

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado
Multisectorial
Japón



prom
perú

Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	3
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas.....	3
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos	4
3.3.	Nivel de Competitividad	4
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	5
4.1.	Intercambio Comercial Japón - Mundo	5
4.2.	Intercambio Comercial Japón – Perú	5
V.	Acceso al Mercado	7
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	7
5.1.1.	Medidas Arancelarias	7
5.1.2.	Medidas no arancelarias	8
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio.....	9
VI.	Oportunidades Comerciales	9
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	9
6.2.	Productos con Potencial Exportador.....	9
VII.	Tendencias del Consumidor	12
VIII.	Cultura de Negocios	13
IX.	Links de interés.....	14
X.	Eventos Comerciales	14
XI.	Bibliografía.....	14

I. Resumen Ejecutivo

Japón, tercera economía del mundo, está muy expuesta a la situación económica mundial, debido a su alta dependencia de las exportaciones. La contracción se debió a fuertes caídas en el consumo privado y de la construcción. Según las proyecciones del FMI, se espera la economía crezca 1.0% en 2015.

El sector servicios representa más de 70% del PIB y emplea a cerca de 70% de la población activa. Los principales servicios incluyen los financieros (banca y seguros), distribución comercial, transportes y telecomunicaciones. En los últimos cinco años, Japón ha mantenido bajas tasas de desempleo, sin embargo a partir de 2014 el desempleo se eleva a 2,7%. Para 2015, el FMI proyecta una tasa de desempleo de alrededor de 1,0%.

Los EE.UU., China y la UE-28 son los principales socios comerciales de Japón. Las exportaciones de Japón a estos tres mercados representaron el 47,6% del total en 2014. A mediano plazo, las exportaciones se beneficiaran de una fuerte demanda de otros mercados asiáticos y EEUU.

La población en edad laboral de Japón se está reduciendo. Las empresas están luchando para encontrar trabajadores y están contratando cada vez más mujeres para ocupar puestos de trabajo vacantes. Casi un millón de mujeres se han incorporado a la fuerza de trabajo en los últimos dos años.

II. Información General



Japón es un país insular del este de Asia formado por 6.852 islas ubicadas en una zona volcánica en el Anillo de Fuego del Pacífico. Las principales islas de Japón son Honshu, Hokkaido, Kyushu y Shikoku, que forman el 97% de la superficie total del país.

El área metropolitana de Tokio, que incluye a la ciudad capital y las prefecturas de sus alrededores, es el área urbana más grande del mundo en términos de población, albergando a más de 30 millones de habitantes. Japón, conocido como “La tierra del sol naciente”, es una de las mayores potencias económicas del mundo. Es miembro de la Organización de las Naciones Unidas, G8, G4 y APEC.

Japón es una monarquía constitucional, en la cual las personas mayores de veinte años pueden votar en sufragio universal. En la práctica, es una democracia parlamentaria, el pueblo no vota a un presidente, sino a los miembros del Parlamento y éstos, a su vez, votan a un

Primer Ministro, entre sus miembros.

Tiene una población de 127 millones de personas, la décima más numerosa del mundo. Entre los grupos étnicos más representativos están, Japoneses (98,5%), Coreanos (0,5%), Chinos (0,4%) y otros (0,6%). El 94% vive en zonas urbanas. En cuanto a la distribución por grupos de edad, el 13% son menores de 14 años, el 10% se encuentra entre 15 y 24 años, 38% entre 25 y 54 años, 13% entre 55 y 64 años y el 26% tiene más de 65 años. La esperanza de vida es de 81 años en el caso de los hombres y 88 en el de las mujeres. Las religiones practicadas en el país son, Sintoísmo (79%), Budismo (69%), Cristianismo (2%) y otras (7%).

III. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015*
Crecimiento del PBI (%)	-0.45	1.7	1.6	-0.0	1.0
PBI per cápita (US\$)	46,175	46,661	38,632	36,331	33,223
Tasa de inflación (%)	0,2	4,1	3,8	3,9	3,6
Tasa de desempleo (%)	4,5	0,0	0,3	2,7	1,0

Fuente: FMI Elaboración: PROMPERU *Estimado

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

Como se observa en el cuadro N° 01, Japón posee un elevado PBI per cápita alcanzando, en 2014, US\$36,331. El crecimiento económico de Japón se paralizó en 2011 tras el gran terremoto del Este de Japón y el tsunami. La contracción se debió a fuertes caídas en el consumo privado y de la construcción. El crecimiento se reanudó en 2012. Sin embargo, la economía se contrajo ligeramente en 2014, precipitada por un aumento de impuestos de ventas que tuvo un enorme bocado de gasto de los consumidores.

b. Nivel de empleo

En los últimos cinco años, Japón ha mantenido bajas tasas de desempleo, sin embargo a partir de 2014 el desempleo se eleva a 2,7%. Para 2015, el FMI proyecta una tasa de desempleo de alrededor de 1,0%.

