

Oportunidades de Exportación a Japón, para Productores Boyacenses de Arándanos

Sebastián Calero Espitia

Juan Diego Cifuentes Hurtado

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

Asesor. John Jairo Martínez Álvarez

Tunja, Boyacá

2021

Oportunidades de Exportación a Japón, para Productores Boyacenses de Arándanos

1. Problema de Investigación

1.1. Planteamiento del Problema

En las últimas décadas, Colombia ha establecido diferentes acuerdos comerciales con la Unión Europea, México, EE.UU, La Comunidad Andina, La Comunidad del Caribe, Canadá, Chile, tiene en curso negociaciones con Japón y acuerdos complementarios con la Alianza del Pacífico, los cuales han posicionado a Colombia como un país estratégico y fortalecido en cuanto a sus procesos de internacionalización, representando una oportunidad para que empresarios colombianos tengan alta competitividad en el mercado internacional (Hernández, 2016 citado en Guerrero, N., 2020; Ministerio de Comercio, s.f.).

Sin embargo, pese a que Japón es un país al que se exporta variedad de frutos exóticos, el arándano no se encuentra dentro de los frutos con mayores niveles de exportación ya que es relativamente nuevo su consumo, además debe tenerse en cuenta que el país nipón cuenta con estrictas medidas sanitarias y fitosanitarias y que en la actualidad los mayores exportadores latinoamericanos que llegan a este mercado son Chile y Perú (Balarezo y Cruz, 2020).

Por lo anterior, se considera importante investigar las oportunidades que tiene el país colombiano frente a la exportación de arándanos al país nipón, especialmente desde empresas boyacenses, haciéndose necesario determinar y evaluar estrategias mercantiles que propicien mayor participación y desarrollo a través de un proceso estructurado, eficaz y oportuno, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos en el mercado internacional.

1.2. Formulación del Problema

¿Qué estrategias comerciales deben generarse acorde a las oportunidades de circulación en el mercado que existen para los productores boyacenses de arándanos para exportar a Japón?

1.3.Sistematización del Problema

¿Cuáles son los principales productores de arándanos en el departamento de Boyacá y cuáles son las características del mercado actual de arándanos a nivel nacional e internacional?

¿Cuál es la logística, normatividad y requerimientos exigidos para la exportación de productos agrícolas a Japón, tanto a nivel interno como externo?

¿Cuáles son las características de producción, industrialización y comercialización nacional e internacional de los productores de arándanos Boyacenses a partir de la percepción de sus directores y el departamento de planeación de la gobernación de Boyacá?

¿Qué debe tenerse en cuenta para formular estrategias de exportación acordes a las oportunidades identificadas frente a la exportación de arándanos por parte de productores boyacenses?

2. Objetivos

2.1.Objetivo general

Identificar las oportunidades de exportación a Japón, para los productores boyacenses de arándanos hacia el mercado japonés.

2.2.Objetivos específicos

Analizar el mercado actual del arándano a nivel nacional e internacional, identificando principales productores de esta fruta exótica en el departamento de Boyacá.

Caracterizar el mercado objetivo para la exportación de arándanos por parte de productores boyacenses.

Definir estrategias de exportación al país nipón de acuerdo a las oportunidades identificadas.

3. Justificación

En la actualidad, el biocomercio se ha posicionado como una nueva oportunidad para la generación de oferta de bioproductos que propendan por el desarrollo del país y que a su vez posibiliten el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad establecidos en niveles ambiental, social y económico; debe resaltarse que Colombia al ser uno de los países con más biodiversidad en el mundo cuenta con el potencial necesario para posicionarse frente a la oferta de este tipo de productos (Macías y Gómez, 2019).

Además, Colombia es un país que cuenta con un amplio potencial frente a productividad, dado que al ser un país tropical tiene la posibilidad de producir durante todo el año, además por su variedad de pisos térmicos se propicia el que puedan cultivarse diferentes productos agrícolas, lo cual ha generado un dinamismo en el sector frente a la exportación de sus productos; Perfetti, Balcázar, Hernández, y Leibovich (como se citó en Mesa y Cortés, 2019).

En razón a lo anterior, debe mencionarse que particularmente Japón presenta dificultades a nivel agrícola, teniendo una baja producción y altos costos en el proceso, en razón a lo anterior y a otros aspectos el país nipón se ha visto en la necesidad de eliminar diferentes barreras de entrada, permitiendo la generación de una alta importación de productos a nivel mundial, especialmente de países en vía de desarrollo ya que los costos son bajos y la calidad es óptima (Avella y Segura, 2014).

Es así que, el continente asiático resulta un escenario prometedor, particularmente el país nipón, por su ubicación geográfica muestra un porcentaje del 67% de importaciones de frutas para el consumo interno según el estudio de mercado realizado por la embajada Colombia en Tokio en 2007, lo cual hace que sea un mercado prometedor teniendo en cuenta las ventajas que

tendría Colombia frente a sus recursos naturales y producción de frutos exóticos, ventaja sustentada en la teoría internacional de localización (Acevedo, Ruíz, y Monterrosa, 2015).

En lo que refiere al arándano como fruto exótico, este es considerado como una de las frutas que represento el mayor crecimiento en consumo mundial, además que dentro de los frutos tipo “berry” es la más demandada y consumida en el mundo; por lo que la producción de arándanos se ha incrementado de forma potencial en razón al aumento de su consumo, ya que es un producto reconocido por sus componentes nutricionales, así como por la tendencia hacia el consumo de alimentos saludables, representado de este modo un producto con excelentes oportunidades de negocio (Mesa y Cortés, 2019).

En Colombia se resalta la ventaja competitiva frente a la exportación de diferentes productos agrícolas y para el caso del fruto exótico del arándano, ya que como se ha mencionado, gracias a su ubicación geográfica puede producir durante todo el año, además que la gran mayoría de los cultivos de este fruto se encuentran ubicados en el altiplano cundiboyacense representando una ventaja absoluta para los productores del departamento de Boyacá.

