

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado
JAPÓN



prom
perú

Índice

I.	Resumen ejecutivo	3
II.	Información general	3
III.	Situación económica y de coyuntura	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos	5
3.3.	Nivel de competitividad	5
IV.	Comercio exterior de bienes y servicios	6
4.1.	Intercambio comercial de Japón con el mundo	6
4.2.	Intercambio comercial de Japón con el Perú	6
V.	Acceso al mercado	8
5.1.	Barreras arancelarias y no arancelarias	8
5.2.	Otros impuestos aplicados al comercio	10
VI.	Oportunidades comerciales	10
6.1.	Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales	10
6.2.	Productos con potencial exportador	10
6.2.1.	Bienes	10
6.2.2.	Servicios	12
VII.	Tendencias del consumidor	13
VIII.	Cultura de negocios	13
IX.	Links de interés	14
X.	Eventos Comerciales	14
XI.	Bibliografía	15

I. Resumen ejecutivo

En términos macroeconómicos, la economía japonesa se proyecta como una de las más sólidas del continente asiático. Las medidas económicas adoptadas por el primer ministro japonés Shinzo Abe, conocidas como las Abenomics, han tenido como eje central aumentar el gasto público en un intento por reactivar la economía nipona. Así, el crecimiento de Japón en el tercer trimestre de 2013, en comparación con los tres meses anteriores, fue de 0.5%. Según las últimas proyecciones del FMI (a octubre 2013), se espera que esta economía crezca 2.0% en 2013 y 1.2% en 2014. La inflación al final del año se situaría en 0.05% y en 2014 alcanzaría el 2.9%.

En relación a su competitividad, Japón se encuentra entre los diez países más competitivos del mundo. Esto impulsado por su tamaño de mercado, la infraestructura que posee, la calidad de la educación japonesa, la eficiencia tanto en el mercado de bienes como el laboral, así como la disponibilidad de tecnología.

Japón se presenta como un mercado interesante para las exportaciones peruanas. Un sector importante son los alimentos frescos, cuya demanda se satisface apenas en un 40% con producción interna. De igual manera, se observa la disposición entre los consumidores jóvenes a probar alimentos extranjeros, especialmente si tienen propiedades nutritivas. Sin embargo, debe recordarse que las regulaciones en el mercado japonés son muy exigentes y buscan la inocuidad y calidad del producto.

II. Información general

Japón es un país insular del este de Asia. Las principales islas de Japón son Honshu, Hokkaido, Kyushu y Shikoku, que forman el 97% de la superficie total del país, y por otras 6,848 islas menores adyacentes. Tiene una población de 127 millones de personas, la décima más numerosa del mundo.

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.

El tiempo que un primer ministro permanece en su cargo depende del tiempo que pueda mantener el apoyo de la mayoría del parlamento. A diferencia de otras democracias, como Estados Unidos o el Reino Unido, donde coexisten dos partidos fuertes que se alternan en el poder, Japón tuvo hasta las elecciones de 2009 un partido dominante (el Partido Liberal Democrático) que coexistió con otros partidos menores sin opciones reales de proponer a un primer ministro propio. Por su parte, en el gobierno local los gobernantes de cada prefectura son elegidos por el pueblo.



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. También es el sexto país exportador y el octavo importador.



Fuente: www.tradingeconomics.com
(Hasta 22-10-2013)

III. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

Debido a las políticas fiscales y monetarias aplicadas por el primer ministro, Shinzo Abe, la economía japonesa ha presentado un buen desempeño. De acuerdo al Ministerio de Finanzas de Japón, las exportaciones del mes de octubre de 2013 tuvieron el mejor desempeño anual de los últimos tres años. En dicho mes, las exportaciones crecieron a un ritmo anualizado de 18.6%. En términos de volumen también se registró un aumento de 4.4% durante ese periodo con respecto al año anterior.

