

# EXPORTANDO A JAPÓN

---

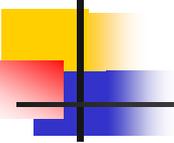
**31 de Octubre de 2012**

**Yusuke Nishizawa**

**Director Ejecutivo para Centroamérica y el Caribe**

**Japan External Trade Organization(JETRO)**

\*Neither this publication nor any part of it may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of JETRO. All information in this publication is verified to the best of the writers' and the publisher's ability. However, JETRO does not accept responsibilities for any loss arising from reliance on it.



# Acerca de JETRO

---

## JETRO: Japan External Trade Organization

### 1.Nuestra misión:

- Promover el comercio exterior y la inversión extranjera directa entre Japón y el resto del mundo.

### 2.Nuestras actividades

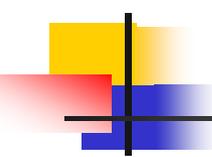
- Promover los vínculos comerciales e internacionales de los sectores de alta tecnología y las industrias claves
- Contribuir en el crecimiento económico de los países en desarrollo a través de la promoción comercial.
- Apoyar a las Pymes japonesas para que se desarrollen en el mercado internacional.
- Asistir a las empresas japonesas en la expansión de sus operaciones en en extranjero y proteger su propiedad intelectual .

# Global Network

For contact information please visit <http://www.jetro.go.jp/en/jetro/worldwide>

JETRO en el mundo: 73 oficinas en 55 países





# Los Temas de Hoy

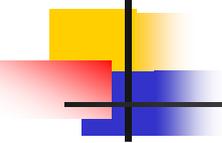
---

**I. Información General sobre Japón**

**II. Introducción sobre el mercado japonés**

**III. ¿Cómo exportar alimentos hacia Japón?**

**IV. Presentación sobre FOODEX JAPAN**



# I. Información General sobre Japón

---

## *1. la Economía Japonesa*

# Datos Básicos - Cifras Principales-

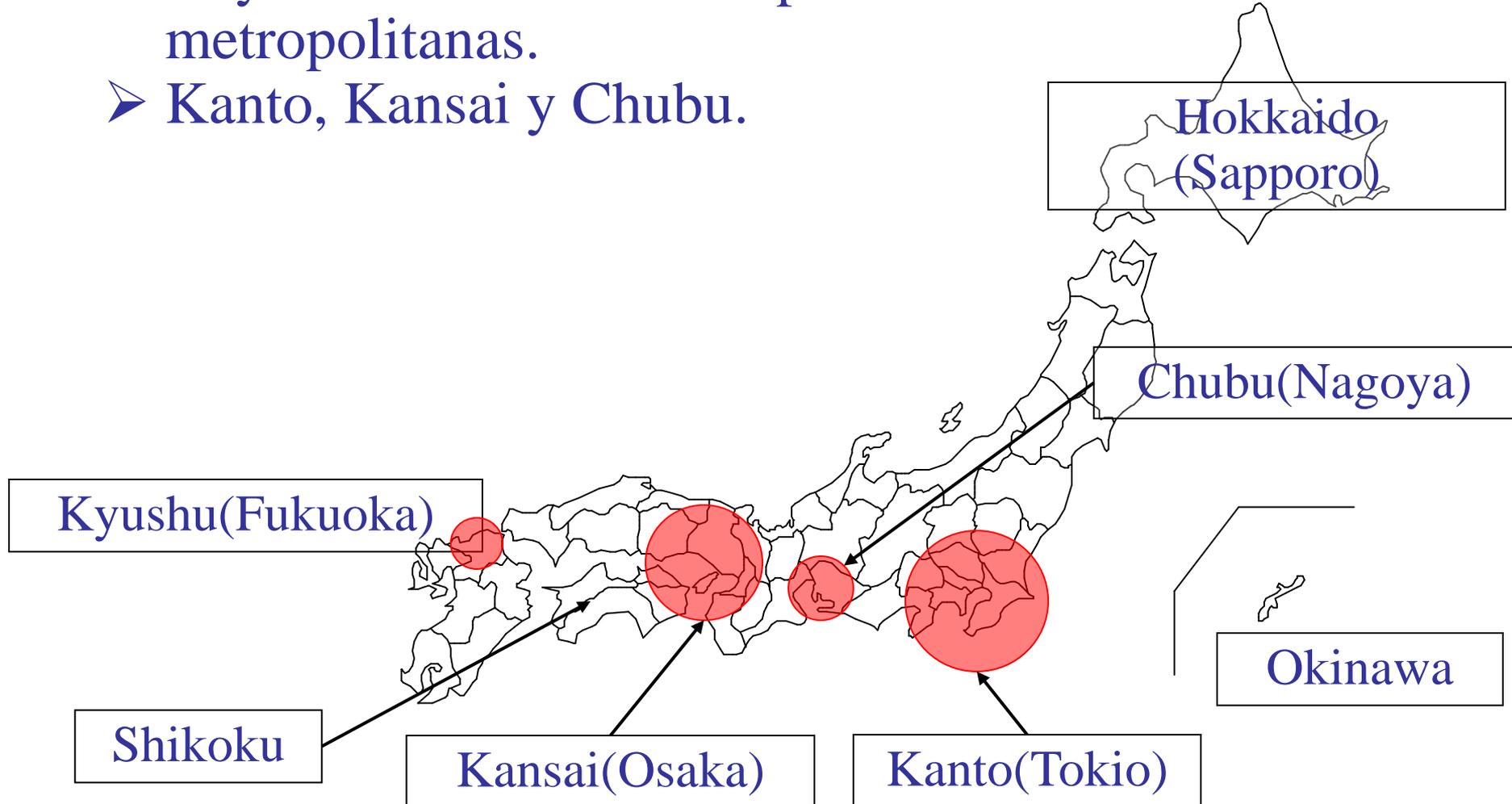
➤ Tamaño económico es enorme.

	2011	2012 (Estimado)	Unidad
Superficie	377,899	377,899	Km2
<b>Población</b>	<b>127.9</b>	<b>127.6</b>	<b>Millones</b>
Tasa de desempleo	4.6	4.5	%
<b>PIB (nominal)</b>	<b>5,866,540</b>	<b>5,984,390</b>	<b>Millones de USD</b>
PIB per capita (nominal)	45,870	46,896	USD
Crecimiento del PIB (Real)	Δ 0.8	2.2	%
Inflación	Δ 0.3	Δ 0.2	%, al final del periodo

Fuente: Fondo Monetario Internacional etc.

# Datos Básicos - Geografía -

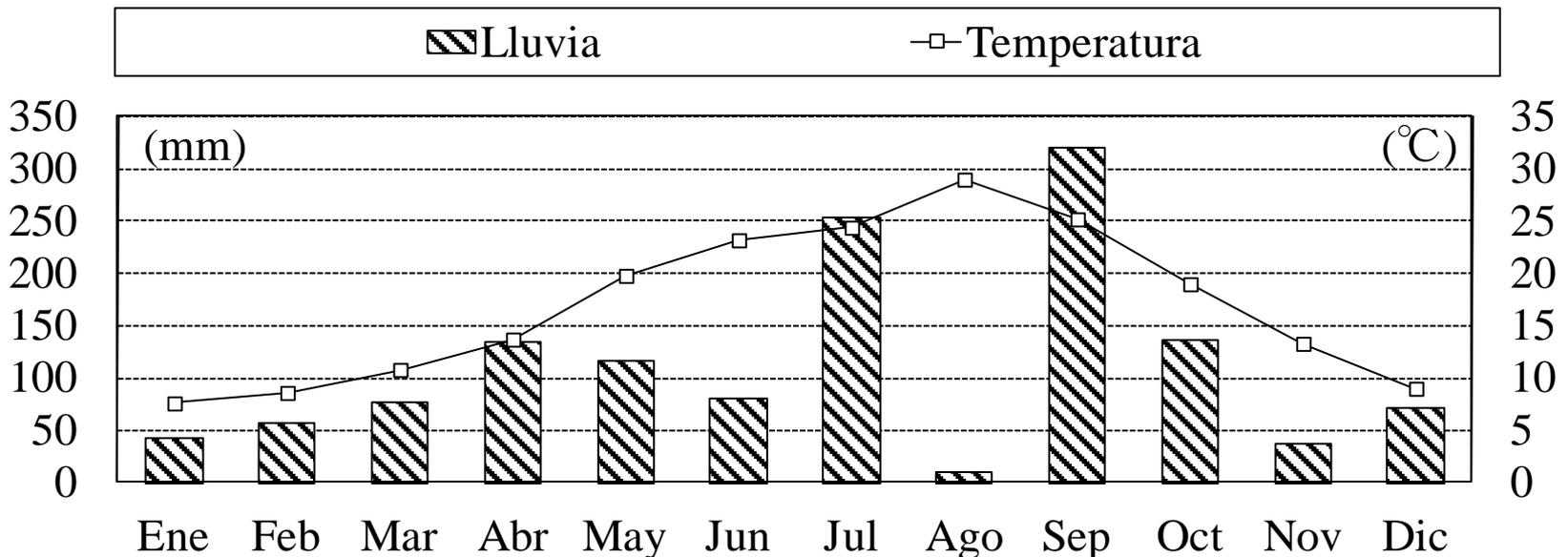
- Hay concentración de su población en 3 zonas metropolitanas.
- Kanto, Kansai y Chubu.



# Datos Básicos - Clima -

- Japón tiene 4 estaciones.
- Los japoneses adaptan su comida de acuerdo a estación, debido a los cambios de clima.

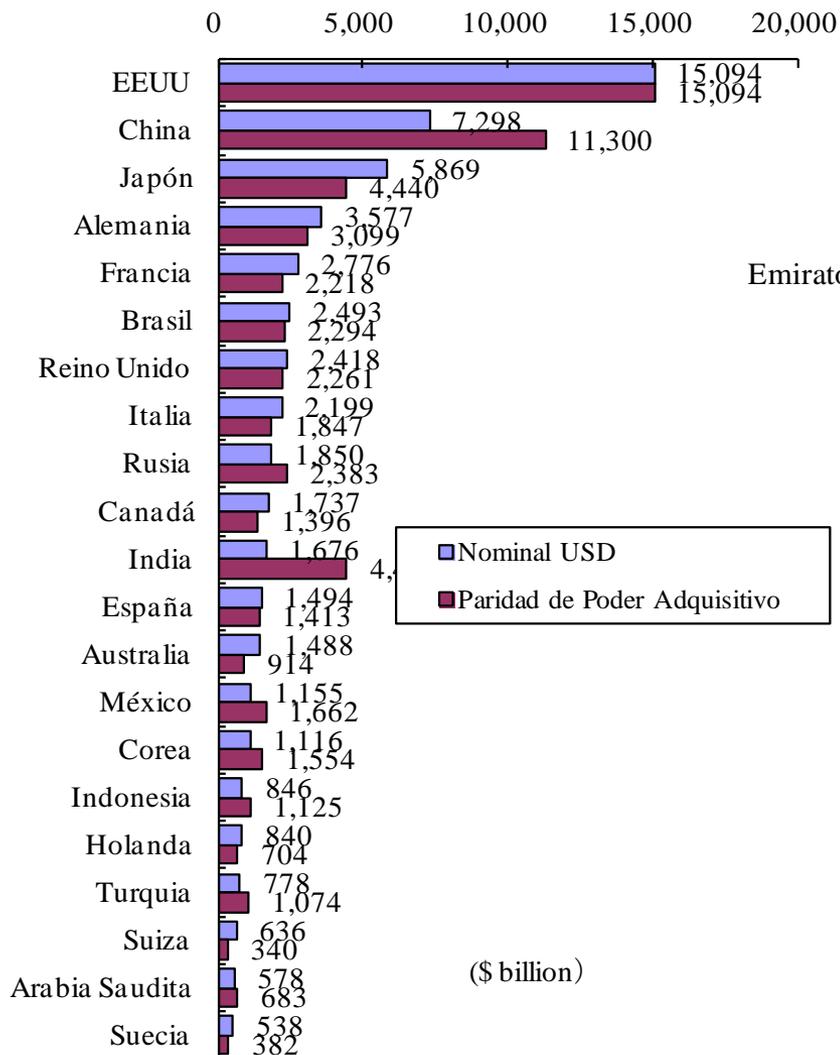
## *Nivel de lluvia y temperatura de Tokio*