Por lo anterior, en el presente proyecto se hace referencia a la identificación de oportunidades de exportación hacia Japón, para productores Boyacenses de arándanos, a partir del análisis de la cadena de producción de este producto, su comercialización, distribución y posible exportación a Japón, el cual además de ampliar el panorama frente al fortalecimiento de las exportaciones, brindará un interesante bagaje investigativo y de aporte al sector productivo agrícola boyacense.

4. Marco de Referencia

4.1. Antecedentes

En un informe realizado en el año 2006 por el país argentino sobre el mercado de arándanos, establecieron que Japón es el tercer país importador de arándanos tanto en volumen como en valor a nivel mundial, además evidenciaron que el arándano en este año ocupó el segundo lugar en volumen de exportaciones de frutas finas desde este país, de otro lado, corroboraron que el consumo en el país nipón aumentó en razón a la promoción de empresas norteamericanas como un fruto con altos factores nutricionales y saludables (Bergallo, 2006.)

De otro lado, en un estudio realizado en el año 2007 por la Oficina Agrícola de Chile en Japón sobre oportunidades y desafíos para la industria chilena en el mercado de los arándanos en Japón, concluyeron que cuentan con una ventaja competitiva ya que en dicho año se firmó un tratado de libre comercio entre estos países ya que representa una reducción en los aranceles o el aumento de cuotas de ingreso de productos agrícolas.

Por otra parte, este estudio constata que a mediados de la década de los 90 se publicaron resultados de investigaciones en los que se dieron a conocer los múltiples beneficios nutricionales y medicinales de los arándanos, como el favorecimiento de la memoria, retardo del envejecimiento, además de la mejora de la visión, factor que fue atrayente considerando que el 60% de la población japonesa utiliza lentes o padece de dificultades, por lo que se generó el auge de consumirlos de manera fresca (Oficina Agrícola de Chile en Japón, 2007).

Recientemente, en el año 2020 se realizó una investigación en la Universidad Tecnológica del Perú (UTP) sobre el mercado de Japón para la exportación de arándanos frescos peruanos en este año, en el cual se demuestra la acogida del arándano peruano en el mercado

internacional, teniendo un aumento en sus exportaciones entre un 47% en el año 2018 y 51% en el 2019, llegando a competir con Chile que es el mayor exportador de Latinoamérica, y superándolo en el año 2019 con un total de 820 millones de dólares en exportaciones de arándano.

Además, en este estudio se pone en evidencia como a la actualidad el consumo de arándano ha incrementado en países con economías de mercado emergentes, llegando a mercados como el estadounidense y de los países asiáticos, lo que a su vez genero un incremento en la demanda de países como Brasil y Colombia (Balarezo y Cruz, 2020).

4.2. Marco Teórico

En el presente marco teórico se propone el desarrollo de conceptos claves dentro de los negocios internacionales, que permitan conducir el proyecto investigativo, así como efectuar el análisis teórico y a partir de los resultados que se encuentren.

4.2.1. Estrategias de exportación

Las estrategias de exportación son un aspecto fundamental dentro de un plan de negocios, ya que su desarrollo ayuda a establecer los objetivos de exportación y los recursos a destinar.

4.2.1.1. Teorías de exportación en el marco de los negocios internacionales.

Al analizar las oportunidades comerciales de los arándanos es necesario revisar algunas teorías de comercio internacional.

4.2.1.1.1. Teoría de la ventaja absoluta.

En primer lugar, se retoma la teoría de ventaja absoluta propuesta por Adam Smith, quien propuso que esta ventaja se da cuando un país es más eficiente que otro en la producción de un

bien o producto, pero es menos eficiente que el otro país en la producción de un segundo bien (Salvatore, 2005, pág. 27).

Por tanto, un país debe especializarse en la producción de mercancías con ventaja absoluta y hacer un intercambio de estos productos por bienes producidos en otros países. Para el caso del país colombiano, no puede decirse que en este caso se tendría una ventaja absoluta, ya que como se mencionaba el vecino país Chile en la actualidad es el mayor exportador hacia el país nipón.

4.2.1.1.2. Teoría de la ventaja comparativa.

Por otro lado, la teoría de ventaja comparativa propuesta por David Ricardo (como se citó en Sánchez, 2016), plantea que, el comercio internacional representa una oportunidad para obtener ganancia, aunque no tengan una ventaja absoluta en la producción de un bien ya que el país invierte tanto su capital como su mano de obra en empleos u oficios que pueden generar beneficios comunes.

A la luz de esta teoría se puede establecer que, pese a que Colombia no cuente con una ventaja absoluta en la producción de arándanos, si cuenta con una ventaja comparativa frente a la producción que puede llegar a tener si se invirtiese en fortalecerla, aumentarla, mediante la generación de empleo que apoye en este propósito, aprovechando que en la región cundiboyacense se cuenta con extensiones de tierras amplias que propiciarían el cumplimiento de este objetivo.

4.2.1.1.3. Teoría de la ventaja competitiva.

Otra teoría es la de ventaja competitiva de Michael Porter (1991), otorga un papel relevante al valor del producto que una empresa crea para sus clientes, en forma de precios

menores que la competencia, a partir del contacto con proveedores y compradores de alto reconocimiento que incremente rentabilidad acorde a la calidad del producto, evitando el fracaso comercial e incrementando las oportunidades de producción e intercambio.

Para el caso de Colombia debe establecerse la ventaja competitiva frente a la calidad del producto, verificar dentro de la revisión teórica como puede llegar a ser un producto que destaque por su calidad, frente a los ofrecidos por otros países.

En la Figura 1 se presentan cuatro estrategias que este autor propone para que las empresas obtengan mayor ventaja competitiva ya que permiten lograr liderazgo de costos, diferenciación, al producir o vender un producto que sea único y original, concentración, al producir y vender productos que satisfagan las necesidades o gustos y especialización en un determinado tipo de consumidor.