c. Tipo de cambio

La moneda oficial de Japón es el Yen (JPY). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	120,278 JPY
US Dólar		Yen Japonés
1 USD = 120,278 JPY	↔	1 JPY = 0,00831410 USD
1,00 PEN	=	37,6619 JPY
Nuevo Sol Peruano		Yen Japonés
1 PEN = 37,6619 JPY	↔	1 JPY = 0,0265520 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

d. Inflación

Japón ha venido incrementando su tasa de inflación desde 2011. Para 2015 se calcula que esta se situará alrededor del 3,6%. El consumo el consumo privado, principal pilar de la tercera economía mundial, se ha mantenido siendo lenta su recuperación.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

El **sector agrícola** emplea a 3,7% de la fuerza laboral y representa al 1,2% de la economía. Sólo el 15% de la superficie de la tierra es cultivable. El té y el arroz son los dos principales cultivos. El sector agrícola está muy subvencionado y protegido. La naturaleza dispersas de tierras de cultivo y los altos costos de los insumos hacen que los alimentos producidos en el país sean extremadamente caros. Como parte de su programa de reformas estructurales, el gobierno planea consolidar las granjas de arroz ineficientes de Japón y destetar a sus operadores de subsidios del gobierno

El **sector Manufactura** aporta el 17,5% del PIB, empleando al 17,6% de la fuerza de trabajo. El número de trabajadores ha ido disminuyendo de manera constante desde hace décadas. De acuerdo con estadísticas del gobierno, el número de los que trabajan en el sector, en 2013, fue 35% menor que en 1992. La tendencia a la baja refleja un cambio incesante de los fabricantes a los centros de producción más baratos y crecimiento de los mercados en otras partes de Asia. Al mismo tiempo, muchas empresas japonesas se están quedando atrás en la innovación tecnológica

El **sector turístico** se está beneficiando de un yen más barato. El valor real de los ingresos por turismo aumentó un 29,4% en 2014 y se prevé un crecimiento del 4,7% para 2015. El estímulo monetario del banco central es alentador para el gasto de los consumidores y los inversores. Las ventas minoristas se desaceleraron notablemente en 2014 después de Tokio subió el impuesto sobre las ventas

El **sector servicios** representa más de 70% del PIB y emplea a cerca de 70% de la población activa. Los principales servicios incluyen los financieros (banca y seguros), distribución comercial, transportes y telecomunicaciones.

3.3. Nivel de Competitividad¹

De acuerdo al Ranking Doing Business 2015 elaborado por el Banco Mundial (BM), Japón se encuentra ubicado en el puesto veintinueve (29), lo cual significa que subió dos posiciones en comparación con el año pasado. Esto debido a su buen desempeño en tres rubros clave: Obtención de electricidad (+ 1) y cumplimiento de contratos (+ 1)

¹ Cfr. Doing Business 2015: Japón

Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2015

Criterios	Japón	Perú	Chile	Singapur	Colombia	Hong Kong	Costa Rica
Facilidad de hacer negocios	29	35	41	1	34	3	83
Apertura de un negocio	83	89	59	6	84	8	118
Manejo permiso de construcción	83	87	62	2	61	1	52
Acceso a electricidad	28	86	49	11	92	13	46
Registro de propiedades	73	26	45	24	42	96	47
Obtención de crédito	71	12	71	17	2	23	89
Protección de los inversores	35	40	56	3	10	2	181
Pago de impuestos	122	57	29	5	146	4	121
Comercio transfronterizo	20	55	40	1	93	2	47
Cumplimiento de contratos	26	100	64	1	168	6	129
Insolvencia	2	76	73	19	30	25	89

Fuente: Doing Business 2015 Elaboración: PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial Japón - Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial de Bienes Japón – Mundo / Millones de US\$

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var %	Var%
						Promedio	2014/2013
Exportaciones	769,774	823,184	798,568	715,097	683,846	-2.9	-4.4%
Importaciones	694,059	855,380	885,843	833,166	822,251	4.3	-1.3%
Balanza Comercial	75,715	32,197	87,276	118,069	138,405	-	-
Intercambio Comercial	1,463,833	1,678,564	1,684,411	1,548,263	1,506,097	0.7	-2.7%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

El intercambio comercial de Japón con el mundo ha experimentado un ligero crecimiento en los últimos años, a una tasa media anual de 0,7% para el periodo 2010 – 2014; sin embargo, para el periodo 2013/2014 se registra una variación de -2,7%. Los EE.UU., China y la UE-28 son los principales socios comerciales de Japón. Las exportaciones de Japón a estos tres mercados representaron el 47,6% del total en 2014. A mediano plazo, las exportaciones se beneficiarían de una fuerte demanda de otros mercados asiáticos y EEUU. Maquinaria y equipo de transporte y demás manufacturas componen el 71% del total de las exportaciones de Japón. Las importaciones, en tanto, experimentaron también un decrecimiento de 1,3% en 2014 con respecto al año anterior. En tanto, los principales proveedores del mercado Japonés fueron China y Estados Unidos, con más de 22% y 9% de participación respectivamente; Perú se posicionó como el suplidor número 44 de Japón en 2014, por debajo de otros competidores regionales como Brasil, Chile y México.