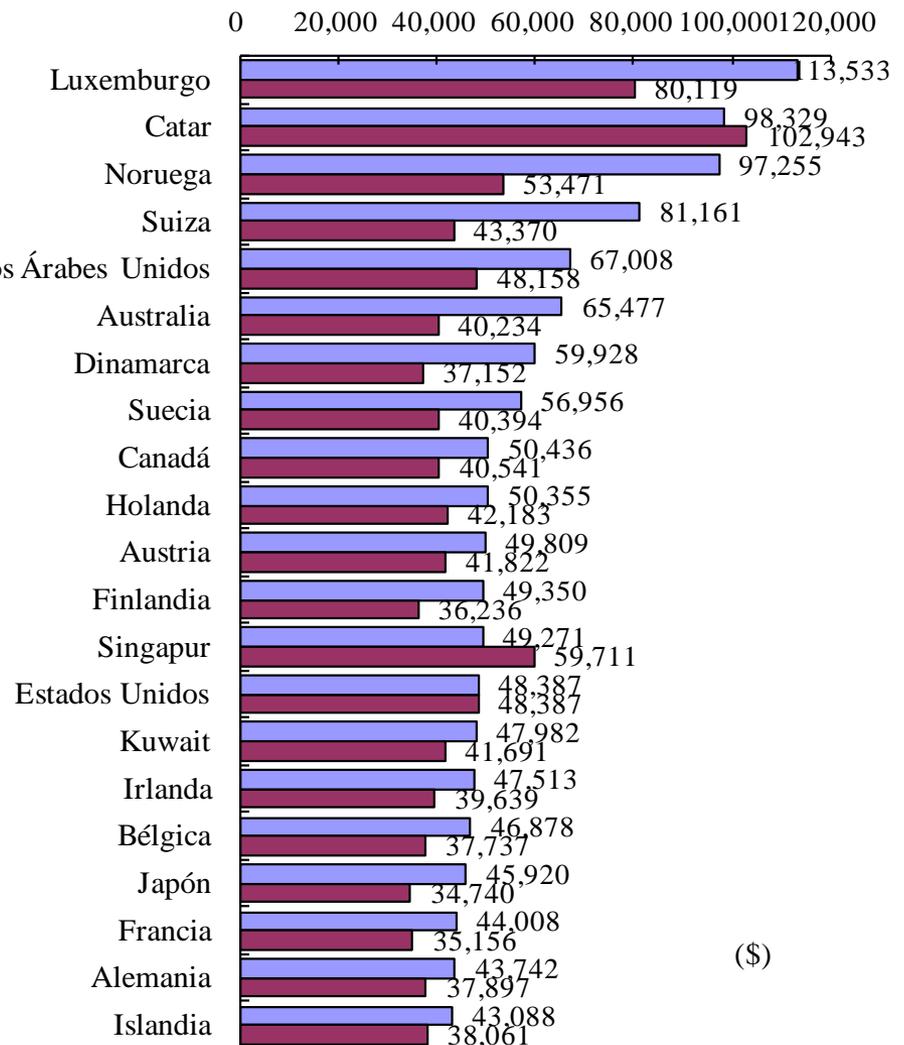
Fuente: Agencia Meteorológico de Japón

# Orden de la Economía Global

## PIB (2011)

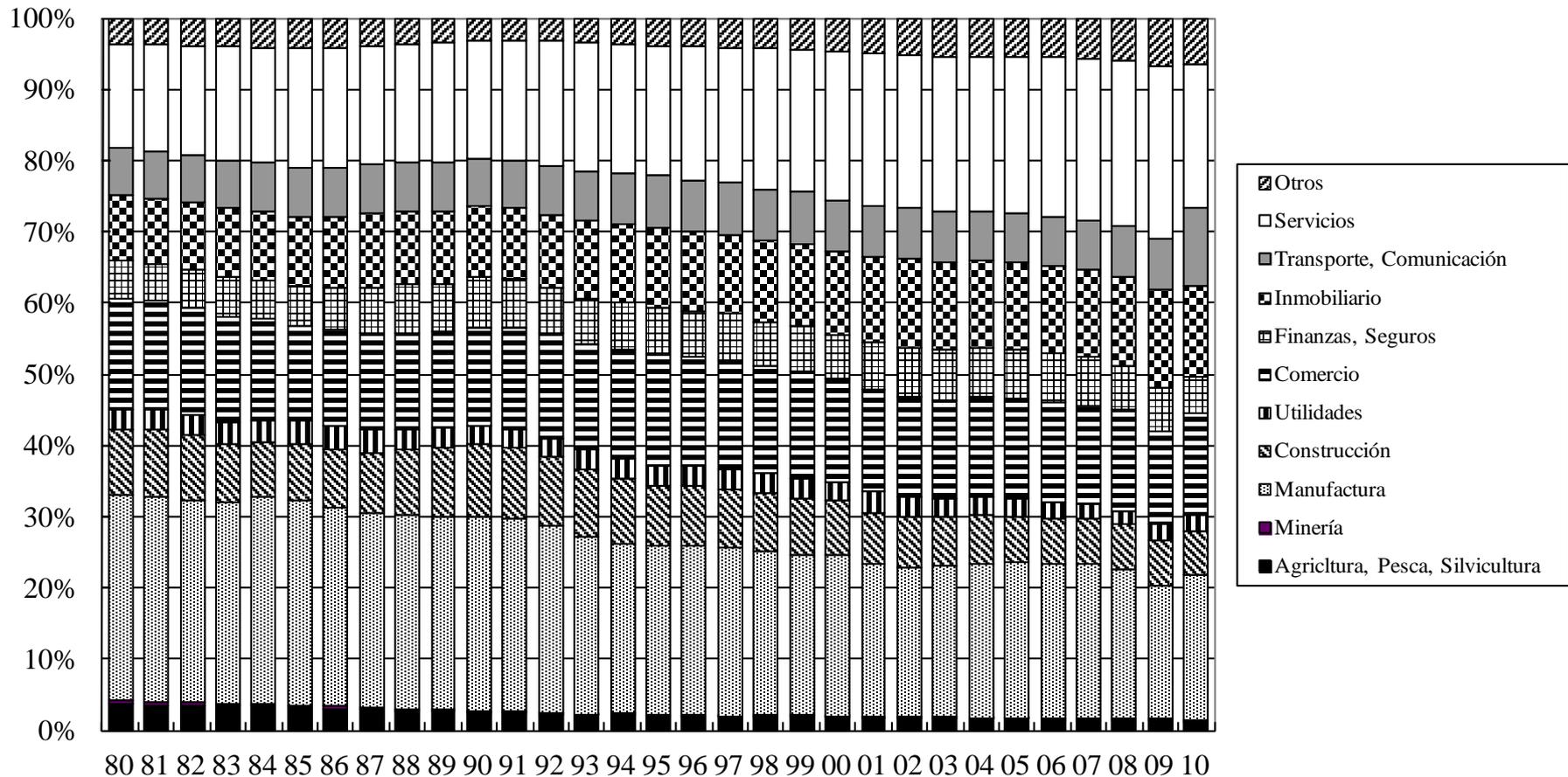


## Per-Capita PIB (2011)

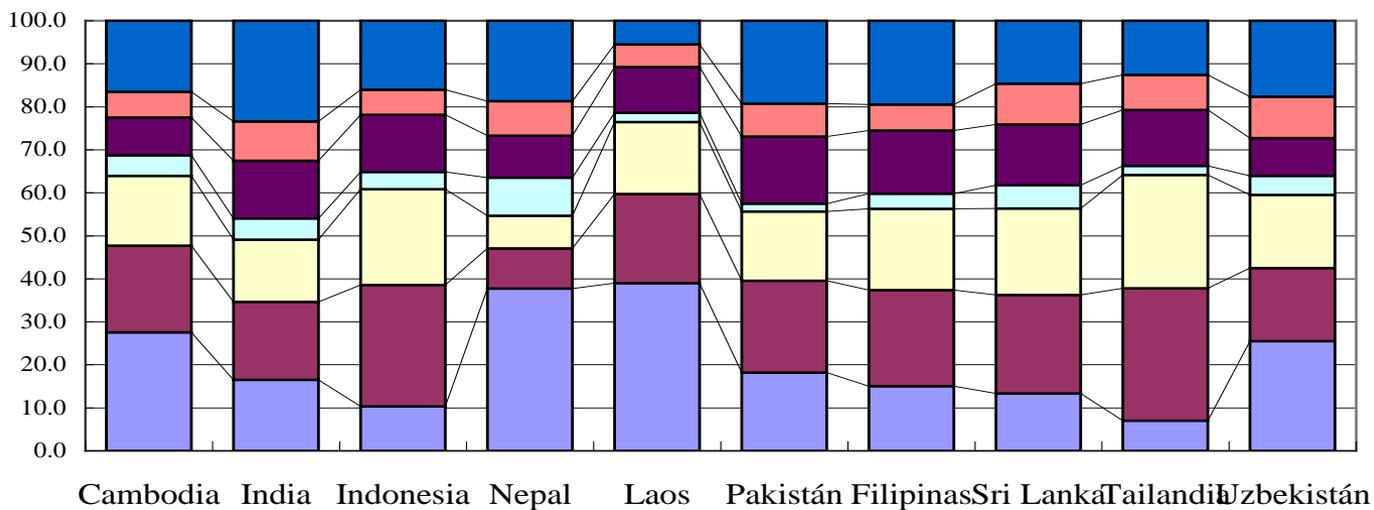
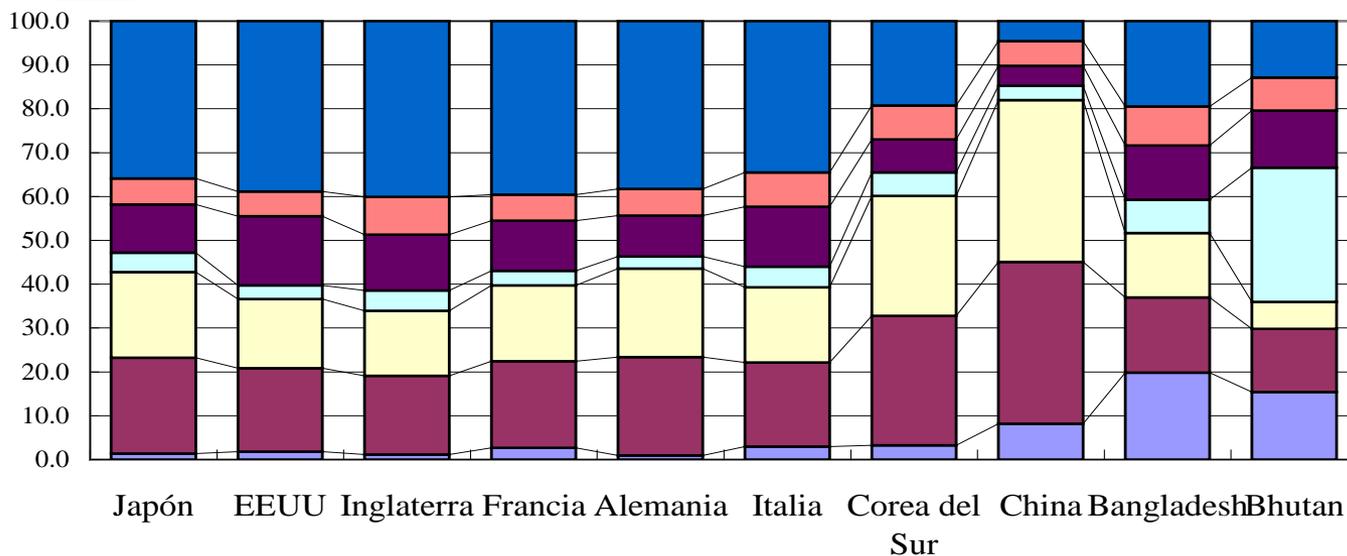