Figura 1.

Estrategias de competitividad según Porter



Nota: Ventaja competitiva y ámbito competitivo. Fuente: Tomado de (Sánchez, 2016).

4.1.1.1.4. Teoría de la localización.

Esta teoría menciona que los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma desigual en el planeta tierra, dicha distribución determinará condiciones diferentes entre los países frente a la producción de determinados artículos.

Es así, que en este caso haciendo el estudio puntual del país nipón, se establece que este no es fuerte en cuanto al contar con una amplia gama de recursos naturales, pero que pese a esto se han dado a la tarea de buscarlos e impulsar su economía, llegando a ser una de las principales potencias comerciales a nivel mundial.

Para el caso de Colombia, pese a que no es una potencia comercial como lo es Japón, es un país que se caracteriza por gozar de una amplia gama de recursos naturales, y que esto puede ser un factor determinante en el establecimiento de relaciones comerciales que permitan la exportación de sus productos, para el caso de los arándanos cuenta con una ubicación geográfica excepcional ya que permite que la producción se mantenga durante todo el año.

4.2.1.1.4. Teorías sobre el origen del intercambio desigual.

Dentro de las teorías sobre el origen del intercambio desigual se establece que una de las consecuencias del comercio es que existen diferencias marcadas en los medios y los recursos con los que cuenta cada país para producir, en este sentido estas diferencias pueden presentarse a nivel de recursos naturales, capital, tecnología, magnitud de producción, entre otros,

Lo anterior, determina que habrá un contenido de valor diferente en cada bien producido, haciendo que algunos bienes al ser importados o exportados lleven más o menos valor, provocando un intercambio inequitativo entre países.

En este sentido se establece una desventaja para el país colombiano, ya que como lo sustenta el teórico Arghiri Emmanuel, las diferencias del valor producido, no son las que ocasionan el intercambio inequitativo, sino que este depende del país que exporta.

4.2.2. Historia de las relaciones comerciales entre Colombia y Japón

La historia de relaciones comerciales entre Colombia y Japón se remonta a 1990, año en el que ambos países establecieron el comité económico común. En este año, el presidente Virgilio Barco abrió la economía colombiana, dando los primeros acercamientos a Colombia al comercio exterior.

Según García (2020), entre 1960 y 1970, la inversión japonesa en Latinoamérica fue muy modesta, sin embargo, en 1965, Colombia fue el mejor destino internacional para la inversión japonesa, que alcanzó el 25 % del total de la inversión directa nipona en otros países (IDB 2013); y además entre 2002 y 2018, Japón invirtió 192 millardos de dólares estadounidenses.

A partir de estudios de factibilidad, la primera negociación del Acuerdo de Asociación Económica entre Colombia y Japón inició formalmente en diciembre de 2012, acuerdo que continúa en vigencia como una estrategia del Gobierno de Colombia para generar un acercamiento al mercado asiático; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (como se citó en Hernández y Sáenz, 2015).

Puntualmente, en el marco del TLC entre Colombia y Japón recientemente el embajador Santiago Pardo intensifica acercamientos para fortalecer el relacionamiento bilateral en materia agropecuaria, reuniéndose con el parlamentario y exministro de Agricultura, Moriyama Hiroshi, actualmente presidente del Comité para Asuntos de la Dieta del Partido Liberal Democrático

(PLD), quien además es el presidente de la Asociación de la Industria Pecuaria de Japón, con el propósito de continuar profundizando la relación bilateral entre Colombia y Japón en temas económicos y comerciales (Cancillería de Colombia, 2021).

Desde el inicio de las negociaciones con el país nipón, expertos como Ricardo Bonilla, coordinador del Observatorio de Coyuntura Socioeconómica de la Universidad Nacional, enunció que las relaciones comerciales con Japón son débiles, pues en general solo le compran a Colombia café y esmeraldas, por lo que dice que es de interés para el país colombiano ampliar la oferta exportadora y beneficiarse de la cooperación que brinda Japón (Roldán y Bonilla, 2021).

Además, las negociaciones adelantadas frente al Tratado de Libre Comercio establecido entre Colombia y Japón representa una oportunidad para fortalecer relaciones comerciales, teniendo en cuenta que Colombia ha logrado triplicar sus exportaciones a este destino, pasando de USD 165 millones en 2001 a USD 528 millones en 2011, además que su participación en cuanto a el sector agroindustrial y agropecuario representan un 39 % de las importaciones de Japón, lo que permite una potencialidad de internacionalizar empresas de este sector del mercado (Avella y Segura, 2014; Rojas,2015).

En este contexto, el fortalecimiento de relaciones comerciales entre Colombia y Japón representa un eje fundamental en el análisis de oportunidades de comercialización y exportación de nuevos productos, especialmente aquellos en los que alguno de los dos países posee ventaja absoluta, como es el caso del arándano.

4.3.Marco Conceptual

4.3.1. Exportación

La exportación es el envío de diferentes mercancías de origen nacional para su uso o consumo en el exterior, de este modo con la salida de mercancías de un territorio aduanero produciendo una entrada de divisas. Las exportaciones se realizan dentro de un marco legal y bajo condiciones establecidas por los países copartícipes en la transacción comercial (SITL, 2020).

4.3.2. Competitividad

La competitividad internacional hace referencia a la capacidad de que tiene una empresa para lograr un mayor y mejor rendimiento sobre sus competidores en los mercados extranjeros y preservar así las condiciones que sustentan sus rendimientos actuales y futuros (Peña y Triguero, 2011).

Por su parte, autores como Deperru y Cerrato (2006) enuncian que la competitividad internacional de las empresas tiene que ver con las fuentes de creación de la ventaja competitiva, del perfil de internacionalización, y con la presencia de la empresa en los mercados internacionales y su rendimiento en el extranjero (Serrano, 2016).