4.2. Intercambio Comercial Japón – Perú

Información Comercial Japón – Perú

**Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Japón – Perú
Millones de US\$**

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var% 2014/2013
Exportaciones	1 792	2 175	2 571	2 227	1 584	-3.0	-28.8
Importaciones	1 268	1 221	1 386	1 337	1 034	-5.0	-22.6
Balanza Comercial	524	954	1 185	889	550		--
Intercambio Comercial	3 060	3 395	3 958	3 563	2 619	-3.8	-26.5

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En los últimos cinco años el comportamiento del intercambio comercial entre Perú y Japón ha mantenido una tendencia decreciente con una tasa promedio anual de -3,8%.

En 2014, Japón fue el sexto (6°) mercado al cual se destinaron las exportaciones peruanas por un valor de US\$ 1 584 millones. Los envíos peruanos que tuvieron como destino este mercado han mostrado un decrecimiento en los últimos cinco años con una tasa de crecimiento promedio de -3,0% un variación 2013/2014 de -28,8%.

Por otro lado, en 2014, Perú importó alrededor de US\$ 1 034 millones desde Japón, cifra menor a la registrada hace cinco años atrás, variando negativamente en -5,0%,

Sectores Tradicionales y no Tradicionales
Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Miles US\$		Var %
	2013	2014	2014/2013
TRADICIONAL	2 092	1 453	-30.5
<i>Minero</i>	1430	1021	-28.6
Cobre y concentrados	1170	752	-35.7
Plomo	138	45	-67.4
Otros metales	122	224	82.6
<i>Petróleo e Hidrocarburos</i>	1126	589	-47.7
Gas natural	334	54	-83.9
Petróleo y derivados	230	241	4.8
Otros	563	294	-47.7
<i>Agrícola</i>	10	7	-30.0
Café	10	6	-33.3
Otros agrícolas	0	1	51.5
<i>Pesquero</i>	88	131	48.5
Aceite de pescado	7	13	81.0
Harina de pescado	81	118	45.6
NO TRADICIONAL	135	131	-2.6
Agropecuario	52	47	-8.9
Textil	18	19	5.9
Pesquero	44	44	1.3
Químico	5	4	-16.4
Metal-Mecánico	0	0	-27.6
Sidero-Metalúrgico	13	15	8.7
Minera No Metálica	1	1	-39.2
Madera y Papeles	0	0	-38.7
Pieles y cueros	0	0	-36.4
Varios (Incl. Joyería)	1	0	-30.8
TOTAL	2 227	1 584	-28.8

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la clasificación SUNAT, en 2014, los envíos a Japón han decrecido como consecuencia de la disminución de los envíos tradicionales en -30,5%. Tanto el cobre y concentrados, como el plomo han tenido decrecimientos de -35.7% y 67.4%.

Por otro lado, las exportaciones del sector no tradicional experimentaron una caída de -2,6% como consecuencia de los menores envíos en valor de productos de los sectores agropecuario (-8.9%), Químico (-16.4%) y minería no metálica (-39.2%). Pese a ello, otros sectores experimentaron una expansión tales como textil (5.9%) y siderometalúrgico (8.7%).

Exportaciones No Tradicionales
Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var%	Var%	% Part
		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	2014/2013	2014
7901120000	Cinc sin alear	16	18	13	11	11	-7.9	5.0	8.8
0307490000	Demás jibias, globitos, calamares y potas	9	15	9	14	11	3.5	-22.8	8.3
0710801000	Espárrago congelado	3	8	13	12	10	33.8	-17.3	7.4
0304990000	Los demás peces congelados excepto peces espada	0	0	4	6	9	269.2	56.9	6.8
1605540000	Jibias (sepias) y calamares	0	0	5	7	9	-	19.4	6.7
0811909100	Mango (mangifera indica l.)	2	2	3	3	5	26.5	56.7	3.9
0305200000	Hígados, huevas y lechas, secos, ahumados, salados o en salmuera	0	0	2	4	5	117.8	19.0	3.8
0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	5	5	5	7	5	1.2	-26.6	3.8
0811909900	Los demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	0	1	3	4	4	181.3	18.9	3.3
5105391000	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o de llama	1	2	2	2	3	26.7	51.2	2.5
	Otros	52	83	72	65	59	3.2	-9.5	44.9
	Total	89	134	131	135	131	10.3	-2.6	100.0

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

Las exportaciones no tradicionales peruanas a Japón sumaron US\$ 131 millones en 2014, lo cual significó un decrecimiento de -2,6% en relación a 2013. Los envíos de productos con valor agregado a este mercado se caracterizan por una diversificación media. Esto se evidencia en que el valor de las diez principales partidas enviadas representa 55% del total exportado.

