



Noticia

Japón se abre paso como destino de las exportaciones colombianas

Bogotá , 8/06/2021

Foto: ProColombia



- *Entre enero y abril de 2021, las ventas al país asiático crecieron 25%, hasta llegar a los USD\$113,5 millones. Japón es considerado un motor del crecimiento económico y del comercio internacional, y por eso se ha convertido en un aliado estratégico para Colombia.*

Bogotá, 8 de junio de 2021

En los cuatro primeros meses de 2021, las exportaciones colombianas a Japón aumentaron un 25% hasta los USD\$113,5 millones, principalmente por mayores envíos de café, cacao y aguacate, lo que lo convierte en aliado estratégico del comercio internacional colombiano.

Japón se ha convertido en un mercado referente a nivel mundial y en un comprador que busca cada vez más productos colombianos, fue la conclusión a la que llegó el foro “Oportunidades comerciales de Colombia en Japón”, organizado por Analdex y ProColombia, en el que se destacó el potencial para incrementar y diversificar las exportaciones del país.

“La oportunidad está porque muy pocos mercados tienen la posibilidad y la capacidad de reinventarse tan rápido como ocurre en ese país. En Japón cada vez están exigiendo nuevos productos, nuevas ideas y nuevas iniciativas. Es un mercado dinámico, lleno de oportunidades para las empresas que jalonan la economía local”, dijo el Gerente General de la Federación Nacional de Cafeteros, Roberto Vélez.

De acuerdo con la presidenta de ProColombia, Flavia Santoro, “el potencial está siendo aprovechado por los empresarios, y así se ha visto reflejado en las cifras”.

El país ha tenido una participación importante en el mercado japonés con café, carbón, flores y ferróniquel, y ahora busca diversificar su oferta. El 2020 sirvió como referente de esto pues, según las cifras de Analdex, no solo las exportaciones de productos tradicionales como el café crecieron en un 11%, sino también las de productos como el aguacate, en 954% y cacao, en un 196%.

“Es un mercado que ofrece muchas oportunidades. La mejor sensación para un empresario es empezar un negocio sabiendo que el mercado es ilimitado. Debemos seguir trabajando para identificar esas oportunidades y que las exportaciones desde Colombia, que hoy en día alcanzan los US\$400 millones, sean superadas significativamente”, agregó el fundador y presidente de la empresa ASC, Eduardo Cárdenas.

Ahora, se busca que otros sectores de la industria conozcan el mercado japonés y logren consolidarse a través del establecimiento de relaciones de valor a largo plazo.

Para eso, de acuerdo con Augusto Solano, presidente de Asocolflores, “los empresarios deben tener paciencia, foco y ser perseverantes. El lema de los japoneses es calidad, calidad y calidad. La innovación, la confiabilidad y el cumplimiento también son factores importantes. Hay que tener en cuenta que el cliente japonés es leal incluso con el precio, tiene sus protocolos y se debe cumplir con lo que se promete”.

Según un análisis de ProColombia, hay oportunidades de profundizar en el posicionamiento de bienes como flores frescas, café y cobertura de cacao, mientras que los productos con mayores posibilidades de crecimiento en ese mercado son aguacate Hass, productos congelados, alimentos procesados y camarones. Así mismo, hay oportunidades a largo plazo para carne de pollo.

“El comercio bilateral, pese a la pandemia, continúa con buen dinamismo. El año pasado las exportaciones agroalimentarias crecieron casi un 12% y en los primeros tres meses del 2021 el aumento fue del 16,5%. Con la estrategia CO-nectados, liderada por el Gobierno y ProColombia, buscamos aumentar estas cifras y fortalecer la participación de Colombia en el mercado japonés”, afirmó el Embajador de Colombia en Japón, Santiago Pardo.

(Con información de ProColombia)

(Fin/ jmp)

