

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIOS DE COLOMBIA – UNICOC**

**COLEGIO ADMINISTRATIVO Y DE CIENCIAS ECONOMICAS – CACE**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BOGOTA D.C. 2019**



**CAPACIDAD DE LA PRODUCCION ORGANICA EN COLOMBIA HACIA EL  
MECADO ASIÁTICO**

**Yenifer Marcela Sissa Ciro.**

**Laura Catalina Gómez Rodríguez.**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIOS DE COLOMBIA – UNICOC**

**COLEGIO ADMINISTRATIVO Y DE CIENCIAS ECONOMICAS – CACE**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BOGOTA D.C.**

**2019**

**CAPACIDAD DE LA PRODUCCION ORGANICA EN COLOMBIA HACIA EL  
MECADO ASIÁTICO**

**AUTORES:**

**YENIFER MARCELA SISSA CIRO**

**LAURA CATALINA GÓMEZ RODRÍGUEZ**

**ASESOR**

**MS. MONICA ALEJANDRA PACHON RODRÍGUEZ**

**MS. FINANZAS, ESTADISTICA, ESPECIALISTA GERENCIA DE SERVICIOS**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIOS DE COLOMBIA – UNICOC**

**COLEGIO ADMINISTRATIVO Y DE CIENCIAS ECONOMICAS – CACE**

**PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BOGOTA D.C.**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Este estudio está dedicado principalmente a Dios, por ser nuestra guía, apoyo y fortaleza para superar las adversidades y dificultades que se nos presentaron en el camino, por no dejar que nos rindiéramos y siempre darnos la valentía que necesitamos, y sobre todo dándonos sabiduría para culminar este proceso satisfactoriamente.

A nuestros padres por ser el motor de nuestras vidas, que nos dieron su apoyo y su paciencia en estos años. Gracias a ustedes hemos llegado hasta aquí, gracias por creer en nosotras.

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestra asesora la Dra. Mónica Alejandra Pachón Rodríguez por su inalcanzable lucha y entrega para sacar adelante esta investigación, por su dedicación y compromiso.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que esta investigación se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>TEMA</b> .....	15
<b>PROBLEMA</b> .....	16
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	17
<b>OBJETIVOS</b> .....	18
<b>Objetivo General</b> .....	18
<b>Objetivos Específicos</b> .....	18
<b>CAPITULO I. REFERENTES</b> .....	19
<b>1. PRODUCTOS ORGANICOS</b> .....	19
<b>1.1 ALIMENTACIÓN SALUDABLE</b> .....	19
<b>1.1.1. CONSEJOS PRÁCTICOS PARA MANTENER UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE</b> .....	20
<b>1.1.2. CÓMO PROMOVER UNA ALIMENTACIÓN SANA</b> .....	20
<b>1.2 DEFINICIÓN</b> .....	21
<b>1.3 TIPOLOGIA DE PRODUCTOS ORGANICOS</b> .....	23
<b>1.4 ATRIBUTOS DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS</b> .....	24
<b>1.5 CONDICIONES DE LA AGRICULTURA</b> .....	25
<b>1.6. FRUTAS ORGÁNICAS</b> .....	29
<b>1.6.1. TIPOS DE FRUTAS EN COLOMBIA</b> .....	29
<b>1.6.2. FRUTAS ORGÁNICAS EN COLOMBIA</b> .....	30
<b>1.7. POSICIÓN ARANCELARIA.</b> .....	31

<b>CAPITULO II. ASPECTOS METODOLOGICOS .....</b>	<b>33</b>
<b>CAPITULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>35</b>
<b>2. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN COLOMBIA.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1. PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.....</b>	<b>35</b>
<b>2.2. HECTAREAS CULTIVADAS A NIVEL GLOBAL.....</b>	<b>37</b>
<b>2.3. ANÁLISIS DE COLOMBIA POR DEPARTAMENTOS.....</b>	<b>40</b>
<b>2.4. PRODUCCIÓN INTERNA EN ASIA.....</b>	<b>41</b>
<b>2.5. PRODUCCIÓN DE FRUTAS ORGÁNICAS Y EMPRESAS EN CUNDINAMARCA ....</b>	<b>43</b>
<b>3. MERCADO OBJETIVO: CONTINENTE ASIATICO .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1. CARACTERISTICAS DE ASIA.....</b>	<b>47</b>
<b>3.2. CONSUMO DEL MERCADO ASIÁTICO.....</b>	<b>49</b>
<b>3.3. CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.....</b>	<b>50</b>
<b>3.4. CONSUMO DE ORGÁNICOS EN JAPÓN.....</b>	<b>52</b>
<b>3.5. CONSUMO DE ORGANICOS EN COREA DEL SUR .....</b>	<b>55</b>
<b>4. CONVENIO Y ACUERDOS COMERCIALES ASIA Y COLOMBIA .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1. ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA ENTRE COLOMBIA Y JAPÓN.....</b>	<b>60</b>
<b>4.2. ACUERDO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DE COREA .....</b>	<b>60</b>
<b>5. REQUISITOS Y NORMAS PARA PRODUTOS ORGÁNICOS EN OTROS PAÍSES.....</b>	<b>61</b>
<b>5.1. REQUISITOS POR PAÍSES.....</b>	<b>62</b>
<b>5.2. REQUISITOS PARA TODO TIPO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.....</b>	<b>65</b>

**6. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN ..... 68**

**6.1. ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE ..... 68**

**6.2. EMPAQUE DE FRUTAS ORGÁNICAS – VÍA ÁREA..... 69**

**6.2.1. Preempaques para prolongar la vida útil del producto..... 72**

**6.3. ASPECTOS LOGISTICOS DE JAPÓN..... 73**

**6.3.1. Servicios aéreos ..... 73**

**6.4. ASPECTOS LOGISTICOS DE COREA DEL SUR ..... 75**

**6.4.1. Servicios Aéreos..... 76**

**CAPITULO VI. CONCLUSIONES ..... 78**

**CAPITULO V. BIBLIOGRAFIA..... 80**

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Exportaciones de Chile a países asiáticos- frutas orgánicas-año 2017.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 2 Exportaciones de Perú a países asiáticos- frutas orgánicas-año 2017.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 3 Frutas Orgánicas.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 4 Agricultura orgánica en Asia.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 5 Producción Frutas Orgánicas .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 6 Producción de Orgánicos en Japón. (Tons).....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 7 Requisitos de cada país para productos orgánicos.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 8 Empaques de frutas orgánicas – modalidad área .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 9 Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Japón .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 10 Conexiones de Aerolíneas prestadoras de servicio a Corea del Sur .....</b>	<b>76</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1 Total Hectareas.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 2 Hectáreas de productos orgánicos en Colombia – Año 2017.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 3 Producción de productos orgánicos a nivel Global.....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 4 Países con más productores orgánicos.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 5 Consumo de orgánicos en el mundo.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 6 Consumo de productos orgánicos en Asia.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 7 Importaciones de productos orgánicos por Japón.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 8 Top 10 proveedores que exportan Productos Orgánicos a Corea del Sur. ....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 9 Top 15 productos orgánicos importados por Corea del Sur.....</b>	<b>59</b>

## TEMA

Los productos orgánicos, denominados como aquellos alimentos que, al momento de ser producidos, no se utilizan fertilizantes, químicos entre otros, sino que se cultivan de manera natural, reutilizando los mismos residuos de los vegetales, para la fertilización de los suelos y la eliminación de plagas o enfermedades; así como también respetan las necesidades y comportamientos de los animales, cuando se tiene criadero de ganado. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2007)

En cuanto a la tipología de productos orgánicos se pueden encontrar, Las verduras, los brotes y las frutas; Cerdos, pollos, pavos, huevos, conejos; Café, yerba, te, hierbas; Conservas de frutas, verduras, carnes; Almendras, avellanas, damascos, nueces; Jugos y vinos Dulces, Miel, Jaleas; Aceite de Uva, de Oliva, de Girasol; Yogures, Leches y Quesos. (Orgánicos, 2015)

La agricultura orgánica presenta una serie de características distintivas. Estos rasgos permiten identificar las fuerzas que actúan en el proceso de crecimiento de la producción y las ventas de los productos orgánicos. Entre estos rasgos se puede mencionar que, la agricultura orgánica es un sistema de producción orientado a los procesos, más que a los productos; el proceso de la agricultura orgánica implica restricciones significativas que elevan los costos de producción y comercialización; los consumidores compran los productos principalmente porque perciben los beneficios que aportan a la salud, a la seguridad en los alimentos y al medio ambiente. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2003)

## **PROBLEMA**

Los productos Orgánicos en estos últimos años han logrado tener un alto nivel de consumo a nivel internacional, ya que a las personas hoy en día les preocupa tener una vida saludable para poder compartir más años con sus seres queridos teniendo una buena salud y demás intereses personales como la imagen que proporcionan. ( Luis Betancourt, 2018)

El mercado objetivo asiático, ha incrementado la tendencia de consumir productos saludables por una mejor calidad de vida, lo que lleva a tener la oportunidad de comercializar productos en este continente, según datos de (Organic Monitor, 2018)

Por lo cual, este estudio quiere investigar: ¿Cuál es la capacidad de demanda del mercado asiático por productos orgánicos?

## JUSTIFICACIÓN

La siguiente investigación se hizo con el fin de realizar un análisis de la demanda del mercado asiático por productos orgánicos y con ello contribuir al estudio de las oportunidades que tiene Colombia en los mercados internacionales, con el fin de aportar en el desarrollo de la agricultura colombiana, especialmente en productos orgánicos, ya que según Fedeorgánicos (Luis Betancourt, 2018), en Colombia no se ha explotado del todo los recursos para la producción de orgánicos, aunque de lo que se produce, 95% es para exportar y el 5% restante se usa para el consumo interno de estos alimentos.

Un estudio realizado por The Nielsen Company revela, que a medida que pasa el tiempo las tendencias de tener una alimentación saludable van aumentando (Company, 2017) y, por ende, los orgánicos se han convertido en una alternativa en este estilo de vida. Teniendo en cuenta el creciente consumo de los mismos en el mundo (OM) (Organic Monitor, 2018)), el mercado objetivo asiático se convierte en objetivo de análisis, ya que viene incrementado su consumo de productos saludables (Research, International, 2018), lo que lleva a tener la oportunidad para comercializar productos orgánicos en este continente. Por otra parte, la gran población que posee este continente hace que se vuelva de interés para diferentes fines comerciales. Y, adicionalmente, los lazos comerciales que hay entre Colombia y algunos países de Asia como los son China, Japón, Corea del Sur (con el cual se tiene un acuerdo comercial vigente), entre otros.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar la capacidad de demanda del mercado asiático por productos orgánicos.

### **Objetivos Específicos**

- Investigar las características de la oferta del producto y los requisitos de diversas índoles que este debe cumplir para ser aceptado en el mercado objetivo.
- Analizar el consumo de productos orgánicos enfocados a las frutas orgánicas, del mercado asiático.

## **CAPITULO I. REFERENTES**

### **1. PRODUCTOS ORGANICOS**

#### **1.1 ALIMENTACIÓN SALUDABLE**

La Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que:

Llevar una dieta sana a lo largo de la vida ayuda a prevenir la malnutrición en todas sus formas, así como diferentes enfermedades no transmisibles y trastornos. Sin embargo, el aumento de la producción de alimentos procesados, la rápida urbanización y el cambio en los estilos de vida han dado lugar a un cambio en los hábitos alimentarios. Actualmente, las personas consumen más alimentos hipercalóricos, grasas, azúcares libres y sal/sodio; por otra parte, muchas personas no comen suficientes frutas, verduras y fibra dietética, como por ejemplo cereales integrales. (Organización Mundial de la Salud, 2018)

La composición exacta de una alimentación variada, equilibrada y saludable estará determinada por las características de cada persona (edad, sexo, hábitos de vida y grado de actividad física), el contexto cultural, los alimentos disponibles en el lugar y los hábitos alimentarios. No obstante, los principios básicos de la alimentación saludable siguen siendo los mismos. (Organización Mundial de la Salud, 2018)

El ministerio de salud define la alimentación saludable como: “aquella que proporciona los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento del organismo, conservar o restablecer la salud, minimizar el riesgo de enfermedades, garantizar la reproducción, gestación, lactancia, desarrollo y crecimiento adecuado. Para lograrlo, es necesario el consumo diario de frutas, verduras, cereales integrales, legumbres, leche, carnes, aves y pescado y aceite vegetal en

cantidades adecuadas y variadas. Si lo hacemos así, estamos diciendo que tenemos una alimentación saludable” (Ministerio de Salud, 2019)

### **1.1.1. CONSEJOS PRÁCTICOS PARA MANTENER UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE**

La OMS dictamino algunos consejos que se deben tener en cuenta al momento de querer mantener una alimentación saludable, algunos de ellos son: la reducción del consumo de grasas a menos del 30%, ayudando así a reducir enfermedades como el colesterol entre otras; la reducción de ingesta de sal, ya que un consumo elevado de sal incrementa riesgos de enfermedades coronarias o accidentes cerebrovasculares; reducir el consumo de azúcares a menos del 10% de este modo se puede reducir el riesgo de sufrir enfermedades dentales, sobrepeso, diabetes entre otras. (Organización Mundial de la Salud, 2018)

En cuanto al consumo de frutas, verduras y hortalizas la OMS dice que:

