

EXPORTACIÓN DE CAMARÓN DE CULTIVO DESDE COLOMBIA A JAPÓN

Christian Mateo Acosta Arango

Pregrado en Administración de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA

Bogotá

2019

EXPORTACIÓN DE CAMARÓN DE CULTIVO DESDE COLOMBIA A JAPÓN

Christian Mateo Acosta Arango

Director:

Santiago Jimeno

Pregrado en Administración de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA

Bogotá

2019

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN E INTRODUCCIÓN	4
2. OBJETIVOS	5
2.1 Objetivo general:	5
2.2 Objetivos secundarios:	5
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. MARCO TEORICO	7
4.1 ACUICULTURA	7
4.2 PLAN DE DESARROLLO PARA LA ACUICULTURA SOSTENIBLE EN COLOMBIA (OCDE)	8
4.3 ALGUNOS DATOS DE LA SITUACION ACTUAL DEL SECTOR PESQUERO EN JAPÓN.	11
4.4 EXPORTACIONES TOTALES DEL SECTOR ACUÍCOLA DE COLOMBIA PARA EL MUNDO Y EL HISTORICÓ DE COLOMBIA A JAPÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.	14
4.5 OFERTA COLOMBIANA DEL SECTOR ACUÍCOLA AL MUNDO.	18
4.6 PARA TENER EN CUENTA PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DESDE COLOMBIA.	19
4.7 REGULACIONES GENERALES, FITOSANITARIAS Y ESPECÍFICAS PARA LA ENTRADA DE PRODUCTOS ACUÍCOLAS A JAPÓN.	20
4.8 MERCADO JAPONÉS: JUGADORES EN EL SECTOR PESUQUERO.	26

4.9	20th Japan international Seafood and Technology Expo	26
5.	METODOLOGIA	28
6.	PROCESO DE EXPORTACIÓN DEL CAMARÓN DE CULTIVO A JAPÓN (CARTILLA PLAN EXPORTADOR)	29
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
8.	ANEXOS Y CUESTIONARIOS	47
9.	FUENTES DE CONSULTA	50

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	La creciente importación de mariscos ha crecido un déficit en la balanza comercial.	10
Ilustración 2.	Balanza comercial.	10
Ilustración 3.	Uso de la superficie marina para la pesquería.	12
Ilustración 4.	Tendencias de importación.....	13
Ilustración 5.	Exportaciones de Colombia al mundo.....	15
Ilustración 6.	Participación productos acuáticos exportaciones colombianas 2017.....	16
Ilustración 7.	Importaciones Pescados y Mariscos Japón.....	17
Ilustración 8.	Rutas de logística marítima de Colombia a Japón abril 2019.	39
Ilustración 9.	Asunción de costes y riesgos por el exportador (Incoterms).....	44

1. RESUMEN E INTRODUCCIÓN

El sector acuícola, es posiblemente uno de los sectores de mayor potencial en el mercado colombiano. Algunas de las condiciones que se están dando para aumentar el potencial del sector acuícola son, Colombia entro a la OCDE, dándonos una mayor credibilidad internacional, que certifican las buenas prácticas del país; también hubo un aumento considerable en el consumo de productos acuícolas a nivel nacional e internacional, llevando a una creciente demanda de estos productos, que adicionalmente llevó al aumento en la competitividad de algunos de estos productos a nivel internacional.

Contrario a lo anterior, ha sido un sector con fuertes cambios y obstáculos, como enfermedades marinas, competencias feroces por parte de los productores en países asiáticos y sur americanos, y por diferentes condiciones políticas en el país y en el contexto social, ha sido un sector, en algunas regiones del país, olvidado. Es por esto, que el trabajo se centrara en la investigación del proceso de exportación de los productos de cultivo acuícola, específicamente el camarón, con el motivo de brindar información e investigación para la penetración de nuevos mercados internacionales. En este caso el mercado será Japón, que tienen una de las tasas de consumo anual de marisco por habitante más elevadas del mundo, también existen muchas empresas japonesas interesada en la importación de estos productos, y Colombia deberá aprovechar la casi firma del tratado de libre comercio entre Japón y Colombia, que de hecho ya está aprobado, para aumentar el comercio bilateral entre los dos países.

Para este proyecto de grado, aprovechando la posición del estudiante Christian Acosta, de estar en Japón y trabajando para la empresa ProColombia, se hará una investigación exhaustiva acerca de todos los puntos necesarios para la exportación del camarón de cultivo, directamente desde Colombia a Japón, en esta investigación se incluirán entrevistas a personas conocedoras del tema, investigaciones en línea, en libros y en portales institucionales, al igual que también simulaciones e investigaciones de campo dentro de Japón. El objetivo es que cualquier lector de este documento, sepa paso a paso el proceso que se debe realizar y este enterado de todas las regulaciones, exigencias, costos y oportunidades en el mercado de Japones como objeto de exportación de este producto. Se espera que al final del documento aparte de tener una guía completa para el proceso de la exportación del camarón de cultivo de Colombia a Japón, también el lector pueda conocer la oportunidad que podría presentar este mercado dada las condiciones actuales, y mejor aún, pueda enterarse no solo en la exportación de este tipo de productos, pero también en los de otros productos que puedan aprovechar la coyuntura económica y política actual, y el potencial en el mercado japonés.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general:

Aprender a como llevar a cabo el proceso de exportación del Camarón de cultivo, desde Colombia a Japón.

2.2 Objetivos secundarios:

- ✓ Conocer del mercado de mariscos en Japón.

- ✓ Aprender sobre la demanda de productos de mar en Japón.
- ✓ Dar a conocer la coyuntura del sector acuícola en Colombia.
- ✓ Informar la oferta de Colombia en productos acuícolas, con enfoque en el camarón de cultivo.
- ✓ Presentar las regulaciones de calidad y fitosanitarias del camarón de cultivo en Japón.
- ✓ Mostrar las diferentes modalidades de envío a Japón.
- ✓ Identificar a los mayores jugadores japoneses (Empresas más importantes) como potenciales clientes de empresas exportadoras colombianas.
- ✓ Estar al tanto de la competencia más importante en la región.

3. JUSTIFICACIÓN

Colombia ha sido un país, que, comparado a otros países, tiene un bajo nivel de comercialización en sus productos.

El empresario colombiano necesita buscar posibilidades para equilibrar la balanza comercial que presenta el país. Las exportaciones de productos acuícolas tienen un gran potencial para diversificar el mercado colombiano. Colombia necesita superar diferentes retos tecnológicos y de calidad para ser competitivos a nivel global, pero una vez que lo logre, se requerirá que las empresas tengan claro a donde podrían llevar sus productos y las oportunidades presentes en el mercado.

Este proyecto busca adelantarse a diferentes situaciones coyunturales que deberían llevar a impulsar este sector, es por esto por lo que recopilar información, y educar a los

productores locales es importante para lograr que sus productos alcancen mercados internacionales.

En el marco de Japón, es importante recalcar la casi firma del tratado de libre comercio con Colombia, que llevara a Colombia a competir en condiciones parecidas con otros jugadores del mercado, y la reciente entrada de Colombia a la OCDE, que adicionalmente llevara a que la producción acuícola eleve los procesos de calidad y cumplimiento de estándares internacionales. Es por estas razones que Colombia se podrá volver un potencial proveedor de productos acuícolas, para mercados tan exigente y competitivos como lo es el mercado japonés.

Se busca con este proyecto de grado realizar un documento que pueda ilustrar al autor y todo aquel que le interese, para conocer el debido proceso para exportar camarón de cultivo a Japón, al igual que las oportunidades presentes y futuras para la realización de negocios comerciales con Japón con este producto.

4. MARCO TEORICO

4.1 ACUICULTURA

En el mundo el consumo de productos de mar a incrementado drásticamente, y apuestamente, la oferta de la captura salvaje ha disminuido, debido a la pesca industrial y el poco cuidado del océano por parte de la humanidad, que ha llevado gradualmente a los escasos de su fauna salvaje. Además, el crecimiento de la población mundial ha creado la necesidad de buscar formas de sostenimiento para abastecer la demanda mundial.

De aquí sale la acuicultura, que gracias a los avances tecnológicos ha permitido a la humanidad cultivar comida en aguas marítimas costeras y el mar abierto.

La acuicultura es básicamente la crianza y recolección de peces, mariscos, plantas, algas y otros organismos provenientes de todos los ambientes acuáticos.

El objetivo de la acuicultura es producir productos comerciales para darle la oportunidad a las especies salvajes de reproducirse y estabilizarse, al igual que salvar especies en peligro de extinción. Existen dos tipos de acuicultura, la de mar y la de agua dulce.

4.2 PLAN DE DESARROLLO PARA LA ACUICULTURA SOSTENIBLE EN COLOMBIA (OCDE)

La pesca y acuicultura se dan en la costa Pacífica y Caribe. Colombia goza de diferentes ventajas geográficas, así como numerosas cuencas de agua dulce, y alberga una de las mayores variedades de peces en el mundo.

Desde el gobierno de Colombia, y dado el potencial identificado en este sector para un crecimiento sostenible e incluyente, se ha reconocido este sector en un lugar prioritario en la agenda del gobierno. Por otro lado, se constituye la AUNAP (Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca) en el 2011, esta entidad vela por el cumplimiento de la pesca de una manera sostenible y fortalecerá los procesos penales para evitar la pesca ilegal.

