

| | |
|-------------|----------------------------|
| Publicación | Revista Gerente General, 1 |
| Soporte | Prensa Escrita |
| Circulación | 98 800 |
| Difusión | 131 114 |
| Audiencia | 131 114 |

| | |
|-----------------|------------------------------|
| Fecha | 04/07/2022 |
| País | Colombia |
| V. Comunicación | 140 680 084 COP (34,405 USD) |
| Tamaño | 24 cm² (3,9%) |
| V.Publicitario | 1 327 573 COP (325 USD) |

CÓMO HACER QUE SUS PRODUCTOS LLEGUEN A ASIA

32 LA APUESTA POR ASIA

Hasta hace unos años, la referencia de Colombia para Asia era el café. Hoy en día, en las tiendas 7-Eleven de Japón se consigue el aguacate cultivado en nuestros campos, en China se deleitan con un Pirulito y en la India usan maquinaria bumanguesa para empacar leche.

La apuesta por Asia

Hasta hace unos años, la referencia de Colombia para Asia era el café. Hoy en día, en las tiendas 7-Eleven de Japón y en Lotte Mart de Corea se consigue el aguacate cultivado en nuestros campos, en China se deleitan con un Pirulito y en la India usan maquinaria bumanguesa para empacar leche.

Por Rosa Cárdenas



EN DICIEMBRE DE 2019, EL EMBAJADOR SANTIAGO PARDO JUNTO CON FUNCIONARIOS DE PROCOLOMBIA Y LA EMBAJADA, RECIBIERON EL PRIMER CONTENEDOR DE AGUACATE HASS DE COLOMBIA.

GERENTE CONVERSÓ CON LOS EMBAJADORES DE COLOMBIA EN CHINA, COREA, JAPÓN E INDIA; CON PROCOLOMBIA, EMPRESARIOS Y EXPERTOS EN EL RELACIONAMIENTO CON ASIA PARA ENTENDER EL PANORAMA COMERCIAL ACTUAL DE NUESTRO PAÍS CON ESE CONTINENTE Y CUÁL ES LA RUTA A SEGUIR.

Para Pío García, docente-investigador de la Universidad Externado, el país ha buscado la inserción a Asia través de su presencia con misiones diplomáticas

en China, Corea, Japón, Indonesia, Filipinas, Malasia, Singapur, Tailandia, Vietnam e India.

Aun así, el incremento del ingreso de los bienes colombianos contrasta con la agigantada importación de bienes manufacturados y por ello parecen necesarios acuerdos muy especializados que conduzcan a equilibrar el comercio. Además de esta falta de balance, como indica el experto en comercio internacional Fernando Barbosa, “abrir nuevos mercados en Asia requiere de grandes

“ABRIR NUEVOS MERCADOS EN ASIA REQUIERE DE GRANDES INVERSIONES Y UN LARGO TIEMPO PARA RECIBIR BENEFICIOS”
FERNANDO BARBOSA

EL MAYOR AVANCE DURANTE LOS AÑOS RECIENTES FUE LA CONSOLIDACIÓN DE CHINA COMO NUESTRO SEGUNDO SOCIO COMERCIAL EN TÉRMINOS DE EXPORTACIONES

DIEGO LUIS MONSALVE, EX EMBAJADOR DE COLOMBIA EN CHINA.

inversiones y un largo tiempo para recibir beneficios; y dentro de esa óptica se entiende que sea más atractivo concentrar esfuerzos en los mercados tradicionales”. Entonces, ¿Por qué vale la pena apostar por Asia?

DIVERSIFICANDO EXPORTACIONES

A pesar de este panorama, en la visión de Procolombia ha habido avances favorables y resultados concretos. De acuerdo con la Presidente de Procolombia, Flavia Santoro, “Asia ha sido un aliado fundamental en el propósito de diversificar las exportaciones no mineras de Colombia en cuanto a destinos, bienes y empresas. En ese mercado, la canasta exportable estaba concentrada principalmente en café, razón por la cual avanzamos en procesos de acceso y admisibilidad fitosanitaria como parte de la estrategia de Diplomacia Sanitaria que lidera el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”.

Un avance puntual que destaca Santoro es haber desarrollado una estrategia de inserción en plataformas de comercio electrónico de toda Asia, siendo notoria la llegada de productos a espacios como Taobao y Tmall, en China. “Actualmente hay 20 marcas colombianas vendiendo en estas plataformas, donde se destacan Leonisa con su ropa de control, café de Juan Valdez, y Sempertex con globos de látex”, indica Santoro. Es importante “seguir fortaleciendo la visión exportadora de los empresarios colombianos sensibilizándolos a las oportunidades que existen en la región del Asia Pacífico”, concluye Santoro.

A LA CONQUISTA DEL DRAGÓN

Para el ex embajador Luis Diego Monsalve, quien estuvo liderando la misión diplomática en Beijing hasta el pasado



ESTA ES UNA MUESTRA DE LAS BOLSAS QUE
COMERCIALIZA LA EMPRESA "TROPICAL MARIA" DE
AGUACATE HAS CONGELADO EN JAPÓN.