Comer al menos 400 g, o cinco porciones de frutas y verduras al día reduce el riesgo de desarrollar enfermedades no transmisibles y ayuda a garantizar una ingesta diaria suficiente de fibra dietética. Para mejorar el consumo de frutas y verduras es recomendable: incluir verduras en todas las comidas; comer frutas frescas y verduras crudas; comer frutas y verduras frescas de temporada; y comer una selección variada de frutas y verduras. (Organización Mundial de la Salud, 2018)

### **1.1.2. CÓMO PROMOVER UNA ALIMENTACIÓN SANA**

Como destaca la OMS; la alimentación evoluciona con el tiempo, y en ella influyen muchos factores socioeconómicos que interactúan de manera compleja y determinan modelos dietarios

personales. Entre esos factores cabe mencionar los ingresos, los precios de los alimentos (que afectarán la disponibilidad y asequibilidad de alimentos saludables), las preferencias y creencias individuales, las tradiciones culturales, y los factores geográficos y ambientales (incluido el cambio climático). Por consiguiente, el fomento de un entorno alimentario saludable y, en particular, de sistemas alimentarios que promuevan una dieta diversificada, equilibrada y sana, requiere la participación de distintos sectores y partes interesadas, incluidos los gobiernos, el sector público y el sector privado. (Organización Mundial de la Salud, 2018)

Un estudio, realizado por el British Journal of Nutrition, ha comprobado que los alimentos orgánicos contienen entre un 19 y un 69% más antioxidante y niveles significativamente inferiores de metales tóxicos, como el cadmio, que las frutas y verduras cultivadas de forma tradicional. De esta manera se puede concluir que una manera de mantener una alimentación saludable mediante el consumo de frutas, verduras entre otras sería mejor si estos productos vienen de una agricultura orgánica. (British Journal Of Nutrition, 2014)

## **1.2 DEFINICIÓN**

Según la organización mundial de la salud OMS se definen como alimentos orgánicos a aquellos productos que:

Son el producto de un sistema de agricultura orgánica que utiliza prácticas de gestión orientadas a mantener ecosistemas de productividad sostenible, y combaten las malezas, plagas y enfermedades por medio de una mezcla diversa de formas de vida mutuamente dependientes, mediante la reutilización de residuos vegetales y animales, la selección y rotación de cultivos, la ordenación del agua, y prácticas adecuadas de labranza y cultivo. La fertilidad del suelo se mantiene y mejora mediante un sistema que optimiza la actividad biológica del suelo, así como su

naturaleza física y mineral, como medio para proporcionar un suministro equilibrado de nutrientes para la vida animal y vegetal y conservar los recursos del suelo. La producción debe ser sostenible, y reutilizará los nutrientes de las plantas como parte esencial de la estrategia de fertilización. El control de enfermedades y plagas se logra estimulando una relación equilibrada depredador/anfitrión, aumentando las poblaciones de insectos beneficiosos, y mediante el control biológico y cultural y la eliminación mecánica de plagas y partes vegetales afectadas. La base de la ganadería orgánica consiste en desarrollar una relación armónica entre la tierra, las plantas y el ganado, y en respetar las necesidades fisiológicas y de comportamiento de los animales. Ello se obtiene mediante una combinación de medidas destinadas a proporcionar piensos de buena calidad producidos orgánicamente, mantener densidades de ganado apropiadas, aplicar sistemas ganaderos apropiados a las necesidades de comportamiento, y adoptar prácticas de manejo pecuario que minimicen el estrés y buscan favorecer la salud y el bienestar de los animales, prevenir las enfermedades, y evitar el uso de medicamentos veterinarios químicos alopáticos (incluyendo los antibióticos). (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2007).

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO

– Food and Agriculture Organization) define como agricultura orgánica:

“...un sistema global de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función

específica dentro del sistema...” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2007)

Como síntesis de ello, podemos expresar que orgánicos son aquellos alimentos, en especial frutas, verduras y carnes, que en ninguna de sus etapas de producción utilizan pesticidas químicos, fertilizantes, herbicidas, así como tampoco en los suelos donde son cultivados.

Los alimentos orgánicos también podrían considerarse como alimentos diferenciados o gourmet, dado que están orientados a segmentos o nichos de mercado que buscan determinados atributos en el producto o en su proceso de elaboración, atendiendo a satisfacer la demanda de un tipo especial consumidor que coloca a dichos productos por fuera de la oferta tradicional.

Vale aclarar que la oferta de alimentos diferenciados también está compuesta por un universo más amplio que comprende elaboración bajo estándares religiosos (ejemplo: Comida Kosher), aquellas que se destacan por su denominación de origen (cuestiones geográficas), que tienen un proceso productivo que comprende cuidado del medio ambiente y cuestiones éticas, de responsabilidad social, etc.

### **1.3 TIPOLOGIA DE PRODUCTOS ORGANICOS**

El espacio digital “alimentos orgánicos” (Alimentos Orgánicos, 2015) ofrece ejemplos de los tipos de alimentos orgánicos que existen como lo son:

- Las verduras, los brotes y las frutas; Orgánicos.
- Cerdos, pollos, pavos, huevos, conejos; Orgánicos

- Café, yerba, te, hierbas; Orgánicas
- Conservas de frutas, verduras, carnes; Orgánicas
- Almendras, avellanas, damascos, nueces; Orgánicas
- Jugos y vinos Orgánicos.
- Dulces, Miel, Jaleas: Orgánicas.
- Aceite de Uva, de Oliva, de Girasol; Orgánicos.
- Yogures, Leches y Quesos Orgánicos.

#### **1.4 ATRIBUTOS DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS**

Para la organización de las naciones unidas de la agricultura y la alimentación (FAO) (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2003) :

La agricultura orgánica presenta una serie de características distintivas. Estos rasgos permiten identificar las fuerzas que actúan en el proceso de crecimiento de la producción y las ventas de los productos orgánicos. Se puede mencionar que:

- la agricultura orgánica es un sistema de producción orientado a los procesos, más que a los productos;
- el proceso de la agricultura orgánica implica restricciones significativas que elevan los costos de producción y comercialización;
- los consumidores compran los productos principalmente porque perciben los beneficios que aportan a la salud, a la seguridad en los alimentos y al medio ambiente.

La característica más notable de la agricultura orgánica es el énfasis que pone en el proceso de producción, en vez de en el producto en sí mismo. Con un esquema de certificación creíble, el

consumidor tiene la garantía de que los productos se producen de acuerdo con ciertas normas definidas y que seguramente:

- tienen un nivel bajo de residuos de plaguicidas;
- se cultivan con métodos que son favorables al medio ambiente y que respetan ciertas normas, como, por ejemplo, el tratamiento humanitario de los animales;
- ofrecen pagos justos a los productores, especialmente en los países en desarrollo.

Estas características no son observables en los productos en sí. Al no saber exactamente qué están comprando, es posible que los consumidores se inclinen a elegir productos que, aunque no sean orgánicos ofrezcan características similares, por ejemplo, los animales «criados al aire libre». Las ventas orgánicas futuras muy probablemente tendrán que competir con productos que utilizan etiquetas ecológicas, pero que posiblemente no tienen ninguna verificación y son de costos más bajos, comparados con los precios de los productos orgánicos. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2003)

## **1.5 CONDICIONES DE LA AGRICULTURA**

(Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012) “deberá aprobar unos requisitos para que la producción sea orgánica o ecológica, los cuales son”:

1. El producto de cultivos transitorios, semipermanentes y/o de ciclo corto, deberá provenir de un sistema de un período de dos (2) años antes de la primera cosecha o por el contrario el producto de cultivos permanentes deberá provenir de un sistema de un período de tres (3) años antes de la primera cosecha.

2. La utilización del suelo en los últimos tres (3) años, las prácticas agropecuarias, la situación agroecológica y el tipo de cultivo a establecer.
3. El tiempo mínimo de conversión para cultivos transitorios, semipermanentes y/o de ciclo corto es de un año (12 meses) y para cultivos permanentes de año y medio (18 meses).
4. **Mantenimiento del suelo:** Tanto la fertilidad como la actividad biológica del suelo deberá ser mantenida o aumentada, mediante:
  - a) El cultivo de leguminosas, abonos verdes o plantas de enraizamiento profundo, coberturas vegetales, con arreglo a un programa para cultivos anuales de rotación adecuado y/o;
  - b) Para terrenos con pendientes se debe tener en cuenta la siembra en curvas de nivel, con barreras y coberturas vivas.
  - c) La incorporación al terreno de material orgánico compostado.
  - d) Para la activación del compost pueden utilizarse preparaciones apropiadas a base de vegetales o de microorganismos no patógenos.
  - e) Fertirrigación.
  - f) Rotación de cultivos anuales.
  - g) Intercala miento y/o asociación de cultivos.
  - h) Prácticas de labranza adecuadas.
  - i) Utilización de máquinas y herramientas apropiadas.
  - j) Utilización eficiente y controlada del riego.
  - k) Los operadores deberán tomar medidas para prevenir la erosión, compactación, salinización y otras formas de degradación del suelo.

**5. Manejo Fitosanitario y de Arvenses:** El manejo fitosanitario de organismos dañinos (insectos, ácaros, patógenos) y de arvenses, deberá realizarse mediante:

**a)** Adecuado mantenimiento del suelo.

**b)** Adecuada nutrición vegetal.

**c)** Selección de las variedades y especies apropiadas a las condiciones agroecológicas locales.

**d)** Un adecuado programa de rotación y/o asociación o intercalamiento.

**e)** Medios mecánicos de manejo.

**f)** Protección de los enemigos naturales de los organismos dañinos con cercos vivos, nidos, diseminación de predadores, uso de parásitos, entre otros.

**g)** Pastoreo del ganado.

**h)** Alelopatía

**i)** Bioinsumos comerciales registrados en el ICA

**j)** Control biológico

**k)** Control físico y mecánico

**6. Semillas.**

**7. Manejo del agua.**

**a)** El agua que se utilizará para la transformación y procesamiento de los productos ecológicos, deberá ser agua potable, acorde con lo establecido en el Decreto 954 de 1994 del Ministerio de Protección Social.

**b)** El agua destinada al consumo animal deberá cumplir con lo establecido en el Decreto 1594 de 1984 de Ministerio de Ambiente.

c) En caso de contar con un pozo profundo o hacer uso de fuentes superficiales, la finca debe mantener los respectivos permisos para el uso de agua y seguir las recomendaciones de la autoridad ambiental competente para evitar su contaminación.

d) Los operadores deberán aplicar insumos de manera que no contaminen las fuentes de agua por desagüe hacia las aguas superficiales o lixiviación a las aguas subterráneas. A su vez deberá darse cumplimiento a la normatividad ambiental en materia de manejo y disposición de aguas residuales

## **8. Cosecha.**

### **9. Manejo post cosecha.**

a) Almacenamiento bajo atmósferas controladas (dióxido de carbono o nitrógeno), con las medidas de seguridad apropiadas.

b) Tratamientos con agua caliente, aire caliente o tratamientos por vapor para retardar la descomposición por microorganismos.

c) Secado natural al sol o con aire forzado.

d) Uso de ceras grado alimenticio o recubrimientos comestibles.

e) Enfriamiento.

f) Lavado en agua con cloro, con las medidas de seguridad apropiadas.

g) Otras prácticas que no contradigan lo dispuesto en el presente Reglamento.

**10. Irradiaciones ionizantes:** No se permitirá la irradiación ionizante a los productos o alimentos agropecuarios ecológicos, así como a las materias primas e insumos.

### **11. Requisitos mínimos de control.**

a) Nombre del establecimiento y datos personales del productor.

b) Ubicación geográfica, superficie total y superficie de cada lote.

- c) Descripción de la unidad productiva y los segmentos en los que se divide, tales como área de producción, área de almacenamiento, transformación, envasado u otros.
- d) Identificación de los predios colindantes y tipo de actividad que realizan.
- e) Sistema de riego detallando el origen del agua.
- f) Descripción del suelo, tratamientos realizados en los últimos tres (3) años, en cada uno de los lotes, cultivos anteriores, prácticas culturales, otros.
- g) Descripción de instalaciones y maquinaria.

## **1.6. FRUTAS ORGÁNICAS**

En Colombia hay alrededor de 48 tipos de frutas en general, 12 son totalmente orgánicas.

### **1.6.1. TIPOS DE FRUTAS EN COLOMBIA**

- Región Andina: curuba, guanábana, mora, piña, fresa, aguacate, uchuva, papayuela, chirimoya, guayaba, el maracuyá, feijoa, lulo, naranja, mandarina, tomate de árbol, manzana, banano, peras, granadilla, melón, sandía y la pitaya, entre muchas otras más.
- Región Caribe: Se dan frutas tan exóticas como el anón, el zapote costeño, el níspero, el tamarindo, el marañón, el corozo el mango y el plátano.
- Región Orinoquia: Ideal para la plantación de frutas cítricas como naranjas, limones y mandarinas, además también hay unas pocas partes en donde se plantan guanábanas.
- Región Pacífico: En esta parte de Colombia se da el cultivo de varias frutas tropicales tales como el borjón, el almirajón, el níspero y el conocido chontaduro.

- Región Amazónica: Frutas como el arazá, el carambolo, el copoazú, el anón amazónico, la cocona, el camu camu, el maraco, el acai, la piña amazónica y el lulo amazónico son las más típicas de esta zona.