Cuadro N° 01

Japón: Indicadores Macroeconómicos							
Indicadores económicos	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	Var.% 13/12
Crecimiento del PBI real	-1.0	-5.5	4.7	-0.6	2.0	2.0	-
PBI per cápita (US\$)	33,418	33,694	32,081	33,981	34,486	35,855	4.0
Tasa de inflación (%)	0.1	1.4	-1.3	-0.7	-0.3	0.0	-
Tasa de desempleo (%)	3.8	4.0	5.1	5.1	4.6	4.4	-

Fuente: FMI

Elaboración: PromPerú

(*) Proyección

Como se observa en el cuadro N° 01, Japón posee un elevado PBI per cápita y en los últimos cinco años ha mantenido bajas tasas de desempleo. Según las proyecciones del FMI, se espera la economía crezca 2.0% en 2013 y 1.2% en 2014. La inflación al final del año se situará alrededor del 0%.

Por el lado del sector monetario, el Banco Central de Japón ha hecho compras de bonos entre 60 y 70 mil millones de yenes. El objetivo es reactivar el crecimiento económico que ha permanecido, en los últimos veinte años, en una tasa inferior al 3%.

Al igual que Estados Unidos, esta economía asiática mantiene una de las tasas de referencias más bajas con respecto a los demás bancos mundiales (0.1%¹).

Con respecto a las inversiones, la mayoría de las inversiones extranjeras en este mercado suelen realizarse en el sector de servicios (banca, seguros, hostelería, inmobiliarias, etc.), que siempre está abierto a procesos de liberalización, desregularización, etc. siendo EE.UU, Suiza, Reino Unido, Francia, etc., los principales países inversores.

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

La agricultura japonesa aporta sólo el 1% al PBI y emplea el 3.9% de la fuerza laboral. La problemática en este sector radica en que la eficiencia se ve obstaculizada por el pequeño tamaño y la dispersión de la tierras agrícolas, además del elevado costos de insumos. Esto los ha llevado a que los alimentos sean demasiado caros.

En Japón, la industria manufacturera contribuye con 20.2% al PBI. Dicho sector emplea el 17.9% de la fuerza laboral. Sin embargo en la última década el número de trabajadores ha disminuido. De acuerdo a estadísticas gubernamentales, el número de trabajadores en este sector en 2013 es 35% más bajo que en 1992. Esta tendencia a la baja refleja un cambio por parte de los fabricantes a crecer en otros mercados asiáticos. Asimismo,

las empresas niponas se están quedando atrás en materia de innovación tecnológica. Compañías como Panasonic, Sharp Corp, Nec Corp y Olympus Corp han reportado extensos planes de despido. Sin embargo, en 2012 el valor real de la producción bruta del sector manufactura creció 3.5%.

En relación al sector turismo, el valor real de los ingresos por esta actividad aumentó

28.8% en 2012 y se estima que para el 2013 este sector alcance un crecimiento de 8.7%

Cuadro Nº 02

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2013							
Criterios	Corea del Sur	Perú	Japón	China	Colombia	Chile	Singapur
Facilidad de hacer negocios	8	43	24	91	45	37	1
Apertura de un negocio	24	60	114	151	61	32	4
Manejo permiso de construcción	26	86	72	181	27	84	2
Acceso a electricidad	3	77	27	114	134	40	5
Registro de propiedades	75	19	64	44	52	55	36
Obtención de crédito	12	23	23	70	70	53	12
Protección de los inversores	49	13	19	100	6	32	2
Pago de impuestos	30	85	127	122	99	36	5
Comercio transfronterizo	3	60	19	68	98	48	1
Cumplimiento de contratos	2	115	35	19	69	70	12
Cierre de una empresa	14	106	1	82	38	98	2

Fuente: Doing Business 2013. Banco Mundial

Elaboración: PromPerú

3.3. Nivel de competitividad

En la tabla 02 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Japón y para otros países similares.