14 de mayo, el mayor avance durante los años recientes "fue la consolidación de China como nuestro segundo socio comercial en exportaciones". Dentro de los logros se destacan la firma del Protocolo para la Exportación de Aguacate

Has y la reactivación de las exportaciones del banano, que estaban detenidas. Además de seguir consolidando espacios para el café y las flores, se generaron oportunidades en otros sectores como aceites y grasas, pulpas de frutas (por primera vez), confitería, cacao, bebidas alcohólicas, entre otros, comentó el

ex embajador Monsalve. Una de las novedades que señaló fue la presencia en el mercado de vestidos de baño, ropa interior y de control, o joyería, artesanías y accesorios, así como la participación de Colombia por primera vez en eventos como Beijing Fashion Week y China Fashion Week.

Monsalve indica que una tarea pendiente pero viable en el corto plazo es concretar la apertura del mercado para la exportación de carne bovina

y porcina, para lo cual solo se está a la espera de la visita de una delegación técnico-científica de China.

¿Y EL SOL NACIENTE?

Si bien en Japón el mayor producto de exportación sigue siendo el café, con casi 50% de los envíos, se ha logrado también una diversificación. Para el Embajador de Colombia en Japón, Santiago Pardo, se destaca el buen comportamiento de las exportaciones de camarones, así como la exportación de aguacate congelado en

los más de 21.000 puntos de las tiendas de conveniencia 7-Eleven. Otro ejemplo es el caso de éxito de las empresas "Cacao Hunters", en la venta de cacao de alta calidad, y de "Loro Crisps", que ha logrado la exportación de platanitos fritos. El Embajador Pardo asegura que en el sector de alimentos "hay un gran potencial para Colombia dadas las posibilidades de nuestra oferta exportable y toda vez que Japón importa más del 60%

LA VISIÓN DE LOS EMPRESARIOS

Juan Pablo Campos, fundador de la empresa de cafés especiales CI Lohas Beans, y quien ya ha tenido la experiencia de hacer negocios de manera particular con Japón, opina que, si bien implica un esfuerzo, si se trata de una empresa mediana o grande, con un sólido modelo de negocio, llegar a Asia es una decisión que tiene sentido. "Por su tamaño, dinámico crecimiento económico, capacidad adquisitiva y potencial intercambio de conocimiento, los países asiáticos son muy importantes. Hoy más que nunca, los empresarios ven los riesgos de la sobre dependencia de un solo mercado o un cliente. La diversificación reduce riesgos en un entorno de incertidumbre como el actual", concluye Campos.

de los alimentos para cubrir su demanda interna".

La misión diplomática en Tokio sigue explorando posibilidades. "Recientemente se hicieron despachos de prueba de quesos, y se realizará próximamente la primera importación de muestras de pollo colombiano en Japón", indicó el Embajador Pardo. Y si bien el sector de alimentos lidera, la Embajada también habla de otros casos de éxito como la venta de mochilas Wayuu en tiendas de departamento y la exportación de productos de la industria 4.0, como los videojuegos de la firma R-Next, que se comercializan desde 2021.

LAS OPORTUNIDADES CON COREA

Por su parte, el panorama de lazos comerciales con Corea se ve enmarcado en el Tratado de Libre Comercio, en vigor desde 2016. De acuerdo con el Embajador Juan Carlos Caiza, "este TLC ha permitido la entrada de 60 nuevos productos al mercado coreano, 141 empresas exportadoras y un crecimiento sostenido en las exportaciones de 13% anual desde ese año". El producto más representativo es el café verde, que representó más de 50 por ciento de los envíos en 2021, y el banano se ha posicionado como el segundo más vendido. Las flores siguen estando presentes y el aguacate colombiano también tiene las puertas abiertas, siendo comercializado en la cadena de

**"PARECEN
NECESARIOS
ACUERDOS MUY
ESPECIALIZADOS
QUE CONDUZCAN
A EQUILIBRAR EL
COMERCIO"**
PIO GARCÍA.

**"SEGÚN DATOS DE
ECOPETROL, LAS
EXPORTACIONES
A LA INDIA HAN
AUMENTADO 125%
EN LOS ÚLTIMOS 10
AÑOS"**

INDICÓ LA EMBAJADORA EN LA INDIA,
MARIANA PACHECO- MONTES.



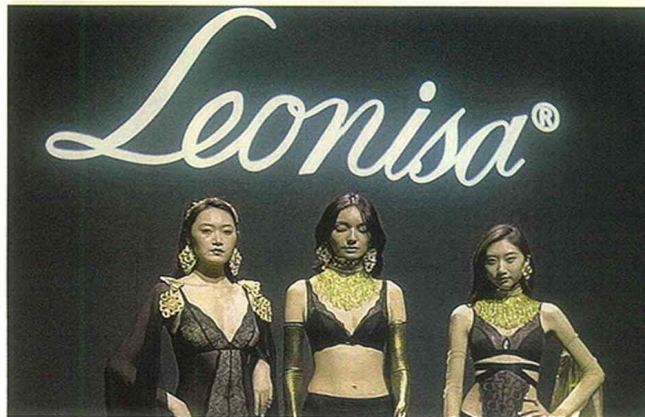
FLAVIA SANTORO, PRESIDENTE DE PROCOLOMBIA, DICE QUE EL MAYOR AVANCE HA SIDO LA DIVERSIFICACIÓN DE LA CANASTA EXPORTABLE Y EL PODER IR DE LA MANO CON LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO.