### **1.6.2. FRUTAS ORGÁNICAS EN COLOMBIA**

- Banano: El banano colombiano también conocido como plátano, guineo, topocho, cambur, es quizás la fruta más popular y consumida en Colombia (y en casi todo el mundo) por su abundancia y bajo precio, además se encuentra fácilmente en tiendas, supermercados y ventas ambulantes durante todo el año.
- Mandarina: es el fruto del mandarino, perteneciente a la familia de las Rutáceas, tiene características similares al árbol de naranjo, pero de menor tamaño y más delicado. En Colombia es normal encontrar mandarina casi que todo el año, por lo que se puede disfrutar siempre de esta fruta.
- Guanábana: es una fruta tropical de sabor agridulce, jugoso y pulposo. Adicional a su delicioso sabor y textura, la guanábana tiene muchos beneficios para la salud. Por su alta concentración de acetogeninas es considerada como uno de los más poderosos anticancerígenos.
- Maracuyá: Originaria de la amazonia brasilera, la Maracuyá es una de las frutas más apetecidas y cultivada en Colombia desde la década de los 30 cuando fue introducida al país. Desde entonces ha ido creciendo su cultivo llegando a ser hoy en día uno de los productos que Colombia exporta por ser muy apetecida como base para infinidad de productos y bebidas comerciales.

- Mango: es una fruta tropical originaria de Asia, pero afortunadamente en la actualidad es cultivada en todo el mundo lo que nos permite poder disfrutar en Colombia de este delicioso fruto y de todos los nutrientes que aporta a nuestro organismo favoreciendo nuestra buena salud.
- Naranja: es el fruto del árbol del naranjo dulce, que es uno de los cítricos más cultivados en Colombia después de la mandarina y limón.
- Feijoa: también conocida como guayaba del Brasil, es una fruta exótica cultivada en Colombia especialmente en los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Santander y Valle del Cauca. Su sabor es ácido y dulce y es muy apetecida por sus características nutricionales y para uso agroindustrial.
- Aguacate: también conocido como palta, es una fruta originaria de Centroamérica y muy popular en Colombia ya que forma parte como complemento para muchos platos.

## **1.7.POSICIÓN ARANCELARIA.**

En cuanto a la posición arancelaria de las frutas orgánicas se puede encontrar en el sitio web de la dirección de impuestos y aduanas DIAN la estructura de frutas según el capítulo 08 de la sección II:

- 0802 Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.
- 0803 Bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos.
- 0804 Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
- 0805 Agrios (cítricos) frescos o secos.

- 0809 Damascos (albaricoques, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones) (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos.
- 0810 Las demás frutas u otros frutos, frescos.

## **CAPITULO II. ASPECTOS METODOLOGICOS**

### **Tipo de estudio**

El presente estudio es un tipo de estudio descriptivo, enfocado a un caso de estudio.

### **Fuente de datos e información**

Se realizó sobre fuentes secundarias.

### **Fuentes documentales**

Se descargaron aproximadamente 21 documentos entre informes y un libro, aparte de ello se revisaron otros 18 documentos diferentes de aproximadamente 200 páginas. A nivel global, se analizaron entidades importantes de agricultura orgánica y de la salud como lo son: Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Organización Mundial de Salud (OMS) y Asociación de Comercio Orgánico. A nivel nacional se examinaron entidades como Fedeorganicos, ProColombia, ICA, Ministerio de Agricultura y Comercio, Ministerio de Salud, Proexport, diferentes empresas de Sabana Centro. La mayoría de los documentos están publicados entre 2014 y 2019.

### **Fuentes de datos**

Respecto a datos, se consultaron portales de datos como Banco Mundial (BM) y Fondo Monetario Internacional (FMI), de donde se obtuvo información verídica de la economía asiática. También se consultó el libro realizado por el IFOAM “The World of Organic Agriculture”, donde se encontraron datos de producción y consumo a nivel global y del continente asiático país por país

y otras entidades que ayudaron con temas de cifras fueron: Aduanas de Chile, Aduanas de Perú y Organic Monitor.

### **Recolección de información**

Todos los datos mencionados, se extrajeron, digitaron en Excel.

### **Análisis Estadístico**

Se realizó análisis descriptivo de análisis de frecuencia por medio de tablas y gráficas.

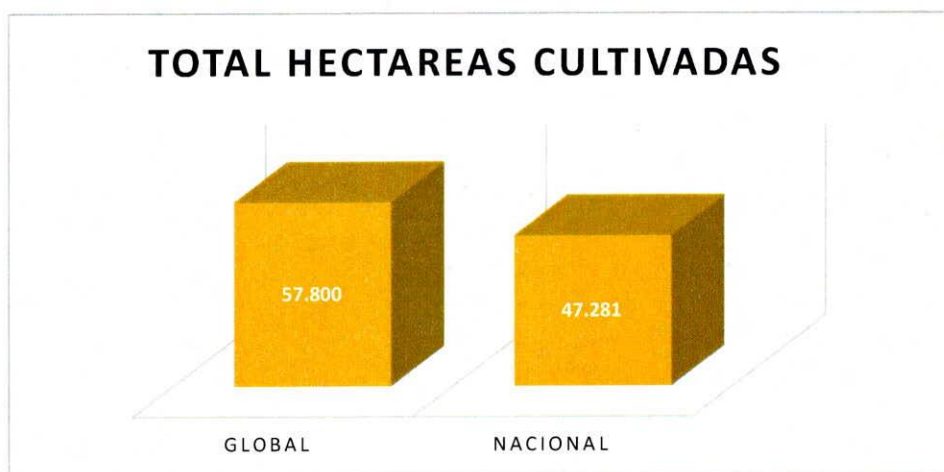
## CAPITULO III. RESULTADOS

### 2. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN COLOMBIA

#### 2.1. PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

De acuerdo con FedeOrgánicos, la producción de productos orgánicos en Colombia es solo el 0.08% de 57.8 millones de hectáreas a nivel mundial, lo que nos dice que solo hay 47.281 hectáreas utilizadas para el cultivo orgánico. En la siguiente figura (**Figura 1.**) se encuentran los porcentajes a nivel Global y Nacional, de Hectáreas, datos arrojados por FedeOrgánicos, y dichos por el presidente ( Luis Betancourt, 2018).

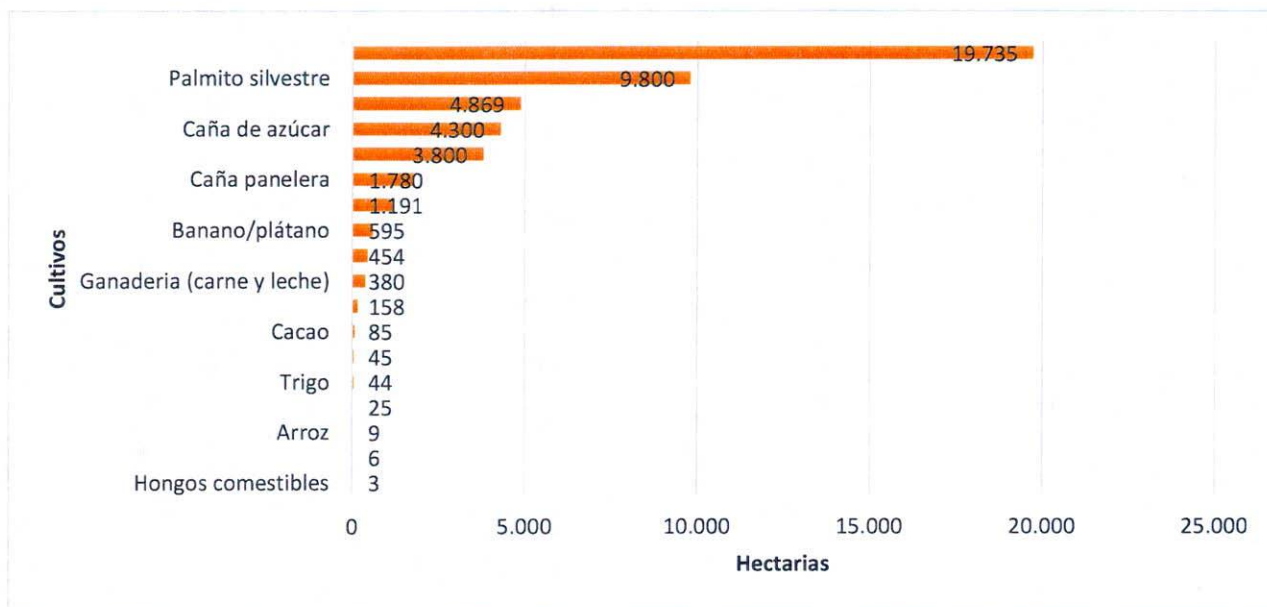
**Figura 1 Total Hectáreas**



*Fuente: Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (Ifoam)  
ELABORACIÓN PROPIA*

En la **figura 2.** se muestran los productos orgánicos cultivados en Colombia con sus respectivas hectáreas, totalizándolas al sumar todas ellas dando el mismo valor que el presidente ( Luis Betancourt, 2018) arroja en la entidad de FedeOrgánicos.

**Figura 2 Hectáreas de productos orgánicos en Colombia – Año 2017**



Elaboración propia. Fuente de datos: Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM)

Sin embargo, estos alimentos no se quedan en el territorio nacional. “En Colombia 95% de la producción agrícola orgánica se exporta y ese 5% restante es de productos que se comercian en grandes superficies que manejan precios para estratos altos”, explicó, el presidente de Fedeorgánicos Luis Betancourt, quien además afirmó que la concentración de estos productores en las diferentes zonas se debe a razones climáticas que ayudan a que allí se encuentren los cultivos de materia prima, por motivos culturales, e igualmente, por el gran conocimiento de los procesos requeridos (Luis Betancourt, 2018).

### **Frutas Orgánicas**

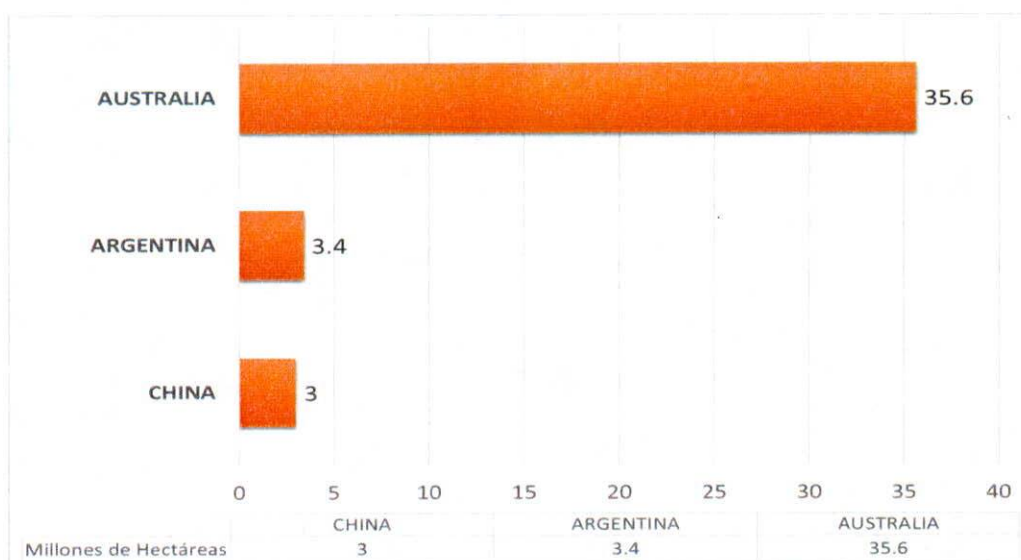
(Luis Betancourt, 2018) Anota que las fortalezas del país en este sector están en las frutas, ya que tienen una proyección importante. “Todavía le falta desarrollo en eso y si se llega a hacer proyectos productivos con el tema de frutas orgánicas eso sería muy importante”.

En Colombia se comercializan bastante las frutas orgánicas en especial los últimos años gracias a la nueva tendencia de Vida Saludable, se puede encontrar todo tipo de fruta orgánica, ya que estos productos se pueden volver orgánicos al cumplir los requisitos específicos de agricultura anteriormente mencionados, como se mencionó en la sección Condiciones de la agricultura (sección 1.5 del capítulo 1, p.16) de este documento, por ende cada empresa que decida producir y comercializar, asumirá estos costos de más por genera gran variedad de orgánicos.

## 2.2. HECTAREAS CULTIVADAS A NIVEL GLOBAL

La **figura 3**. Representa el tamaño en millones de hectáreas orgánicas de los tres países más potenciales en la producción siendo el 100%, definidos por, (IFOAM/FiBL, 2019) observando el puesto actual de China, nos encontramos que está dentro el rango de los países más potenciales en temas de producción, aunque es el último entre los mismos. Por ende de los países que se encuentran en el continente asiático ya quedaría descartado China por sus extensas hectáreas del mismo continente.