# Cambio de la Estructura Industrial

## Composición del PIB



# Comparación Global de la composición del PIB



Fuente: Naciones Unidas

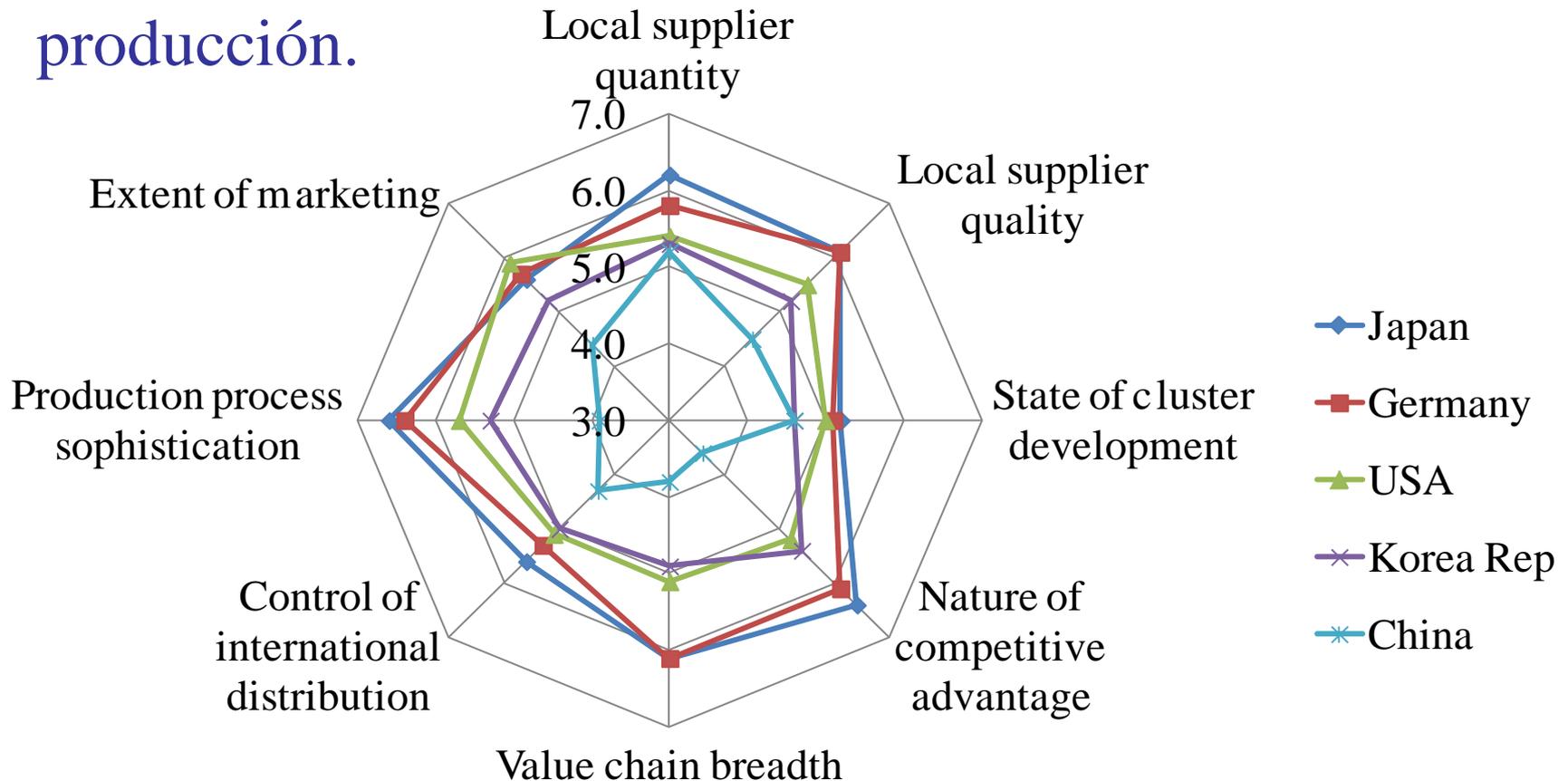
# Alta Competitividad de Japón

- Japón mantiene Top 10 de Ranking de la competitividad del Foro Económico Mundial.

Rank	2008	2009	2010	2011	2012
1	United States	Switzerland	Switzerland	Switzerland	Switzerland
2	Switzerland	United States	Sweden	Singapore	Singapore
3	Denmark	Singapore	Singapore	Sweden	Finland
4	Sweden	Sweden	United States	Finland	Sweden
5	Singapore	Denmark	Germany	United States	Netherlands
6	Finland	Finland	Japan	Germany	Germany
7	Germany	Germany	Finland	Netherlands	United States
8	Netherlands	Japan	Netherlands	Denmark	United Kingdom
9	Japan	Canada	Denmark	Japan	Hong Kong SAR
10	Canada	Netherlands	Canada	United Kingdom	Japan

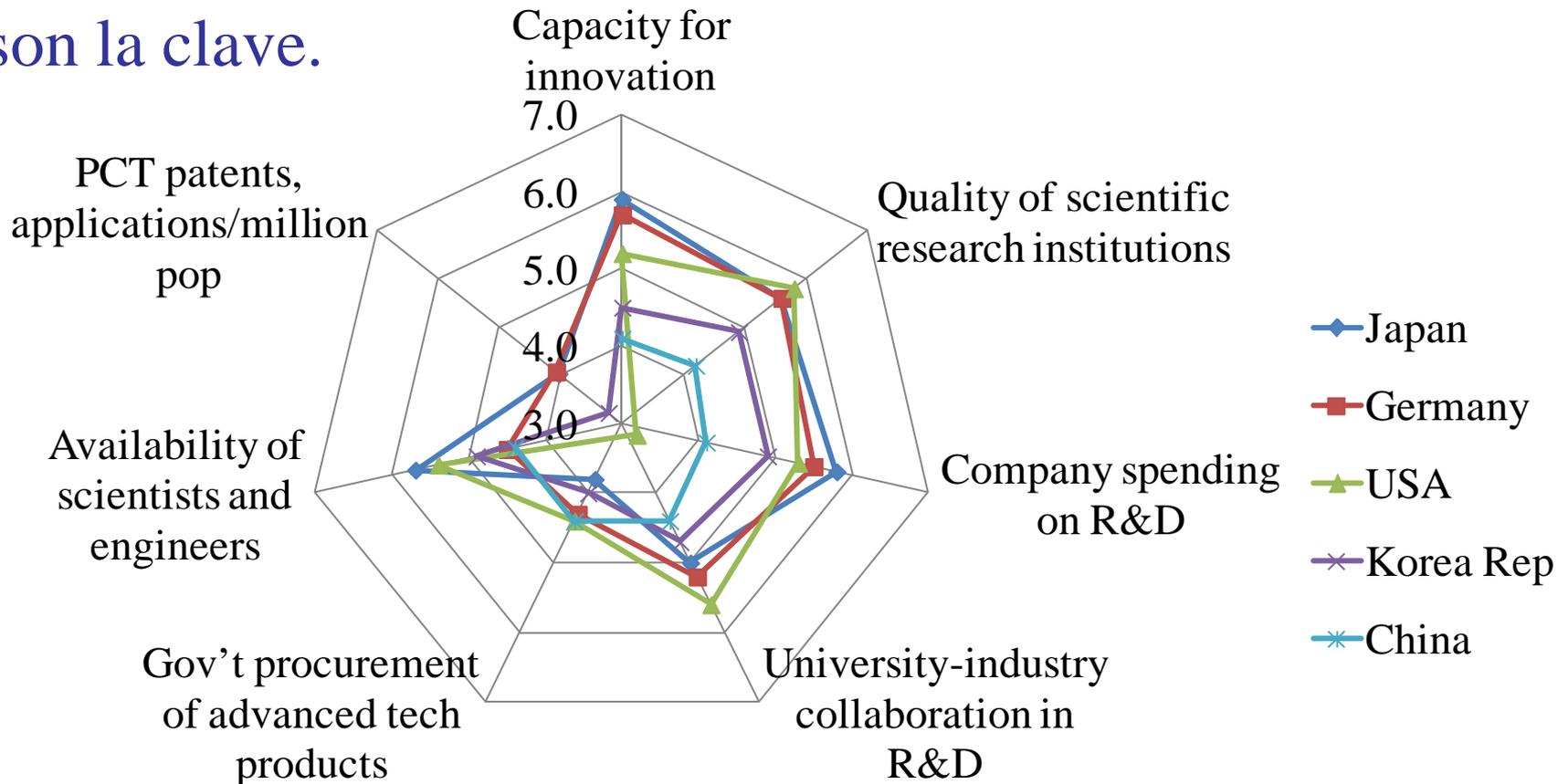
# Alta Competitividad de Japón

➤ Origen de la competitividad es la alta calidad de los proveedores locales y el proceso sofisticado de producción.