DE ACUERDO CON EL EX EMBAJADOR DIEGO LUIS MONSALVE, CHINA ES LA SEGUNDA ECONOMÍA DEL MUNDO Y TIENE UNA APERTURA QUE ES COMPLEMENTARIA A NUESTRO MOMENTO ECONÓMICO.



EL EMBAJADOR DE COLOMBIA EN JAPÓN, SANTIAGO PARDO, INDICÓ QUE TAMBIÉN ESTÁN AVANZANDO EN EL PROCESO DE INGRESO DE LIMA TAHITI Y DE LA CARNE DE RES



UN LOGRO EVIDENTE DE COLOMBIA EN CHINA LA PARTICIPACIÓN POR PRIMERA VEZ EN EVENTOS COMO BEIJING FASHION WEEK Y CHINA FASHION WEEK.

supermercados Lotte Mart, aunque aún en montos reducidos. Si bien el camarón había logrado su ingreso, dadas algunas modificaciones en las normas sanitarias coreanas en el contexto de la pandemia, se dio una reducción. El Embajador Caiza explica que “las autoridades colombianas se encuentran actualizando los estándares y procesos para retomar la posición en este mercado”. La misión en Seúl ya está tocando puertas para dar acceso a lima Tahití y a la carne de cerdo.

EXPLORANDO LA INDIA

En cuanto a las exportaciones no tradicionales que tienen como destino a India, el mayor avance ha sido el aumento en las de madera teca de Colombia, que pasó de 7 millones de dólares en 2018 a 13 millones de dólares en 2021. La Embajadora de Colombia en la India, Mariana Pacheco-Montes, también comentó el caso de productos que han logrado llegar a ese mercado recientemente. El primero es la venta de hasta 2 millones de dólares en maquinaria para empaque de leche por parte de la empresa ESSI de Bucaramanga, una iniciativa apoyada por Procolombia. También, la venta de aguacate procesado por la empresa Colombiana Atila Exports, la llegada de Ron Dictador y la venta de derivados de cacao por parte de la empresa Luker Chocolate.

La Embajadora también hizo mención a la creación de Ecopetrol Trading Asia, con sede en Singapur, para consolidar las exportaciones de petróleo a ese mercado. “Según datos de Ecopetrol, las exportaciones a la India han aumentado 125% en los últimos 10 años”, indicó la Embajadora Pacheco-Montes.

LA TAREA FINAL

Para seguir en el camino de acercamiento de Colombia a Asia quedan entonces algunas tareas. Primero, seguir fortaleciendo los lazos bilaterales más que

espacios multilaterales, como lo sugiere Barbosa. Segundo, optar por acuerdos especializados que lleven a un mayor equilibrio comercial, como opina Pío García. También será importante entender las particularidades de mercados tan sofisticados como el japonés y buscar adaptarse, como indica el Embajador Pardo; así como abogar por cerrar la distancia no solo geográfica como cultural, según el líder de la misión en Corea, el Embajador Caiza. Se debe seguir apoyando al empresariado para continuar la diversificación de las exportaciones, tarea por la que aboga Procolombia; ver la relación de los países desde la complementariedad de sus economías, como lo sugiere el ex Embajador Monsalve, de China; y trabajar para lograr una mayor competitividad en los precios de los productos de Colombia una vez lleguen a Asia, según la Embajadora en India, Pacheco-Montes.

En el momento de transición política que próximamente vivirá Colombia, se deberá determinar el nuevo alcance de la apuesta que se ha hecho por Asia.

“POR SU TAMAÑO, DINÁMICO CRECIMIENTO ECONÓMICO, CAPACIDAD ADQUISITIVA Y POTENCIAL INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO, LOS PAÍSES ASIÁTICOS SON MUY IMPORTANTES”
JUAN PABLO CAMPOS.



“SE DEBE TRABAJAR EN EL SECTOR PRIVADO COLOMBIANO PARA FOMENTAR UNA MAYOR SENSIBILIDAD CULTURAL Y ENTENDER LOS PROCESOS, LAS EXPECTATIVAS Y LOS RITMOS DE LOS NEGOCIOS EN COREA”, OPINA EL EMBAJADOR EN COREA, JUAN CARLOS CAIZA.



LA EMBAJADORA MARIANA PACHECO-MONTES, INDICÓ QUE LA INDIA ES EL TERCER DESTINO MÁS IMPORTANTE PARA LAS EXPORTACIONES DE ECOPETROL CON ALREDEDOR DEL 19% DE LAS VENTAS EXTERNAS DE CRUDO.