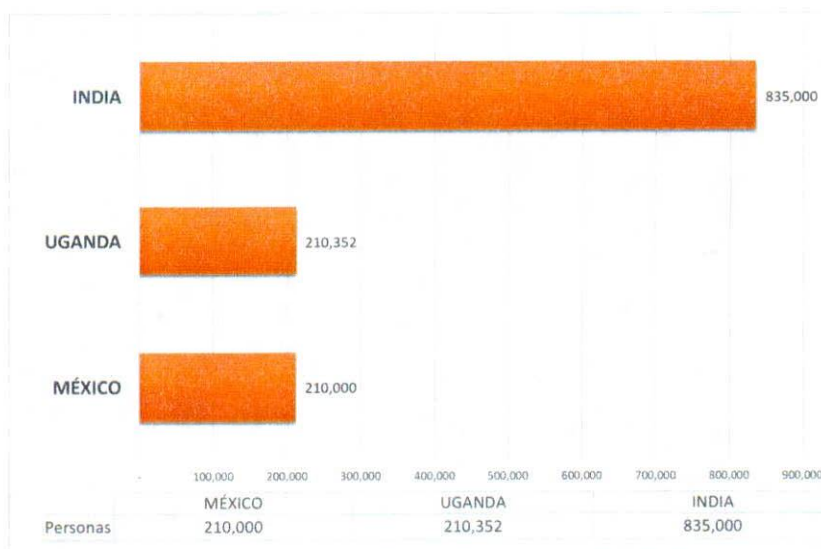
**Figura 3 Producción de productos orgánicos a nivel Global**



Fuente: Elaboración propia/Datos (IFOAM/FiBL, 2019)

En cuanto a los Países con más productores de alimentos orgánicos se encuentra en Asia, India con 835.000 personas, seguido de Uganda y México. (IFOAM/FiBL, 2019) **(Figura 4)**

**Figura 4 Países con más productores orgánicos.**



Fuente: Elaboración propia/Datos (IFOAM/FiBL, 2019)

Dentro de Suramérica, Chile y Perú son de los países principales que exportan frutas orgánicas al continente asiático entre demás países, al tener ya lazos comerciales y facilidad de acceso de los productos ya destinados a ser consumidos por los asiáticos en diferentes países del mismo continente, esto con el fin de disminuir trámites para que cada producto sea totalmente legal de ingresar a su destino final. En la tabla 2 y 3 se encuentran las exportaciones del año 2017, que han realizado los países de Chile y Perú, a los países destinos en Asia, también se especifica las compras que realizan de las diferentes frutas orgánicas que son producidas. En cuanto a Chile, de 26 países encontramos que 6 países del continente asiático hacen parte de las principales exportaciones, en el cual Japón que es uno de los países seleccionados como consumidor potencial de orgánicos, notándose en el registro de Aduanas de Chile con la compra de Arándanos frescos.

**(Tabla 1)**

**Tabla 1 Exportaciones de Chile a países asiáticos- frutas orgánicas-año 2017.**

Ranking	País destino	Manzanas	Cerezas	Arándanos		Total
				Frescos	Congelados	
8	China/Hong Kong	85	128	138	0	351
10	Corea	0	0	35	227	262
16	Japón	0	0	40	0	40
17	Taipéi Chino	0	3	35	0	38
21	Singapur	0	0	13	0	13
23	Tailandia	0	6	1	0	7
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>137</b>	<b>262</b>	<b>227</b>	<b>711</b>

*Fuente: Elaboración propia/ Datos, Aduanas de Chile (2017)*

Y en cuanto a Perú se encontró que de 18 países a los cuales se les exporta frutas orgánicas, Japón se encuentra en el Cuarto lugar con el producto de Banano orgánico, definido por la aduana peruana en valor FOB US\$, ya que los japoneses consumen bastante banano, es uno de sus principales productos en temas orgánicos. (Tabla 2)

**Tabla 2 Exportaciones de Perú a países asiáticos- frutas orgánicas-año 2017.**

Ranking	País Destino	Banano	
		Valor FOB US\$	Participación %
4	Japón	2.084.179,36	7.85%

Fuente: Elaboración propia/ Datos, SUNAT – ADUANAS PERÚ (<http://www.sunat.gob.pe/>)

### 2.3. ANÁLISIS DE COLOMBIA POR DEPARTAMENTOS

Ahora bien, después de una mirada a global, nos enfocaremos en un análisis a nivel Colombia, iniciando por Departamentos en el cual se puede observar las frutas orgánicas que se cultivan según cada departamento con sus hectáreas correspondientes. (Tabla 3)

**Tabla 3 Frutas Orgánicas**

Departamentos/ Productos	Banano/plátano	Frutas tropicales	Frutas amazónicas	Total
<b>Magdalena</b>	148.750 Ha			<b>148.750</b>
<b>Quindío</b>	148.750 Ha	148.875 Ha		<b>297.625</b>
<b>Valle del cauca</b>	148.750 Ha	148.875 Ha		<b>297.875</b>
<b>Amazonas</b>			12,5 Ha	<b>12.5</b>
<b>Putumayo</b>			12,5 Ha	<b>12.5</b>
<b>Atlántico</b>		148.875 Ha		<b>148.875</b>
<b>Caldas</b>		148.875 Ha		<b>148.875</b>
<b>Cesar</b>		148.875 Ha		<b>148.875</b>
<b>Cundinamarca</b>		148.875 Ha		<b>148.875</b>
<b>Santander</b>		148.875 Ha		<b>148.875</b>

<b>Huila</b>		148.875 Ha		<b>148.875</b>
<b>Antioquia</b>	148.750 Ha			<b>148.750</b>
<b>Total</b>	<b>595.000</b>	<b>1.191.000</b>	<b>25</b>	<b>1.786.275</b>

*Elaboración propia de la fuente; Federación Internacional de Movimientos de Agricultura*

*Orgánica (Ifoam)*

#### **2.4. PRODUCCIÓN INTERNA EN ASIA**

De acuerdo con el libro *The World of Organic Agriculture*, realizado por el IFOAM, actualizado en el 2019, en Asia el área total dedicada a la agricultura orgánica fue de 6,1 millones de hectáreas, había 1,1 millones de productores, la mayoría de los cuales estaban en India. Los principales países por área son; China (3 millones de hectáreas), e India con (1,8 millones de hectáreas). (IFOAM/FiBL, 2019) **(Tabla 4)**

**Tabla 4 Agricultura orgánica en Asia.**

<b>AGRICULTURA ORGÁNICA DE ASIA</b>	
<b>PAÍS</b>	<b>ÁREA (ha)</b>
CHINA	3.023.000
INDIA	1.780.000
KAZAJISTAN	277.145
INDONESIA	208.042
FILIPINAS	200.065
SRI LANKA	165.553
TAILANDIA	91.266
VIETNAM	58.018

PAKISTAN	51.304
AZERBAIJAN	37630
TIMOR ORIENTAL	31.278
REPUBLICA DE COREA	20.700
SIRIA	19.987
KYRGYSZTAN	19.327
ARABIA SAUDITA	17.075
TIJKISTAN	12.659
IRAN	11.916
CAMBODIA	11.042
MIANMAR	10.248
JAPÓN	9.956
NEPAL	9.361
BANGLADESH	8056
LAO	7.668
BUTHAN	6632
TAIWAN	6.490
ISRAEL	5.758
PALESTINA	5.298
EMIRATOS ARABES	4.687
GEORGIA	1.452
JORDAN	1.446

ARMENIA	1430
LEBANON	1.353
MALASIA	603
AFGANISTAN	272
IRAK	60
OMAN	38
KUWAIT	20
<b>TOTAL</b>	<b>6.116.835</b>

*Fuente: Elaboración propia/Datos (IFOAM/FiBL, 2019)*

## 2.5. PRODUCCIÓN DE FRUTAS ORGÁNICAS Y EMPRESAS EN CUNDINAMARCA

Para la producción a nivel Cundinamarca, se tomó en cuenta solo lo que es Sabana Centro, conformado por once (11) municipios (Zipaquirá, Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Gachancipá, Nemocón, Sopó, Tabio, Tenjo y Tocancipá), en la cual se encontraron 20 empresas, con diferentes métodos, sabores, extensiones, entre otros. En la región Sabana Centro, se encuentra variedad de frutas orgánicas, según cada municipio en el que está ubicado el terreno de cultivo. (Tabla 5)

**Tabla 5 Producción Frutas Orgánicas**

CENTRO DE ACOPIO	MUNICIPIOS	FRUTAS
<b>Cajicá</b> <b>85.000 Ha</b>	Tenjo, Sopó, Gachancipá, Cogua, Tocancipá, Cajicá.	Aguacate, Banano, Guanábana, Feijoa,

		Maracuyá, Mango, Naranja, Mandarina, Fresas, Limón.
<b>Tabio</b>	Tabio	Arándanos
		Uchuvas
<b>Madrid</b>	Tabio	Fresas
<b>Tenjo</b>	Subachoque	Arándanos
		Ciruelas
		Fresas
		Moras
		Frambuesas
		Feijoa

*Elaboración propia, Fuente; (Camara de Comercio , 2018)*

En Cundinamarca se encuentran veinte (20) empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos orgánicos. Una de ellas es amplia (Coperativa Huertas Verdes, 2002), y gran distribuidora de productos, ya que no solo se cultivan frutas, sino también cultivan otros tipos de orgánicos. Cuatro (4) de las veinte (20) empresas, están dedicadas a la producción y comercialización de frutas orgánicas, las cuales son:

1. (Cooperativa Huertas Verdes, 2002) : es una empresa asociativa de trabajo agrícola fundada en el año 2002. Nuestras actividades básicas son: producción, comercialización, investigación y difusión de nuestro trabajo. La producción de Huertos Verdes genera trabajo a más de 50 familias y tiene una influencia positiva en la agricultura de la región, sus cultivos se encuentran en doce (12) municipios los cuales son: Subachoque, Sopó, Tenjo, Macheta, Gachacipá, Tocancipá, Cogua, Guaduas, Tausa, Pacho, Cajica, Madrid. Y se dedica a la producción de hortalizas, plantas medicinales, frutales y especias, de estos producen diez (10) frutas orgánicas en total todos ellos con certificación orgánica, con un área total certificada de 85 hectáreas. Y su centro de acopio y despacho está ubicado en Cajicá.
2. (ECOLEBEN, s.f.) es una empresa que promueve y facilita la sana alimentación de tu familia mediante la distribución de productos orgánicos, ecológicos y saludables a domicilio en los municipios de Tabio, Chía, Cajicá y Bogotá. Producen y comercializan Frutas, Hortalizas, Hierbas y Especias. Se encuentra ubicada en el municipio de Tabio, entre sus productos están los Arándanos y Uchuvas orgánicos.
3. (Biotico - Verde Fresco Orgánico, 1993) La finca se llama La Estancia de Serrezuela, ubicada en Madrid, Cundinamarca. Desde 1993 toda nuestra producción se ha desarrollado con los lineamientos de la agricultura biodinámica. El 19 de abril de 2019 Verde Fresco recibió la renovación **Ecocert** por décimo sexto año consecutivo, porque cumplimos con todas los procedimientos y exigencias, especialmente en los resultados de residualidad. Biótico se dedica a la Producción y Comercialización de sus productos donde su centro de acopio se encuentra en el municipio de Madrid en el cual se producen las hortalizas y en el municipio de Tabio se producen fresas orgánicas entre otros orgánicos.

4. (BioDespensa, s.f.) Se encuentra ubicado en el municipio de Tenjo en el cual comercializan sus productos los cuales son: Alimentos orgánicos, Frutas orgánicas, Granolas orgánicas, Leches vegetales, Legumbres orgánicas, Panadería orgánica, Semillas orgánicas. Desde Subachoque BioDespensa te ofrece alimentos orgánicos cultivados por manos campesinas sin pesticidas ni agroquímicos que afectan la salud.

En resumen se puede decir que Colombia tiene la capacidad de producción por sus tierras y por el clima, ya que eso permite cultivar variedad de productos, entre ellos orgánicos, como lo dice el presidente Luis Betancourt de Fedeorgránicos, no solo es una oportunidad a nivel internacional, al contrario, a nivel nacional puede llegar a ser un éxito, las únicas barreras que impiden este proceso, son los altos costos de producción, el tiempo en dar fruto, y el poco apoyo del gobierno, ahora bien, el mercado externo es una cosa totalmente diferente, las personas se preocupan día a día por tener una vida saludable, lo cual los lleva a consumir más productos orgánicos entre ellos frutas, se necesita tierras con la capacidad de cubrir esta demanda. Mirando el continente asiático, se encontró la competencia directa siendo China como uno de los países con más producción a nivel Global con el puesto tres (3) y de los países con más productores se encuentra India, de esta forma quedan descartados estos dos países, pero sin antes surgir la duda del porque siendo vecinos estos dos (2) países no les proveen a los demás países cercanos que consumen de estos productos importados de otros continentes.

### **3. MERCADO OBJETIVO: CONTINENTE ASIÁTICO**

#### **3.1. CARACTERÍSTICAS DE ASIA**

Asia es el continente con mayor extensión y población del planeta. Su superficie es de 44 millones de km<sup>2</sup>, es decir el 29,45% de la superficie terrestre emergida (no cubierta por el agua).

Está ubicada en la parte oriental del hemisferio Norte. Limita con:

- Norte: Océano Glacial Ártico.
- Sur: Océano Índico.
- Oeste: Montes Urales
- Este: Océano Pacífico

La población actual de Asia se estima en más de 4.200 millones de habitantes, la cual representa 61% de la población mundial; es el continente con la mayor densidad de población la cual se concentra principalmente a orillas del mar de China y en la península indostánica. En estas regiones, la densidad poblacional llega a ser de 1,000 habitantes por kilómetro cuadrado y aproximadamente 70% de los nacimientos del mundo se producen en este continente.