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

5.1.1. Medidas Arancelarias

El arancel es el principal instrumento de política comercial del Japón. No obstante, la mayoría de las importaciones entran en el país en franquicia arancelaria o están sujetas a tipos arancelarios bajos. El régimen de importación de Japón está prácticamente liberalizado y la mayoría de las mercancías pueden ser importadas libremente, salvo un número muy reducido de productos para cuya importación se requiere autorización administrativa, principalmente por estar sujetas a cuotas de importación, ser originarias de determinados países o por su naturaleza especial (armas, etc.). Para algunos productos agropecuarios, desde el punto de vista sanitario, existen regulaciones específicas del Ministerio de Agricultura o del de Sanidad que restringen su entrada en Japón. Los aranceles son administrados por la Dirección de Aduanas y Aranceles del Ministerio de Finanzas. Como miembro del Convenio del Sistema Armonizado, la nomenclatura arancelaria obedece al sistema de clasificación comercial con identificación de los seis dígitos. Las aduanas suelen ser muy estrictas a la hora de aplicar la legislación vigente, lo revisan todo y si algo no es correcto; paran su ingreso en el país, cobrando luego los gastos de almacenaje. A casi un 42% de los productos importados en Japón se les aplica un arancel nulo, a un 23,6% se les aplica un arancel de hasta un 5%, a un 21,6% se les aplica un arancel del 5 al 10% y finalmente, solo al 13,1% de los productos se les impone un arancel del 10% o más.

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales
Productos no tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor 2014	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	7901120000	Cinc sin alear	1	India -22% México - 6%	0	2.35 yen/kg
2	307490000	Demás jibias, globitos, calamares y potas	-	Tailandia - 33% China - 20% Vietnam- 17%	3.5	0.0
3	710801000	Espárrago congelado	3	China - 77% Ecuador - 82%	6	1.0
4	304990000	Los demás peces congelados excepto peces espada	13	E.E.U.U - 38% Tailandia - 13% Noruega - 10%	3.5	0.0
5	1605540000	Jibias (sepias) y calamares	6	China - 74% Tailandia - 6% Vietnam- 4%	10.5	5.0
6	811909100	Mango (mangífera indica l.)	6	Canadá - 25% China - 15% E.E.U.U - 12%	12	0.0
7	305200000	Hígados, huevas y lechas, secos, ahumados, salados o en salmuera	5	E.E.U.U - 39% Canadá - 21% China - 11%	8.4	0.0
8	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	3	México - 48% Australia - 22%	3.0	4.6
9	811909900	Los demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados	6	Canadá - 25% China - 15% E.E.U.U - 12%	3.0	0.0
10	5105391000	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o de llama	2	Sudáfrica - 53% China - 3%	0	0.0

Fuente: SUNAT / <http://www.customs.go.jp/> Elaboración: PROMPERU

El Acuerdo de Asociación Económica entre el Perú y Japón fue suscrito el 31 de mayo de 2011 en la ciudad de Tokio-Japón, como consecuencia de este acuerdo vigente desde 2012.

5.1.2. Medidas no arancelarias

Existen dos tipos de homologación: por un lado, la homologación voluntaria, que no es necesaria para la importación de un producto en Japón, pero que garantiza cierto nivel de calidad ante el cliente; y por otra, la homologación obligatoria, impuesta por el METI (Ministry of Economy, Trade and Industry) sin la cual no es posible importar un producto.

En el ámbito de la normativa voluntaria, las más conocidas y utilizadas son las Japan Industrial Standards (JIS), otorgada por la Japan Industrial Standards Committee, y las Japan Agricultural Standards (JAS), otorgadas por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca. Mientras las JIS sirven para la acreditación y certificación de todos los productos industriales (exceptuando aquellos regulados por leyes nacionales específicas o por otro sistema de normativas), las JAS se aplican a bebidas, alimentos procesados, productos agropecuarios, productos forestales, aceites y grasas y a productos de pesca. A pesar de que se trata de normas de cumplimiento voluntario, son de alta importancia, ya que estas normas y símbolos de calidad pueden resultar determinantes en la decisión de compra de los consumidores o en las estrategias de carácter industrial.