El gobierno de Colombia y la OCDE a partir del 2018 han empezado mutua colaboración para el diseño y aplicación de políticas que permitan al sector acuícola y pesquero, mejorar la calidad para que lleven a un crecimiento sostenible e inclusivo, y tengan una mayor aceptación en el mercado internacional.

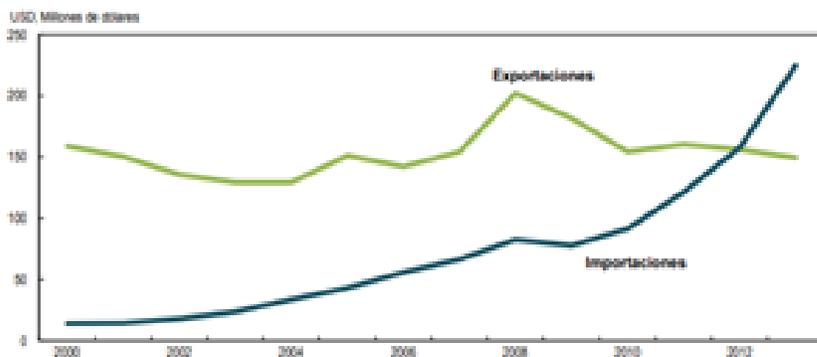
La acuicultura ha logrado producir más que la pesca de captura desde el 2008. Esto ha llevado a diferentes avances en el país como la construcción de laboratorios de diagnósticos de enfermedades de la acuicultura, y también la inversión para la investigación de sistemas técnicos que puedan aumentar la producción en las granjas de producción.

En términos de producción, la acuicultura llegó a la producción de 88.000 toneladas de pescado en el 2013, y 100.000 toneladas para el 2014 (MADR). El sector de la acuicultura en su mayoría se basa en la acuicultura de agua dulce interior, de estos, los productos que más se cultivan son la tilapia roja y plateada que contribuyen alrededor de dos tercios del volumen total de producción y, la trucha arco iris y la cachama blanca y negra que son las otras especies más producidas representan cada una un 13% (FAO, 2015a) del total de la producción.

El camarón de cultivo es la especie que más se cultiva en aguas marinas, desafortunadamente, se disminuyeron las cantidades producidas después del brote de la enfermedad de las manchas blancas, y adicionalmente, debido a tasas de cambio que no eran favorables.

El total de la producción de productos acuícolas para 2011 fue de aproximadamente USD 222 millones (Esquivel et al.- 2014, MADR 2014), la tilapia represento el 60%. En el 2013 las exportaciones de productos acuícolas y pesqueros ascendió a USD 150 millones (DIAN, 2014) y las importaciones de estos productos en Colombia dieron en total de USD 225 millones, esto ha creado un creciente déficit en la balanza comercial.

Ilustración 1 La creciente importación de mariscos ha crecido un déficit en la balanza comercial.



Nota: La creciente importación de mariscos ha crecido un déficit en la balanza comercial *tomada de loa* AUNAP (2014). www.aunap.gov.co.

Ilustración 2. Balanza comercial.

 GOBIERNO DE COLOMBIA		 DANE <small>INFORMACIÓN ESTRATÉGICA</small>	
Balanza Comercial			
Colombia, balanza comercial anual			
	Millones de dólares FOB		
Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza
2017	37.881	43.977	-6.096
2018*	27.738	31.877	-4.139

Nota: Balanza comercial tomada de la DIAN- DANE (IMPO) (2018). <https://www.dane.gov.co/>

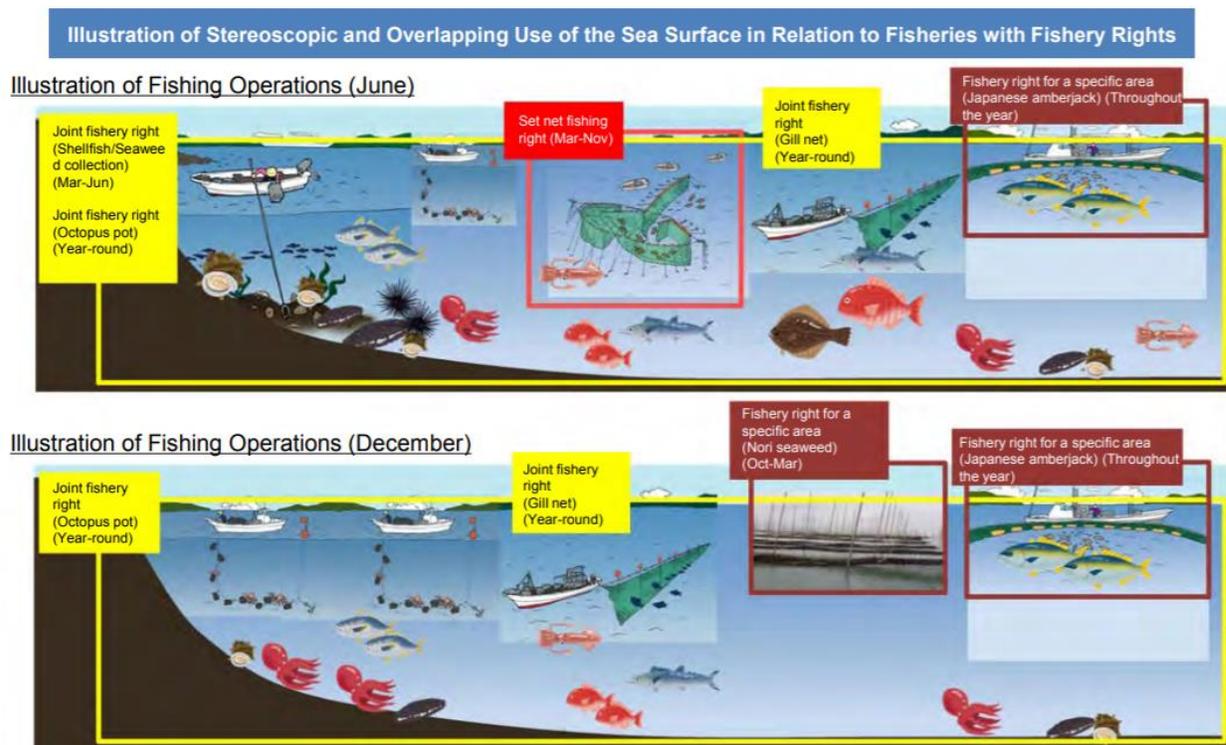
4.3 ALGUNOS DATOS DE LA SITUACION ACTUAL DEL SECTOR PESQUERO EN JAPÓN.

La industria pesquera en Japón se empezó a desarrollar después del periodo Meiji, esta industria ha llegado a tal punto a ser uno de los países líderes en la industria pesquera en el mundo. Debido a los escasos de productos de mar, los japoneses se están esforzando con nuevas tecnologías para mantener la oferta de pescado y productos pesqueros.

El sector ha entendido que deben de desarrollar tecnologías para entender el mar, debido a esto se han enfocado en tecnologías que toman diferentes medidas como la temperatura, precipitaciones, ubicación de la fauna salvaje y concentración de especies.

Las tendencias para el 2018 se basan en implementar medidas sistemáticas para sofisticar el manejo de los recursos pesqueros, de esta manera buscan mantener la sostenibilidad de los productos pesqueros alrededor del país y manteniendo y desarrollando comunidades pesqueras.

Ilustración 3. Uso de la superficie marina para la pesquería.



Nota: Uso de la superficie marina para la pesquería tomada del MAFF (2018). <http://www.maff.go.jp>

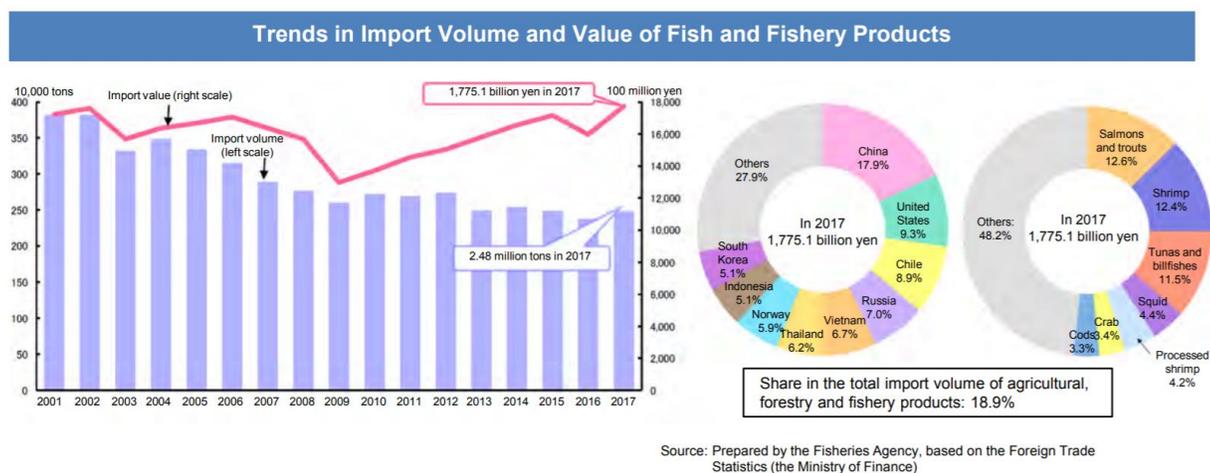
El volumen de producción local de pesca y acuicultura fue de 4.36 millones de toneladas en 2016, que es 270.000 toneladas menos que el año anterior.