4.3.3. Comercio Internacional

Este contempla el abarcamiento de las relaciones comerciales internacionales, pero sin hacer referencia a un país en específico. Dicho en otras palabras, es el compendio de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones sin importar su naturaleza, que se realizar entre naciones (UNAM, s.f.).

4.3.4. Tratado de Libre comercio

Según el Mincomercio un tratado de libre comercio o como se reconoce con sus siglas TLC, es un acuerdo regional o bilateral, a través del cual se establece una zona de libre comercio de bienes y servicios, en la que se eliminan aranceles. Estos tratados se establecen con el fin de ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes en el acuerdo.

4.3.5. Arándanos

El arándano (*Vaccinium corymbosum*) es una planta perteneciente al género *Vaccinium*, que también incluye muchos arbustos silvestres productores de bayas comestibles redondas, se caracterizan por crecer de forma silvestre en zonas frías, su fruto es característico por su buen contenido de jugo en la pulpa y su sabor agridulce.

En el mundo, el arándano se ha posicionado como una de las frutas más apetecidas tanto en mercados nacionales como mercados internacionales, de ahí que se considere factible evaluar las oportunidades comerciales que tienen los productores boyacenses de este fruto frente a su comercialización a mercados como el asiático.

A continuación, en la figura 2 se aprecia el fruto del arándano en la planta que le da origen en los cultivos.

Figura 2.

Arándanos



Nota. En la figura se aprecian los arándanos como fruto exótico. Fuente: Conciencia Eco (2021).

4.4.Marco Espacial

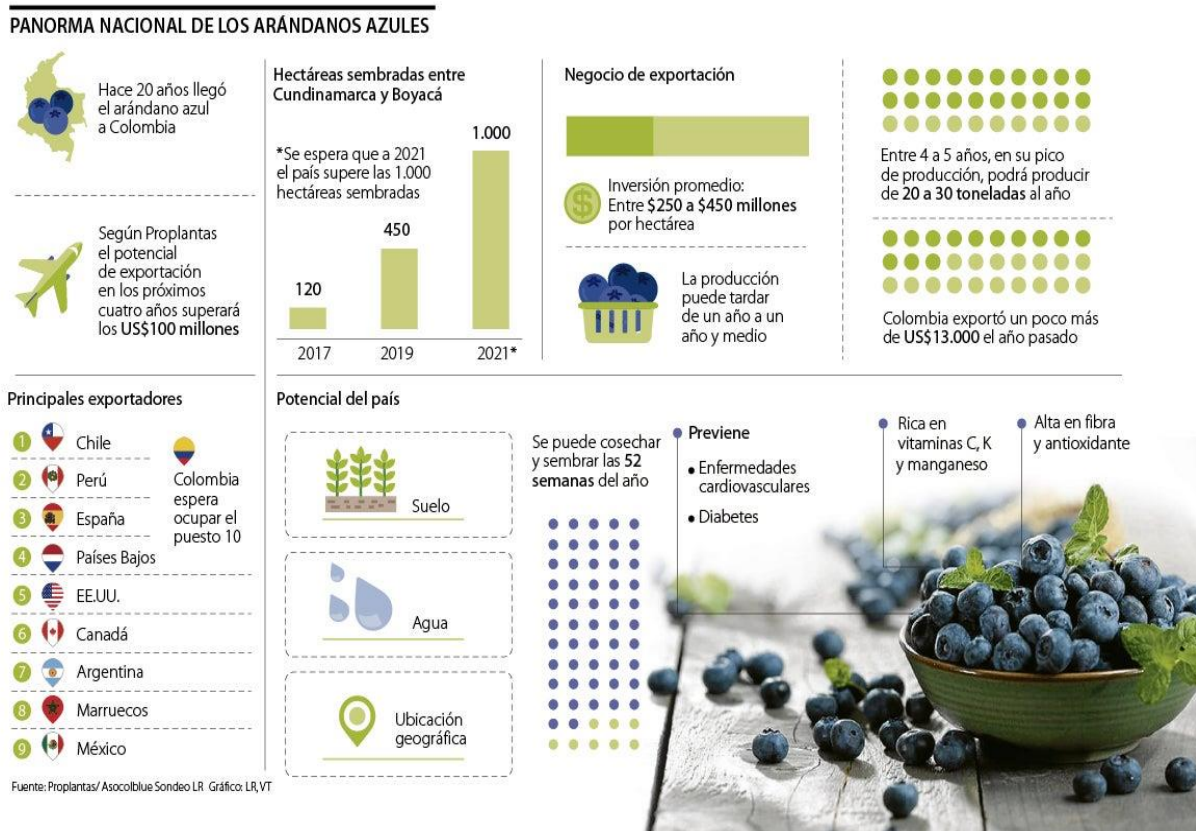
En la Figura 3 se evidencia el panorama nacional de los arándanos azules al año 2019, mencionando que el cultivo en Colombia data de una antigüedad de 20 años, con proyección de potencial de exportación superior a los \$100 millones de dólares según la empresa Proplantas, con la expectativa que frente a su cultivo en el año 2022 se superen las mil hectáreas sembradas en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.

Respecto al negocio de exportación, en la figura se aprecia que se requiere una inversión promedio entre \$250 a \$450 millones de pesos por hectárea, con tiempo de producción entre un año y un año y medio. Se evidencia además, que en el año 2018 el país exportó un poco más de \$13.000 dólares.

Por otra parte, se aspira que Colombia se encuentre de los 10 países con mayor producción de este fruto exótico, además de resaltar el potencial que tiene el país para su cultivo, y se resaltan las diferentes propiedades nutricionales del arándano.

Figura 3.

Panorama Nacional de los Arándanos Azules



Nota. En la figura se evidencia el Panorama Nacional de los Arándanos Azules. Fuente: Lorduy (2019).