La empresa extranjera deberá sopesar, pues, la importancia de las normas para sus productos y las ventajas comerciales que otorgan, comparándolas con el coste de obtenerlas. Homologación obligatoria En cuanto a las regulaciones obligatorias, vienen impuestas por algunas reglamentaciones que establecen requisitos especiales sobre la seguridad de los productos y materiales, calidad, funcionamiento, dimensiones, etc., y se aplican, entre otros, en los sectores como metales, maquinaria, productos agroalimentarios, cristales, equipos electrónicos, papel y madera, construcción naval y productos químicos. Requisitos técnicos Por otra parte, también es imprescindible tener en cuenta los estrictos controles de carácter fitosanitario y zoo-sanitario que existen en Japón para ciertos productos (animales, plantas, productos agrícolas etc.).

Las Leyes sanitarias: Existen otras prohibiciones para productos químicos, pesticidas, aditivos y conservantes, que no deben contenerse en los productos que se introducen en Japón. Algunos de ellos, en lo referente a productos alimentarios, son una gran

barrera para frenar las importaciones de los productos extranjeros. Las aduaneras japonesas en este sentido suelen ser muy severas, sobre todo con los alimentos y los objetos que tienen relación o contacto directo con la comida.

Así mismo, Japón tiene firmados los siguientes convenios y tratados internacionales. - Convenio de París sobre la protección de propiedad industrial (Convenio de Estocolmo que revisó el Convenio de París) - Tratado de cooperación sobre patentes - Acuerdo internacional de patentes de Estrasburgo - Convenio de Berna (Unión Internacional para la protección de obras literarias y artísticas) - Convenio universal de derechos de autor (copyright) Los organismos competentes en estas áreas son: -La Oficina de Patentes, adscrita al METI, órgano responsable de propiedad industrial. -La Agencia de Asuntos Culturales, adscrita al Ministerio de Educación y Ciencia, órgano responsable de los derechos de autor. Hay que tener en cuenta que los extranjeros pueden solicitar el reconocimiento legal sobre los derechos concernientes a la propiedad industrial e intelectual en Japón siempre y cuando la solicitud sea presentada por un agente residente en Japón.

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

En Japón, el impuesto al consumo es una tasa única del 8% en todos los artículos. Se previó que se aumente a 10% en octubre de 2015, sin embargo este incremento se pospuso hasta el 2017. Como medida especial, los turistas extranjeros están exentos del pago del impuesto al consumo si se siguen ciertos procedimientos en las agencias libres de impuestos autorizadas (tales como grandes almacenes, tiendas de electrodomésticos, tiendas de descuento y otras), a condición de que salgan de Japón. Japón estudia implementar una devolución del 2% del impuesto sobre el consumo para todos los alimentos y bebidas, a excepción del alcohol, cuando el IVA pase desde el actual 8 al 10% en abril de 2017.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

En los últimos años, el Perú ha iniciado un proceso de acercamiento con el Asia. Dentro de ese proceso, los gobiernos de Perú y Japón han realizado trabajos coordinados buscando el fortalecimiento de sus relaciones comerciales bilaterales. El Acuerdo de Asociación Económica Perú – Japón, permite un acceso preferencial a un mercado consolidado a nivel internacional, el cual además cuenta con una gran capacidad de consumo de productos con alto valor agregado. Como consecuencia del Acuerdo de Integración con Japón, vigente desde 2012, Perú tiene un acceso preferencial de más de 12,000 productos.

6.2. Productos con Potencial Exportador

Cuadro N° 8: Sector Agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
210690	Las demás preparaciones alimenticias	Estrella	1 057	0.0	EEUU (18%) Corea (17%) China (13%)
80390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	Consolidado	811	0.0	Filipinas (92%) Ecuador (5%) Taipéi (1%)
71080	Las demás legumbres y hortalizas	Estrella	394	2.3	China (77%) Ecuador (8%) Perú (3%)
200410	Patatas (papas), preparadas o conservadas, excepto vinagre	Estrella	392	0.0	EEUU (79%) Canadá (9%) Bélgica (5%)
70310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Estrella	168	0.0	China (80%) EEUU (8%) Bélgica (7%)
70960	Pimientos del genero capsicum o del genero pimenta	Estrella	165	0.5	Corea (64%) Países bajos (20%) Nueva Zelanda (16%)
80550	Limonos Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco	Estrella	132	0.0	EEUU (62%) Chile (24%) México (11%)

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Actualmente, Japón es el tercer importador de alimentos (US\$ 46 067 millones en 2014). Más del 40% del consumo de alimentos frescos en Japón son productos importados. Es destacable la preferencia de los consumidores japoneses por alimentos frescos, y de buen aspecto (buena apariencia), sin embargo debido a la baja oferta doméstica, los productos importados son costosos.

Los japoneses se encuentran entre los mayores consumidores de vegetales frescos del mundo, la comida tradicional con base en los productos del mar y vegetales predomina. Sin embargo debido a la tendencia a comer fuera de los hogares, se observa un decrecimiento en el consumo de frutas entre los jóvenes.