¹ Bank of Japan (BoJ)

IV. Comercio exterior de bienes y servicios

4.1. Intercambio comercial de Japón con el mundo

En 2012, las exportaciones de Japón sumaron US\$ 798 mil millones. Esto significó una caída de 3.0% con respecto al 2011. Sin embargo, en los últimos cinco años las estas han venido creciendo a un ritmo de 2.1%. Las importaciones, por su parte, han crecido a una tasa promedio anual de 16.2%. El principal destino de las exportaciones de bienes japoneses es China, con una participación de 18%, seguido de Estados Unidos (18%), Corea del Sur (8%), Taiwán (6%) y Tailandia (5%).

Cuadro N° 03

Intercambio Comercial Japón-Mundo (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% Prom	Var.% 12/11
Exportaciones	782	580	770	824	798	2.1	-3.0
Importaciones	762	552	694	856	886	16.2	3.5
Balanza Comercial	19	29	76	-33	-87	-	-
Intercambio Comercial	1,544	1,132	1,464	1,680	1,684	9	0

Fuente: Global Trade Atlas

Elaboración: PromPerú

4.2. Intercambio comercial de Japón con el Perú

De acuerdo al cuadro de exportaciones por sectores, el sector tradicional tuvo un crecimiento de 19.6% y el subsector más dinámico fue petróleo y gas natural debido a las mayores exportaciones de gas natural al país nipón (US\$ 452 millones / +141.0%). Las exportaciones de café cayeron en 59.9%. Por su parte, el sector no tradicional tuvo una ligera caída de 2.3%. A pesar de ello, destacan los subsectores Agropecuario (US\$ 51 millones / +27.3%) y Maderas y papeles (US\$ 1 millón / + 86.8%), como se observa en el cuadro 05.

Cuadro N° 04

Intercambio Comercial Perú-Japón (millones de US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% prom.	Var.% 12/11
Exportaciones	1,794	1,377	1,792	2,175	2,575	9.5	18.4
Importaciones	1,144	851	1,268	1,221	1,386	4.9	13.6
Balanza Comercial	650	526	524	954	1,189	16.3	24.6
Intercambio Comercial	2,939	2,228	3,060	3,395	3,961	7.8	16.7

Fuente: SUNAT

Elaboración: PromPerú

En el cuadro 06 se presentan los principales productos no tradicionales exportados a este mercado, entre los que destacan las exportaciones de espárrago, banano, mango, entre otros.

Cuadro Nº 05

Exportaciones a Japón por sectores económicos (millones de US\$)			
SECTOR	2011	2012	Var.% 12/11
TOTAL TRADICIONAL	2,040	2,440	19.6
MINEROS	1,655	1,718	3.8
Cobre	1,382	1,499	8.4
Hierro	22	-	-
Plomo	92	84	-8
Zinc	156	131	-15.8
Resto	4	4	7.4
PESQUERO	145	180	24.4
Harina de pescado	134	164	21.8
Aceite de pescado	10	16	57.6
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	222	534	141
Petróleo en derivados	-	83	-
Gas Natural	222	452	103.7
AGRÍCOLAS	19	8	-59.1
Algodón	0.2	0.2	41.2
Café	18	7	-59.9
Resto	0.1	-	-
TOTAL NO TRADICIONAL	134	131	-2.3
Agropecuario	40	51	27.3
Textil	18	18	0.7
Pesquero	44	37	-15.2
Químico	9	7	-16.6
Metal-Mecánico	0.3	0.2	-41.2
Sidero-Metalúrgico	20	15	-27.3
Minería no Metálica	1	1	-31.6
Maderas y Papeles	0.4	1	86.8
Piel y Cueros	0.2	0.2	-
Varios (inc. Joyería)	1	1	-3.9
TOTAL	2,175	2,571	18.2