# Alta Competitividad de Japón

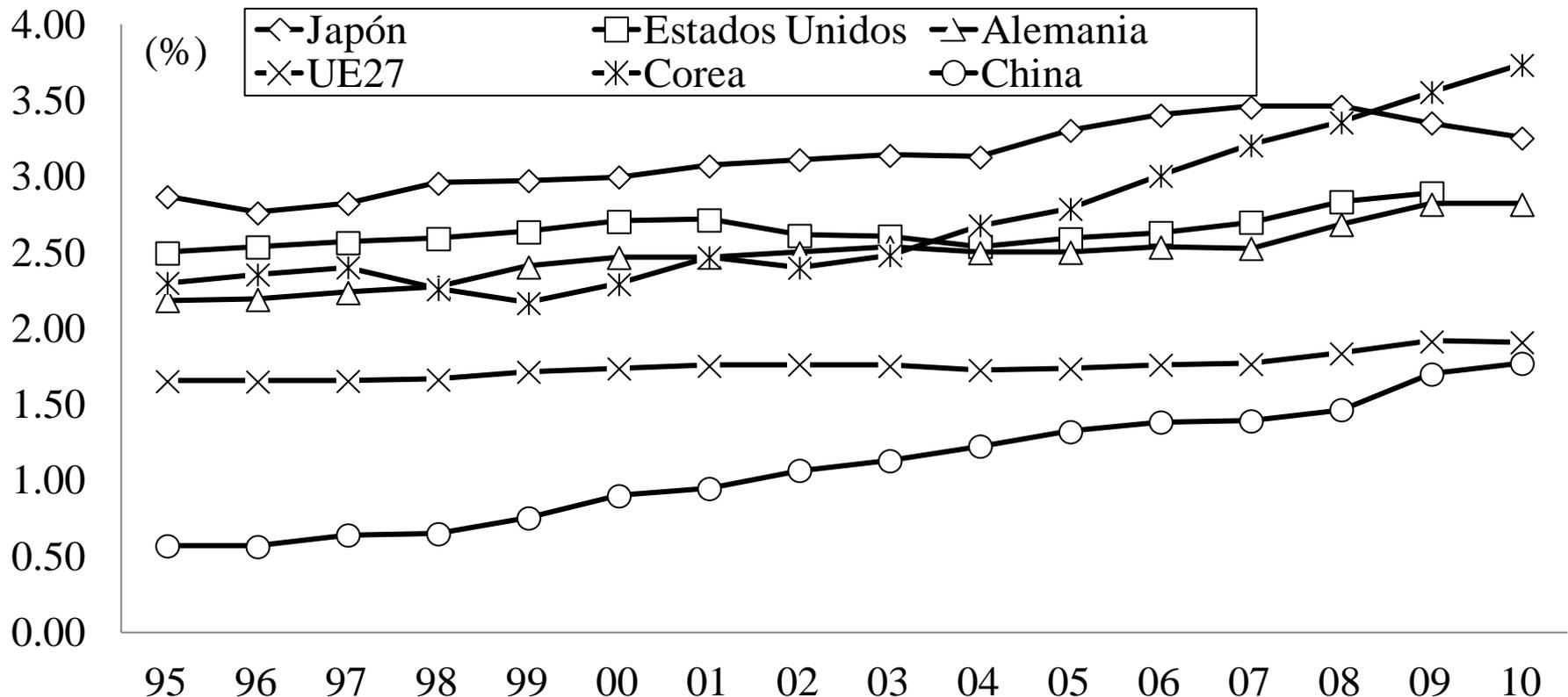
- La capacidad para la innovación y la inversión en la investigación y desarrollo por parte del sector privado son la clave.



# Fuente de la Innovación es “R&D”

➤ Agresiva inversión en investigación y desarrollo

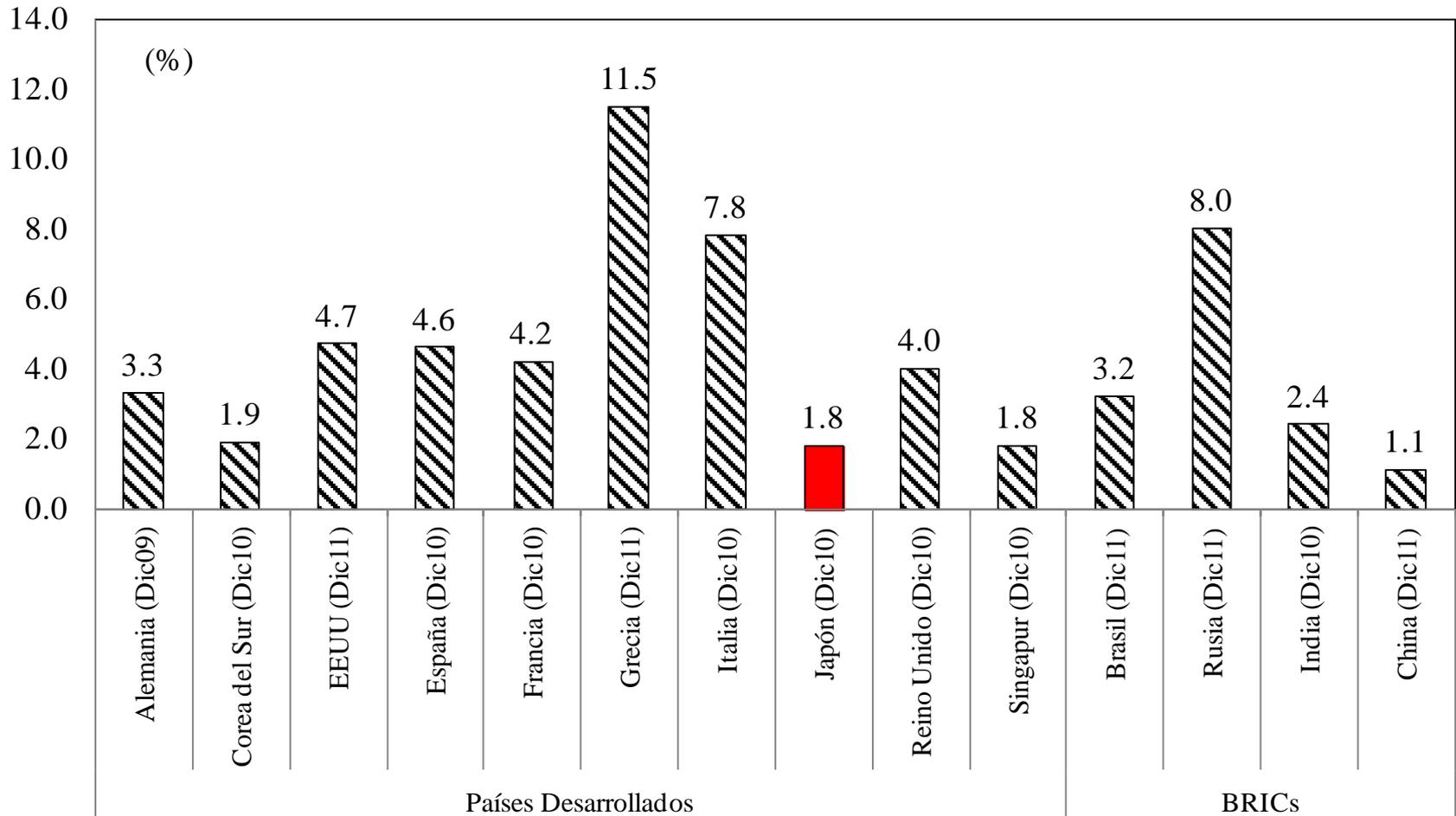
## PIB vs. Inversión en Investigación y Desarrollo



Fuente: OCDE, "Main Science and Technology Indicator"

# Sector Financiero Robusto

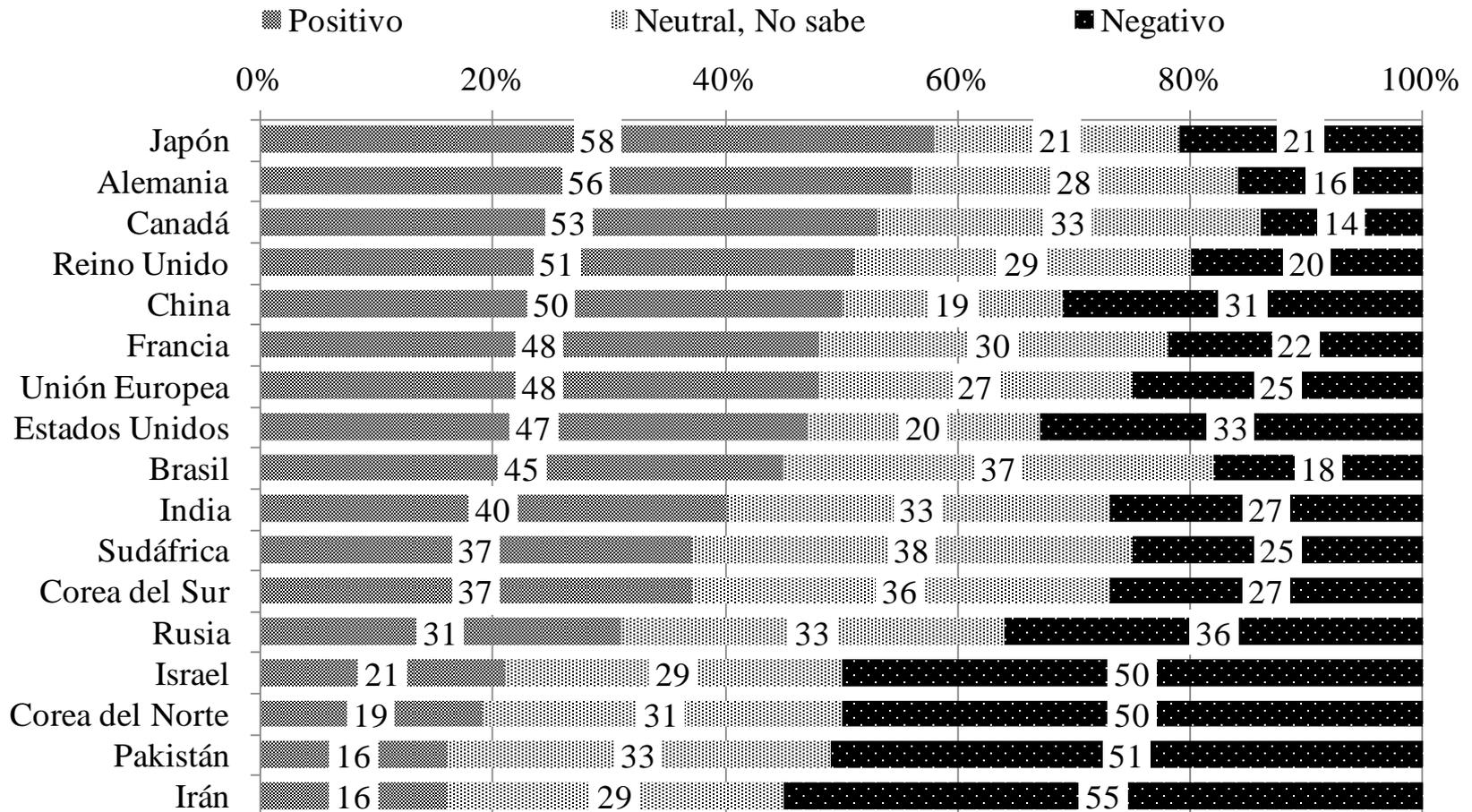
► “Bank Non-Performing Loan” es muy bajo



Fuente: FMI, "International Monetary Fund, Global Financial Stability Report"

# Imagen Positiva de Japón

➤ Encuesta sobre su influencia en el mundo. (año 2012)