La producción de la pesca y la acuicultura fue de 1,585.6 billones de yenes en 2016, que se ubicó en el mismo nivel que el año anterior. La salida de las pesquerías marinas disminuyó en 33.6 mil millones de yenes a 962.1 mil millones de yenes, la de la acuicultura marina aumentó en 23.1 mil millones de yenes a 509.7 mil millones de yen y el de la pesca en aguas continentales y la acuicultura aumentaron en 10,2 mil millones de yenes a 113,8 mil millones de yenes (Fuente: <http://www.maff.go.jp/e/data/publish/attach/pdf/index-94.pdf>. Página 15).

En el 2014, el porcentaje de los productos pesqueros distribuidos por medio de mayoristas fue del 52%, es decir, los mercados mayoristas son clave en la distribución al consumidor japonés.

El volumen de importaciones en Japón de productos pesqueros aumento en un 4% a comparación del año anterior, en 2017 se está importando 2,48 millones de toneladas. Los mayores socios en las importaciones de productos de mar de Japón (En términos de valor de productos) son China, Estados Unidos, Chile y Rusia. Los productos de mar más importados en 2017 fueron trucha, salmón, camarón, atún y marlines.

Ilustración 4. Tendencias de importación



Nota: Tendencias de importación (2017). Tomada del MAFF. <http://www.maff.go.jp/>

La demanda de consumo de productos pesqueros en Japón para el 2017 se estimó en 7.30 millones de toneladas. La tasa de auto abastecimiento decreció en un 3% para el año 2017, llegando a una cifra de 56% de auto abastecimiento de productos de mar.

4.4 EXPORTACIONES TOTALES DEL SECTOR ACUÍCOLA DE COLOMBIA PARA EL MUNDO Y EL HISTORICÓ DE COLOMBIA A JAPÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.

Todos los datos serán extraídos y analizados de TradeMap, una de las fuentes más confiables en el mundo para la información estadística para el desarrollo de los negocios internacionales. El año 2017 es el más actualizado en esta plataforma.

TradeMap agrupa los productos de acuerdo con el sistema de códigos internacionales de comercio, Harmonized System (Códigos HS o Códigos en el sistema armonizado). Esta es una nomenclatura definida por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) para la clasificación de los productos que se comercializan a nivel internacional. Los Códigos HS se puede desglosar hasta los seis dígitos, *comprende aproximadamente 5,000 descripciones de artículos / productos que aparecen como títulos y subtítulos, organizados en 96 capítulos (más tres capítulos especiales), agrupados en 21 secciones (no utilizadas en Trade Map). Los seis dígitos de un código de producto pueden ser interpretados por grupos de dos dígitos. Los primeros dos dígitos (HS-2) identifican el capítulo en el que se clasifica el producto, por ejemplo. 09 = Café, té, mate y especias. Los siguientes dos dígitos (HS-4) identifican agrupaciones dentro de ese capítulo, por ej. 09.02 = Té, incluso aromatizado. Los siguientes dos dígitos (HS-6) son aún más específicos, por ejemplo, 09.02.10 = Té verde (no fermentado) ... Hasta el nivel de dígitos de HS-6, todos los países que usan el Sistema Armonizado clasifican los productos de la misma manera¹.*

¹ Harmonized System (HS). [En Línea]

<https://www.trademap.org/stGlossary.aspx?nvpm=1%7c170%7c%7c%7c%7c03%7c%7c%7c4%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1>. [17/02/2019]

Exportaciones de Colombia al mundo:

Ilustración 5. Exportaciones de Colombia al mundo.



Nota: Tablas realizada a partir de los datos en TradeMap (2017). <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Según TradeMap los productos que más se exportaron al mundo desde Colombia, en el año 2017, fueron Filetes y demás carne de pescado, incluso picados, frescos, refrigerados o congelados (Código H.S: 0304), tuvo un decrecimiento del 2% en valor a comparación del 2016, pero obtuvo un crecimiento aproximado desde el año 2013 al año 2017 (5 años) del 24% en valor exportado, reflejando un aumento en los ingresos de este producto, clasificando a Colombia en el puesto 42 de este tipo de exportaciones.

El segundo producto acuático de mayor valor exportado por Colombia fueron los Crustáceos, con o sin cáscara, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera, ... (Código H.S: 0306), en esta categoría entra el camarón de cultivo, y a diferencia del anterior producto, tuvo un crecimiento más representativo, con un aumento del 24,8% en valor a comparación del 2016, y un crecimiento aproximado desde el año 2013 al año 2017 (5 años) del 43,7% en valor exportado, estas cifras dan evidencia del aumento en la demanda y oferta de este tipo de productos colombianos, nuestros mercados más importantes en este producto son Francia (45.65% de las exportaciones) España (36,16%) y Bélgica (9,07%). Para este producto Colombia esta como exportador en el mundo en el puesto 53, con aproximadamente el 0,1% de las exportaciones del mundo en esta categoría.

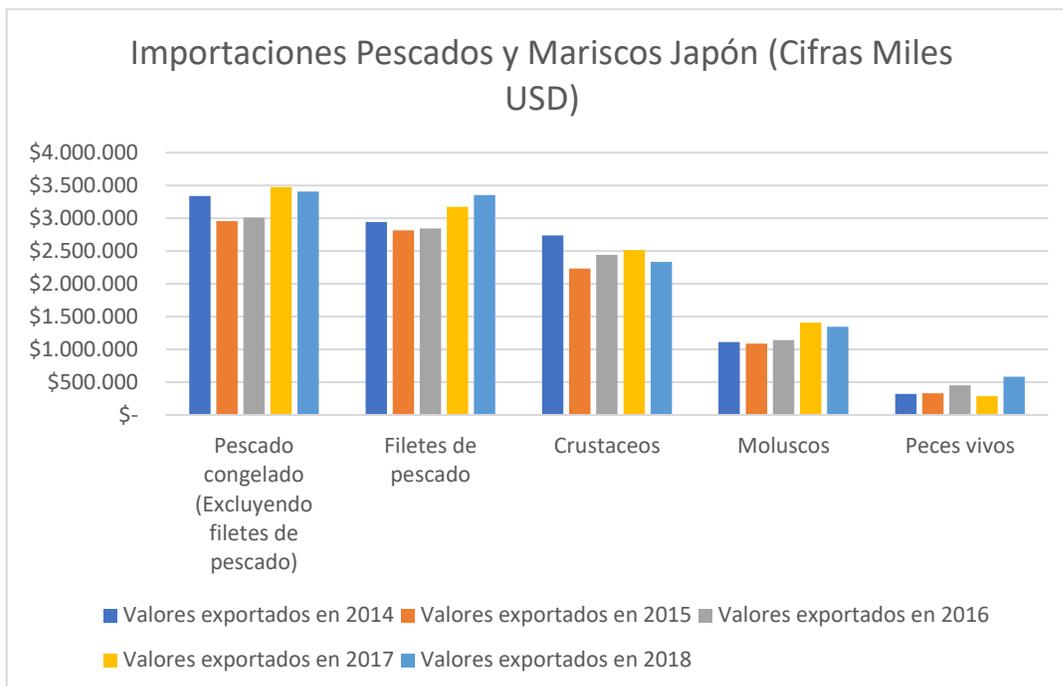
Ilustración 6. Participación productos acuáticos exportaciones colombianas 2017.



Nota: Gráfico realizada a partir de los datos en TradeMap (2017). <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Importaciones de Japón:

Ilustración 7. Importaciones Pescados y Mariscos Japón.



Japón, uno de los países con mayor consumo de productos de mar por persona, se posiciona como una de los importadores de este sector más importantes en el mundo, ubicándose como el cuarto país con más importaciones del capítulo 3 (Mariscos y pescados) en el mundo.

Los productos que más importan son pescado congelado (Excluyendo filetes de pescado) con un 30% de sus importaciones del sector, filetes de pescado (27%) y crustáceos (21%).

Los crustáceos tuvieron un declive en sus importaciones, desde el año 2014 al año 2018, decrecieron un 14%, (Hay que recalcar que el 2014 es en el año en la serie donde se reportó mayores importaciones en valor en Japón), y decreció del 2017 al 2018 en un 7%.

Aun así, Japón se mantiene como el país número dos en importaciones de crustáceos en el mundo e importa el 9,9% de estos productos a nivel global.

Exportaciones de Colombia a Japón:

En el caso de las exportaciones colombianas del sector acuícola a Japón, son muy bajas en valor, en el año 2017 se exportaron 254 mil USD en pescado congelado que consistió principalmente en atún aletiamarillo, y 1 millón 130 mil dólares en peces vivos (Ornamentales).

En lo que respecta a crustáceos, la última exportación de este producto a Japón fue en el año 2010, donde en total se exportaron 337 mil USD de camarón congelado.