Los japoneses compran con frecuencia en pequeñas cantidades. Ello obedece principalmente a la gran importancia que le conceden a la frescura, al poco espacio disponible en los hogares para el almacenamiento y a la cercanía de las tiendas. La mayoría de los japoneses va a supermercados todos los días para comprar productos frescos. Las frutas y hortalizas se ofrecen empacadas en láminas de films transparente. El consumidor Japonés está dispuesto a pagar un precio alto por para frutas tropicales “exóticas”. De acuerdo a Euromonitor International, el mercado japonés de alimentos frescos siguió evolucionando en el 2014. Las verduras como el brócoli, tomates y coles con vitaminas y minerales añadidos, así como los híbridos que ofrecen beneficios para la salud parecen ser una oportunidad para la industria.

Con respecto a las importaciones de carne, destacan las de porcino, las cuales se incrementaron en 11,7%, así también las de trozo y despojos de gallina congelada, las cuales crecen en 18,8%. Japón cuenta con estrictos procedimientos para poder ingresar alimentos extranjeros a su mercado, estas exigencias están determinadas principalmente por la Ley de Sanidad Alimentaria (“Food Sanitation Law”).

Cuadro N° 9: Sector Pesca

Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
30617	Los demás camarones y langostinos congelados	Consolidado	1 833	0.0	Vietnam (24%) India (19%) Indonesia (19%)
30499	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados	Consolidado	559	0.0	EEUU (38%) Tailandia (13%) Noruega (10%)
30482	Filetes congelados de Truchas	Consolidado	347	0.6	Chile (96%) Noruega (2%) Dinamarca (1%)
30489	Filetes de pescado congelados	Consolidado	545	0.6	Noruega (36%) China (14%) Nueva Zelanda (8%)
30614	Cangrejos de mar, congelados.	Estrella	500	0.7	Rusia (50%) Canadá (22%) EEUU (19%)
30389	Pescado congelado	Consolidado	499	0.6	EEUU (38%) Rusia (16%) China (8%)
30759	Pulpos, congelados, secos, salados o en salmuera.	Estrella	307	0.0	Mauritana (34%) Marruecos (32%) China (23%)

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Japón ostenta los más altos niveles de consumo per cápita de pescado en el mundo, sin embargo, en los últimos años el consumo se ha estancado y reducido, a consecuencia del desastre de Fukushima que contaminó las costa de Japón y afecto la cadena alimentaria marina se ha encontrado pescados con niveles mortales de cesio radiactivo, lo que ha aumentado los precios y retraído el consumo. Además, la reducción de la capacidad de pesca causada por el terremoto y posterior tsunami ha afectado la cadena productiva.

Los jóvenes están cambiando sus hábitos de consumo alimenticio y alejándose del consumo de pescado y marisco y acercándose cada vez más a la cultura occidental de consumir hamburguesas y pollo frito.

En un intento por detener la caída continua de la demanda de pescado, el gobierno japonés ha depositado considerables esfuerzos en un personaje creado por Sanrio llamado “Kirimichan”, una popular caricatura con la forma de un filete de salmón, como emblema de marca. Se busca aumentar la demanda y atraer a los clientes más jóvenes a las góndolas con pescado de los supermercados.

Cuadro N° 10: Sector Textil – Confecciones

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
611030	sueteres, jerseis, pullovers, cardigans, chalecos y articulos similare	Consolidado	2 781	0.0	China 84% Vietnam 6% Indonesia 3%
611020	sueteres, jerseis, pullovers, cardigans, chalecos y articulos similare	Consolidado	1 254	10.4	China 74% Vietnam 9% Bangladesh 3%
610990	camisetas de punto de las demas materias textiles.	Consolidado	1 112	0.0	China 69% Vietnam 14% Bangladesh 6%
610910	camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	1 090	0.0	China 62% Vietnam 13% Bangladesh 7%
620462	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mu	Consolidado	1 068	0.0	China 68% Camboya 7% Vietnam 6%
620342	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón.	Consolidado	962	0.0	China 52% Bangladesh 12% Vietnam 11%
620520	camisas de algodón, para hombres o niños	Consolidado	780	0.0	China 59% Vietnam 8% Bangladesh 8%
620193	los demas anoraks, cazadoras y articulos similares para hombres o niño	Consolidado	708	0.0	China 69% Vietnam 11% Myanmar 7%
620343	pantalones,pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintetic	Estrella	694	0.0	China 52% Bangladesh 12% Vietnam 11%
620213	abrigos, impermeables, chaquetones, capas y articulos similares,de fib	Estrella	659	1.1	China 80% Myanmar 6% Vietnam 4%

Fuente : TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Japón en uno de los principales mercados de la moda del mundo, y Tokio una de las capitales con la que las primeras marcas internacionales cuentan para establecer su propia tienda.

