

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y CULTO
VICEMINISTERIO DE RELACIONES ECONOMICAS
Y COMERCIO EXTERIOR

CENTRO DE PROMOCION BOLIVIA – CEPROBOL

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS: JAPON



La Paz Bolivia
2005

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS: JAPON

1. PERFIL PAIS

Nombre Oficial: Japón (Nipón o Nihon)

Área (km²): 377,835

Costas (km): 13,685

Límites marítimos: 12 (mar territorial); 200 (zona económica exclusiva).

División Política: 9 regiones subdivididas en 44 prefecturas, 2 prefecturas urbanas y una metrópolis.

Capital: Tokio

Unidad monetaria: yen; 1 yen

Idiomas: (oficial) japonés; (no oficiales) coreano, chino, lenguas filipinas, inglés y ainu.

Fiesta Nacional: 11 de febrero Día de la Fundación Nacional

Hora oficial: GMT + 9 horas (normal/verano)

Miembro de: ONU, G7, OCDE

Japón ocupa el archipiélago de su nombre, constituido por 1,042 islas, dispuestas en un ancho de más de 4,000 km de largo y orientado de NE a SO. Las más grandes son Hokkaido, Honsu, Shikoku y Kyushu. El archipiélago de Ryukyu está integrado por 72 islas; la más importante es Okinawa. Japón reclama a Rusia varias de las islas Kuriles.

2. PERFIL DEMOGRÁFICO

Población (hab.): 127,286,000

Densidad de población (hab/km²): 333.8 (aprox.)

Crecimiento poblacional: 127,286,00 (2004), 130,334,000(estimado al 2010)

Fertilidad: 1.5

Natalidad: 10.0

Mortalidad: 7.0

Edad promedio (años): 39.0

Capital (hab): Tokio, 11,771,819

Ciudades principales (hab): Yokohama, 3.307.408; Osaka, 2,602,352; Nagoya, 2,152,258;

Saporo, 1,756,968; Kobe, 1,423,830; Kyoto, 1,463,601; Fukuoka, 1,284,741; Hiroshima,

1,108,868; Kita-Kyushui, 1,019,522.

3. PERFIL ECONÓMICO

PIB: US\$ 3.979 miles de millones
Tasa de crecimiento real del PIB: -0,7%
Ingreso per cápita: US\$ 26.310
Tasa de inflación: -0.9%
Tasa de desempleo: 5.4%

Evolución de la Economía

Una de las características más destacables de la economía es el trabajo en conjunto entre fabricantes, proveedores y distribuidores en grupos llamados "keiretsu". Una segunda característica ha sido la garantía laboral de por vida para una parte sustancial de la fuerza laboral urbana. Durante tres décadas el crecimiento económico real fue de un 10% en promedio en la década de 1960, un 5% en promedio en la década de 1970 y un 4% en promedio en la década de 1980. El crecimiento disminuyó en la década de 1990, con un promedio de tan solo 1.7%, debido principalmente a las repercusiones por el exceso de inversión a finales de la década de 1980 y a políticas internas contraccionistas, con la intención de presionar los excesos especulativos de los mercados de bienes y capitales. Los esfuerzos del gobierno por revivir el crecimiento económico han tenido poco éxito y se han visto afectados en el 2000 – 2003 por la recesión de las economías de Estados Unidos, Europa y Asia. La inmensa deuda pública de Japón, que se acerca al 150% de su PIB, y el envejecimiento de su población son dos de los principales problemas hacia largo plazo.

4. COMERCIO DE JAPON CON EL MUNDO

Comercio Internacional (US\$ Millones)			
Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza
2001	403.496.000	349.089.000	54.407.000
2002	415.985.000	336.385.000	79.600.000
2003	469.976.000	381.195.000	88.781.000

Exportaciones (2003): US\$ 469.976 millones

Principales Productos:

Equipos eléctricos 21.7%
Maquinaria y equipos no eléctricos 20.2%
Bienes de consumo de larga vida 19,3%
Suministros industriales 18.9%
Vehículos de pasajeros 14.5%.

Principales Destinos:

Estados Unidos 24.6%
 Unión Europea 16.0%
 China 12.2%
 Corea del Sur 7.4%
 Taiwán 6.6%
 Hong Kong 6.3%

Importaciones (2003) : US\$ 381.195 millones

Principales Productos:

Suministros industriales 41.9%
 Combustibles minerales 21%
 Equipos eléctricos 12.1%
 Alimentos naturales u orgánicos 9%.

Principales Proveedores:

China 19.7%
 Estados Unidos 15.4%
 Unión Europea 13.1%
 Corea del Sur 4.7%
 Indonesia 4.3%

Balanza Comercial: US\$ 88.781 millones

5. RELACIONES BILATERALES BOLIVIA JAPON

Año	Exportaciones En US\$	Importaciones En US\$	Balanza Comercial En US\$	Comercio Global En US\$
2000	3.064.824	103.244.724	99.767.703	106.309.548
2001	2.812.323	58.393.929	55.566.092	61.206.252
2002	5.890.003	101.308.425	95.444.379	107.198.428
2003	16.688.528	83.461.000	64.852.142	100.149.528

6. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS DE BOLIVIA A JAPON

Bolivia exporta al Japón productos por un valor superior a los 16 millones de dólares.