Fuente: SUNAT

Elaboración: PromPerú

Cuadro Nº 06

Principales productos NT exportados a Japón (miles de US\$)									
Partida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% prom.	Var.% 12/11	Part.(%) 2012
0710801000	Espárrago congelado	2,153	1,942	3,017	8,166	13,473	44.3	65.0	26.6
0709200000	Espárrago fresco	1,226	2,818	4,698	4,627	5,262	33.8	13.7	10.4
0803901100	Banano tipo cavendish	4,239	6,124	4,964	5,670	4,530	1.3	-20.1	9.0
0811909100	Mango congelado	1,805	916	1,991	2,104	2,893	9.9	37.5	5.7
0712200000	Cebolla china	1,148	1,802	1,484	1,785	2,090	12.7	17.1	4.1
0511991000	Cochinilla	1,017	629	524	2,310	1,419	6.9	-38.6	2.8
1005903000	Maíz blanco gigante	1,268	2,134	1,735	1,250	1,373	1.6	9.9	2.7
2005600000	Espárragos en conserva	131	204	301	464	1,189	55.4	156.0	2.4
1302391000	Goma de tara en polvo	1,154	840	1,202	1,009	1,150	-0.1	14.0	2.3
0804502000	Mangos frescos	0	0	201	2,771	1,113	-	-59.8	2.2
1008902000	Kiwicha	605	365	546	495	437	-6.3	-11.8	0.9
1805000000	Cacao en polvo	0	0	8	274	431	-	57.2	0.9
	Resto	8,046	6,133	6,147	8,831	15,228	13.6	72.4	30.1
	TOTAL	22,793	23,906	26,817	39,756	50,589	17.3	27.2	100.0

Fuente: SUNAT

Elaboración: PromPerú

V. Acceso al mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

Las autoridades japonesas son extremadamente estrictas a la hora de valorar contenidos o cantidades mínimas (por ejemplo de un aditivo) certificadas por las autoridades del país proveedor. En Japón no existe un porcentaje de tolerancia ante cualquier anomalía o disparidad en los documentos, simplemente en estos casos el producto no ingresa al país. Por tanto, se recomienda que exista una máxima comunicación posible con el importador para evitar este tipo de problemas y proceder con meticulosidad cuando se completen todo tipo de formularios.

Los aranceles son administrados por la Dirección de Aduanas y Aranceles del Ministerio de Finanzas, el 42% de los productos importados en Japón se les aplica arancel cero, 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. Por ejemplo, algunos tipos de aranceles son:

- Para el capítulo 03 que son pescados, crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos el arancel promedio es de 8%, y el aplicado para Perú es del 2%.
- Para el sector agro formado por los capítulos 07 y 08 el arancel promedio es de 9%, y el aplicado para Perú es del 4%.
- Para la industria de alimentos, y en principal productos de los capítulos 09, 11, 16, 18, 20 el arancel promedio es 14.5%, y el aplicado para Perú es 5%.
- Para el capítulo 43 que son artículos de cuero el arancel promedio es de 10%, y para Perú es libre de aranceles.
- Para las confecciones que conforman los capítulos 61 y 62 el arancel promedio es de 16%, y para Perú es libre de aranceles.
- Y para los muebles que están en el capítulo 94 el arancel promedio es de 4%, y para el Perú es libre de aranceles.

Mayor detalle sobre los aranceles que aplica el Japón lo puede encontrar en http://www.customs.go.jp/english/tariff/2014_1/index.htm. En esta se encuentra el arancel base y el que corresponde al Perú con la ejecución del acuerdo comercial. De otro lado, los textos del Acuerdo de Complementación Económica se encuentran en www.acuerdoscomerciales.gob.pe.

A continuación se detallan algunos de los principales productos importados por Japón desde Perú con los respectivos aranceles que este país le aplica al Perú país y al mundo. También se muestran los competidores para cada producto

Barreras 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, sin la cual no es posible importar un producto.