Fuente : BBC



# Factores de Riesgo para la Economía Japonesa

---

## ➤ Factores de Riesgo a Corto Plazo

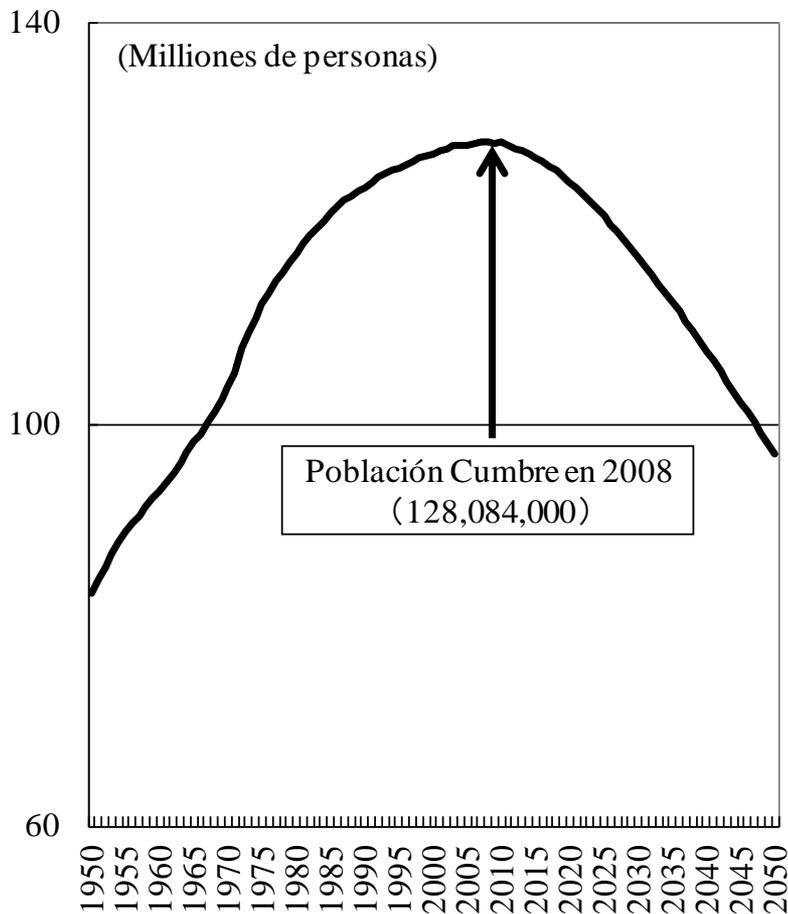
- Precios de la energía
- Mercado de divisas
- Restricción laboral
- Restricción medioambiental
- Retraso de las negociaciones de los TLCs
- Alto porcentaje de impuestos
- Política inestable

## ➤ Largo Plazo y Problemas Estructurales

- Déficit fiscal
- Disminución de la población

# Población Dismuyendo

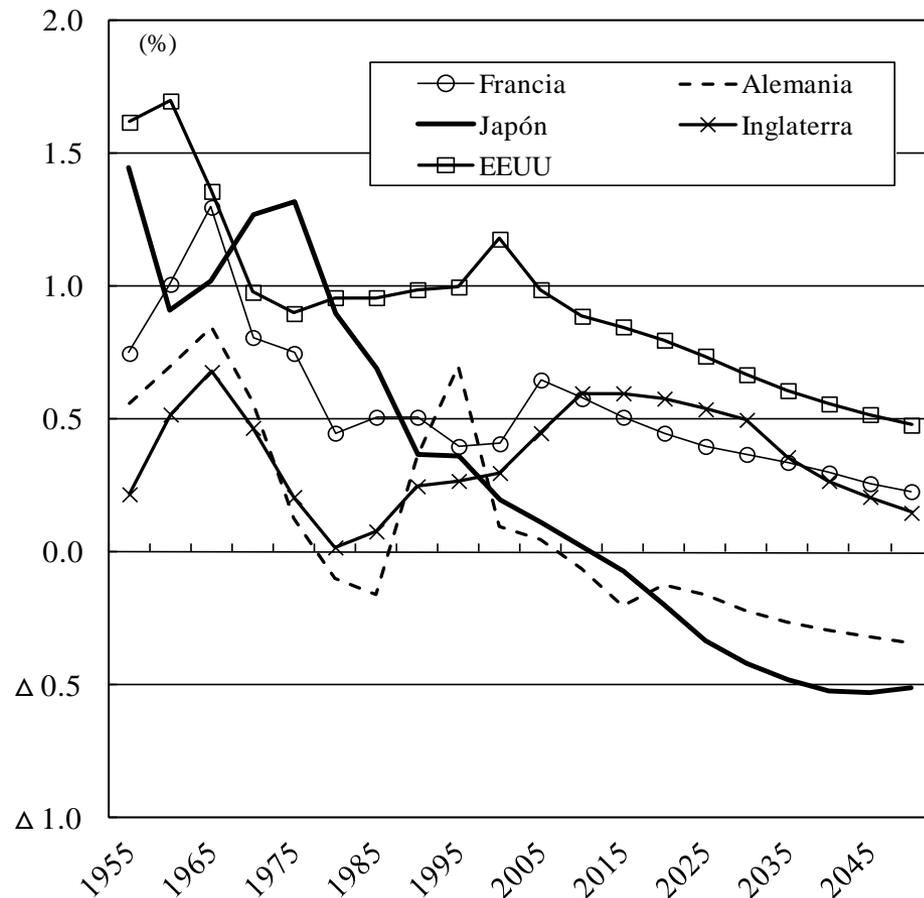
## Inminente declive de la Población

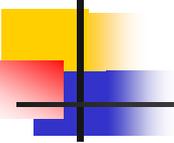


Nota: Las cifras de la población son estimadas.

Fuente : Instituto Nacional de Población e Investigación de Seguridad Social, ONU "World Population Prospects: The 2010 Revision Population Database"

## Cambio en los Países Desarrollados "Tasa de Crecimiento de Población"





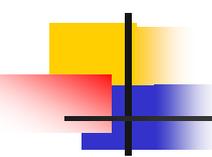
# Tasa de Crecimiento de PIB Real y Fuerza Laboral

(Unidad : %)

	Tasa de Crecimiento de PIB Real (anualizada)	Tasa de Crecimiento de Fuerza Laboral (anualizada)
1960s	10.4	1.4
1970s	5.2	0.9
1980s	3.8	1.1
1990s	1.7	0.8
2000s	1.4	Δ 0.4

Note: Para la tasa de crecimiento de PIB, calculada con “Fixed-Based Formula” desde 1990s, y “Chain-Weighted Index Formula” desde 2000s

Fuente : Calculado por JETRO con los datos de la Oficina de Gabinete, Dirección de Estadísticas del Ministerio de Asuntos Internos.



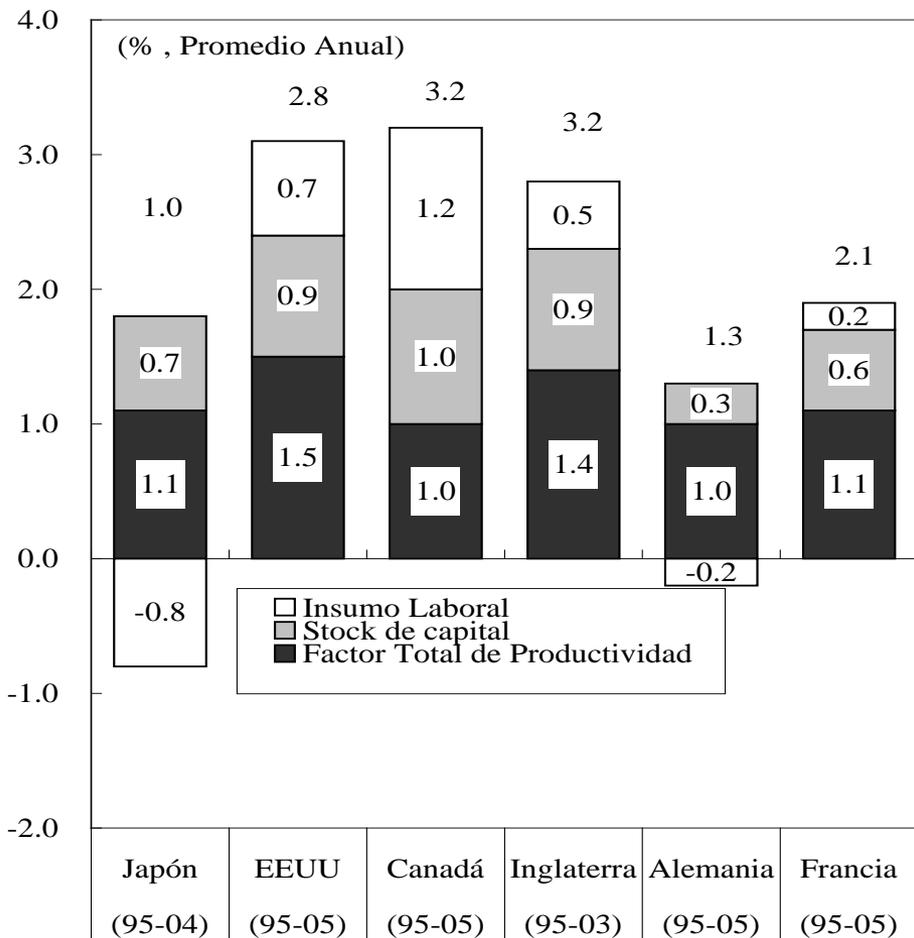
# Estrategia para alcanzar Prosperidad con una población decreciente

---

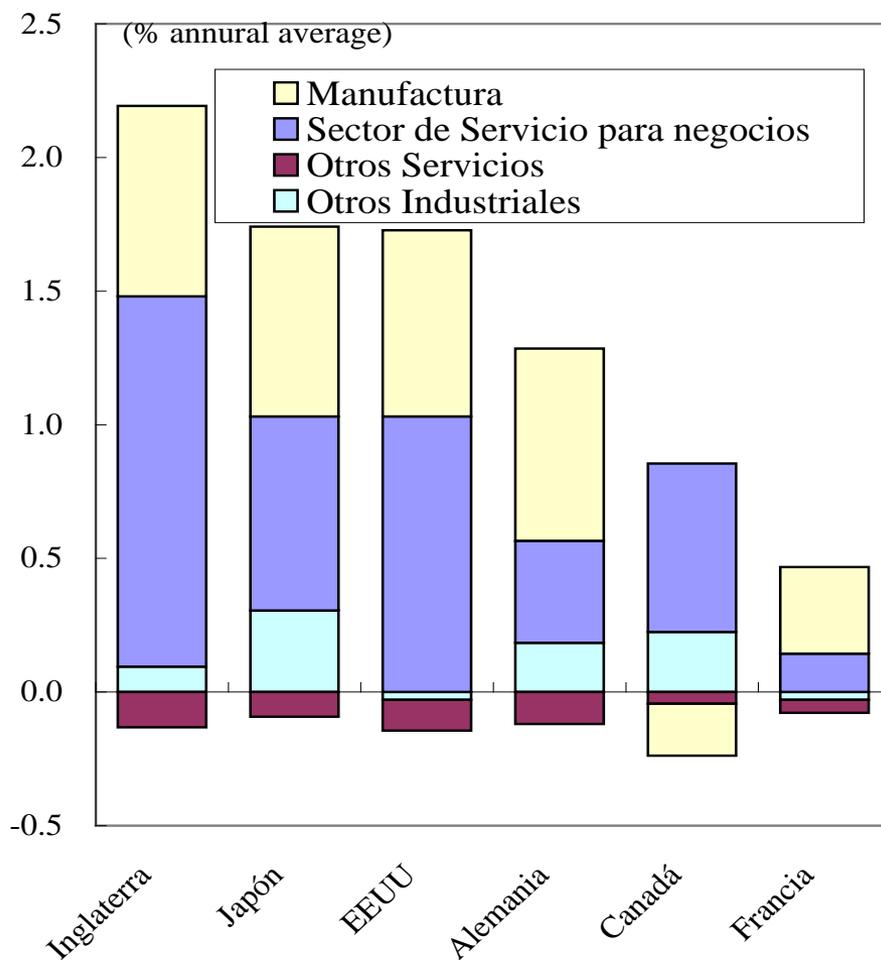
- Promover la productividad vía “Innovación”
- Desarrollo de Mercados en otros países
- Invitación a la Inversión Extranjera Directa
- Vitalización de la industria de Servicios