Existe una gran variedad de grupos étnicos (malayos, árabes, armenios, persas, judíos, rusos, etc.). En la mayor parte de los países, los hombres son más que las mujeres. ( Julia Máxima Uriarte, 2017)

Los países del Sudeste Asiático, ubicados entre los 20 grados Latitud Norte y 10 grados Latitud Sur, presentan un clima tropical durante todo el año. Una característica especial de la región es el fenómeno del Monzón (fuertes vientos que son más pronunciados en el Sur de Asia), el cual ocurre a mediados del año y va acompañado de fuertes lluvias que duran uno o dos meses y dan origen a los Tifones. (Carlos Aquino Rodríguez, 2000)

Gracias al agua de la abundante lluvia que traen los monzones y de los ríos, en el Este asiático se cultiva el arroz, que constituye el principal alimento de su población, este permitió y permite sostener una gran población en Asia, rinde más por hectárea. ( Julia Máxima Uriarte, 2017)

Asia cuenta con 49 estados soberanos y 6 territorios dependientes. Las naciones que lo conforman son: Afganistán, Armenia, Azerbaiyán, Baréin, Bangladés, Bután, Brunei, Camboya, China, Chipre, Georgia, India, Indonesia, Irán, Irak, Israel, Japón, Jordania, Kazajistán, Corea del Norte, Corea del Sur, Kuwait, Kirguistán, Laos, Líbano, Malasia, Maldivas, Mongolia, Birmania, Nepal, Omán, Pakistán, Palestina, Filipinas, Qatar, Rusia, Arabia Saudita, Singapur, Sri Lanka, Siria, Tayikistán, Tailandia, Timor oriental, Turquía, Turkmenistán, Emiratos Árabes Unidos, Uzbekistán, Vietnam y Yemen. Los territorios dependientes son las islas Cocos, la isla de Navidad, Hong Kong, Macao, Acrotiri y Dhekelia y, por último, el Territorio Británico del Océano Índico.

El continente asiático cuenta con un PIB de \$31.580.000 dólares, siendo el continente con mayor producto interno bruto del mundo, seguido por Europa, América y África. Su PIB per cápita se disminuye a \$7.351 dólares debido a su extensa población. El desempleo de este continente es 3,8%, siendo el menor porcentaje a nivel continental, lo que quiere decir es que frente a los demás continentes el desempleo en Asia es bajo y también teniendo en cuenta que por el número de personas que se encuentran allí.

### **3.2. CONSUMO DEL MERCADO ASIÁTICO**

Según la “SIS International Research” en su investigación acerca del mercado de Asia publicado en el año 2018:

Las economías de Asia se caracterizan por su gran población, alto crecimiento y desarrollo es dinámicamente diversa en su panorama religioso y cultural y hay más de 1,500 idiomas que se hablan en la región. Dentro de ello, una tendencia importante de estos mercados es la rápida urbanización que está teniendo lugar, donde de las diez ciudades más pobladas del mundo, ocho están situadas en Asia.

En cuanto al desarrollo, los mercados difieren enormemente de país en país, el rápido desarrollo económico ha cambiado las necesidades y gustos del consumidor para muchos segmentos de consumidores. Si bien algunos de los países asiáticos se han convertido rápidamente en países desarrollados en el mundo, algunos aún están en etapa de transición. Japón, Corea del Sur, Brunei y Singapur están entre los países más desarrollados de Asia. China e India están avanzando a un ritmo de crecimiento fabuloso y se espera que, en pocos años, sean considerados países desarrollados. Se considera que Pakistán, Indonesia, Malasia, Sri Lanka y Tailandia todavía están en su etapa de desarrollo, pero están creciendo velozmente. Todos estos países, con sus distintos niveles de desarrollo presentan un gran reto para que los investigadores de mercados hallen oportunidades nicho para sus productos. Sin embargo, hacer negocio en estos mercados suele requerir que las empresas entiendan las muchas diferencias que existen en estos mercados.

Otro aspecto importante para analizar en los mercados asiáticos, es la diversidad. Asia ocupa el puesto más alto de diversidad entre los continentes, ya que casi todos sus países tienen diferencias en sus orígenes étnicos, culturas, religiones, economías, antecedentes históricos y políticos, y sistemas de gobierno. Aquellos que no logran entender las dinámicas y tradiciones

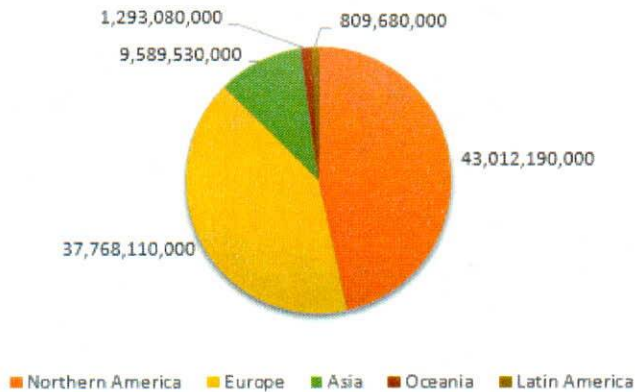
religiosas y culturales de estos países, enfrentan los mayores retos. Se considera a Asia uno de los continentes más religiosos, tradicionales y a menudo ortodoxos del mundo. Las principales religiones que se siguen en Asia abarcan el islam, hinduismo, jainismo, cristianismo, judaísmo, zoroastrismo, sijismo, budismo, confucianismo, Lingayatismo, y varias religiones más. La cultura de los países asiáticos varía ampliamente también incluso entre países que a veces siguen religiones similares. Los países del Sur de Asia son mucho más tradicionalistas en su enfoque del panorama religioso y cultural. Las leyes y regulaciones de hacer negocios en estos países y la ética empresarial en general varían ampliamente. Uno de los mercados más nuevos que está surgiendo en Asia es Myanmar, el cual se abrió recientemente al comercio mundial. El país carece de la más básica infraestructura y tiene un potencial de crecimiento de mercado en las industrias de la construcción y de producción de bienes de consumo. El país puede ser prometedor en términos de desarrollo, inversión y crecimiento. La rápida evolución de las economías de Asia lleva a nuevos gustos, apetitos y hábitos de compra. (International Research , 2018)

### **3.3. CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS**

El consumo de productos orgánicos ha ido aumentando año a año, en la siguiente figura **(Figura 5)**, se puede observar el consumo de estos mismos a nivel continental, dando a conocer que el primer lugar se lo lleva Norte América, seguido por Europa y ocupando el tercer lugar el continente asiático.

**Figura 5 Consumo de orgánicos en el mundo**

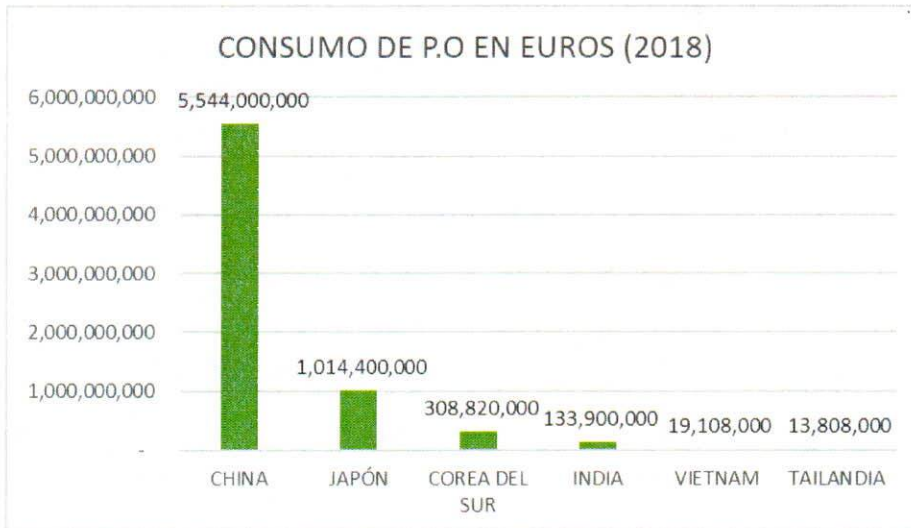
**CONSUMO DE ORGANICOS A NIVEL CONTINENTE  
VALOR EN €**



*Elaboración propia: Fuente: Organic World (2017), IFOAM*

Históricamente los mercados consumidores de orgánicos más importantes de Asia son Japón y Corea del sur. (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, 2019). En Asia, los datos acerca del mercado orgánico la mayoría no están disponibles, pero se puede asumir que ha ido creciendo continuamente. Sin embargo, el libro de The World of Organic Agriculture, brinda información, el cual explica que los dos grandes mercados de alimentos orgánicos en Asia, son Japón y Corea del sur, donde Japón en el año 2018 tuvo un consumo de €1.014.400.000 y Corea del Sur en el año 2018 €308.820.000. (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, 2019) (IFOAM) (**Figura 6**). Aun así, China es el mayor consumidor asiático, por encima de Japón y Corea del Sur, pero como también se caracteriza por sus amplias áreas de tierras cultivadas de orgánicos, no tiene la gran necesidad de importar dichos productos y por ello no se considera como un mercado de interés. Por el contrario, se puede ver que Japón y Corea del sur, tienen pocas tierras para cultivar con solo 9956 ha y 20700 ha, respectivamente.

**Figura 6 Consumo de productos orgánicos en Asia**



*Fuente: Elaboración propia/Datos (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica, 2019)*

### **3.4. CONSUMO DE ORGÁNICOS EN JAPÓN**

Con base en el plan de desarrollo de mercado en Japón, hecho por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, indica las tendencias de consumo y características de dicho País: El consumidor japonés tiene un alto valor de compra, es muy exigente en términos de calidad y confía mucho en las empresas japonesas que les proveen de productos o servicios, ya sean locales o importados. En cuanto a la producción agropecuaria, el mercado japonés no satisface la demanda interna, por lo que requiere importar frutas y vegetales en grandes proporciones. Por ejemplo, en frutas, es deficitario en un 30%, y en verduras y hortalizas, en un 70%. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019)

El panorama general de la agricultura orgánica en Japón, en cuanto a producción, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), es que producir cultivos orgánicos en el Japón, es difícil debido a la escasez de las tierras cultivables, combinado

con las condiciones climáticas calurosas y húmedas propias del país. Sin embargo, se produce orgánicamente una amplia gama de productos agrícolas, como: arroz, yerba mate, verduras, batatas, taro, pepino, papas, cítricos y muchas otras frutas. De las conversaciones con diferentes organismos certificadores orgánicos se deduce que en el Japón hay alrededor de 3 500 productores orgánicos que cultivan una superficie total de menos de 1 000 hectáreas. Las tendencias en materia de producción de frutas y verduras orgánicas parecen estar orientándose hacia líneas de productos de valor añadido, como las ensaladas mixtas pre envasadas. El proceso de certificación de grupos, previsto en las nuevas normativas de JAS, permite que grupos de administradores de varias propiedades unan sus productos y los vendan en determinados mercados. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2003). Esta producción nacional de productos orgánicos certificados JAS Organic ha experimentado un modesto crecimiento en volumen a lo largo de los años. Las cifras de producción de los últimos años muestran que la producción y la participación de las verduras (como porcentaje de todas las ventas orgánicas) aumentaron constantemente y alcanzaron una participación del 70% en 2015. Durante ese tiempo, el volumen total de ventas de verduras orgánicas creció en más del 40%. El arroz, aunque vio disminuir su participación en la producción orgánica, seguía siendo el segundo elemento más grande con una participación del 14,6% en 2015. (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), 2017). La producción de frutas orgánicas en Japón no es tan extensa, los japoneses se centran más en la producción de vegetales y de arroz. (**Tabla 6**)

**Tabla 6 Producción de Orgánicos en Japón. (Tons)**

<b>PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN JAPÓN</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>2015</b>
VEGETALES	42.038

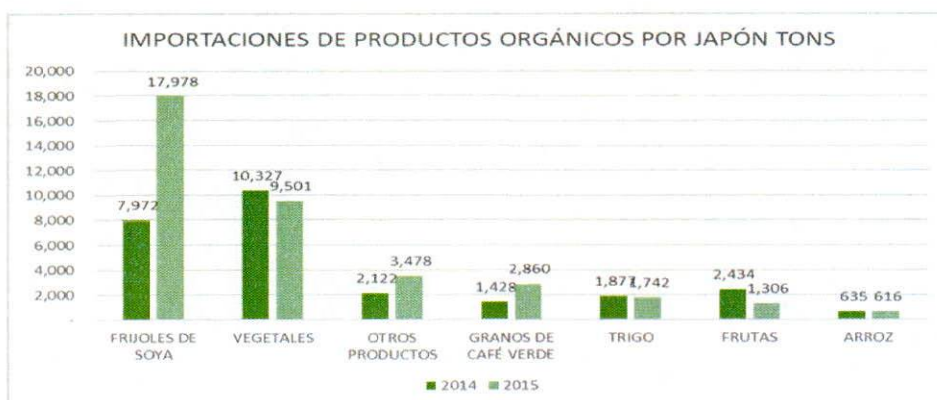
TRIGO	1.037
TE VERDE	2.608
OTROS PRODUCTOS	2.223
<b>FRUTAS</b>	<b>2.298</b>
FRIJOLES DE SOYA	1.201
ARROZ	8.831
<b>TOTAL</b>	<b>60.236</b>

Fuente: *Elaboración propia/Datos* (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

(USDA), 2017)

Por otro lado, la importación total, de plantas de producción certificadas por JAS Organic, ha fluctuado ampliamente a lo largo de los años, debido principalmente a una amplia variación en los volúmenes de importación de soja, el cual fue un artículo líder en orgánicos, para casi la mitad de las importaciones totales en 2015, seguido de vegetales y en sexto lugar la importación de frutas. (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), 2017). **(Figura 7)**

**Figura 7 Importaciones de productos orgánicos por Japón.**



Fuente: *Elaboración propia/Datos* (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

(USDA), 2017)

### **3.5. CONSUMO DE ORGANICOS EN COREA DEL SUR**

El mercado coreano de productos orgánicos está creciendo a pasos agigantados, los productos orgánicos locales hasta hace poco se limitaban a vegetales frescos, algunas frutas y arroz, pero en los últimos años las principales industrias de alimentos han empezado a procesar este tipo de mercancías. El mercado de orgánicos en Corea está en una nueva etapa, y aunque su población tiene fuerte influencia de occidente, aún prefiere los productos de marcas locales y es ahí, donde los insumos e ingredientes tienen oportunidad de exportación. En Corea del Sur, un número creciente de consumidores se preocupa por su salud, y por ello el interés en los alimentos orgánicos se ha incrementado. (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, 2013)

Un estudio, publicado en el 2011, concluye que los consumidores de este país prefieren producción local orgánica a la de otros países. Ese estudio hace hincapié en que la identificación del país de origen en el etiquetado, no es fácilmente visible como lo es la marca y precio, lo cual confunde al consumidor coreano cuando se trata de productos procesados. Además, ese estudio comprobó que únicamente el 31,7% del universo encuestado revisa en la etiqueta el país de origen (COO country of origin). Ese estudio añade que los consumidores coreanos de productos orgánicos compran alimentos procesados elaborados en el país, aunque los ingredientes sean de otros países, solamente al conocer que la marca es local.