Cuadro N° 07

Rk	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel MNF	Arancel preferencial
1	071080	Espárrago congelado	3	China-74%	6%	2%
				Ecuador-8%		
				Chile-3%		
2	070920	Espárrago fresco	3	México-47%	3%	0%
				Australia-16%		
				Tailandia-4%		
3	080390	Banano tipo cavendish	4	Filipinas-93%	20%	9%
				Ecuador-3%		
				Taipei Chino-1%		
4	081190	Mango congelado	5	Canadá-35%	3%	0%
				China-17%		
				Estados Unidos-16%		
5	071220	Cebolla china	-	Estados Unidos-61%	9%	6%
				China-27%		
				Egipto-8%		
6	051199	Cochinilla	6	China-47%	0%	0%
				Australia-22%		
				Estados Unidos-9%		
7	100590	Maíz blanco gigante	12	Estados Unidos-76%	0%	0%
				Brasil-12%		
				Ucrania-6%		
8	200560	Espárragos en conserva	2	China-73%	16%	10%
				España-2%		
				Austria-0.2%		
9	130239	Goma de tara en polvo	7	Estados Unidos-21%	0%	0%
				Dinamarca-20%		
				Corea del Sur-13%		
10	080450	Mangos frescos	6	México-30%	3%	0%
				Tailandia-25%		
				Taipei Chino-16%		
11	100890	Kiwicha	3	Canadá-43%	0%	0%
				Estados Unidos-39%		
12	180500	Cacao en polvo	12	Países Bajos-43%	13%	6%
				Malasia-30%		
				Tailandia-10%		

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

Homologación voluntaria

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.). Existen otras prohibiciones para químicos, pesticidas, aditivos y conservantes, que no deben incluirse 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.

5.2. Otros impuestos aplicados al comercio

El primer ministro de economía, Shinzo Abe, ha decidido elevar el impuesto al consumo, conocido como IVA (impuesto al valor agregado) del 5% al 8% en abril de 2014. Con esta medida se trata de disminuir la deuda pública que, de acuerdo al FMI, llega al 245%. Asimismo, se intenta mantener la confianza del país y estimular la economía con gasto público.

VI. Oportunidades comerciales

6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales

Los principales productos de exportación del Perú, que tienen preferencias con el TLC Japón, se encuentran los calamares, potas, anguilas, caballas, pulpos o anchoas en conserva, así como espárragos, aceitunas, paltas, cebollas, camu camu y lúcuma. Japón ofrece acceso preferencial a su mercado al 99,8% de las exportaciones del Perú, las mismas que involucran el 88,2% de líneas arancelarias.

Además, los productos de alto interés para el Perú, como café, espárragos, sachá inchi, pota, aceite de pescado, cobre, plomo, zinc, maíz morado, maíz gigante del Cusco, pez espada, entre otros, ingresarán al mercado japonés con acceso preferencial.

Por su parte, el Perú ofrece desgravación inmediata y a cinco años a productos de interés de Japón, como teléfonos celulares, computadoras, televisores, productos laminados de acero o hierro, diversos aparatos electrónicos, entre otros. Asimismo, Perú atiende los principales intereses de Japón en el sector automotriz, otorgando un acceso preferencial similar al concedido a Corea.

6.2. Productos con potencial exportador

6.2.1. Bienes

Se identificaron los productos con potencial exportador a este mercado a través de la metodología de priorización y segmentación. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Japón (del periodo comprendido entre 2008 y 2012). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar

a los sectores y productos. Si ambas variables, la tasa de crecimiento y la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los sectores que han sido considerados con oportunidades por esta metodología fueron agropecuario, confecciones y pesca. En los siguientes cuadros se detallan productos potenciales en el mercado japonés en los sectores mencionados.

Cuadro N° 07

Productos Potenciales para exportar a Japón Sector Agropecuario		
Partida	Descripción	Clasificación
080510	Naranjas frescas	Estrella
200911	Jugo de naranja congelado	Estrella
070960	Pimientos del género capsicum	Estrella
180100	Cacao en grano o entero	Estrella
080440	Paltas frescas	Estrella
070310	Cebollas frescas	Estrella
080232	Nueces de nogal frescas sin cáscara	Prometedor
080620	Pasas	Prometedor
070920	Espárragos frescos	Prometedor
200830	Agrios en conserva	Prometedor
200870	Duraznos en conserva	Prometedor
180500	Cacao en polvo	Prometedor
080610	Uvas frescas	Prometedor
081040	Arándanos frescos	Prometedor
080520	Mandarinas frescas	Prometedor
090112	Café sin tostar	Prometedor
080122	Nueces de brasil frescas sin cáscara	Prometedor