# Comparación global de Productividad

## Composición de Crecimiento Económico en los Países Avanzados

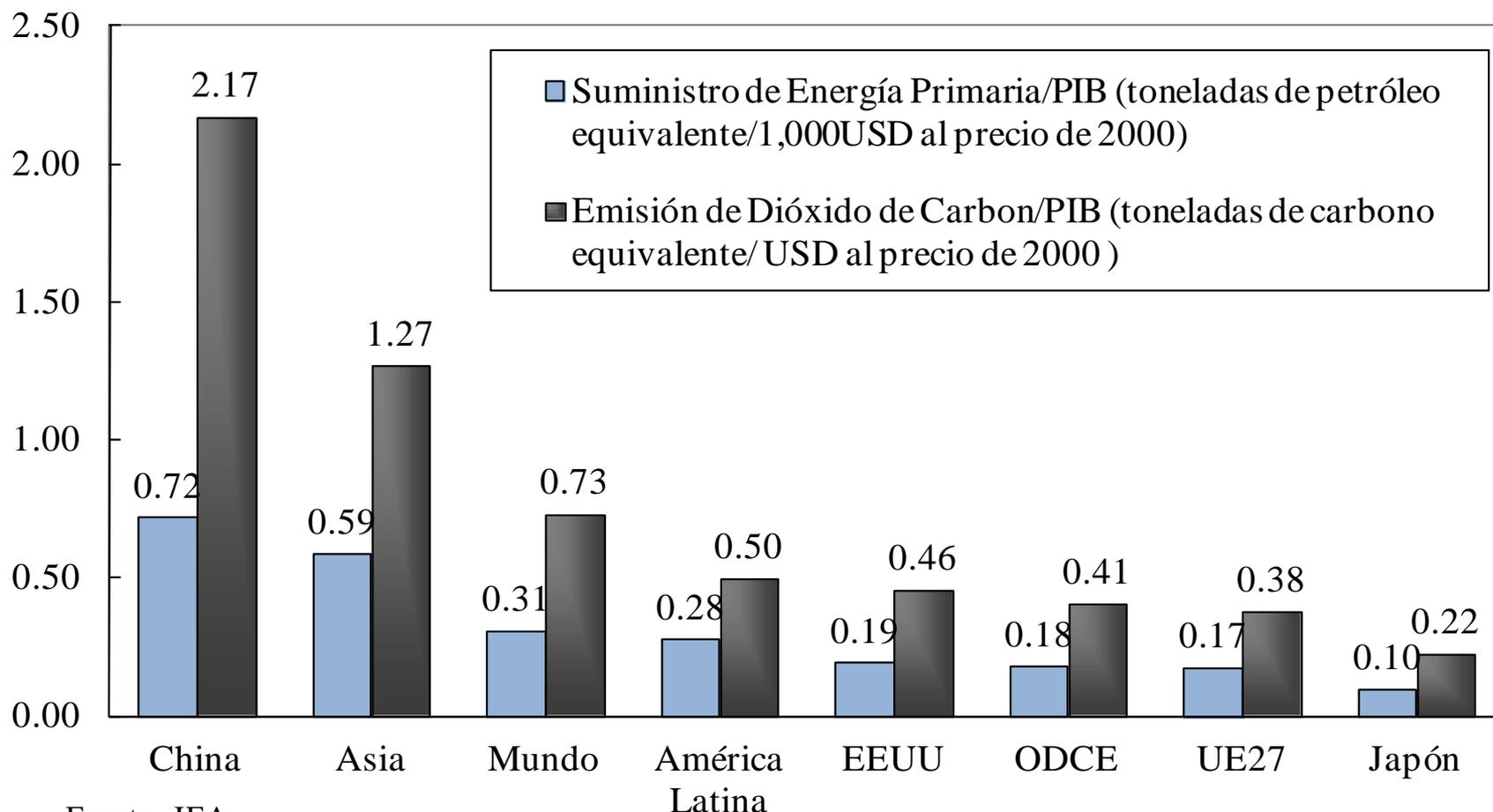


## Contribución de las actividades claves para el Crecimiento de la Productividad

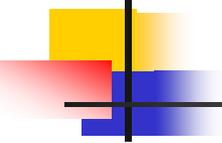


# Alta Eficiencia Energética y Sociedad Eco-amigable

## Suministro de Energía Primaria y Emisión de Dióxido de Carbono per PIB Real (2009)



Fuente : IEA



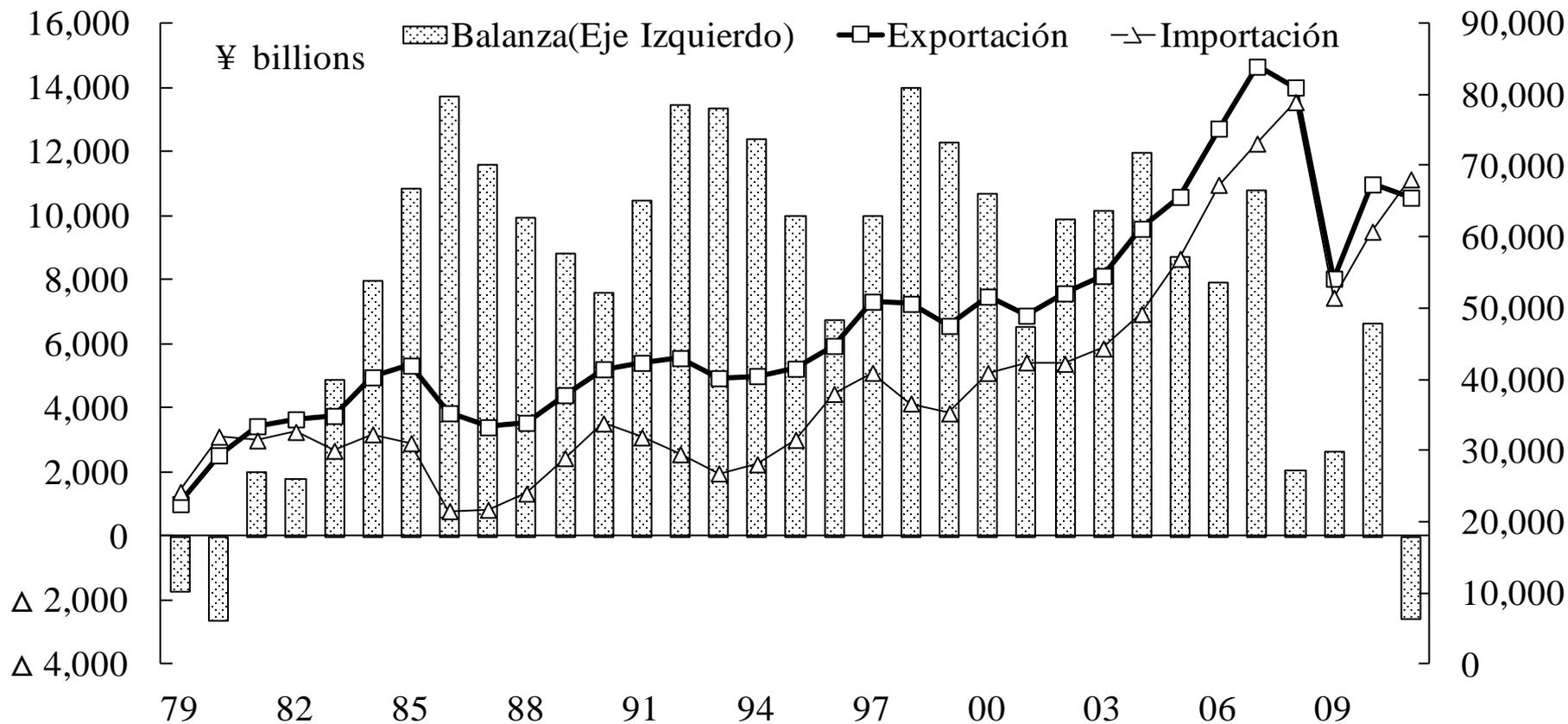
# I. Información General sobre Japón

---

## *2. Comercio Exterior e Inversión Extranjera Directa de Japón*

# Crecimiento Estable del Comercio Exterior

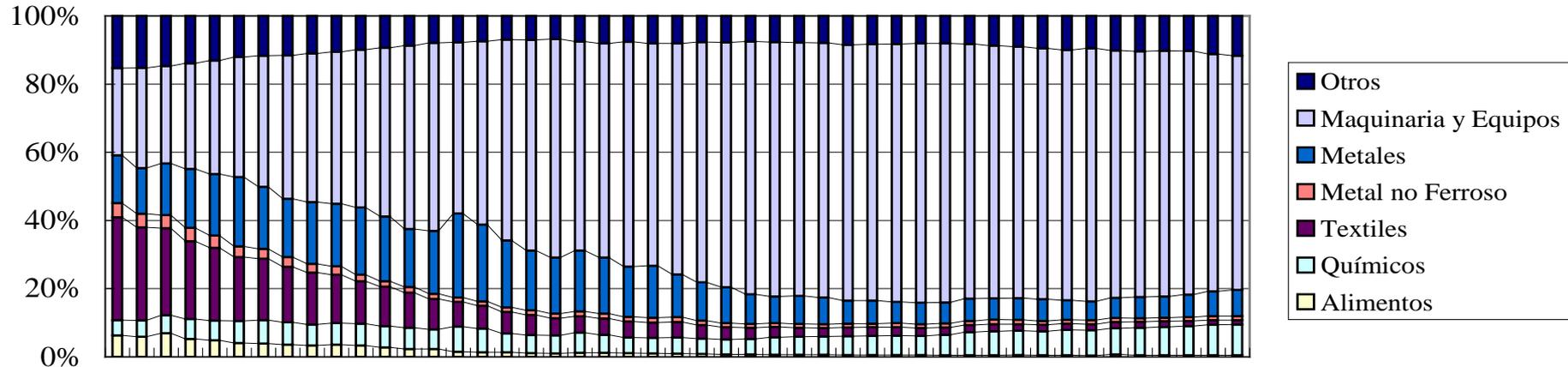
## Tendencia del Comercio Exterior de Japón