De acuerdo con la Asociación de Comercio Orgánico (OTA), el cliente ideal para este tipo de alimentos en Corea tiende a ser las madres que tienen a niños y ancianos en el hogar, en su mayoría son mujeres urbanas que compran comida para los miembros de su familia. Las madres están prestando mayor atención a lo que comen sus hijos, y al parecer es lo que ha motivado a que las grandes industrias coreanas de alimentos se enfoquen en la producción de alimentos infantiles orgánicos (Asociación de Comercio Orgánico , 2013).

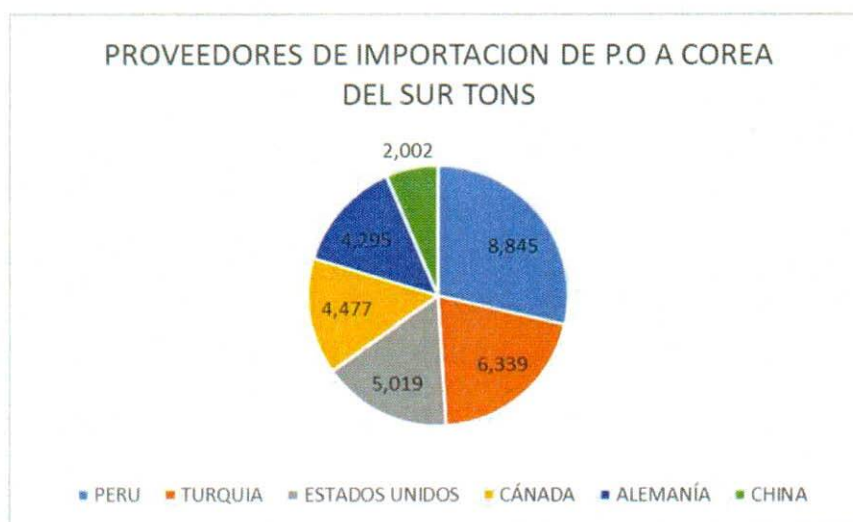
En cuanto al consumo de alimento, casi el 75% de él en Corea es importado, de acuerdo a cifras del Statistics Korea. Es la fruta uno de los productos de mayor consumo y que con la apertura de su mercado han podido importar una mayor variedad. Desde el año 1990, el consumo per cápita de frutas, en general, ha aumentado a una tasa promedio anual del 1,7 %. En 1990 fue de 41,8Kg y en el 2013 llegó a los 63,2Kg. Básicamente, este aumento se ha debido al crecimiento de la economía y al aumento de las importaciones de frutas. El año 1995, el consumo per cápita anual de frutas tropicales incluyendo las naranjas fue de 4,8Kg, y el año 2015 aumentó a 13,3Kg. Las frutas tradicionales que se consumieron más en Corea en el año 1995 fueron: manzana, pera, durazno, uva, mandarina y caqui, su consumo fue de 46,4Kg y el año 2015 bajaron a 43,7Kg. Lo anterior se debe básicamente, a que la tendencia del consumo de frutas está cambiando, aumentado las preferencias por frutas tropicales importadas. (Staticks Corea, 2014) y según una encuesta realizada por por Korea Rural Economic Institute (KREI), casi la mitad de los encuestados compran frutas 1 vez a la semana:

Todos los días	1,7 %
2-3 veces a la semana	17,6%
1 vez a la semana	46,4%
1 vez a la quincena	20,0%
1 vez al mes	8,5%
Menos de 1 vez al mes	4,9%
No compra	1,0%

Las importaciones de alimentos orgánicos de Corea, lograron un crecimiento anual de aproximadamente 10%, en los últimos cinco años para totalizar \$ 140 millones (valor CIF) y 50,104 toneladas métricas en 2017. La nueva política de certificación orgánica del gobierno coreano, implementada en 2014, resultó en una disminución repentina de las importaciones del mismo año. Sin embargo, las importaciones se recuperaron rápidamente en 2015, debido al acuerdo de equivalencia de certificación orgánica para alimentos procesados establecidos entre los Estados Unidos y Corea el 1 de julio de 2014 (y similares acuerdos establecidos con la Unión Europea el 1 de febrero de 2015). Los productos orgánicos representaron el 0.4 por ciento de todos los productos alimenticios y agrícolas importados a Corea en 2017. (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), 2017).

El mayor proveedor de productos orgánicos a Corea del sur en América es Perú, seguido de Turquía del continente asiático y en tercer lugar Estados Unidos que aunque no ocupa el primer puesto tiene alta presencia como exportadora de estos productos. **(Figura 8).**

**Figura 8 Top 10 proveedores que exportan Productos Orgánicos a Corea del Sur.**



*Fuentes: Elaboración propia/Datos (USDA, 2017)*

Aunque Estados Unidos siguió siendo el principal proveedor de alimentos orgánicos importados a Corea, al representar el 18,6 % (\$ 26 millones de las importaciones a partir de 2017), es probable que los proveedores estadounidenses enfrenten una competencia elevada en los próximos años a medida que los consumidores coreanos diversifiquen su sabor. En particular, los proveedores europeos presentan importantes competencias por alimentos orgánicos procesados de alto valor. Por otro lado, el aumento de la demanda por el valor del precio bajo la desaceleración continua de la economía coreana también genera una competencia adicional de competidores de bajo precio orientados a la exportación, como Chile y China, por productos básicos sin procesar. Siete competidores, incluidos Australia, Canadá y Japón, actualmente están negociando un acuerdo de equivalencia bilateral para alimentos orgánicos procesados con Corea con el objetivo de eliminar la barrera comercial en los próximos años. (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, 2017)

Sin embargo, Estados Unidos está firmemente posicionado en Corea, como uno de los orígenes más confiables para alimentos orgánicos. Si bien, no hay datos oficiales disponibles, las fuentes de la industria indican que los proveedores estadounidenses, probablemente disfrutarán de un sólido crecimiento de las exportaciones a Corea de frutas procesadas, quesos, jugos de frutas, confitería, suero de leche en polvo, lactosa, soja, trigo, nueces y alimentos para bebés. (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, 2017)

En cuanto a los productos importados por Corea del sur se puede encontrar que el producto orgánico esencial son las bananas y en tercer lugar se encuentran las frutas y vegetales. **(Figura 9)**

**Figura 9 Top 15 productos orgánicos importados por Corea del Sur.**



*Fuentes: Elaboración propia/Datos (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, 2017)*

## **4. CONVENIO Y ACUERDOS COMERCIALES ASIA Y COLOMBIA**

### **4.1. ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA ENTRE COLOMBIA Y JAPÓN**

La embajada Colombo Japonesa hace referencia al acuerdo de asociación económica entre Colombia y Japón diciendo que:

“Las negociaciones para un AAE con Japón iniciaron formalmente en diciembre de 2012, previo a lo cual ambos países adelantaron un estudio conjunto sobre la posibilidad de adelantar dicho proceso. La negociación se enmarca en la estrategia de acercamiento a Asia que viene desarrollando el Gobierno Nacional y significa una gran oportunidad para Colombia, por cuanto Japón es un país con el cual ha estrechado considerablemente sus relaciones comerciales en la última década, pues ha logrado triplicar sus exportaciones a este destino, pasando de USD 165 millones en 2001 a USD 528 millones en 2011”. (Embajada de Japon en Colombia, 2019)

Dicho acuerdo se encuentra en negociación y por lo tanto no está vigente, aunque aún así estos dos países tienen relaciones comerciales muy buenas y muy estrechas debido a que Japón es uno de los principales socios comerciales de Colombia. (Embajada de Japon en Colombia, 2019)

### **4.2. ACUERDO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DE COREA**

En resumen, del acuerdo de Libre Comercio entre la Republica de Colombia y Corea del sur se puede decir que es el primer acuerdo con el mercado asiático y sirve para estrechar lazos comerciales con los países orientales, atraer inversión productiva y acercar la oferta exportable de bienes y servicios colombianos a esta región, considerada la más dinámica del mundo en materia económica. Asia resulta un territorio atractivo para los exportadores debido a que está integrada por países con orientación importadora, que han crecido de manera acelerada en los últimos años y cuya población tiene alto poder adquisitivo. (PROCOLOMBIA, 2015)

## 5. REQUISITOS Y NORMAS PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS EN OTROS PAÍSES

La (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2003) da indicaciones importantes sobre los criterios básicos para la producción, el almacenamiento y el transporte de frutas orgánicas:

Los productores y exportadores de frutas orgánicas que tratan de vender sus productos en países desarrollados, que han aprobado normas y reglamentos orgánicos tendrán que cumplir con las normas establecidas por el país importador interesado. En los Estados Unidos, Japón y los países de la Unión Europea (UE), los mayores mercados de productos orgánicos, las normas que se aplican a la producción orgánica interna valen también para los productos orgánicos importados. Existen reglamentos detallados que regulan la producción, importación, comercialización y etiquetado de los productos orgánicos.

Los productores y exportadores que desean exportar frutas con la etiqueta orgánica tendrán que obtener la certificación orgánica. La certificación orgánica es un procedimiento por el que se verifica que el proceso de producción se ajusta a ciertas normas. En otras palabras, la certificación es primordialmente el reconocimiento de que esos productos son producidos de conformidad con las normas de producción orgánica. La función básica de un organismo de certificación es confirmar que los productos cumplen con determinadas normas orgánicas (por lo general las establecidas por el país importador o por el mismo organismo de certificación). Una vez certificados, los productos orgánicos se comercializan, llevando por lo general una etiqueta de certificación, que indica que los productos están certificados como orgánicos. La etiqueta de certificación atestigua la conformidad con ciertas normas y de por sí no es una marca comercial. Sin embargo, en la mayoría de los países la etiqueta de certificación también se registra como una marca comercial. A los productores que desean entrar en un determinado mercado de productos

orgánicos les puede resultar útil ser certificados por un organismo de certificación con una etiqueta de certificación que sea bien conocida en ese mercado.

Los costos de certificación pueden ser altos, aunque varían en función de la dimensión de la granja, el volumen de la producción y el organismo de certificación elegido. Relativamente pocos países en desarrollo tienen organismos de certificación dentro de sus fronteras (aunque esta situación está cambiando), y aun cuando se dispone de recursos suficientes para pagar la certificación, los agricultores carecen muchas veces de la información necesaria para encontrar inspectores fidedignos.

Hasta ahora, los reglamentos de los gobiernos tratan esencialmente de las referencias al método de producción orgánica que se indica en las etiquetas. No definen las normas que rigen la utilización de marcas comerciales privadas o marcas de certificación. Lo cual supone que pueden ser complementados con sellos privados que garanticen la calidad en base a normas orgánicas privadas.

## **5.1.REQUISITOS POR PAÍSES**

Para exportar productos orgánicos desde Colombia a otro país que en nuestro caso sería Japón y Corea del Sur del continente asiático se deben tener en regla los siguientes documentos y parámetros. En las etapas del proceso de exportación y recibimiento de la mercancía en los dos países elegidos, es necesario tener en cuenta los pasos que a continuación se señalan. **(Tabla 7)**

**Tabla 7 Requisitos de cada país para productos orgánicos**

<b>REQUISITOS Y NORMAS PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS</b>		
<b>COLOMBIA</b>	<b>JAPÓN</b>	<b>COREA DEL SUR</b>
<p>✓ Declaración de Exportación: Autorización de embarque en el sistema aduanero.</p> <p>✓ Inspección aduanera: Documental y física de las mercancías.</p> <p>✓ Registro de la empresa como Exportadora.</p> <p>✓ Certificado del representante legal: No debe tener infracciones de ningún tipo durante los cinco (5) años anteriores a la solicitud.</p> <p>✓ Certificación fitosanitaria: Debe ser emitido por un funcionario del país exportador.</p>	<p>✓ Documentos requeridos:</p> <p>1. Factura comercial.</p> <p>2. Descripción exacta de la mercancía.</p> <p>3. Número de paquetes.</p> <p>4. Tarifas de adunas según Bruselas.</p>	<p>✓ Documentos requeridos:</p> <p>1. Envíos comerciales</p> <p>2. Factura consular</p> <p>3. Licencia de importación</p> <p>4. Certificado de origen</p>

✓ Normas relativas a la categoría y calidad: En el cual se emite, categoría, calidad, maduración y la dimensión.