4.5 OFERTA COLOMBIANA DEL SECTOR ACUÍCOLA AL MUNDO.

*El potencial para el desarrollo de esta industria es indiscutible. En el campo de la piscicultura, Colombia está lista para competir a escala mundial.*² Adicionalmente el país cuenta con la infraestructura para crear una mayor oferta de productos acuícola t de calidad a nivel internacional.

La piscicultura en Colombia esta mayormente representada por la tilapia, la trucha arcoíris y la cachama.

En términos de camaronicultura, Colombia tiene la capacidad suficiente para desarrollar alimentos procesados de mar con este producto, que le da una alta cadena de valor para su comercialización en mercados exteriores. Esta cadena es importante debido a la

² Tomado de: Productos pesqueros. <http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-opportunidades/productos-pesqueros>. [27/02/2019]

creciente demanda de camarón de cultivo en el mundo, también debido a la escasez de esta misma en los océanos.

En términos de otros productos de cultivo como los moluscos y otros crustáceos, Colombia no ah llegado a la producción, mas bien se ha enfocado en invertir esfuerzos en los productos que son fuertes como la tilapia y la trucha, para así darle un impulso a este sector a nivel internacional.

4.6 PARA TENER EN CUENTA PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DESDE COLOMBIA.

Según la ruta del exportador, que se puede encontrar en la página de ProColombia (<http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>), que es la entidad gubernamental encargada de apoyar y promocionar las exportaciones colombianas no tradicionales al mundo, para que las empresas exporten deben tener en cuenta los siguientes puntos:

Prepararse para Exportar:

En esta etapa el exportador deberá primero que todo evaluar su potencial para exportar productos a mercados internacionales, debe valorar cuales son los productos que maneja y que tienen el mayor potencial exportador, y deberá fortalecer sus conocimientos sobre el comercio exterior.

Identificar el potencial de internacionalización y los requisitos para su producto: El exportador deberá:

- Identificar la posición arancelaria de los productos que desea exportar.

- Encontrar los mercados potenciales para estos productos.
- Evaluar las condiciones de acceso, es decir las certificaciones, condiciones y regulaciones del otro país para que la mercancía pueda entrar al país de origen.

Deberá reconocer cuales son las tendencias y oportunidades del mercado al que quiere apuntar, para así adaptar el producto al mercado objetivo, esto podría ser en términos de empaques, presentaciones y embalajes de los productos con los que el exportador desea trabajar.

Logística y Distribución: Las empresas deberán tener en cuenta todas las cuestiones logísticas y los gastos que conllevan la exportación de estos bienes:

- La logística internacional,
- Tener clara las condiciones de negociación y las normas internacionales, saber de los términos de negociación incoterms.
- Los empaques y embalajes de la mercancía.
- Los seguros necesarios para llevar a cabo el proceso de exportación de forma segura.
- Los aspectos logísticos para la exportación de alimentos perecederos.
- Todos los documentos necesarios exigidos por el tipo de mercancía tanto en Colombia como en el país destino.
- Facturas comerciales y de embarque.
- Ajuste y organización de costos de todo el proceso.

4.7 REGULACIONES GENERALES, FITOSANITARIAS Y ESPECÍFICAS PARA LA ENTRADA DE PRODUCTOS ACUÍCOLAS A JAPÓN.

Japón es mundialmente conocido como uno de los países con regulaciones más complejas para la entrada de productos a su país; han creado un sistema que siguen rigurosamente, y que se expondrá a continuación. La información fue obtenida gracias a los estudios que genera JETRO (Japan External Trade Organization), que es la entidad encargada de promocionar el comercio exterior entre Japón y los demás países en el mundo. En este capítulo, se busca exponer un poco de lo que son las regulaciones para tener en cuenta en el momento de la exportación de productos pesqueros. La información relacionada a los productos son los siguientes:

Las entidades principales que rigen las regulaciones son:

- La ley de protección de los recursos pesqueros.
- Ley de sanidad alimentaria.
- Acta de cuarentena
- La ley JAS.

Ley JAS: Es la ley que corresponde a la estandarización y el correcto etiquetada de los productos agrícolas.

El etiquetado solo se requiere cuando el importador vende a otros negocios en el mercado doméstico. Los exportadores no tienen ninguna obligación de etiquetado bajo la ley JAS.

Siguiendo las normas del procedimiento de la ley de aduanas y la ley de las tarifas aduaneras, en el momento de hacer el procedimiento de despacho de importación, la

declaración de exportación debe venir con todos los documentos necesarios que incluyen la factura, B/L y el estado del seguro, que luego se deberá entregar en la aduana en Japón.

Sistema JAS: El sistema JAS se divide en 2 subsistemas:

1. El sistema estándar JAS, que permite que los productos que han pasado por la debida inspección y examinación puedan tener el etiquetado con la marca JAS a la vista.
 2. El sistema estándar de calidad de etiquetado: Es el que obliga a los productores o fabricantes de los productos a que etiqueten sus productos de acuerdo con las normas establecida por el MAFF, esto permitirá a los consumidores elegir los productos de una manera más fácil y confiable.
- Etiquetado de calidad: Debe contener el nombre del producto y el país de origen en el caso de los productos frescos. Igualmente, para los productos procesados deberá contener nombre del producto, la materia prima, la cantidad del contenido, el fabricante, fecha de abierto y los métodos de preservación del producto, deberán estar en la etiqueta.
 - Marcar el producto con la Marca JAS, se podrá hacer después de que este pasa los controles de aduanas, y no es mandatorio para ningún exportador.

Ley de protección de los recursos pesqueros: Bajo esta ley, que busca proteger y desarrollar los recursos pesqueros, los importadores tendrán que seguir el sistema de importación de protección de la pesca y deberán de obtener un permiso de importación para los productos que se especifican en la página del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca, MAFF (<http://www.maff.go.jp/e/index.html>).

Ley de las especies extrañas invasoras: Con esta ley, el ministerio de ambiente busca restringir la alimentación, cultivación, domesticación, transporte o importación de ciertos productos extranjeros, con el objetivo de proteger el ecosistema y la salud de las personas. Algunos ejemplos de estos productos son el ictalurus, lucio, san fish, morone y cigalas entre otros, que tienen prohibida la importación a Japón.

Sistema IQ: Existen algunos productos que son regulados dependiendo a los volúmenes que se desean importar, para estos productos se debe entregar una aplicación para importación el ministerio de economía, comercio e industria, a estos productos se les denomina “*IQ items*”.

Acta de cuarentena (Regulada por el ministerio de salud, trabajo y bienestar, MHLW): (Nota) No existe ningún área prohibida designada para la importación de productos pesqueros, las únicas exenciones son productos que provienen de países o regiones donde se sospecha o se han reportado casos de colera u otras enfermedades en las especies, los productos provenientes de estas áreas serán expuestos a revisión bajo esta acta.

El objetivo de esta ley es prevenir que las enfermedades infecciosas que ordinariamente no existen en el territorio japonés puedan entrar por mar o aire, al igual que también prevenir la entrada de agentes que podrían causar estas enfermedades. La ley aplicara en los puertos y aeropuertos de cuarentena.

Ley de sanidad alimentaria: El objetivo de esta ley es asegurar la seguridad de la comida y proteger la salud pública.

Cualquier importación deberá tener una notificación de importación que se enviará al MHLW, en el puesto de control, aparte de la revisión de los documentos también se harán

revisiones inesperadas a los productos para asegurar la higiene y la seguridad de los alimentos.

Regulación en aditivos: Para esta regulación, se tienen en cuenta las siguientes normas:

- El pescado fresco no puede contener dióxido de carbono adicionado bajo la ley de sanidad alimentaria.
- Los productos cultivados, podrán tener en algunas ocasiones sustancias antibióticas o antimicrobios que por lo general se utilizan para aumentar la producción en los cultivos, las dosis que contienen deberán ser conformes a los estándares especificados en Japón. Además, solo se permite que queden en los productos cultivados una cantidad máxima de 0.10ppmm del antibiótico oxytetracycline.
- Si después de una examinación de los productos, se deberá hacer una inspección, el inspector podrá hacer la inspección en el mismo sitio de la examinación, y el producto deberá ser estampado con la referencia "*Passed*" (Pasado), en caso de ser rechazado, el importador deberá destruir la mercancía o reenviarla al punto de origen.
- Por cada filete de pescado congelado se deberá tener en cuenta el número de *Bacillus*, por cada gramo de una especie deberá ser entre 100.000 o menos y el *Colon Bacillus* deberá ser negativo.
- Los productos congelados que han pasado por algún proceso de cocinado deberán tener menos de 3 millos de *Bacilli* por cada gramo y el *Escherichia-Coli* (E-Coli) deberá ser negativo.

