (s.f.). *TradeMap*. Obtenido de <http://www.trademap.org/Index.aspx>
- Ito, K., & Dyck, J. (2010). *Fruit Policies in Japan*.
- Japan Customs. (15 de Enero de 2015). *Japan's Tariff Schedule 2015: Japan Customs*. Obtenido de http://www.customs.go.jp/english/tariff/2015_115/data/e_08.htm
- Japan External Trade Organization (JETRO). (2009). *Handbook for Agricultural and Fishery Products Import Regulations 2009*.
- Japan External Trade Organization (JETRO). (2011). *Guidebook for Export to Japan (Food Articles) 2011 <Vegetables, fruits, and Processed Products*.

- Japan External Trade Organization (JETRO). (2012). *Japan's Agricultural, Forestry and Fisheries Trade in 2010*. Tokyo.
- Johanson, J., & Valhane, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 1411-1431.
- Joint Study Group for an Economic Partnership Agreement (EPA). (2012). *Report of the Joint Study Group for an Economic Partnership Agreement (EPA) between Japan and the Republic of Colombia*.
- Kalsbeek, A., & Veerhagen, A. (9 de Febrero de 2016). *FreshPlaza Web site*. Obtenido de <http://ww.freshplaza.es/article/95190/La-demanda-de-aguacates-aumenta-m%C3%A1sr%C3%A1pido-que-ka-producci%C3%B3n>
- Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. (2014). *FY2013 Annual Report on Food, Agriculture and Rural Areas in Japan*.
- Ministry of Health and Welfare. (24 de Diciembre de 1947). Food Sanitation Act. *Act No. 233 of December 24,1947*. Japan.
- Ministry of Health and Welfare. (13 de July de 1948). Ordinance for Enforcement of the Food Sanitation Act. *Ordinance of the Ministry of Health and Welfare No. 23 of July 13,1948*. Japan.
- Moffat, M. (s.f.). *About Education*. Recuperado el 15 de Febrero de 2016, de <http://economics.about.com/cs/economicsglossary/g/deflation.htm>
- OECD. (s.f.). *Agricultural Policy: OECD*. Obtenido de <https://data.oecd.org/agrpolicy/agricultural-support.htm>
- OECD. (s.f.). *OECD Data Web site*. Obtenido de <https://data.oecd.org/agrpolicy/producr-protection.htm>
- Order for Enforcement of the Food Sanitation Act. (31 de August de 1953). *Cabinet Order No. 299 of August 31, 1953*. Japan.
- Oviatt, B. M., & Phillips McDougal, P. (1997). Challenges for Internationalization Process Theory: The Case of International New Ventures. *MIR:Management International Review*, 85-99.
- Plant Protection Act. (4 de May de 1950). *Act Co. 151 of May 4,1950*. Japan.
- ProColombia. (2015). *Oportunidades con Asia*.
- PROCOLOMBIA. (s.f.). *Multimedia PROCOLOMBIA*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/multimedia/video/la-diversificacion-la-clave-para-aumentar-las-exportaciones>
- Quarantine Act. (6 de June de 1951). *Act No. 201 of June 6,1951*. Japan.
- Randow, J., & Kennedy, S. (4 de Diciembre de 2013). *Bloomerg QuickTake*. Obtenido de <http://www.bloomberg.com/quicktake/negative-interest-rates>
- Secretaría de Medio Ambiente, Agricultura, Seguridad Alimentaria y Pesca. (2013). *Plan Frutícola del Valle 2013*. Cali.
- Statistic Bureau. (s.f.). *Results of Total Households:statistics Bureau*. Obtenido de <http://www.stat.go.jp/english/data/sousetai/1.htm>
- Statistics Bureau. (26 de June de 2015). *Report on the Consumer Price Index: Statistics Bureau*. Obtenido de <http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/ListE.do?bid=000001033700&cycode=0>
- Statistics Bureau. (s.f.). *Japan Statistical Yearbook: Statistics Bureau*. Obtenido de <http://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/1431-06.htm>
- The Economist. (18 de Mayo de 2013). *The Print Edition: The Economist*. Obtenido de <http://www.economist.com/news/leaders/21578044-shinzo-abe-has-vision-prosperous-and-patriotic-japan-economics-looks-better>

- Trujillo, M. A., Rodríguez, D. F., Guzmán, A., & Becerra, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas*. Bogotá D.C.: Universidad del Rosario.
- UNCTAD. (2012). *Clasificación Internacional de Medidas No Arancelarias*. Ginebra, Suiza.
- United States Department of Agriculture (USDA) Economic Research Service. (s.f.). Obtenido de USDA Web site: <http://www.ers.usd.org/topics/international-markets-trade/countries-regions/japan/basic-information.aspx>
- USDA Foreign Agricultural Service. (2013). *Japan Stone Fruit Annual*.
- Welch, L. S., & Luostarinen, R. K. (1993). Inward-Outward Connections in Internationalization. *Journal of International Marketing*, 44-56.
- Young, S., Huang, C.-H., & McDermott, M. (1996). Internationalization and Competitive Catch-up Processes: Case Study Evidence on Chinese Multinational Enterprises. *MIR: Management International Review* , 295-314.