El análisis de oportunidades de exportación de arándanos se desarrollará en el Departamento de Boyacá, específicamente en el área rural y metropolitana del Centro oriente colombiano. Especialmente en la Ciudad de Tunja y municipios aledaños.

El territorio colombiano es considerado como uno de los países con propicias características agroclimáticas para la producción del arándano, el cultivo de arándanos se sitúa principalmente en los departamentos de Boyacá, Antioquia y Cundinamarca (Bustillo, 2018).

4.4.1. Boyacá

Boyacá hace parte de los 32 departamentos que conforman el territorio colombiano, está ubicado en el centro oriente del país, atravesado por la Cordillera Oriental de la Región Andina Colombiana, lo cual hace que tenga una topografía muy variada a la cual se suma también la variedad de climas, tiene una superficie de 23.189 Kms², su capital es Tunja (Gobernación de Boyacá, 2021).

4.4.2. Saboyá

Es un municipio perteneciente al departamento de Boyacá, ubicado en la provincia de Occidente. Se destacan por la producción agrícola de la papa en un 64% y maíz en un 26%. En algunas veredas de la zona de ladera baja tales como tibistà, Molino y Puente de Tierra se cultivan frutales como curuba, mora, tomate de árbol y fresa y algunas especies de hortalizas, además de resaltar que en este municipio se encuentra el emprendimiento *Crisflor Berries* que se encarga de la producción de arándanos.

4.5. Marco Temporal

El presente proyecto investigativo se comenzó a planear desde el último trimestre del año 2020, estableciendo aspectos contextuales y metodológicos que permitieran su realización, dentro de lo que se espera es que en el primer trimestre del año 2022 se pueda aplicar la fase de recolección de datos, para de este modo culminar en el último trimestre con el análisis de resultados del proyecto.

5. Aspectos Metodológicos

5.1. Tipo de Estudio

El presente trabajo investigativo es de tipo cualitativo, con enfoque descriptivo-analítico puesto que la investigación se realiza a partir de la revisión de fuentes primarias y secundarias para el análisis de costos de exportación, gastos administrativos, características de producción y propiedades del proceso de exportación con el fin de evaluar las oportunidades comerciales para productores boyacenses de Arándanos y de esta manera determinar la viabilidad de la propuesta investigativa.

5.2. Método de Investigación

Objetivo Específico 1. Se realizará evaluación del mercado actual del arándano a nivel nacional e internacional, mediante la revisión documental de estudios internacionales y nacionales relacionados con el tema, archivos académicos y fuentes oficiales del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la DIAN y PROCOLOMBIA.

Se identificarán los principales productores de esta fruta exótica en el departamento de Boyacá, así como la logística, normatividad y requerimientos exigidos para la exportación de productos agrícolas hacia el país asiático. La información recolectada será codificada y analizada en una ficha de registro de datos.

Objetivo Específico 2. Una vez identificados los productores boyacenses arándanos, se establecerá contacto con el propósito de realizar una entrevista semiestructurada en la cual se indagará acerca de las características de producción, industrialización y comercialización

nacional e internacional, estrategias que también se empleará con el Departamento de Planeación de la Gobernación de Boyacá.

Posterior a la recolección de información se dará inicio al proceso de análisis y categorización de los resultados, basándose en una matriz D.O.F.A de la cadena productiva, haciendo análisis de la producción, industrialización y comercialización interna del país, con el fin de determinar potencialidades.

Objetivo específico 3. Teniendo en cuenta los elementos analizados en los dos objetivos anteriores, se plantearán las estrategias de exportación que mejor se ajusten a las necesidades y características de los productores boyacenses de arándanos.

5.3.Fuentes y Técnicas de recolección de la información

Fuentes de Información Primaria

5.3.1. Entrevista semiestructurada

Esta se realizará a los productores focalizados, con el propósito de indagar sobre la percepción de los mismos frente a las oportunidades, barreras, fortalezas de los procesos de exportación de este producto a Japón; se realizará de forma individual mediante preguntas abiertas.

5.3.2. Ficha de registro de datos

Esta será empleada para codificar y analizar la información de fuentes secundarias ya que permite sintetizar aspectos relevantes sobre el mercado de arándanos a nivel nacional e internacional, especialmente respecto a las relaciones comerciales entre Colombia-Japón.

Fuentes de Información Secundaria

5.3.3. Análisis de datos del comportamiento del consumo del producto en el exterior.

Mediante la revisión documental acerca de la exportación de arándanos al exterior y específicamente al continente asiático y el país nipón, se realizará un proceso de recolección de información que permita identificar la aceptación y comercialización de este fruto exótico.

5.3.4. Análisis DOFA

Teniendo en cuenta factores internos y factores externos los productores boyacenses de arándanos focalizadas, dentro de los factores internos se analizarán las debilidades y fortalezas, y en los factores externos se examinarán las oportunidades y amenazas que presentan.

5.4.Tratamiento de la información

El manejo de la información suministrada por las fuentes primarias y secundarias se hará únicamente con fines académicos, pretende dejar un plan de exportación a Japón como insumo para los productores boyacenses de arándanos. Para el análisis y codificación de datos se emplearán como técnicas de análisis una matriz D.O.F.A con respecto a la producción, industrialización, comercialización y proceso de exportación del Arándano. Dicho análisis será contrastado con los requerimientos estipulados por entes gubernamentales que permitan conocer la viabilidad de dicho proceso, codificados en una y ficha de registro de datos.

6. Resultados

6.1. Ficha de registro de datos

Tabla 1.

Países latinoamericanos exportadores de arándanos

Países latinoamericanos exportadores de arándanos			
País	Año	Valor exportación USD	Cantidad exportada
Chile	2021	572 millones	112.765 toneladas
Perú	2021	291 millones	175.574 toneladas
Colombia	2021	1.192.080	Sin dato exacto

Nota. Elaboración propia a partir de consulta en diferentes fuentes primarias y secundarias.