Examinación e inspección de las importaciones en Japón: La examinación e inspecciones de los productos agrícolas y pesqueros en Japón, se harán bajo las siguientes leyes:

- **Ley de sanidad alimentaria:** Esta revisa el daño que podría ser causado por residuos de sustancias químicas; la cuarentena, observación e inspección se puede hacer en las estaciones de cuarentena en los puertos marítimos y aeropuertos. (Tener en cuenta) Sobre los procesos de inspección bajo la ley de sanidad alimentaria Los importadores deberán entregar dos copias de la notificación de importación a la división de inspección sanitario de la estación de cuarentena. En caso de que todo esté en orden se dará el estampado de “*Passed*” y se le devolverá una copia al importador.
- **Ley de aduanas:** Se encarga de juzgar adecuadamente las importaciones según las normas establecidas por la aduana.
- **Acta de cuarentena:** La estación de Cuarentena inspeccionara los productos según lo que dicta la ley de sanidad alimentaria, al igual que también revisara la procedencia de cada producto para prevenir el ingreso de enfermedades en los productos como el Colera.
- **Ley JAS:** Inspeccionara los productos según las regulaciones y estandarización en etiquetados.

Etiquetado de alergia bajo la ley de sanidad alimentaria (MAFF): El etiquetado de alimentos que contengan sustancias alérgicas, así como el abalone, cangrejo, mackerel, salmón y camarones deberán indicarlo en el empaque.

4.8 MERCADO JAPONÉS: JUGADORES EN EL SECTOR PESQUERO.

Canal Horeca: El canal Horeca incluye todas las empresas clasificadas como hoteles, restaurantes y casinos/catering. Este canal es importante en Japón, debido al gran número de establecimientos y alto consumo de alimentos fuera de las viviendas que se da en la población japonesa.

Importadores: Los importadores son modelos de empresas que se dedican a la importación directa de productos fuera de Japón. En el caso de los productos pesqueros estas podrían ser empresas que realizan ventas B2B, al igual que también B2C.

Retailers: Empresas que venden a través del mercado minorista, también hacen algunas importaciones, a pesar de que en Japón se respeta el canal de distribución.

Asociaciones: Algunas asociaciones promueven las importaciones de ciertos productos para el beneficio de los miembros pertenecientes a esta asociación.

Mayoristas: No todos los mayoristas importan, pero los que lo hacen manejan relaciones B2B, venden a cadenas de retailers (minoristas), canal Horeca, entre otros.

Tradings: Las “Tradings” son las empresas más grandes en Japón, están involucradas en diferentes tipos de negocios, importan productos, manufacturas, servicios e inversión en proyectos alrededor del mundo. Son entidades muy respetadas en el canal de distribución, debido a que muchas empresas solo compran productos importados por estas empresas. Algunas de las tradings son Mitsui & Co Ltd, Toyota Tsusho, Mitsubishi Group, Itochu, etc...

4.9 20th Japan international Seafood and Technology Expo

Es una de las ferias más importantes en Japón para el sector pesquero, en este evento participan empresas japonesas al igual que empresas internacionales, y es una oportunidad para que los interesados, puedan conocer de las últimas tendencias del mercado de mariscos en Japón, al igual que crear contactos y relaciones con las empresas más importantes de este sector en Japón.

Observaciones generales feria 20th Japan international Food and Technology Expo:

- Muchos participantes en busca del mercado local mas no el internacional.
- Participación de empresas con nuevas tecnologías en el campo de la acuicultura.
- Existe un gran potencial e interés en importar camarón de cultivo.
- Barreras en el idioma, las empresas más grandes cuentan con personal que habla inglés, pero los muchos de los jugadores más pequeños no cuentan con personal dispuesto a hablar inglés con los asistentes.

Jugadores más importantes identificados dentro de la feria:

Kyokuyo Co. , LTD.

Nippon Suisan Kaisha, Ltd. (Nissui)

Nosui Corporation

True world Japan

En el Desarrollo de la tesis se expondrá de manera más amplia los resultados, comentarios y acercamientos a las diferentes empresas.

5. METODOLOGIA

Dando seguimiento a la metodología del proyecto, se planea hacer uso de diferentes medios y estrategias para conseguir información y desarrollar el proyecto. Por lo que se hará uso de Internet como fuente secundaria, por este medio se buscará citar artículos, extraer información de bases de datos publicadas por entidades oficiales, al igual que consultar libros y textos en línea para recolectar datos importantes como regulaciones y procedimientos de cada país.

También se buscarán datos cuantificables en internet, así como cifras, en términos de comercio internacional, tendencias y estadísticas de diferentes fuentes relevantes.

Adicionalmente, se realizarán entrevistas a diferentes profesionales con conocimientos del tema del sector acuícola y del mercado Japonés, para este caso se hizo la entrevista con dos fuentes; Diego Uscátegui-Leyva asesor de exportaciones de la oficina comercial de ProColombia en España, que, a diferencia de la oficina comercial de ProColombia en Asia, esta oficina ha tenido mayor contacto con los productos acuícolas colombianos. Igualmente se realizó entrevista a Carolina Kubo, que trabajó 10 años como gerente de proyectos de la división no automotriz de Toyota Tsusho Colombia (Toyota Tsusho es una de las compañías más grandes de Japón, considerada como una Trading, empresas que tienen varias líneas de negocios en diferentes sectores de la economía) y durante un corto periodo de tiempo se desempeñó asesora de exportaciones en la oficina comercial de ProColombia en Tokyo.

Aparte de esto se utilizará la oportunidad de haber asistido una de las ferias de productos de mar que tienen lugar en Tokio, llamada “*Japan International seafood and technology Expo*” donde hubo un sondeo y contacto directo con los jugadores principales del sector pesquero en Japón, adicionalmente se generó un informe con evidencia fotográfica. El enfoque de esta visita fue principalmente averiguar sobre el mercado de los productos acuícolas y el interés de estas empresas en importar productos del mercado internacional (**se expondrá el estudio realizado en esta feria, donde se incluye contacto, acercamiento, e información de cada una de las empresas en la cartilla de resumen que se hará para el exportador**).

Al final, se buscará con la información recolectada, dar por completada la tesis, originando material escrito que pueda ser útil para el que lo lea y para el autor del proyecto, en donde se facilite la información en forma de cartilla con el paso a paso, las consideraciones, oportunidades y entendimiento para que un futuro exportador colombiano pueda tener más claro el proceso de exportación del camarón de cultivo y las oportunidades de este producto en Japón.

6. PROCESO DE EXPORTACIÓN DEL CAMARÓN DE CULTIVO A JAPÓN

(CARTILLA PLAN EXPORTADOR)

Prepararse para Exportar:

Para esta primera etapa, el exportador deberá tener claro el producto que desea exportar, en este caso será el camarón de cultivo que se produce en Colombia, gracias a la investigación realizada, identificamos que este producto tiene ventajas en términos de oferta y

sostenibilidad a diferencia del camarón de captura salvaje, por lo tanto, este producto le da ventaja al exportador para producir las cantidades que exigen los mercados internacionales. Por lo general el camarón de cultivo se podrá producir en la costa Pacífica o en el mar caribe, es decir que, a diferencia de la tilapia y la trucha, este se produce en aguas marinas. Si el exportador puede remontarse al marco teórico, podrá conocer en mayor medida, como esta posicionado el camarón de cultivo en el mundo, también, se dará cuenta con cifras e información, que es un producto con un alto potencial de crecimiento debido a la demanda mundial, al igual que también pertenece a un sector apoyado por el gobierno de Colombia, debido a su ingreso a la OCDE.

Identifique el potencial de internacionalización y los requisitos para su producto

Posición arancelaria del camarón de cultivo:

Capítulo 3. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos. Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos ahumados, incluso pelados o cocidos, antes o durante el ahumado; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana.

0306.16.00.00 - Congelados: Camarones, langostinos y demás decapodos Natantia de agua fría (Pandalus spp., Crangon crangon).

La DIAN exige para la exportación de este producto documentos de soporte y descripción de mercancías.

Documentos de Soporte:

- Certificado de inspección sanitaria exportaciones alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos. (Opcional)
- Documento Zoosanitario de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario. (Opcional)

Descripción de mercancías; la descripción de la mercancía tendrá que incluir los siguientes detalles:

Nombre comercial: (Texto) A discreción del exportador.

Marca comercial: (Texto) A discreción del exportador.

Nombre del corte: (Numérico) 3. COLAS, 1. ENTERO, 4 GONADAS, 5. HARINAS, 8. OTRO, 7. PELLETS, 2. PINZAS, 6. POLVO.

Especie: (Numérico) 3. CAMARONES

Forma de conservación: (Numérico) 8. COCIDOS AL VAPOR, 9. COCIDOS EN AGUA, 2. CONGELADOS, 3. FRESCOS, 10. OTRO. 4. REFRIGERADOS, 5. SALADOS, 6. SALMUERA, 7. SECOS, 1. VIVOS.

Otras características: (Texto) A discreción del exportador.

Cantidad de unidades comerciales: (Texto) A discreción del exportador.

*La tarifa arancelaria para este código en Japón será la siguiente: General 4% y WTO 1% (Dato encontrado en: http://www.customs.go.jp/english/tariff/2019_4/data/e_03.htm)

Mercado potencial para los productos:

Después de la investigación realizada, se pudo evidenciar la alta demanda que tiene el mercado en Japón para los productos acuícolas, que representó, en el 2017, el 12,4% de las importaciones de productos de mar en Japón, es decir, el camarón de cultivo tiene un alto potencial para ser exportado al país (Japón) con más consumo de productos de mar del mundo, que al mismo tiempo es el segundo mayor importador de crustáceos en el mundo (Importa el 9,9% de los crustáceos del mundo). Un tipo de cliente importante para entrar podrían ser los mayoristas, debido a que representan el 52% de la distribución de productos de mar en Japón.