✓ Plaguicida y otros contaminantes: Norma LMR

✓ Despacho de aduanas

5. Señales, Códigos, Cantidad, Valor, Lugar, Fecha y Destinatario.

6. Nombre del consignatario.

7. Condiciones para el pago y símbolos de registro del avión.

✓ Licencia de Importación: Bajo qué sistema es importada.

✓ Lista de empaque.

✓ Certificado de origen, expedido, y certificado por la Cámara de Comercio local.

5. Carta de garantía del banco

6. Conocimiento del Embarque

7. Certificado sanitario

✓ Norma internacional de protección fitosanitaria: NIMF-15

✓ Revisión del área de cultivo, agua y semillas

✓ Métodos de cultivo

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Norma internacional de protección fitosanitaria: NIMF-15</li> <li>✓ Sistema de certificación y etiquetado estándar japonés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Control de calidad</li> </ul>
--	--

*Elaboración propia; Fuente: (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2001)*

## 5.2. REQUISITOS PARA TODO TIPO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

Los productos orgánicos, llevan un proceso largo tanto en tiempo como en costos para que estos por fin den fruto, desde ese momento se comienza un nuevo proceso para ser certificados, acreditados, tener su propia etiqueta de certificación orgánica por organismos calificados y así poder comercializarse, a continuación, se explica cada uno de los ítems que se deben tener en cuenta antes de salir al mercado:

- **Acreditación.** Procedimiento por el cual un organismo autorizado evalúa y reconoce oficialmente que un programa de certificación se ajusta a las normas de dicho organismo.
- **Certificado.** Documento que indica que existen pruebas suficientes de que el producto, proceso o servicio se ajusta a una determinada norma.
- **Certificación.** Procedimiento por el cual una tercera parte garantiza por escrito que un producto, proceso o servicio se ajusta a determinadas normas. Los productos alimentarios orgánicos

certificados son productos cuya producción conforme a determinadas normas de producción y elaboración orgánicas ha sido verificada.

- **Organismo de certificación.** Una organización que realiza la certificación. Algunas veces se le llama certificador o agencia de certificación.
- **Etiqueta de certificación.** Una etiqueta o símbolo que indica la verificación del cumplimiento de las normas.
- **Programa de certificación.** Un sistema de normas, procedimientos y gestiones para la realización de la certificación. Un organismo de certificación puede ejecutar varios programas de certificación diferentes. Algunas veces se llama sistema de certificación.
- **Autoridad competente.** El organismo oficial que goza de jurisdicción.
- **Control, organismo de control.** Términos usados comúnmente por el comercio para referirse a la inspección y al organismo correspondiente.
- **Inspección.** Una visita in-situ para verificar que una operación se ajusta a determinadas normas de un programa de certificación.
- **Organismo de inspección.** El organismo que realiza la parte de la certificación correspondiente a la inspección. Cuando un organismo de certificación realiza sus propias inspecciones, el organismo de inspección es idéntico al organismo de certificación. Algunas veces se le designa con el nombre de agencia de inspección u órgano de control.
- **Inspector.** Una persona designada para realizar la parte de un programa de certificación correspondiente a la inspección.

- **Licencia.** Un documento emitido conforme a las normas de un programa de certificación, por el cual el organismo de certificación concede a una persona u organismo el derecho de utilizar certificados o etiquetas de certificación para sus productos, procesos o servicios de conformidad con las normas del programa de certificación pertinente.
- **Operador.** Todo el que realiza actividades incluidas en un programa de certificación, por ejemplo, agricultores, industrias transformadoras, distribuidores.
- **Normas.** Acuerdos documentados que contienen especificaciones técnicas u otros criterios precisos que deben utilizarse como normas, directrices o definiciones, para garantizar que los materiales, productos, procesos y servicios son idóneos para su finalidad. Las normas relativas a los productos alimentarios orgánicos son normas de producción y/o elaboración que describen, prescriben, permiten o prohíben procedimientos y materiales, así como normas sobre la certificación y el etiquetado.

En resumen, se puede decir que cada país trabaja con diferente definición de orgánicos, pero en proceso documentario, ya que en si los productos orgánicos deben tener cierto proceso para poder convertirse en tal cosa, al no cumplirlo, no podrá ser certificado ni etiquetado como 100% natural. También se puede denotar que de los dos (2) países elegidos, el más exigente para el ingreso de estos productos es Japón, y como requisito de ellos debe llevar la etiqueta JAS para que el producto pueda ser comercializado.

## **6. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN**

### **6.1. ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE**

Según (Proexport, 2003) La estiba es una plataforma de almacenamiento, manutención y transporte. Soporta la mercancía y asegura todas las operaciones de la cadena de distribución. Es el método más utilizado al momento de almacenar productos, en este caso, frutas orgánicas, ya que se agrupa una cierta cantidad de producto que individualmente son poco manejables por el cuidado tan importante que tienen al ser orgánicos, este proceso facilita la manipulación de la mercancía favoreciendo la logística de distribución.

En la paletización se deben considerar los siguientes aspectos:

- La superficie de la estiba debe ser ocupada en su totalidad para obtener un peso óptimo.
- Cada unidad de carga debe estar conformada por cajas, o canastillas de las mismas o cercanas dimensiones.
- Las cajas deben alinearse haciendo coincidir sus esquinas con las esquinas de las estibas para evitar voladizos o formar vacíos entre sí.

Cuando se habla de transporte de alimentos orgánicos, (Procolombia, 2014) dice que estos requieren bastantes cuidados debido a que son productos perecederos, por eso mismo se debe saber qué medio de transporte es más efectivo, teniendo en cuentas las variables de estos productos, como se sabe, transportar productos por medio marítimo requiere de un mayor tiempo de entrega de estos mismo. Por esa misma razón se considera que por medio aéreo es más eficaz el transporte de los alimentos.

El transporte aéreo de productos requiere mantener una temperatura específica tiene un alto riesgo por la cantidad de puntos críticos que hay en la cadena logística y que amenazan la cadena

de frío. Desde la carga en origen, la espera de la carga en pista (muchas veces al sol), el tiempo en bodega (donde puede estar desde  $-18^{\circ}\text{C}$  a  $+20^{\circ}\text{C}$ ), o el tiempo de espera en un almacén, hay numerosas amenazas externas a la temperatura del producto, lo cual requiere un tratamiento especial por parte de un transitorio especializado en carga perecedera.

Es fundamental planificar, calculando no solo el tiempo de vuelo sino también los tiempos de espera en los trasbordos, los cut-off antes de cada vuelo, los tiempos necesarios para despacho, etc.

Teniendo en cuenta lo anterior el embalaje a usar será embalajes aislantes: Existen distintas soluciones de embalajes con aislante incluido, como cajas de cartón con polietileno expandido o con láminas de aluminio. Existen en distintos tamaños y suelen ser suficientes en vuelos directos si se combinan con algún material refrigerante.

Por otro lado el transporte marítimo es poco viable para productos perecederos como los son los orgánicos, por su rápida madurez y el tiempo que lleva trasladarlos en barco por esa razón deben ser transportados vía área, pero hay una excepción los plátanos suelen ser transportados por mar por su largo proceso de maduración. (Procolombia, 2014)

## **6.2. EMPAQUE DE FRUTAS ORGÁNICAS – VÍA ÁREA**

El empaque de frutas orgánicas debe satisfacer los requerimientos tanto del producto como del mercado (Logihfrutic, 2017). La naturaleza perecible de los productos frescos, significa que el empaque es una inversión necesaria a fin de:

- ✓ Proteger el producto en todas las etapas del proceso de mercadeo desde el productor al consumidor

- ✓ Eliminar la manipulación Individual del producto para de este modo, acelerar el proceso de mercadeo
- ✓ Uniformizar el número de unidades del producto por envase de modo que todos los comerciantes manejen cantidades estandarizadas.

La percibibilidad de los productos frescos justifica buscar cualquier mejora en materia de empaque, siempre que muestre algún beneficio sobre la calidad de pos cosecha y pueda justificarse económicamente.

Vale la pena notar que el empaque usualmente es el elemento de pos cosecha que puede cambiarse con más facilidad, ya que existe una tendencia a culpar a un empaque inadecuado de los altos niveles de deterioro, sin antes llevar a cabo un análisis detallado de toda la cadena de la manipulación y mercadeo. Allí donde las pérdidas son demasiado altas es poco probable que el cambio de envase de como resultado alguna disminución significativa, si no se mejoran al mismo tiempo las técnicas de cosecha, la manipulación en el campo, clasificación por calidad y sistema de transporte. Se debe tener en cuenta una lista de los requerimientos esenciales del empaque y de algunas dificultades en su diseño. **(Ver Tabla 8)**

- El diseño preliminar debe considerar:
  - ✓ Prevención de daño mecánico
  - ✓ Tamaño y forma
  - ✓ Resistencia
  - ✓ Ventilación
  - ✓ Materiales usados en su construcción
  - ✓ Apariencia y etiquetado

**Tabla 8 Empaques de frutas orgánicas – modalidad área**

	<b>TIPOS</b>		
	<b>Caja de Cartón Corrugado</b>	<b>Canastilla Plástica</b>	<b>Fibras Naturales</b>
<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>Las cajas de cartón corrugado son el material más utilizado para la elaboración de empaques de comercialización y exportación de productos hortofrutícolas. Se elaboran con láminas sencillas, dobles o triples onduladas y con perforaciones que permiten la ventilación del calor, respiración del producto y la circulación del aire frío al producto. Los empaques de doble ranura brindan mayor resistencia al apilado por lo</p>	<p>Las canastillas plásticas son la mejor alternativa en el empaque de productos hortofrutícolas que son comercializados en el mercado local de cada país, al brindar una mayor protección física y mecánica a los productos y garantizar la conservación de la calidad a lo largo de la cadena de suministro siempre y cuando, los productos se organicen en orden y en niveles. Son</p>	<p>Tales como canastos tejidos de bamba, mimbre o paja que tienen la ventaja de ser baratos, fácilmente disponibles y de uso familiar para los usuarios.</p> <p><b>Sus desventajas son:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imposibilidad de limpiarlos y esterilizarlos</li> <li>• Falta de rigidez, lo que impide el estiba miento</li> </ul>

	que se recomienda utilizar en frutas y hortalizas.	resistentes, fáciles de manejar y limpiar, apilables y reutilizables. La canastilla de 30cm de altura es la más conocida y de mayor uso para la comercialización de productos hortofrutícolas.	múltiple de los canastos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalmente son demasiado grandes para ser manipulados con facilidad y su forma desperdicia el espacio del transporte.</li> <li>• Tienen muchos bordes con filo que perforan y hieren al producto.</li> </ul>
--	--	--	---

*Elaboración propia; fuente; (Logihfrutic, 2017)*

### **6.2.1. Preempaques para prolongar la vida útil del producto**

Permiten conservar los productos hortofrutícolas, proteger de la deshidratación y del daño mecánico, aislar de posibles patógenos en el ambiente y crear condiciones que favorecen su respiración y maduración lenta y controlada. Entre estos preempaques se encuentran envolturas de película plástica (polietileno o PVC) bajo la forma de película retráctil, estirable o adherible; bolsas de papel o de película de polietileno o polipropileno micro perforados; envasados en atmósfera

modificada (EAM); películas y recubrimientos comestibles. Generalmente, el tipo de preenvase se establece a partir de las especificaciones del cliente o para garantizar la calidad del producto. (Logihfrutic, 2017)

### **6.3. ASPECTOS LOGISTICOS DE JAPÓN**

Antes de entrar en la logística, se hablara un poco para contextualizar el territorio Japonés al momento de realizar una importación, para tener conocimiento del área a la cual llegara la mercancía, está situado en el Océano Pacífico, al noreste de Asia, está formado por cuatro grandes islas Hokkaido, Honshu, Shikoku y Kyushu y por 3.000 mucho más pequeñas. La superficie total de su territorio es de 377,835 km<sup>2</sup>. Posee una infraestructura de transporte desarrollada. Está compuesta por una red de carreteras de 1.196.999 Km, de los cuales 949,101 Km se encuentran -pavimentados. La red ferroviaria tiene una extensión de 23.474 Km, la cual permite el desplazamiento y movilización de pasajeros, y de carga, a lo largo del territorio japonés. (Intelligence, 2016)

La mercancía que se llevaría a Japón es perecedera por ende se necesita de un transporte que no consuma tanto tiempo, el cual sería por vía área siendo más eficaz en este caso para que el producto llegue en buen estado, cumpliendo cada requisito de empaque y embalaje de los productos. (Ver sección 6.2, p. 66).

#### **6.3.1. Servicios aéreos**

La infraestructura aeroportuaria de Japón está compuesta por un total de 175 aeropuertos distribuidos a lo largo del territorio insular y garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país.