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta los datos anteriores y la revisión documental efectuada, Chile en el año 2021 en comparación al año 2020 tuvo un incremento del 6% en su nivel de exportación, exportando entre los meses de enero y diciembre, un total de 112.765 toneladas de arándanos y recibieron un valor de 572 millones de dólares por dicha exportación. Además, cabe resaltar que el país chileno sigue posicionándose como el mayor exportador a nivel de Latinoamérica, así como el segundo mayor exportador a nivel mundial (Pérez, 2022).

Valga mencionar, que Chile actualmente cuenta con una desventaja competitiva por la distancia que presente con sus principales mercados, presentar dificultades en las condiciones de transporte, además de la incursión de Perú en el mercado hizo al sector más competitivo,

generando que la superficie de cultivos de arándanos en este país disminuyese en un 0,8% ya que los productores están fijando su interés en cultivos más productivos.

Por su parte, Perú “ha sido el país exportador con mayor crecimiento en el mercado de arándanos, pasando de exportar menos de 50 toneladas en 2010 a casi 125.000 en 2019” (International Blueberry Organization, 2021). En octubre de 2021 el arándano se convirtió en el producto agropecuario con mayor exportación de este país, aumentado en un 29% su nivel de exportación, logrando entre enero y octubre el envío de 175.574 toneladas exportadas y recopilando un monto de 291 millones de dólares.

Para el caso de Colombia, los arándanos se han convertido en un producto con potencial de exportación, sin embargo, pese a que en el país este fruto se cultive hace más de 20 años solo hasta finales de 2019 se data su cultivo de manera industrial, pasando de una superficie de cultivos de 120 hectáreas en el año 2017 a 500 hectáreas en el año 2020, según un estudio de la Asociación Colombiana de Blueberries y Proplantas.

Según Legis (2022) el departamento en el que más se cultiva este fruto es Boyacá, “con una participación del 66,10 %, durante el 2021, por su potencial geográfico y climático para ser cultivada esta fruta en esta región”, seguido por los departamentos de Cundinamarca y Antioquia.

Lo anterior denota la ventaja competitiva que tiene el departamento de Boyacá frente a sus condiciones geográficas y capacidad para la producción de este fruto exótico.

6.2. Análisis D.O.F.A.

El presente análisis se realiza a partir de la realización de entrevistas semiestructuradas diferentes productores de arándanos del departamento de Boyacá, a partir de la revisión y codificación de la información brindada se realizó el análisis identificando cuales son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas frente al proceso de exportación de este fruto exótico por parte de productores del departamento de Boyacá.

Tabla 2.

Matriz análisis D.O.F.A.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<p>No hay logística de transporte organizada, ni un centro de acopio en el departamento de Boyacá lo cual incrementa el costo de exportación, además de las dificultades que a nivel nacional se presentan en la infraestructura vial, además de que Colombia tiene los precios más elevados de combustible en Latinoamérica lo que genera que el costo de transporte a su vez aumente.</p>	<p>Alta demanda del producto por parte del mercado japones y de otros mercados potenciales.</p> <p>El arándano es reconocido por ser un fruto de alto valor nutricional, además de que actualmente existe la tendencia a nivel mundial de comer saludable por lo que se posiciona como un producto de alto atractivo para el consumidor.</p>
<p>Los productores boyacenses no poseen conocimientos suficientes frente al tema de exportación.</p>	

Dificultades en la financiación de los productores por parte de entidades gubernamentales.

No existe un estándar de los precios y calidad del producto.

Los productores y las empresas de arándanos Boyacenses no cumplen con la capacidad de exportación que exige el mercado internacional.

Los productores y empresas consolidadas a nivel nacional no cumplen con la capacidad de exportación en términos de las cantidades que exige el mercado internacional.

Fortalezas	Amenazas
<p>Colombia es un país que cuenta con un amplio potencial frente a la producción del producto, dado que al ser un país tropical tiene la posibilidad de producir durante todo el año, ofreciendo un product de alta calidad. Pese a que no se exporta la calidad del producto hace que cumpla con los requisitos de un producto tipo exportación.</p>	<p>En Colombia la demanda interna del arándano es baja por lo que el consumidor colombiano tiende a priorizar el consumo de otras frutas, lo que impide que se posiciones de una mejor manera en el mercado y de esta manera no aumente su producción.</p> <p>En Latinoamérica países como Chile y Perú son pioneros en la exportación de arándano a Japón,</p>

El departamento de Boyacá tiene un papel protagónico a nivel nacional, siendo el pionero en producción y en calidad del producto garantizando que sea un producto tipo exportación.

lo que le dificulta al país colombiano posicionarse.

Las medidas fitosanitarias establecidas por el país nipón para la exportación de productos son unas de las más exigentes a nivel mundial.

Nota. Elaboración propia a partir de consulta en diferentes fuentes primarias y secundarias.

Fuente: Elaboración propia.

Además de lo anterior, a partir de lo compartido por los entrevistados se identificó a modo de conclusión que:

- Ha sido notorio el crecimiento de la producción en el departamento de Boyacá en los últimos años, dado que representa una alta rentabilidad, además de que su precio cuenta con una estabilidad frente a su precio a diferencia de otros productos agrícolas.
- Los productores boyacenses entrevistados concuerdan en que pese a que nunca han exportado el producto afirman que la calidad de este es de un producto tipo exportación.
- Debe tenerse muy en cuenta aspectos como la capacidad de producción, dado que deben ser altas cantidades, además de que la calidad, el sabor y el producto debe tener la capacidad de preservar el producto en adecuadas condiciones.
- Existe una alta demanda del producto en el exterior, es un producto muy apetecido porque en muchos países su cultivo es difícil por factores climáticos.