La mayor competencia en el camarón de cultivo son principalmente China, Estados Unidos, Chile y Rusia que son sus mayores socios comerciales en este sector.

Condiciones de acceso:

Con la información obtenida en este documento, se especifica que para el camarón de cultivo los exportadores deberán cumplir con las siguientes condiciones, para que este producto tenga entrada en Japón.

El exportador deberá ser consciente, que el importador en Japón deberá adquirir el permiso o licencia de importación de los productos que llegan al puerto, en este caso el camarón de cultivo deberá presentar este documento a la oficina de aduanas junto a la declaración de exportación, donde se incluyen las facturas, el conocimiento de embarque, el

seguro de las mercancías, y todos los demás adjuntos que se deseen presentar a la oficina de aduanas.

Igualmente, el exportador deberá presentar antes las autoridades de Japón, el certificado de origen de los productos que expide y certifica la cámara de comercio en Colombia.

Con referencia a la **ley JAS**, el camarón de cultivo no tiene ninguna obligación en términos de etiquetado del producto, ha excepción de que el exportador halla hecho una negociación con el importador sobre el etiquetado, el exportador no tendrá que preocuparse por esta parte, de ser así, el exportador tiene que incluir advertencia de alergias, al tratarse de camarón el producto.

El camarón de cultivo no necesitara un permiso de importación con referencia a la ley de protección de los recursos pesqueros, debido a que esta no entra a la categoría de especies salvajes, si no, son cultivadas en granjas (Cautiverio).

El camarón de cultivo tendrá que pasar por medio de la ley del **acta de cuarentena**. Se sugiere al exportador averiguar si el origen del producto proviene de áreas que tienen sospechas de casos de colera o enfermedades en las especies, para así tener en cuenta en los puestos de control de cuarentena de los puertos de Japón.

Para tener en cuenta con **la ley de sanidad alimentaria** el importador deberá de tener una notificación de importación que será enviada al MHLW, que revisarán los documentos al momento de la llegada de los productos a Japón, y podrán hacer en algunas ocasiones revisiones a los productos.

Los productos acuícolas como el camarón de cultivo se regulan por la **regulación de aditivos** de Japón, estos productos podrán tener sustancias antibióticas o antimicrobios en las

dosís que especifica los estándares de Japón. El camarón de cultivo precocido deberá tener menos de 3 millos de Bacilli por cada grama y el Escherichia-Coli (E-Coli) deberá ser negativo.

*Adicionalmente, se sugiere leer ampliamente sobre la ley de protección de los recursos pesqueros, la ley de sanidad alimentaria, el acta de cuarentena y la ley JAS.

Requerimientos del mercado y el comprador:

Para apoyar al exportador que este leyendo esta cartilla, se compartirá la siguiente información con el objetivo de que conozca un poco de los compradores más importantes en el sector y cuál es la demanda y requerimientos de este producto:

Se realizó un sondeo de mercado para adicionar al trabajo, este sondeo se basa en la información obtenida durante la asistencia a la feria más importante de productos de mar en Japón, que se llama Japan International Seafood and Technology Expo.

El objetivo era conseguir contactos de las diferentes empresas japonesas asistentes, identificar quien son los jugadores más importantes que asistían a la feria, y adicionalmente se les hizo una serie de preguntas, enfocados en los productos acuícolas colombianos y el atún aletiamarillo, las preguntas fueron en general: ¿Qué productos manejan? ¿Estarían interesados en importar productos acuícolas colombianos? ¿Cuáles productos acuícolas?

A continuación, se nombrarán a cada una de las empresas que se contactaron, la observación personal acerca de la presencia en la feria, los productos que manejan, el contacto con el que se habló durante la feria y adicionalmente como fue el acercamiento con

estas empresas durante el evento, y sus respuestas. Cabe aclarar que los intereses y las respuestas por parte de cada uno de los empresarios pudieron haber cambiado.

Una vez obtenidos estos datos, los resultados son los siguientes:

Kyokuyo Co. , LTD.

Página web: <http://www.kyokuyo-suisan.co.jp/>

Observación: Una de las empresas más importantes de la feria, se enfocan en el negocio de la comercialización, y la pesca directa.

Productos que manejan: Todos, incluyendo los productos claves para Colombia como camarón, tilapia, trucha y atún (Yellowfin).

Contacto en la feria: Toshiki Susuki.

Acercamiento: Explicó un poco de los productos que manejan. Dice que están interesados en importar todos los productos que le nombre (Tilapia, camarón, trucha y atún). Dice estar dispuesto a ver que tiene para ofrecer el mercado colombiano.

Nippon Katsugyo

Página web: <http://www.katsugyo.net/>

Observación: Empresa que maneja variedad de productos de mar, su fuerte son los crustáceos, tenía un buen stand.

Productos que manejan: Importan diferentes productos, al igual que productos del mercado japonés.

Contacto en la feria: Seiji Kawakatsu

Acercamiento: No hablaban muy bien inglés, pidieron contactar directamente al equipo de compras de la empresa, y compartir la oferta de productos de Colombia, y después de revisarlo, se comunicarán para confirmar en que productos podrían estar interesados.

Nippon Suisan Kaisha, Ltd. (Nissui)

Página web: www.nissui.co.jp

Observación: Una de las empresas más grandes en la feria. Manejan diferentes ramas de productos de mar.

Productos que manejan: Manejan una amplia variedad de productos.

Contacto en la feria: Gaku Miyazawa

Acercamiento: Desafortunadamente el equipo de ventas no se encontraba, pero expresaron que estaban interesados en importar varios productos, entre esos camarón y tilapia. Se deberá contactar para conocer mejor de su interés al equipo de ventas y compras.

Toyota Tsusho Corporation

Página web: www.toyota-tsusho.com

Observación: Una de las empresas de Toyota Group. Están muy metidos en el tema de la acuicultura, también están dispuestos a importar.

Productos que manejan: Por medio de acuicultura producen pescados para la venta al público.

Contacto en la feria: Ryo Takahashi.

Acercamiento: El señor Ryo, ya ha estado en Colombia trabajando para Toyota, le interesa la importación de diferentes productos. A pesar de que ahora se estaban concentrando más que todo en productos como el atún (yellowtail), le gustaría conocer de la oferta acuícola colombiana.

Nosui Corporation

Página web: www.nosui.co.jp

Observación: Tenía el stand más grande y concurrido de la feria, por consiguiente, una de las empresas más importantes, manejan todas las variedades de productos de mar, al igual que muchos alimentos ya procesados.

Productos que manejan: Gran variedad de productos de mar.

Contacto en la feria: Hirohisa Kagiya

Acercamiento: Fue una de las personas que mostró estar más interesada en la importación de producto. Sabe mucho del tema, y es el encargado del área de camarón, está muy interesado en el camarón de cultivo.

True world Japan

Página web: www.trueworld-jp.com

Observación: Exportador e importador, ubicado en varias partes del mundo.

Productos que manejan: Todos los productos de mar.

Contacto en la feria: Yoshida Yukio

Acercamiento: Él señor Yoshida se vio muy interesado en exportar todo tipo de productos, desde los producidos en cultivo como el camarón, hasta los productos de captura salvaje como el atún y los filetes de diferentes especies marinas.

All Japan Tuna Boat-Owners Tactical Unit

Observación: Asociación de pescadores de atún, operan en todo el mundo, están interesados también en manejar productos de otros países.

Productos que manejan: Atún.

Contacto en la feria: Kaoru Haneda

Acercamiento: Kaoru explico que anteriormente han pescado en Colombia, también importan productos a base de atún.

Iyosui

Página web: www.iyosui.co.jp

Observación: Empresa con plantas de acuicultura en Japón, venden especies de pescado provenientes de indonesia y Tailandia.

Productos que manejan: Pescado de acuicultura.

Contacto en la feria: Toshio Ohihara

Acercamiento: Interesados en productos de acuicultura, así como la tilapia, trucha, el camarón y la anguila.

Yamacho

Observación: Empresa que se dedica a la acuicultura.

Productos que manejan: Productos obtenidos por medio de la acuicultura.

Contacto en la feria: Yamamoto Junya

Acercamiento: Están interesados en la importación de los productos acuícolas, les interesa el camarón y la tilapia.

Logística y Distribución física internacional

La logística internacional. A continuación, se adjunta las rutas posibles para el transporte por mar a Japón, que es el que se debería utilizar para el camarón de cultivo (Actualizadas hasta 14/04/2019):

Ilustración 8. Rutas de logística marítima de Colombia a Japón abril 2019.