Principales productos:

Mineral de cinc y sus concentrados (46%)
 Minerales de plata y sus concentrados (12%)
 Azúcar de caña (6%)
 Las demás semilla de sésamo (ajonjolí) (5%)
 Las demás maderas aserradas, Café sin tostar sin descafeinar (3%)
 Alimentos (haba, frijoles, aceites de soya, cereales, Quinoa, Cacao en polvo, etc.) y Sal (18%).

7. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE IMPORTA BOLIVIA DE JAPON

Bolivia importa del Japón productos por un valor superior a los 83 millones de dólares.

Principales productos:

Vehículos, automóviles, tractores, otros (70%)

Maquinas, aparatos y artefactos mecánicos 17%

Caucho y manufacturas de caucho (3%)

Maquinas, aparatos y material eléctrico (3%)

Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, otros (2%)

Fundición, hierro y acero (1%)

Manufacturas de fundición, de hierro o de acero (1%)

Extractos curtientes/tintóreos (1%)

8. RECOMENDACIÓN

Por lo expuesto se puede inferir que Japón es un importante mercado para productos bolivianos como los alimentos orgánicos, manufacturas de madera y confecciones de pelos finos.

9. PRODUCTOS ORGANICOS EN EL MERCADO JAPONES

Japón es el segundo mercado de alimentos orgánicos en el mundo, después de la Unión Europea. Aunque es imposible determinar con precisión su volumen puesto que las estadísticas no discriminan entre productos convencionales y orgánicos, diversas fuentes le asignan valores entre 3.700 y 6.000 millones de dólares. Con una tasa de crecimiento estimada en el 15% anual para los próximos tres años, se predice que Japón será pronto el país con mayor consumo de orgánicos per capita en el mundo.

Japón tiene un clima poco propicio para el control de plagas bajo métodos de producción orgánica. El verano caluroso y húmedo obliga a un uso intensivo de pesticidas y adicionalmente, debido a la limitada tierra arable, los productores de orgánicos no siempre logran evitar ser afectados por las fumigaciones áreas. Por lo tanto, pocos productores locales satisfacen los requisitos para adherir el sello Organic JAS a sus productos.

Los países agroexportadores ven la introducción de estas nuevas regulaciones como una oportunidad para cubrir la brecha entre la siempre creciente demanda y la limitada oferta doméstica.

El Mercado Japonés

El mercado de productos orgánicos en Japón ofrece perspectivas promisorias que merecen la atención de los exportadores bolivianos, especialmente a partir de las nuevas regulaciones vigentes desde abril de 2001.

Demanda

Debe tenerse en cuenta que Japón posee una población de 127 millones de personas con altos ingresos (45.000 dólares anuales per capita). Pese a la recesión económica que intermitentemente lleva una década, el mercado para productos orgánicos ha crecido ininterrumpidamente en los últimos seis o siete años.

Tal expansión parece lejos de haber llegado a su límite y en particular, la introducción de regulaciones exigentes en materia de etiquetado ha favorecido la diferenciación frente a los productos convencionales. Por otra parte, los problemas sanitarios (BSE, maíz transgénico Starlink, intoxicación con lácteos de Snow Brand, etc) han creado una mayor preocupación del consumidor sobre la inocuidad de los alimentos y sus procesos de producción.

Los consumidores típicos de orgánicos son amas de casa de clase media alta, con una edad entre 30 y 50 años. Según encuestas, el 75% de los consumidores estarían dispuestos a comprar productos orgánicos con un sobreprecio del 20%.

En este mercado, la categoría de alimentos más importantes es la de frutas y verduras frescas (63% de las ventas), seguida por el arroz (12,5%). Cabe recordar el carácter esencial de los productos frescos en la cultura culinaria japonesa.

El consumidor japonés suele preferir los productos domésticos frente a los importados, y dentro de éstos, no es indiferente a las marcas comerciales y al país de origen. Sin embargo, en el caso de orgánicos, el sello JAS es el elemento determinante que hace el producto confiable a los ojos del consumidor, independientemente de su origen.

Oferta

La producción doméstica abastece la demanda de arroz y sus derivados (sake, vinagre) así como la de té verde; cubre bajos porcentajes en el caso de los otros productos. Se compone de vegetales frescos (53%), arroz (24%) y frutas frescas (22%). El procesamiento de orgánicos en Japón incluye leche, café te, mermelada, aceites, pasta y pan.

En materia de importaciones, se destacan los productos frescos, principalmente desde Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda. Los productos de Europa tienen un especial prestigio, por considerarse que sus requerimientos sanitarios y de calidad son exigentes. De los países europeos se importan diversos productos elaborados (mermeladas, cereales, pastas, cerveza, etc.).

La soja orgánica proviene casi exclusivamente desde Estados Unidos pero China comenzó a competir con menores precios.

Japón importa vegetales congelados de EE.UU., Nueva Zelanda, Australia y Canadá, hierba mate de América del Sur, salmón de Noruega, bananas de México y Filipinas.

Productos como frutas y vegetales, lácteos, carnes, granos, así como alimentos procesados como condimentos, pastas, mermeladas, miel, jugos, comidas para infantes y galletitas, son mencionados como productos con buenas perspectivas.

En conversaciones con personas de negocios, fueron identificados en particular el vino orgánico y los jugos concentrados de manzana, uva, limón y naranjas, como productos de origen argentino de especial interés.

Fecha de Elaboración: 14/02/05