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

Cuadro N° 08

Productos potenciales para exportar a Japón Sector Pesca		
Partida	Descripción	Clasificación
030759	Pulpos, congelados, secos, salados o en salmuera	Estrella
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrella
030342	Atunes de aleta amarilla congelados excepto hígados, huevas y lechas	Estrella
030614	Cangrejos congelados	Estrella
160510	Cangrejos en conserva	Estrella
160415	Caballa en conserva, entero o en trozos	Prometedor
160413	Sardinias, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos.	Prometedor
030563	Anchoas saladas sin secar ni ahumar o en salmuera.	Prometedor
030341	Albacoras o atunes blancos congelados excepto hígado, huevas y lechas	Prometedor
030760	Caracoles vivos, frescos, refrigerados, congelados, excepto los de mar	Prometedor
160416	Anchoas en conserva, entero o en trozos	Prometedor
030729	Veneras, congelados, secos, salados o en salmuera.	Prometedor
030343	Listados o bonitos de vientre rayado congelados, excepto hígados, huevas y lechas	Prometedor

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

Cuadro Nº 09

Productos potenciales para exportar a Japón Sector Textil		
Partida	Descripción	Clasificación
610453	Faldas de fibra sintética para dama	Estrella
610443	Vestidos de fibra sintética para dama	Estrella
610712	Ropa interior de fibras sintéticas para caballero	Estrella
610520	Camisas de fibra sintética para caballero	Estrella
620342	Pantalones de algodón	Estrella
620711	Ropa interior de algodón para caballero	Estrella
620312	Ternos de fibra sintético para caballero	Estrella
630140	Mantas de fibra sintética	Estrella
570330	Alfombras y demás revestimientos para el suelo	Estrella
611030	Suéteres	Estrella
610332	Chaquetas de algodón para caballero	Prometedor
610452	Faldas de algodón para dama	Prometedor
610120	Abrigos de algodón para caballero	Prometedor
610432	Chaquetas de algodón para dama	Prometedor

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

6.2.2. Servicios

Las oportunidades identificadas se encuentran en las líneas de software, editoriales y franquicias.

- La línea de software es una de las industrias emergentes y de alto valor agregado en el mercado. En este sentido, los gobiernos de China, Japón y Corea del Sur se han unido para desarrollar "software" libre basado en Linux y reducir así la dependencia del sistema operativo Windows de Microsoft. Estas medidas tienen como objetivo brindar un software a bajo costo a los gobiernos asiáticos. El mundo ve a este país como oportunidad para invertir en esta línea, en particular en la industria de videojuegos y de electrónica.
- Según la UNESCO, Japón se sitúa en primera posición de países en cuanto a hábitos de lectura, es el segundo mercado editorial más importante del mundo y el primero de Asia con ventas anuales de aproximadamente 13,492 millones de euros (US\$ 19,000 millones). Es, además, uno de los principales importadores de derechos editoriales con más de 5 700 nuevos títulos publicados anualmente.

Cada año, en el mes de julio, se celebra la Feria del Libro de Tokio (Tokio International Book Fair), la cita más importante para el sector editorial del continente asiático. Se trata sin duda de una herramienta muy útil para acceder a este mercado y la mejor oportunidad para conocer y encontrarse con empresas asiáticas interesadas en la compra-venta de derechos. Los libros

más demandados son los de literatura, ciencia y tecnología y los de entretenimiento (manga).

- En la actualidad, el mercado de franquicias está colmado de cadenas textiles, como por ejemplo “Mango”, que en este país tiene al menos 20 establecimientos abiertos, y Adolfo Domínguez, con más de 13 tiendas. Es importante mencionar, que existen oportunidades para empresas del rubro belleza.

Cuadro Nº 10

Intercambio de Servicios Japon - Mundo (en miles de millones de US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % Prom	Var. % 12/11
Exportaciones	149	128	141	146	146	-0.5	-2.0
Importaciones	169	149	157	168	176	1.0	4.1
Balanza Comercial	-20	-21	-16	-22	-30		
Intercambio Comercial	318	277	298	314	322	0.3	1.3

Fuente: UNCTAD

Elaboración: PROMPERÚ.