Agente Comercial	Línea Marítima	Punto de Embarque	Punto de Desembarque	Conexiones	Frec. (Días)	Tiempo Tránsito (Días)	Tipo de Carga
Frontier agencia	American president	Barranquilla	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	26	CONT 20', CONT 40',
Frontier agencia	American president	Buenaventura	Kobe	Balboa - Panamá,	7	47	CONT 20', CONT 40',
Frontier agencia	American president	Buenaventura	Yokohama	Balboa - Panamá	7	23	CONT 20', CONT 40',
Frontier agencia	American president	Cartagena	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	55	CONT 20', CONT 40',
Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Buenaventura	Akita	Pusan busan - Corea (sur).	7	34	CONT 20', CONT 40',
Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Buenaventura	Kobe	Pusan busan - Corea (sur).	7	49	CONT 20', CONT 40',

Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Buenaventura	Nagoya	Pusan busan - Corea (sur).	7	51	CONT 20', CONT 40',
Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Buenaventura	Tokio	Xiamen - China, Pusan	7	38	CONT 20', CONT 40',
Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Buenaventura	Yokohama	Directo	7	24	CONT 20', CONT 40',
Hamburg sud	Compañía Chilena de	Buenaventura	Yokohama	Directo	7	31	CONT 20', CONT 40',
Agencia maritima	Cosco Shipping	Buenaventura	Yokohama	Directo	7	26	CONT 20', CONT 40',
Hamburg sud	Hamburg sud	Buenaventura	Yokohama	Pusan busan - Corea (sur).	7	45	CONT 20', CONT 40',
Hamburg sud	Hamburg sud	Cartagena	Yokohama	Hong kong - Hong Kong	7	45	CONT 20', CONT 40',
Hapag lloyd colombia	Hapag lloyd	Barranquilla	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	27	CONT 20', CONT 40',
Hapag lloyd colombia	Hapag lloyd	Buenaventura	Yokohama	Directo	7	20	CONT 20', CONT 40',
Hapag lloyd colombia	Hapag lloyd	Cartagena	Kobe	Manzanillo - Panamá,	7	28	CONT 20', CONT 40',
Hapag lloyd colombia	Hapag lloyd	Cartagena	Nagoya	Manzanillo - Panamá	7	36	CONT 20', CONT 40',
Hapag lloyd colombia	Hapag lloyd	Cartagena	Yokohama	Balboa - Panamá	7	26	CONT 20', CONT 40',
Cia. transportado	Kawasaki kisen kaisha	Buenaventura	Yokohama	Directo	7	26	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line colombia	Maersk line	Barranquilla	Kobe	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	54	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line colombia	Maersk line	Barranquilla	Nagoya	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	42	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,

Maersk - line colombia	Maersk line	Barranquilla	Osaka	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	47	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line	Maersk line	Barranquilla	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	43	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line	Maersk line	Buenaventura	Kobe	Balboa - Panamá,	7	49	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line	Maersk line	Buenaventura	Nagoya	Pusan busan - Corea (sur).	7	44	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line	Maersk line	Buenaventura	Osaka	Balboa - Panamá,	7	60	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line	Maersk line	Buenaventura	Yokohama	Balboa - Panamá	7	45	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line colombia	Maersk line	Cartagena	Kobe	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	54	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line colombia	Maersk line	Cartagena	Nagoya	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	42	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line colombia	Maersk line	Cartagena	Osaka	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	47	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line	Maersk line	Cartagena	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	43	CONT 20', CONT 40',
Maersk - line colombia	Maersk line	Santamarta	Kobe	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	51	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line colombia	Maersk line	Santamarta	Nagoya	Balboa - Panamá, Manzanillo -	7	46	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,

Maersk - line colombia	Maersk line	Santa marta	Osaka	Manzanillo - Panamá, Balboa -	7	51	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R,
Maersk - line	Maersk line	Santa marta	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	47	CONT 20', CONT 40',
Mediterrane an shipping	Mediterrane an shipping	Buenavent ura	Yokohama	Directo	7	25	CONT 20', CONT 40',
Mediterrane an shipping	Mediterrane an shipping	Cartagena	Yokohama	Balboa - Panamá	7	33	CONT 20', CONT 40',
GERLEINC O	Mitsui O.S.K. lines	Barranquill a	Yokohama	Manzanillo - Panamá	7	50	CONT 20', CONT 40',
GERLEINC O	Mitsui O.S.K. lines	Buenavent ura	Yokohama	Directo	7	26	CONT 20', CONT 40',
GERLEINC O	Mitsui O.S.K. lines	Cartagena	Yokohama	Manzanillo - Panamá,	7	29	CONT 20', CONT 40',
Transportes navieros de	Nippon yusen kaisha	Buenavent ura	Tokio	Callao - Perú, Manzanillo -	7	30	CONT 20', CONT 40',
Transportes navieros de	Nippon yusen kaisha	Buenavent ura	Yokohama	Directo	7	24	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenavent ura	Hachinohe	Shanghai - China	7	45	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenavent ura	Kobe	Shanghai - China	7	45	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenavent ura	Nagoya	Shanghai - China	7	45	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenavent ura	Niigata	Hong kong - Hong Kong	7	45	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenavent ura	Osaka	Shanghai - China	7	46	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenavent ura	Tokio	Shanghai - China	7	45	CONT 20', CONT 40',

Maritrans s.a	Pacific international	Buenaventura	Tomakomai	Pusan busan - Corea (sur).	7	45	CONT 20', CONT 40',
Maritrans s.a	Pacific international	Buenaventura	Yokohama	Shanghai - China	7	45	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Barranquilla	Kobe	Kingston - Jamaica,	7	37	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Barranquilla	Nagoya	Kingston - Jamaica,	7	45	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Barranquilla	Osaka	Kingston - Jamaica,	7	40	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Barranquilla	Tokio	Kingston - Jamaica,	7	60	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Barranquilla	Yokohama	Kingston - Jamaica,	7	50	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Cartagena	Kobe	Kingston - Jamaica,	7	37	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Cartagena	Nagoya	Kingston - Jamaica,	7	45	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Cartagena	Osaka	Kingston - Jamaica,	7	50	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima	Zim container	Cartagena	Tokio	Kingston - Jamaica,	7	60	CONT 20', CONT 40',
Agencia Marítima Transmares S.A.S	Zim container service	Cartagena	Yokohama	Kingston - Jamaica, Shanghai - China	7	50	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC

ProColombia. (2019). *Sistema de información Comercial Logística de Exportación Reporte de Rutas de*

Transporte Marítimo. Recuperado de: <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/logistica/reportes-de-transporte/maritimo/rutas>

Tener clara las condiciones de negociación y las normas internacionales, saber de los términos de negociación incoterms. Para este fin se comparte la siguiente tabla que podría ser de utilidad para los exportadores de camarón de cultivo:

Ilustración 9. Asunción de costes y riesgos por el exportador (Incoterms).

Asunción de costes y riesgos por el exportador											
	Mercancía preparada para venta	Carga en instalaciones exportador	Transporte interior en origen	Despacho de exportación	Manipulación carga en origen	Transporte internacional principal	Seguro	Descarga en destino	Despacho de importación	Transporte interior en destino	Descarga destino final
EXW	•										
FCA	•	•	•	•							
CPT	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾		• ⁽²⁾			
CIP	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾	•	• ⁽²⁾			
DAT	•	•	•	•	•	•	•	•			
DAP	•	•	•	•	•	•	•	•		•	• ⁽²⁾
DDP	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	• ⁽²⁾
FAS	•	•	•	•							
FOB	•	•	•	•	•						
CFR	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾		• ⁽²⁾			
CIF	•	•	•	•	•	• ⁽¹⁾	•	• ⁽²⁾			

■ "Transporte multimodal" ■ "Transporte marítimo y por vías navegables de interior"

(¹) Asunción de costes pero no de riesgos. (²) Según lo que acuerden exportador e importador y el lugar específico de entrega.

Analistas financieros internacionales. (2019). Guías 2019 incoterms. Recuperado de:

<https://comercioexterior.afi.es/BBVAComex/descargas/1309937/1307020/incoterms.pdf>

Los empaques y embalajes de la mercancía. Esto dependerá de cómo el exportador quiere hacer llegar su producto a mercados internacionales, en el caso de que quiera entrar a Japón con su propio empaque, el producto de camarón de cultivo deberá de remontarse a las regulaciones exigidas por **la ley JAS** y **el etiquetado de alergia bajo la ley sanitaria del MAFF**.

Se tienen las siguientes recomendaciones con respecto al embalaje: Para el embalaje de los contenedores refrigerados con el camarón de cultivo será clave mantener espacios estratégicos entre las cajas dentro del contenedor (Tampoco deben ser muy grandes los

espacios entre las cajas), para que así el aire congelado fluya (verticalmente) y no se vaya a perder la cadena de frío de ninguno de los productos. Al momento de almacenar el camarón de cultivo dentro de los contenedores para el transporte de carga marítima, este ya deberá estar congelado.

Los seguros necesarios para llevar a cabo el proceso de exportación de forma segura. Es muy importante que los exportadores aseguren las cargas, debido al alto valor monetario que podría sumar un contenedor de camarón de cultivo. Se podría conseguir pólizas de seguro de “Todo riesgo” donde incluye cualquier daño o pérdida de la mercancía, hasta un plan “Básico” donde se incluye situaciones más específicas como incendios o pérdida durante ciertas etapas del proceso de exportación.