Sin embargo, las importaciones Japonesas de prendas de vestir han decrecido en -7,6% en periodo 2013/2014. Este decrecimiento se observa en suéteres, jerséis, y pullovers (-8.0%); camisetas de punto de las demás materias textiles. (-7.2%), pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón (-28,0%). Entre los productos que crecieron tenemos, camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres (0.6%), las demás prendas de vestir, de fibras sintéticas o artificiales (3,3%), camisas de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (10,9%). El sector de la moda de Japón está es muy maduro: existe un alto grado de saturación y la competencia es muy elevada. El consumidor es muy exigente, y reclama calidad y diseño y se muestran dispuestos a seguir las nuevas tendencias, por lo que el mercado cuenta con una alta rotación.

Cuadro N° 11: Sector Manufacturas Diversas

Sector Manufacturas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
392690	Las demas manufacturas, de plastico.	Estrella	2 259	0.0	China (57%) EEUU (11%) Taipei (5%)
940190	Sillas y asientos de madera, partes y piezas de	Consolidado	1 159	0.0	China (61%) Mexico (13%) Tailandia (5%)
732690	Las demas manufacturas de hierro o acero	Consolidado	1 418	0.0	China (70%) Corea (7%) EEUU (10%)
392321	Sacos, bolsas y cucuruchos de polimeros de etileno	Estrella	1 372	0.0	China (50%) Tailandia (13%) Indonesia (13%)
870870	Ruedas y sus partes y accesorios de vehiculos automoviles.	Estrella	1 370	0.0	China (63%) Indonesia (13%) Corea (9%)
848180	Los demas articulos de griferia y organos similares.	Estrella	1 311	0.0	China (27%) Vietnam (24%) EEUU (17%)
761010	Puertas, ventanas y sus marcos, bastidores y umbrales, de aluminio.	Consolidado	454	0.0	Tailandia (73%) China (20%) Corea (2%)
401110	Neumaticos nuevos de caucho del tipo utilizado en automoviles de turis	Estrella	862	0.0	China (18%) Tailandia (16%) Taipei (11%)

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Las importaciones Japonesas de manufacturas tuvieron un crecimiento promedio de 4.2% durante los últimos 5 años. El sector manufacturas en Japón se ha venido recuperando sostenidamente, sin embargo, la actividad manufacturera sufrió una contracción en primer semestre de 2015 debido a la desaceleración de las exportaciones, Sin embargo, la mejora en el mercado laboral japonés sugiere que la economía está en la senda de la recuperación.

Entre los productos estrellas importados por Japón están, manufacturas de hierro o acero con una tasa de crecimiento de 4,6% durante el último quinquenio, artículos de grifería y órganos similares que creció 7,6% en los últimos cinco años y neumáticos nuevos de caucho que creció 8,1% en el mismo periodo.

VII. Tendencias del Consumidor

Existen dos tipos de homologación: por un lado, la homologación voluntaria, que no es necesaria para la importación de un producto en Japón, pero que garantiza cierto nivel de calidad ante el cliente; y por otra, la homologación obligatoria, impuesta por el METI (Ministry of Economy, Trade and Industry) sin la cual no es posible importar un producto.

En el ámbito de la normativa voluntaria, las más conocidas y utilizadas son las Japan Industrial Standards (JIS), otorgada por la Japan Industrial Standards Committee, y las Japan Agricultural Standards (JAS), otorgadas por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca. Mientras las JIS sirven para la acreditación y certificación de todos los productos industriales (exceptuando aquellos regulados por leyes nacionales específicas o por otro sistema de normativas), las JAS se aplican a bebidas, alimentos procesados, productos agropecuarios, productos forestales, aceites y grasas y a productos de pesca. A pesar de que se trata de normas de cumplimiento voluntario, son de alta importancia, ya que estas normas y símbolos de calidad pueden resultar determinantes en la decisión de compra de los consumidores o en las estrategias de carácter industrial.

La empresa extranjera deberá sopesar, pues, la importancia de las normas para sus productos y las ventajas comerciales que otorgan, comparándolas con el coste de obtenerlas. Homologación obligatoria En cuanto a las regulaciones obligatorias, vienen impuestas por algunas reglamentaciones que establecen requisitos especiales sobre la seguridad de los productos y materiales, calidad, funcionamiento, dimensiones, etc., y se aplican, entre otros, en los sectores como metales, maquinaria, productos agroalimentarios, cristales, equipos electrónicos, papel y madera, construcción naval y productos químicos. Requisitos técnicos Por otra parte, también es imprescindible tener en cuenta los estrictos controles de carácter fitosanitario y zoo-sanitario que existen en Japón para ciertos productos (animales, plantas, productos agrícolas etc.).

Las Leyes sanitarias: Existen otras prohibiciones para productos químicos, pesticidas, aditivos y conservantes, que no deben contenerse en los productos que se introducen en Japón. Algunos de ellos, en lo referente a productos alimentarios, son una gran barrera para frenar las importaciones de los productos extranjeros. Las aduaneras japonesas en este sentido suelen ser muy severas, sobre todo con los alimentos y los objetos que tienen relación o contacto directo con la comida.