Por los que se ofrecen servicios internacionales desde el Aeropuerto Internacional de Fukuoka, Aeropuerto Internacional de Osaka, el Aeropuerto de Hiroshima, el Aeropuerto internacional de Kansai, el Aeropuerto Internacional de Tokio - Narita Airport y el Aeropuerto internacional Haneda

Sin embargo, los complejos aéreos de Aeropuerto internacional de Kansai, Aeropuerto Internacional de Tokio - Narita Airport y Aeropuerto internacional Haneda son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

Desde Colombia, la aerolínea utilizada para trasportar esta mercancía es Avianca la cual hace transbordo en Estados Unidos, tiene diferentes frecuencias dependiendo la ciudad elegida del mismo país. También se muestra una serie de opciones para trasportar los productos, con sus destinos finales. **(Ver Tabla 9)**

**Tabla 9 Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Japón**

<b>Aerolíneas</b>	<b>Conexiones</b>	<b>Frecuencia</b>
American Airlines	Miami - Estados Unidos, New York - Estados únicos	Lunes a Domingo
Avianca	Miami - Estados Unidos, New York - Estados únicos, Los ángeles - Estados Unidos	Lunes a Domingo, Miércoles a Domingo y Día de por medio
Aeroméxico	México city - México	Lunes y Jueves
Cargolux	Luxemburgo - Luxemburgo, Komatsu - Japón	Viernes y Domingo
British Airways	Miami - Estados Unidos, Londres - Reino Unido, Tokio	Lunes a Domingo

Martinair	Ámsterdam - Países bajos	Martes a Domingo
United Airlines	Houston - Estados Unidos, Newark - Estados Unidos	Martes a Domingo
Kim	Ámsterdam - Países bajos	Lunes a Domingo
Air france	París - Francia	Lunes a Domingo
Delta Airlines	Atlanta- Estados Unidos, Seattle - Estados Unidos, Atlanta - Estados Unidos, Tokio - Japón	Lunes a Domingo
Fedex	Memphis - Estados Unidos	Lunes a Domingo
Centurión	Miami - Estados Unidos	Lunes a Domingo
Air Canadá	Toronto - Canadá, Vancouver - Canadá	Martes. Jueves y Sábado
Lufthansa	Frankfurt - Alemania, Singapur - Singapur, Tokio - Japón	Lunes a Domingo

*Elaboración propia; Fuente: Aerolíneas. Información procesada por Coordinación de Logística y Competitividad. (Procolombia, 2016)*

#### **6.4. ASPECTOS LOGISTICOS DE COREA DEL SUR**

Corea del Sur es un país de Asia oriental ubicado en la parte sur de la Península de Corea, limitando al norte con la República Democrática Popular de Corea. Al este con el mar del Este (o Mar de Japón), y al oeste con el mar Amarillo. La superficie total de su territorio es de 98,480km<sup>2</sup>. (Intelligence, 2016)

La mercancía que es llevado a Corea del Sur es perecedera por ende se necesita de un transporte que no consuma tanto tiempo, el cual sería por vía aérea siendo más eficaz en este caso para que el producto llegue en buen estado, cumpliendo cada requisito de empaque y embalaje de los productos. (Ver sección 6.2, p. 66).

### 6.4.1. Servicios Aéreos

La infraestructura aeroportuaria de Corea del Sur está compuesta por un total de 114 aeropuertos, distribuidos a lo largo del territorio, garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Sin embargo, el Aeropuerto Internacional de Incheon de Seúl y el Aeropuerto Internacional Gimhae, son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

Actualmente existen más de 10 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga desde Colombia hacia Corea del Sur. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Canadá, Luxemburgo, Países Bajos, Japón y Singapur. (Intelligence, 2016)

Como se puede observar no hay un vuelo directamente a Corea del sur o con alguna conexión desde Colombia, por lo tanto lo que se haría para trasportar los productos es viajar a Estados unidos desde la aerolínea Avianca, y ya en Estados Unidos ir a la aerolínea United Airlines ya que esta va directamente al destino final, la frecuencia de esta aerolínea es de todos los días. También se muestra una serie de opciones para trasportar los productos, con sus destinos finales.

**(Ver Tabla 10)**

**Tabla 10 Conexiones de Aerolíneas prestadoras de servicio a Corea del Sur**

<b>Aerolínea</b>	<b>Conexiones</b>	<b>Frecuencia</b>
American Airlines	Dallas - Estados Unidos	Lunes a Domingo
Cargolux	Luxemburgo - Luxemburgo, Komatsu - Japón	Martes, Viernes y Domingo
British Airways	Miami - Estados Unidos, Londres - Reino Unido	Lunes a Domingo menos Viernes

Martinair	Ámsterdam - Países bajos	Martes a Domingo
United Airlines	Directo	Lunes, Jueves, Viernes, Sábado y Domingo
Delta Airlines	Atalanta - Estados Unidos, Seattle - Estados Unidos, Tokio - Japón	Lunes a Domingo
Centurión	Miami - Estados Unidos	Martes a Domingo
Air Canadá	Toronto - Canadá, Montreal. Canadá	Martes, Jueves y Sábado
Lufthansa	Frankfurt - Alemania	Lunes a Domingo

*Elaboración propia; Fuente; Aerolíneas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad (Procolombia, 2016)*

En resumen para transportar productos perecederos la mejor opción es vía aérea por razones de maduración de los diferentes productos, estos deben llevar un empaque adecuado para no ser golpeados, que no se caigan, o tengan daños, y así conservar la vida útil del producto siguiendo cada precaución, para las frutas orgánicas, existen tres tipos de empaques los cuales son cajas de cartón corrugado, canastillas de plástico y fibras naturales, todas tienen ventajas como desventajas, dependiendo el producto se debe elegir correctamente el empaque para poder conservarlo más y en el camino no perder producto como también dinero. El único método que se implementaría para la entrega de los productos en Japón y Corea del Sur, es por vía aérea, directamente desde Avianca, realizando conexiones en Estados Unidos.

## CAPITULO VI. CONCLUSIONES

La producción orgánica es una alternativa para enfrentar problemas ambientales, mejorar el suelo, y encontrar opciones de mercado para los productores; ofrece además un estilo de vida más saludable respetando el ciclo natural de los ecosistemas; es a su vez una alternativa para el desarrollo de la agricultura, teniendo efectos positivos sobre el medio ambiente y la salud.

Colombia tiene la capacidad de producción por sus tierras y por el clima, ya que eso permite cultivar variedad de productos, entre ellos orgánicos, como lo dice el presidente Luis Betancourt de Fedeorgánicos, no solo es una oportunidad a nivel internacional, al contrario, a nivel nacional puede llegar a ser un éxito. Mirando el continente Asiático, se encontró la competencia directa siendo China como uno de los países con más producción a nivel Global con el puesto tres (3) y de los países con más productores se encuentra India.

Las personas se preocupan día a día por tener una vida saludable, lo cual lleva a consumir más productos orgánicos entre ellos frutas, se necesita tierras con la capacidad de cubrir este demanda.

Es un hecho que ya solo es una tendencia un tanto pasajera ya que los costos de estos productos son muy altos a comparación de los productos tradicionales en el caso de Colombia, por esa razón solo el 5% de la producción se queda en el país y el 95% se exporta, ya que en Colombia las personas prefieren consumir otras cosas a más bajo costo sin pensar en la calidad de vida a diferencia de otros países que se preocupan por su bienestar.

En el mercado asiático se encuentran dos países opcionales debido a sus datos y que estos están catalogados como los mercados de orgánicos más grandes de Asia, dichos países son Japón y Corea del Sur, ya que datos de ellos muestran su alto consumo y demanda por estos alimentos y

sus escasas tierras para cultivarlos. Además de ello, contando con que estos países tienen relaciones comerciales muy estrechas con Colombia, aunque con Japón el Acuerdo de asociación económica no está vigente se tienen buenos lazos en este ámbito, mientras que con Corea del Sur sí se tiene un acuerdo que está en vigencia (Acuerdo de libre comercio entre la república de Colombia y la república de Corea).

Cada país trabaja con diferente definición de orgánicos, pero en proceso documentario, cada producto orgánico deben tener cierto proceso para poder convertirse en tal cosa, al no cumplirlo, no podrá ser certificado ni etiquetado como 100% natural. También se puede decir que de los dos (2) países elegidos, el más riguroso para el ingreso de estos productos es Japón, y como requisito de ellos debe llevar la etiqueta JAS para que el producto pueda ser comercializado.

Al transportar productos perecederos la mejor opción es vía aérea por razones de maduración de los diferentes productos, estos deben llevar un empaque adecuado para no ser magullados, y así conservar la vida útil del producto. Se debe elegir correctamente el empaque para poder conservarlo más y en el camino no perder producto como también dinero. El método que se usaría para la entrega de los productos en Japón y Corea del Sur, es directamente desde Avianca, realizando conexiones en Estados Unidos.

## CAPITULO V. BIBLIOGRAFIA

- Julia Máxima Uriarte. (26 de Septiembre de 2017). *Caracteristicas.co*. Fonte: <https://www.caracteristicas.co/asia/>
- Luis Betancourt. (2018). “*EN COLOMBIA EXPORTAMOS 95% DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA*”: PRESIDENTE DE FEDEORGÁNICOS. Bogotá : Fedeorgánicos.
- Asociación de Comercio Orgánico . (2013). *Asociación de Comercio Orgánico*. Asociación de Comercio Orgánico .
- BELTRAN, D. M. (2016). *CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS EN COLOMBIA: UNA CULTURA*. Cajica : PDF.
- BioDespensa*. (s.d.). Fonte: Tenjo : <https://www.facebook.com/mibiodespensa/>
- Biotico - Verde Fresco Orgánico*. (1993). Fonte: <https://biotico.co/huerta-organica-certificada-por-ecocert/>
- British Journal Of Nutrition. (2014). *Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence*. Inglaterra: British Journal Of Nutrition.
- Camara de Comercio . (... de Diciembre de 2018). *Empresas productoras de Orgánicos: Camara de Comercio* . Fonte: Camara de Comercio (CCB): <https://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Desarrollo-Regional/La-CCB-en-Cundinamarca>
- Carlos Aquino Rodríguez. (2000). *Introduccion a la economía asiática*. Lima.
- Center, A. T. (2008). *Productos orgánicos*. Argentina.
- Coperativa Huertas Verdes*. (2002). Fonte: <https://www.huertosverdes.com/>
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). (2017). *Japanese Organic Market*. EE.UU: Osaka Ato.
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. (2017). *Japanese Organic Market*. EE.UU: Osaka Ato.
- ECOLEBEN*. (s.d.). Fonte: [https://ecoleben.com/?fbclid=IwAR295UKdx-IBU84eU-0lt5OOVcsw\\_BWrxolZnOQK80IEpnrGRKLdwC667aI](https://ecoleben.com/?fbclid=IwAR295UKdx-IBU84eU-0lt5OOVcsw_BWrxolZnOQK80IEpnrGRKLdwC667aI)
- Embajada de Japon en Colombia. (2019). *Embajada de Japon en Colombia*. Fonte: <https://www.colombia.emb-japan.go.jp/ESP/bilateral/comercial.htm>
- Fedeorganicos . (2018). *Organicos* .
- Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica. (2019). *The World of Organic Agriculture*. Alemania: FiBL.
- Huat, C. B. (2012). *Expansión del consumo*. Singapur: Anuario Asia Pacifico.

- IFOAM/FiBL. (2019). *The World of Organic Agriculture*. Alemania.
- Intelligence. (... de ... de 2016). *Intelligence, Central Agency of*. Fonte: Intelligence Web Site: <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-corea-del-sur>
- International Research . (2018). *SIS International Research*. Fonte: <https://www.sisinternational.com/investigacion-de-mercado-en-asia/>
- Logihfrutic. (... de ... de 2017). *Empaques y Embalajes: Logihfrutic*. Fonte: [Logihfrutic.unibague.edu.co](http://logihfrutic.unibague.edu.co): <http://logihfrutic.unibague.edu.co/logistica-y-comercio/empaques-y-embalajes>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2012). *Requisistos para la producción orgánica o ecológica* . Colombia: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Fonte: PLAN DE DESARROLLO DEL MERCADO JAPONES: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PDM/Japon/08.html](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/08.html)
- Ministerio de Salud. (2019). *Alimentacion saludabl*. Colombia: Ministerio de Salud.
- MINTEL. (2013). *Consumo de productos organicos en China*.
- Organic Monitor. (2018). *Orgánicos* . Asia.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (... de ... de 2001). *FAO*. Fonte: [fao.org](http://fao.org).
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (s.d.). *FAO*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2003). *FAO.ORG*. Fonte: <http://www.fao.org/3/y4137s/y4137s0d.htm>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2007). *Alimentos Producidos Orgánicamente. Codex alimentarius*, 5.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *Alimentación Sana*.
- Procolombia. (... de ... de 2014). *Procolombia*. Fonte: Procolombia Web/PDF: [https://procolombia.co/sites/all/modules/custom/mccann/mccann\\_ruta\\_exportadora/files/06-cartilla-cadena-frio.pdf](https://procolombia.co/sites/all/modules/custom/mccann/mccann_ruta_exportadora/files/06-cartilla-cadena-frio.pdf)
- Procolombia. (... de ... de 2016). *Perfil logístico de Corea del Sur*. Fonte: [Colombiatrade.com.co](https://www.colombiatrade.com.co): [https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-Corea del Sur](https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-Corea%20del%20Sur)

- Proexport. (... de ... de 2003). *Proexport*. Fonte: Proexport Web site:  
<http://logihfrutic.unibague.edu.co/logistica-y-comercio/empaques-y-embalajes>
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. (2013). *Mercado de productos orgánicos en Corea del Sur*. Costa Rica: Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.
- Research, International. (2018). *SIS International Research*. Fonte:  
<https://www.sisinternational.com/investigacion-de-mercado-en-asia/>
- Staticks Corea. (2014). *Consumo Productos Orgánicos Corea*. Corea del Sur: STATICKS-COREA.