Los aspectos logísticos para la exportación de alimentos perecederos. El exportador deberá tener en cuenta este punto clave para el transporte del camarón de cultivo, debido a que es un producto que requiere constante congelación durante toda la cadena productiva, por esto es importante no perder la cadena de frío en ningún momento, esto podría comprometer la calidad y estado de la mercancía; desde el momento en el que es extraído de las granjas de camarón hasta la llegada al puerto destino y entrega al comprador, la sugerencia será **mantener el producto a una temperatura de -18 grados centígrados en todo momento.** Para el transporte internacional el exportador también cuenta con contenedores con diferentes tecnologías para este fin, así como la congelación ultra baja, ventilación y atmosfera controlada.

Facturas comerciales y de embarque (Debidamente firmada por los transportistas). Estas también serán importantes para el importador en Japón, debido a que las necesitara para el permiso de importación de los productos.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de una amplia investigación, en donde se recurrieron a diferentes fuentes especificadas en la metodología de este documento, se puede concluir que con base al marco teórico y a la cartilla planteada cualquier persona que tenga la oportunidad de leer este documento, y este interesado en información sobre el proceso de exportación del camarón de cultivo desde Colombia a Japón podrá adquirir un mayor conocimiento respaldado con cifras, documentación e información de fuentes secundarias y primarias que llevaron al desarrollo de este proyecto.

Cabe reiterar que el sector acuícola es un sector de alto potencial y crecimiento en Colombia, según la entrevista con Diego de ProColombia en España, solamente en Europa el potencial es muy alto, y aunque las respuestas de Carolina que anteriormente trabajó en Toyota Tsusho no fueron tan positivas respecto a este producto, el lector deberá plantear sus propias conclusiones con toda la información expuestas. Por tal motivo, si alguno de los lectores tiene interés en exportar camarón de cultivo, se puede asegurar que en este proyecto de grado se encontrara información clave, que va desde el momento en el que decide recolectar el producto desde las plantas de proceso o granjas, hasta la entrega de la mercancía en Japón. Igualmente, el informe de la feria a la que se asistió en Tokyo es un insumo muy valioso, ya que fue una oportunidad para acercarse a las empresas japonesas y conocer sus necesidades.

Se recomienda a los lectores que desean exportar camarón de cultivo a Japón, que, debido a la alta competencia en el mercado, deberán cumplir con los estándares de calidad

que exige este mercado, al igual que las reglamentaciones especificadas en este documento; e identificar la fortaleza de sus productos para así utilizarlas como herramientas de negociación al momento de tratar con potenciales clientes en Japón.

8. ANEXOS Y CUESTIONARIOS

Cuestionario y respuestas Diego Uscátegui-Leyva:

1. ¿Cuál es uno de los mayores retos que tienen los productos acuícolas en Europa?

“La competencia asiática. Una de las estrellas más visibles en mi mercado es el camarón, es lo que más se está exportando desde Colombia en el sector acuícola y pesquero más que pescado fresco, más que filetes, pescados enteros y demás lo que más se exporta aquí es el camarón. En una época hubo una quiebra muy grande de las camaroneras colombianas y estas han repuntado recientemente en los últimos dos o tres años y es lo que más se exporta en este momento (En el sector Acuícola). Así que retos como tal difícil identificarlos, salvo por la competencia directa que hay de diferentes proveedores asiáticos, porque lo que si te puedo decir es que ha tenido una buena aceptación. Barreras arancelarias no hay en Europa. En los productos acuícolas otra barrera son el tema cultural de que las personas en el mediterráneo se acostumbraron al sabor de los productos provenientes del mar mediterráneo, aunque para el camarón esto no aplica.”

2. ¿Cree que hay una buena oportunidad de los productos acuícolas en Europa?

“Del camarón total, de hecho, es tan potencial que las cifras de exportación, tráelo del 2014 al 2018 y vas a ver que hay un incremento exponencial.”

3. ¿Cuál recomendación darías a los empresarios colombianos que desean internacionalizar sus productos?

“Procesos de calidad, certificaciones en ese sentido, certificaciones en tema de calidad y certificaciones para acceso en los mercados europeos, tu sabes que una de las grandes tendencias en los mercados europeos, no digo UK porque no sabemos que pasara después del Brexit, es un tema de consumo ecológico, sostenible todo este tema, es algo que nuestro productos y empresarios deberán emigrar hacia allá, en ese sentido dependiendo también para que tipo de mercado certificaciones ya de consumo culturas como puede ser certificaciones Halal, certificaciones Kosher, etc... Y buenas prácticas siempre es algo muy bienvenido y bien esperado.”

Cuestionario y respuestas Carolina Kubo:

1. ¿Desde su experiencia cuál cree es la percepción general de los productos colombianos en Japón?

“La percepción general de los productos colombianos en japon. Ha tomado mucho tiempo para que los productos colombianos en japon sean reconocidos y aceptados. Gracias al café, las flores frescas y las esmeraldas, los japoneses han comenzado a reconocer y dar valor a nuestros productos. En cuanto al tema de frutas frescas, todavía no tenemos muchas clases de frutas con admisibilidad, pero la pitahaya amarilla también se está dando a conocer cada vez más como uno de los productos de calidad de nuestro país. Los productos peruanos nos llevan mucha más ventaja dada su admisibilidad y calidad. Desafortunadamente por tema logístico, siempre se han preferido los productos de Asia y Centroamérica. Nuestra mayor competencia es Malasia, Filipinas y Tailandia para productos agrícolas.”

2. ¿Cuál cree es uno de los mayores retos que tienen los empresarios colombianos para llegar a mercados como Japón?

“Los mayores retos para los empresarios colombianos es el tema de oferta y calidad. Nuestros procesos son muy artesanales y no logramos cumplir con la demanda. Otro tema es el de calidad. Japón es uno de los países más estrictos en temas de calidad y cumplimiento. Es importante poder contar con una oferta estable manteniendo en todo momento la calidad.”

3. ¿Alguna vez se ha enterado de empresas considerando exportar camarón de cultivo a Japón como potencial mercado?

“Si, pero las empresas en su momento no lograron cumplir con calidad. Hubo una enfermedad en los cultivos y aunque se tenía un posible comprador, no se logró tener la calidad esperada en el tiempo adecuado. La competencia es muy dura para nosotros dado que el mayor exportador de camarón de cultivo es Tailandia seguido de China, Vietnam, Indonesia e India. Por tema logístico y cadena en frío, no somos competitivos.”

4. ¿Qué recomendación daría a los empresarios colombianos para tratar con empresarios japoneses?

“Consejos para tratar con empresarios japoneses:

- Ofrecer productos cuando se tenga 100% de seguridad de poder cumplir con calidad y producción. La calidad se debe mantener siempre.

- *Es necesario contar con valor agregado. No se puede competir con los países cercanos y por tal motivo, se debe tener valor agregado que ningún otro país tenga.*
- *Buscar mercados nichos, así como el del banano orgánico. Café orgánico etc, donde los japoneses no les importe pagar un poco más con tal de tener productos exclusivos y de óptima calidad.*
- *Si es posible, contar con una casa comercial que les ayude a conseguir clientes.*
- *Tener todas las certificaciones de calidad y procesos necesarios antes de enviar la oferta de un producto.”*

9. FUENTES DE CONSULTA

AUNAP. (2018). Política integral para el desarrollo de la pesca sostenible en Colombia. Retrieve 23/10/2018, from <http://www.aunap.gov.co/2018/politica-integral-para-el-desarrollo-de-la-pesca-sostenible-en-colombia.pdf>.

FAO. (Publicado 2018). EL ESTADO MUNDIAL DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA. Páginas 1-223. Documento de la FAO con el estado actual de la pesca y agricultura en el mundo, da un contexto global de producción, comercio, situación ambiental y potencial en el mercado.

FAO. (Publicado 2009). Fishery and Aquaculture Country Profiles Japan. Páginas 1-9. Documento con información general de la industria pesquera y acuícola en Japón.

JETRO. (Publicado 2009). Handbook for Agricultural and Fishery Products Import Regulations 2009.

Páginas 1-153. Es el documento más actualizado en Japón para las regulaciones generales que piden para la importación a Japón de productos agrícolas y pesqueros.

JETRO. (Publicado Febrero 2010). “Handbook for Agricultural and Fishery Products Import Regulations 2009”. Japón. 1-151 páginas.

JETRO. (Acta 1947). Food Sanitation Act. Páginas 1-38. Documento relacionado con todas las regulaciones fitosanitarias de los productos de consumo.

MAFF. (2018) FY2017 Trends in Fisheries FY2018 Fisheries Policy White Paper on Fisheries.

Retrieve 24/10/2018, from <http://www.maff.go.jp/e/data/publish/attach/pdf/index-94.pdf>.

OCDE. (Publicado 2016). Pesca y acuicultura en Colombia. Páginas 1-34. En este documento se exponen la coyuntura actual del país en términos de acuicultura, y los proyectos actuales para su mejoramiento, para lograr su eficaz entrada al mercado internacional.

Oceanservice. (2018). What is aquaculture?. Retrieved 21/10/2018, from

<https://oceanservice.noaa.gov/facts/aquaculture.html>

Procolombia. (2019). Ruta Exportadora. Retrieved 28/02/2019, from

<http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>.

Procolombia. (2019). Productos pesqueros. Retrieved 27/02/2019, from

<http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/productos-pesqueros>.