- Se pueden hacer productos derivados interesantes del arándano, como la mermelada, te de arándano y productos deshidratados.
- En el departamento de Boyacá, el clima, la tierra y la altura sobre el nivel del mar hacen que el producto en Boyacá tenga características diferenciales particularmente en el sabor.
- No existe una logística de transporte organizada, ni un centro de acopio por lo cual el producto incrementa su costo, el transporte marítimo es costoso a diferencia del transporte aéreo que en el país se ha fortalecido gracias a la exportación de flores, sin embargo, para llegar a un mercado como el de Japón es necesario que se transporte por vía marítima.
- Debería haber un consenso por parte de los productores boyacenses de arándanos frente a la estandarización de los precios y la calidad del producto.

6.3. Estrategias de exportación propuestas para los productores boyacenses de arándanos

A partir de la revisión documental realizada y del contraste teórico y la evidencia empírica brindada por los productores boyacenses de arándanos, se formularon las siguientes estrategias de exportación que se considera deben tenerse en cuenta para montar un plan de negocios funcional que fortalezca al sector en el departamento;

- Potencializar las empresas productoras de arándanos, para que puedan ampliar la extensión de sus cultivos y mejoren la capacidad de producción de forma tal que se pueda dar respuesta a la demanda internacional.
- Generar alianzas estratégicas entre los productores boyacenses de arándanos, de forma tal que la producción aumente, se seleccionen las tierras con mejores condiciones para los cultivos, se estandaricen los precios y la calidad del producto.

- Analizar similitudes y diferencias que pueda tener el arándano colombiano respecto a otros países y usarlo en beneficio para crear una propuesta competitiva que permita ingresar en el mercado japonés y otros mercados potenciales.
- Analizar a profundidad la forma en la que los consumidores japoneses consumen o utilizan el arándano, para así diseñar una estrategia que les permita optimizar el proceso y que nos permita ser competitivos frente a otros países exportadores.

7. Cronograma de actividades

A continuación, se relaciona el cronograma de actividades a ejecutar, el cual se pretende desarrollar durante el transcurso el primer semestre del año 2022.

Tabla 3.

Cronograma de actividades

Actividad	Enero	Febrer o	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Formulación del proyecto	X					
Revisión teórica y análisis de procesos de producción y exportación del producto	X					
Construcción de instrumentos metodológicos		X				
Aplicación de instrumentos y recolección de información				X	X	
Análisis y categorización de información				X	X	
Formulación de oportunidades de exportación hacia Japón					X	

Nota. Elaborado a partir de la aproximación establecida para la ejecución del proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

8. Presupuesto

En la siguiente tabla se establece el presupuesto aproximado para el desarrollo del presente proyecto investigativo.

Tabla 4.

Presupuesto

Recursos	Valor	Cantidad	Total
Internet	\$60.000 (Mensual)	Global	\$360.000
Papelería	\$100.000 (Semestral)	Global	\$100.000
Desplazamiento (combustible)	\$200.000 (semestral)	Global	\$200.000
Refrigerios entrevistados	\$100.000 (Semestral)	Global	\$100.000
	Total		=\$760.000

Nota. Valores establecidos a partir de un aproximado general de gastos para la ejecución del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

9. Bibliografía

- Acevedo, A., Ruíz J., Monterrosa, Ó. (2015). Estrategia de exportación de sandías a Japón. *Universidad de la Salle*. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/615
- Avella, A.; Segura A., (2014). Plan de Exportación de Uchuva a Japón: Viabilidad y Estrategias Aplicables. Universidad del Rosario.
- Balarezo, G.; Cruz, C., (2020). Análisis del mercado de Japón para la exportación de arándanos frescos peruanos en el 2020. *Universidad Tecnológica del Perú*. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4180>
- Bergallo, E. (2006). Mercado de arándanos (blueberries). Informes Agrícolas de Japón. *SENASA*. http://www.exportapymes.com/documentos/productos/RA3227_japon_arandanos.pdf
- Cáceres, W.; Agudelo, O.; Tejedor, R. (2017). Las exportaciones y el crecimiento económico en Boyacá, Colombia 1980-2015. *Apuntes del CENES*. 36(64). 175-211.
- Decreto 4927 de 2011. (2011, 26 de diciembre). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <http://conalgodon.com/wp-content/uploads/2016/06/Decreto-4927-de-2011-MCIT.pdf>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (2021, 05 de febrero). Declaración de Exportación. https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/formulariosinstructivos/Formularios/2014/Formulario_600_2014.pdf

García, G. (2020). América Latina y el Caribe en el Siglo Asiático: un análisis comparativo de las relaciones de Japón y China con sus socios latinoamericanos desde la perspectiva del Derecho Internacional Económico. *Iberoamerican Journal of Development Studies*, forthcoming. DOI: 10.26754/ojs_ried/ijds.498.

Guerrero, N. (2020). Factores determinantes para la internacionalización de las empresas y su posible aplicación en la internacionalización de las empresas colombianas. *Universidad del Bosque*.
<https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/3949/40.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20cooperaci%C3%B3n%20la%20innovaci%C3%B3n%20la,internacionalizaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas%20colombianas.>

Hernández, D.; Sáenz, L. (2015). Análisis de los tratados de libre comercio con Japón e Israel: Retos para Colombia. *Universidad del Rosario*.
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/10469/HernandezEstupinan-Daniela-2015.pdf?sequence=10&isAllowed=y>

International Blueberry Organization. (2021). Perú: exportación de arándanos ha aumentado en un 29%. *IBO*. <https://www.internationalblueberry.org/2021/12/20/peru-exportacion-de-arandanos-ha-aumentado-en-un-29/#:~:text=De%20esta%20forma%20son%20los,a%C3%B1o%20pasado%20seg%C3%BAn%20informa%20ADEX.>

Instituto Colombiano Agropecuario - ICA. (2021, 01 de febrero). Sanidad Vegetal.
<https://www.ica.gov.co/archivo-tramites/tramites/agricola/sanidad-vegetal>

Japan Customs. (2021, 15 de enero). Export procedures.