VII. Tendencias del consumidor

Los consumidores adultos mayores están acostumbrados a la comida japonesa tradicional, mientras que los jóvenes están dispuestos a probar alimentos extranjeros.

El canal de venta para las tiendas de retail en vestimenta para el futuro será el internet. Este medio de compra es conveniente para aquellas que tienen un estilo de vida agitado pues les permite administrar su tiempo y a su vez reciben más información.

Las empresas japonesas solían producir en China. Sin embargo, debido a los conflictos políticos entre ambos países y a la desaceleración económica de China, las empresas textiles japonesas han decidido mudarse a los países del sudeste asiático como Bangladesh, Vietnam e Indonesia. Es importantes resaltar que Japón es el 3er mercado de prendas de vestir y por tal motivo le conviene mantener bajos costos.

Nuevas marcas extranjeras de ropa están entrando al mercado japonés. Actualmente, el mercado de ropa japonés es dominado por las marcas Fast Retailing Co. Ltd, Shimamura Co Ltd, World Co Ltd, y Onward Holdings Co Ltd. Los consumidores japoneses prefieren las marcas de ropa extranjera que las nacionales, por tal motivo las nuevas empresas extranjeras entrantes son vistas como una nueva opción de compra.

VIII. Cultura de negocios

Las empresas que quieran introducirse en el mercado japonés deben ser perseverantes y estudiar a profundidad el mercado y las costumbres locales. La calidad es indispensable para entrar en el mercado, pues son muy exigentes en cuanto a los ingredientes, el impacto del producto en la salud, presentación, limpieza y cuidado del empaque, además del reconocimiento de instituciones. También es importante ofrecer buen precio, contar con experiencia exportadora a otros mercados y mantener un alto nivel de seriedad, formalidad y puntualidad en todo aspecto.

Las ferias y exposiciones comerciales son un medio idóneo para promover los productos y servicios en los mercados internacionales. Entre las más importantes, enfocadas a la oferta de productos peruana, se encuentra Foodex.

IX. Links de interés

Asociación Japonesa de Reciclaje de Empaques y Embalajes

<http://www.jcpra.or.jp>

JETRO (Japan External Trade Organization)

<http://www.jetro.go.jp>

Oficina de Aduanas y Aranceles de Japón

http://www.customs.go.jp/english/tariff/2014_1/index.htm

Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI)

<http://www.meti.go.jp/english/index.html>

FOODEX.JAPAN

Ministerio de Finanzas

<http://www.mof.go.jp/english/index.htm>

SODEC
SOFTWARE DEVELOPMENT EXPO

Ministerio de Agricultura, Pesca y Silvicultura

<http://www.maff.go.jp/eindex.html>

ifia.JAPAN

Ministerio de Relaciones exteriores

<http://www.mofa.go.jp/>

Bank of Japan

<http://www.boj.or.jp/en/index.htm>

X. Eventos Comerciales

Foodex Japan 2014

Sector: Alimentos y bebidas

Lugar: Makuhari Messe - Nippon Convention Center

Fecha: 4 al 7 de marzo

Sodec

Sector: Software

Lugar: Tokyo International Exhibition Center (Tokio Big Sight)

Fecha: 14 al 16 de Mayo de 2014

International Food Ingredients and Additives Exhibition and Conference

Sector: Productos pesqueros

Lugar: Tokio

Fecha: 21 al 23 de Mayo de 2014

HFE JAPAN **Health Food Exposition and Conference**
Sector: Productos pesqueros
Lugar: Tokio
Fecha: 21 al 23 de Mayo de 2014

JFW-IFF **International Fashion Fair**
JFW-INTERNATIONAL FASHION FAIR
Sector: confecciones
Lugar: Tokio
Fecha: 22 al 24 de Enero de 2014

XI. Bibliografía

- Euromonitor: Country Profile
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC 2013-2014
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI statistics
- Ferias internacionales: www.nferias.com

Actualizado al 07.02.2014