Así mismo, Japón tiene firmados los siguientes convenios y tratados internacionales. - Convenio de París sobre la protección de propiedad industrial (Convenio de Estocolmo que revisó el Convenio de París) - Tratado de cooperación sobre patentes - Acuerdo internacional de patentes de Estrasburgo - Convenio de Berna (Unión Internacional para la protección de obras literarias y artísticas) - Convenio universal de derechos de autor (copyright) Los organismos competentes en estas áreas son: -La Oficina de Patentes, adscrita al METI, órgano responsable de propiedad industrial. -La Agencia de Asuntos Culturales, adscrita al Ministerio de Educación y Ciencia, órgano responsable de los derechos de autor. Hay que tener en cuenta que los extranjeros pueden solicitar el reconocimiento legal sobre los derechos concernientes a la propiedad industrial e intelectual en Japón siempre y cuando la solicitud sea presentada por un agente residente en Japón.

VIII. Cultura de Negocios

- Los horarios de oficina en Japón van de 09.00 a 17.00 de lunes a viernes. Algunas empresas abren también los sábados de 09.00 a 12.00.
- La vestimenta en el mundo de los negocios debe ser conservadora y elegante. Los hombres suelen vestir de gris o azul marino, el marrón no está bien visto. En Japón no abundan las ejecutivas, las pocas las mujeres de negocios que existen son tratadas como "hombres de honor"
- Las formalidades de la cultura japonesa hace que se requiera varios días y citas para cerrar acuerdos. Las negociaciones requieren paciencia, ya que abordar cuestiones de forma directa induce a la desconfianza y resulta desagradable, por lo que se deben evitar respuestas secas como 'sí' o 'no'. En Japón, los silencios son parte del debate y la reflexión. No es extraño para los japoneses cerrar los ojos para concentrarse mejor en lo que se está diciendo.
- La puntualidad en las citas de negocios es muy importante, así como el respeto por las jerarquías. Cuando comiencen una reunión, es de cortesía focalizar sus primeras palabras al miembro de mayor edad como señal de respeto. Y luego dirigirse al resto de los anfitriones. Los japoneses tienen un trato muy formal con sus relaciones de trabajo y se considera una gran ofensa anular una cita el mismo día.
- Es fundamental llevar tarjetas de visita y, si es posible, traducidas al japonés en el reverso. la ceremonia de intercambio de tarjetas de presentación es muy importante para los japoneses. Para entregarlas hay que usar las dos manos, de tal forma que cada pulgar sostenga una esquina de la tarjeta, para recibirla se debe hacer una venia y tomarla con las dos manos. Escribir en ella es considerado ofensivo. La tarjeta además debe conservarse en la mano o cerca (sin guardarse) hasta que concluya la cita.
- Los regalos recibidos no se abren delante de la persona. Se guardan y más adelante se agradecen por escrito. El mejor color para envolver el regalo es el color rojo, que es su favorito y para ellos representa suerte.

IX. Links de interés

Cuadro N° 08

Entidad	Enlace
Estadísticas oficiales de Japón	https://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortalE.do
Estadísticas por sector - Japón	http://www.customs.go.jp/toukei/shinbun/happyou_e.htm
Cámara de Comercio e Industria del Japón	http://www.ccij.org.pe/home_E.html
Embajada de Japón en Perú	http://www.pe.emb-japan.go.jp/index.html
Conoce Japón	http://www.conocejapon.com/japon/
Oficina Nacional de turismo Japón	https://www.turismo-japon.es/organiza-tu-viaje/informacion-practica/datos-sobre-japon
Ministerio de economía, comercio e industria	http://www.meti.go.jp/english/
Japan Fair trade comission	http://www.jftc.go.jp/en/

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 09

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Organic expo biofach Japan	Alimentos	Tokio, Japón	Febrero 2016	www.organic-expo.jp/en
Franchise Show	Servicios	Tokio, Japón	Marzo 2016	www.shopbiz.jp/en/fc/
GIFTEX	Artículos de decoración	Tokio, Japón	Julio 2016	www.giftex.jp/en/
TOKYO PACK	Envases y embalajes	Tokio, Japón	Octubre 2016	www.tokyo-pack.jp
International Jewellery Fair	Joyería	Kobe, Japón	Mayo 2016	www.ijk-fair.jp
IFIA JAPAN	Alimentos	Tokio, Japón	Mayo 2016	www.ejkjapan.co.jp

Fuente: AUMA Elaboración: PROMPERU

XI. Bibliografía

- Euromonitor: Country Profile
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC 2015
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI statistics
- Ferias internacionales: www.nferias.com

Actualización: 23/09/2015