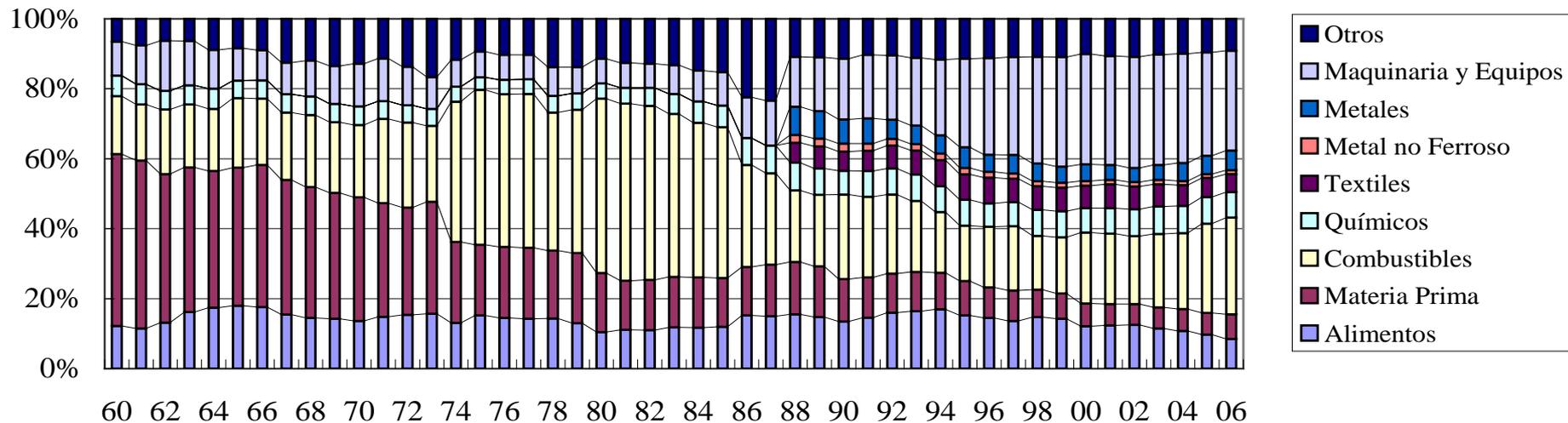
Fuente : Ministerio de Finanzas de Japón

# Composición del Comercio por Mercancía

## Composición de Exportación por Mercancía

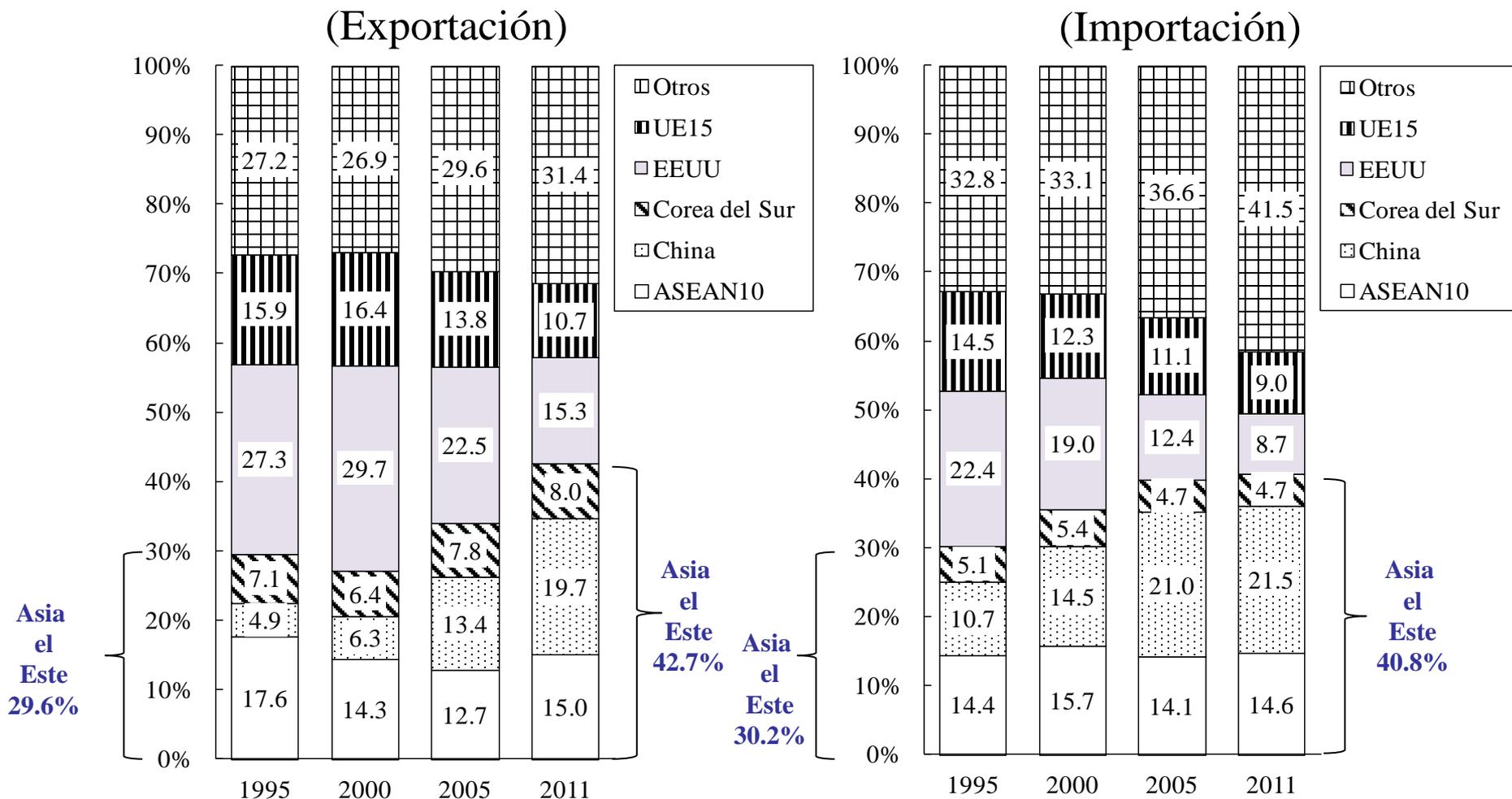


## Composición de Importación por Mercancía



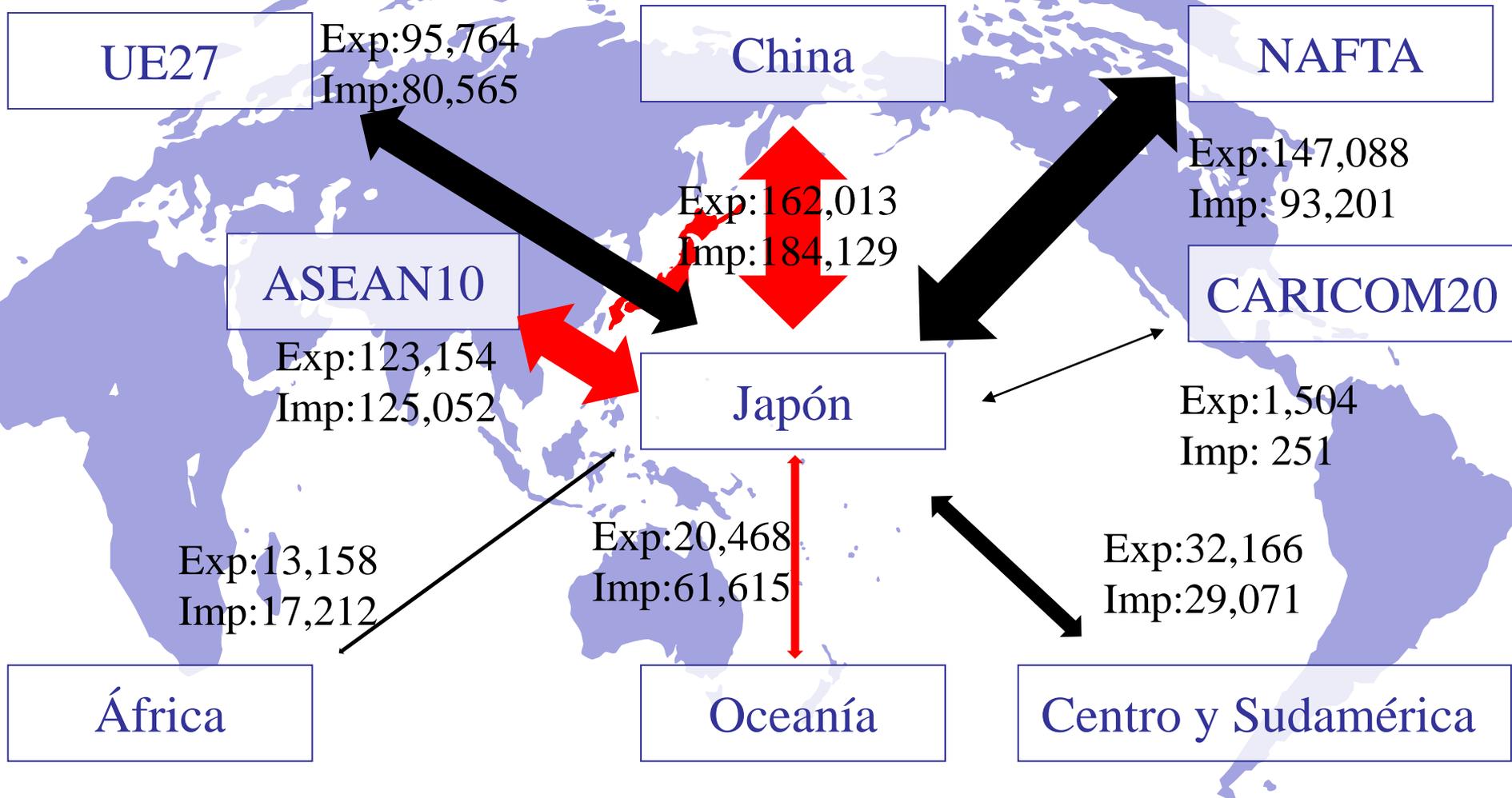
# Importancia de Asia del Este en el Comercio

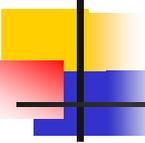
## Detalle de las contrapartes de Japón en Comercio



# Relaciones Comerciales con Otras Regiones

## Comercio Exterior de Japón en 2011 (Millones de USD)



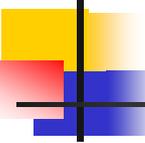


# Japón ha estado impulsando TLCs

➤ Han entrado en vigor tres TLCs con los países latinos

## Lista de los TLCs vigentes

País, Región	Entrada en vigencia	País, Región	Entrada en vigencia
Singapur	2002.11.30	Filipinas	2008.12.11
<i>México</i>	2005.4.1	ASEAN	2008.12.1
Malasia	2006.7.13	Suiza	2009.9.1
Tailandia	2007.11.1	Vietnam	2009.10.1
<i>Chile</i>	2007.9.3	India	2011.8.1
Indonesia	2008.7.1	<i>Perú</i>	<b>2012.3.1</b>
Brunei	2008.7.31		



# Japón ha estado impulsando TLCs

- Japón y Colombia oficializaron el lanzamiento de negociaciones del TLC en septiembre de 2012.