<https://www.customs.go.jp/english/summary/export.htm>

Kalmanovitz, S., y López, E. (2008). El ingreso colombiano en el siglo XIX. Bogotá: Banco de la República.

Lorduy, J. (2019). Cultivos de arándanos azules en Colombia se han triplicado en dos años.

Agronegocios. <https://www.agronegocios.co/agricultura/cultivos-de-arandanos-azules-en-colombia-se-han-triplicado-en-dos-anos-2905108>

Macías Rodríguez, L. H., & Gómez Montenegro, W. V. (2019). Modelo de negocio sostenible para el agregado de valor a frutos silvestres de agraz aplicando recubrimientos

comestibles. <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2814>

Melo, L. (2016). Apuesta de Colombia en las negociaciones con Asia: Un enfoque desde la incursión a las cadenas de valor mundial y el análisis de sectores sensibles a nivel regional. *Universidad Nacional de Colombia*.

<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/57436?show=full>

Mesa Quiroga, D. A., y Cortés Murcia, Y. L. (2019). Plan de marketing internacional para la exportación de arándanos de la empresa Proplantas S.A.

https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/527

Ministerio del Comercio. (2021). Tratado de Libre Comercio. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. <https://www.tlc.gov.co/>

Ministerio del Comercio. (2021). Negociaciones en curso. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/negociaciones-en-curso>

Mincomercio. (2021). Acuerdo de Asociación Económica entre Colombia y Japón. *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia*.
<https://www.tlc.gov.co/acuerdos/negociaciones-en-curso/japon>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). Internacionalización y acceso a nuevos mercados. *MINCIT*. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/internacionalizacion-acceso-nuevos-mercados>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2021). Salud Pública, calidad e inocuidad de alimentos. *MINSALUD*. <https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/general-temp-jd/SISTEMA%20DE%20MEDIDAS%20SANITARIAS%20Y%20FITOSANITARIAS%20-%20MSF.pdf>

Oficina Agrícola de Chile en Japón. (2007). Estudio de mercado de los arándanos en Japón, oportunidades y desafíos para la industria chilena.
https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/Arandanos_Japon.pdf

Palmieri, F. (2019). Repensando las teorías del comercio internacional. Instituto de estrategia internacional – iei. Cámara de exportadores de la república de Argentina.

Pérez, M. (2007). Comercio internacional y medio ambiente en Colombia: mirada desde la economía ecológica. Cali: Editorial Univalle.

Pérez, C. (2022). La exportación de arándanos frescos chilenos aumentó en un 6% durante 2021.

Blueberries Magazine Consulting. <https://blueberriesconsulting.com/la-exportacion-de-arandanos-frescos-chilenos-aumento-en-un-6-durante-2021/>

Perfetti, J. J., Balcázar, Á., Hernández, A., y Leibovich, J. (2013). Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia.

Procolombia. (2021, 02 de febrero). ¿Cómo exportar desde Colombia?

<https://www.colombiatrade.com.co/como-exportar>

Procolombia. (2021, 02 de febrero). Exportaciones Turismo Inversión Marca País.

<https://www.colombiatrade.com.co/inicio>

Procolombia. (2021, 02 de febrero). Oportunidades en tiempo real para exportadores

colombianos. <https://oportunidades.procolombia.co/home>

Procolombia. (2021, 02 de febrero). Ruta Exportadora. <https://ruta-exportadora.procolombia.co/>

Procolombia. (2021, 10 de febrero). Perfil logístico de exportación a Japón.

<https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-japon>

Proexport. (2012). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Oportunidades Comerciales en Japón. 2012.

Roldán, A., y Bonilla R. (2021). Ventajas y desventajas TLC Colombia y Japón. TLC Colombia-Japón. <https://sites.google.com/site/tlccolombiajapon/ventajas-y-desventajas-tlc-colombia-y-japon>

Salvatore, D. (2005). *Economía Internacional*. México: Limusa.

SiTL. (2020). *Importación y Exportación*. SiTL Américas. <https://www.sitlamericas.com/es-mx/importacion-y-exportacion.html>

Vargas, L. (2017). *Caracterización del Comercio Exterior Colombiano*. Tecnológico de Bolívar. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/236/CARACTERIZACION%20DEL%20COMERCIO%20EXTERIOR%20COLOMBIANO%20QUE%20EXPORTA%20REALMENTE%20COLOMBIA.pdf;jsessionid=16FA8147CDD26A6F1EAE43F3F40E0E71?sequence=1>

Venegas, S., y De la Peña, N. (2019). El TLC Colombia-Japón: ¿oportunidad comercial? Un análisis ex-ante. *Revista Finanzas y Política Económica*, 11(1), 65-84.
doi:<http://dx.doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2019.11.1.5>

Anexos

Anexo 1. Entrevista semiestructurada

- Desde su experiencia, podría comentarnos como se ha venido desarrollando el panorama de la producción y la demanda de arándanos a nivel nacional y a nivel internacional
- ¿Actualmente exportan su producto al mercado internacional?
- ¿Qué aspectos clave deben ser tenidos en cuenta para la comercialización y exportación del arándano?
- ¿Cuáles considera que son las oportunidades de exportación de este producto?
- ¿Considera que podrían exportarse productos derivados que permitan la expansión y visibilizarían del producto base, para este caso el arándano?
- ¿Cuáles considera que serían los mercados internacionales en los que se puede generar una mayor demanda del producto?
- ¿Cuáles son las ventajas que consideraría usted que tiene el mercado boyacense de arándanos frente a otros referentes?
- ¿Cuáles son las desventajas que consideraría usted que tiene el mercado boyacense de arándanos frente a otros referentes?
- ¿Qué recomendaciones brindaría a productores de arándano boyacenses para la comercialización e internacionalización de los productos?

Anexo 2. Codificación de entrevistas

Material grabado en audio y codificado, tres entrevistas.