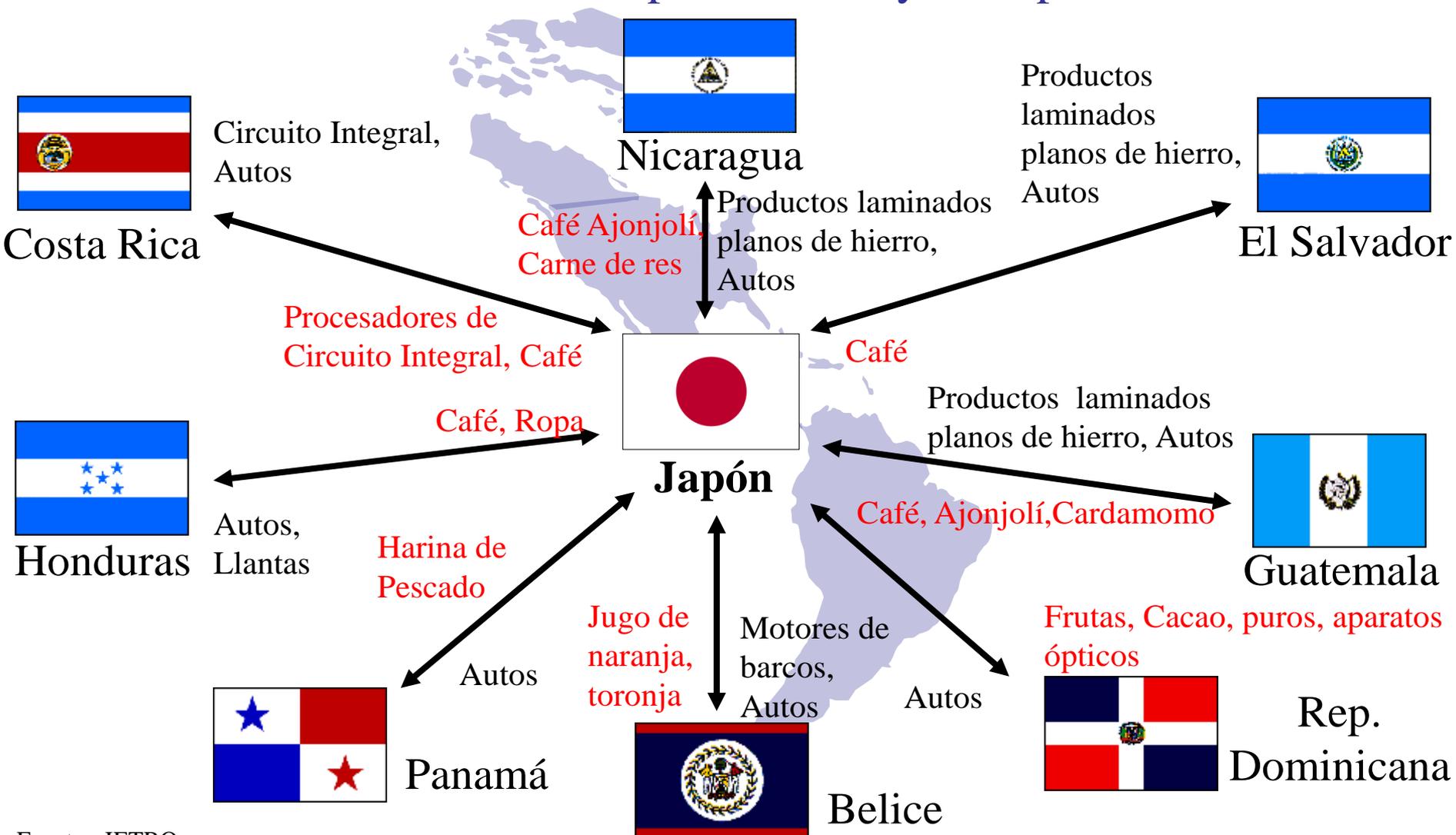
## Lista de los TLCs en negociación por Japón

País, Región	Nota
En negociación	Australia, Corea del Sur, Canadá, GCC(Gulf Cooperation Council), Mongolia
En estudio o discusión	<b>Colombia</b> , China-Corea del Sur-Japón, Turquía, Unión Europea, RCEP(ASEAN+Australia, China, Corea del Sur, India, Japón, Nueva Zelanda), TPP

Fuente : Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón

# Relaciones Comerciales con Centroamérica

## Comercio Exterior de Japón con CA y la Rep. Dominicana



# Comercio de Japón con Rep. Dominicana 2011

## ➤ Productos industriales tienen presencia en el mercado jp.

(Unidad: mil dólares,%)

	2010	2011		
	Valor	Valor	Composición	Variación Anual
Exportación hacia RD(FOB)	242,196	160,034	100.0	Δ 33.9
Productos Químicos	4,630	3,654	2.3	Δ 21.1
Productos de Caucho	15,535	15,886	9.9	2.3
Maquinaria	22,680	18,185	11.4	Δ 19.8
Productos Electrónicos, Eléctricos	4,292	3,272	2.0	Δ 23.8
Maquina de Transporte	169,322	79,463	49.7	Δ 53.1
Autos	149,054	62,116	38.8	Δ 58.3
Otros	25,737	39,574	24.7	53.8
Aparatos Ópticos	15,232	19,909	12.4	30.7
Importación de RD(CIF)	71,046	99,601	100.0	40.2
Alimentos	4,770	8,499	8.5	78.2
Frutas	1,072	341	0.3	Δ 68.2
Productos Químicos	11,986	15,288	15.3	27.5
Medicamentos	11,406	14,469	14.5	26.9
Productos Aceros	0	12,555	12.6	N.A.
Productos Electrónicos	18,349	23,533	23.6	28.3
Medidores eléctricos	965	1,185	1.2	22.8
Otros	35,941	39,726	39.9	10.5
Productos Ópticos	14,887	15,605	15.7	4.8
Ropa	1,253	1,672	1.7	33.4

Fuente: Ministerio de Finanzas de Japón

# Comercio de Japón con Rep. Dominicana 2011

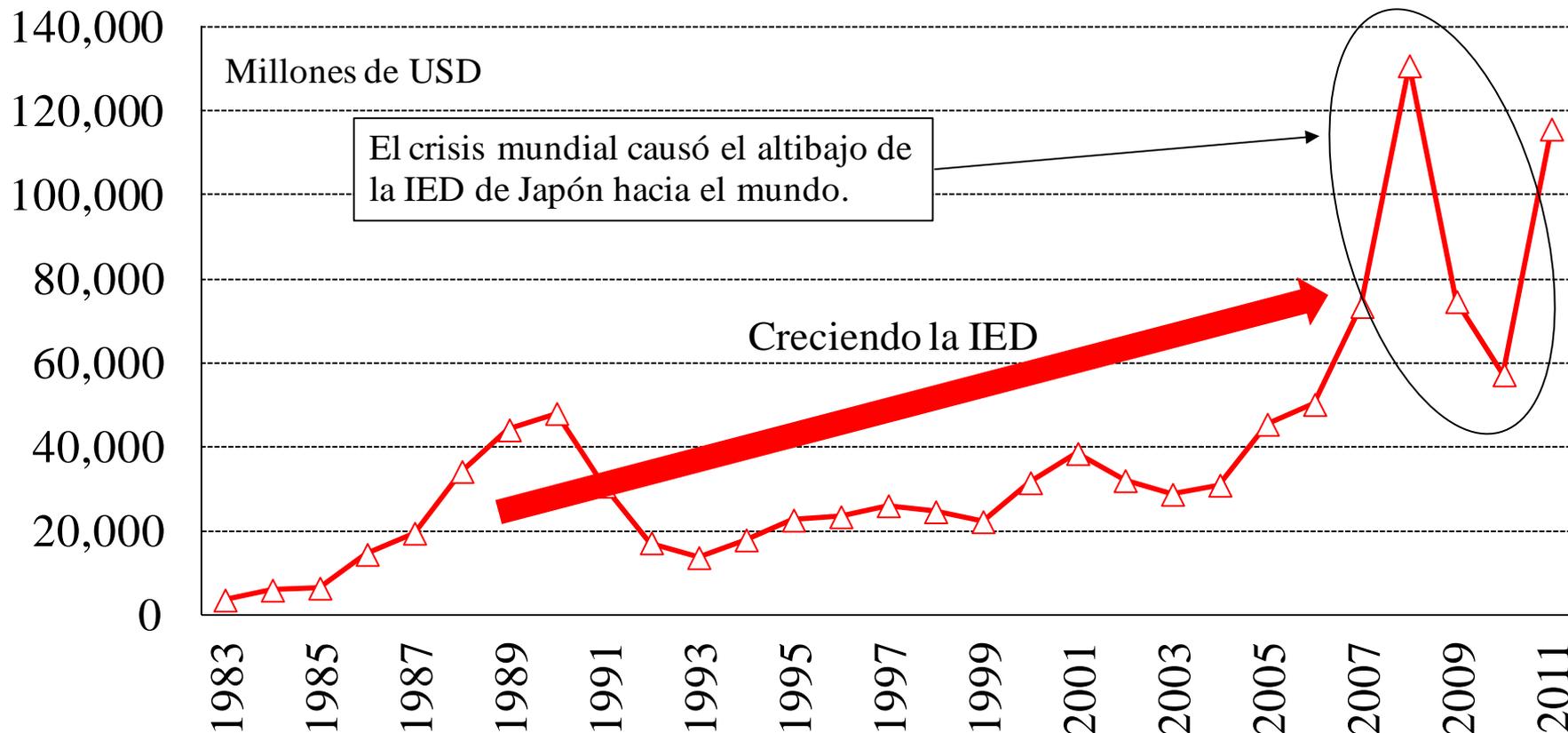
## ➤ Cacao dominicano tiene presencia en el mercado japonés

(Unidad: Dólares, %)

Artículo	Rank	2010	2011	Ocupación	Variación Anual	1er Lugar	2nd Lugar	3er Lugar
Alimentos	92	4,770,461	8,499,142	0.0	78.2	EEUU(23.4%)	CHINA(12.6%)	TAILANDIA (6.7%)
Pescados	113	0	6,304	0.0	N.A.	CHILE(11.1%)	RUSIA(10.5%)	EEUU(9.9%)
Atun(Thunnus obesus)	113	0	6,304	0.0	N.A.	CHILE(11.1%)	RUSIA(10.5%)	EEUU(9.9%)
Verduras, Frutas	52	1,071,768	341,178	0.0	Δ 68.2	CHINA(29.2%)	EEUU(21.7%)	FILIPINA(18.2%)
<b>Fruta de banano fresca y seca</b>	<b>10</b>	946,407	268,184	0.0	Δ 71.7	FILIPINA(93.4%)	ECUADOR(3.2%)	TAIWAN(1.5%)
<b>Fruta de mango etc. fresca y seca</b>	<b>11</b>	125,361	72,994	0.2	Δ 41.8	MEXICO(26.3%)	TAILANDIA(21.7%)	TAIWAN(19.2%)
Cafe, Té y Especia	34	1,617,630	3,310,729	0.1	104.7	BRASIL(23.8%)	COLOMBIA(16.1%)	INDONESIA(9.0%)
Café cafeinado, no tostado	18	1,612,187	3,306,419	0.2	105.1	BRASIL(31.4%)	COLOMBIA(21.0%)	GUATEMALA (11.2%)
Café cafeinado, tostado	38	5,443	4,310	0.0	Δ 20.8	EEUU(33.8%)	SUIZA(23.9%)	BRASIL(9.5%)
Alimentos Elaborados	66	2,081,063	4,840,931	0.0	132.6	CHINA(21.3%)	EEUU(12.9%)	TAILANDIA (12.9%)
<b>Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado</b>	<b>4</b>	826,362	3,727,008	1.9	351.0	GHANA(80.4%)	VENZUELA(6.4%)	ECUADOR(6.3%)
<b>Rom, otra bebida alcoholica hecha por destilación</b>	<b>13</b>	10,629	79,946	0.6	652.2	JAMAICA(33.7%)	PUERTO RICO (29.7%)	FRANCIA(6.3%)
<b>Puro, cigarillo</b>	<b>4</b>	1,244,072	1,029,751	10.5	Δ 17.2	CUBA(36.8%)	INDONESIA(16.7%)	EEUU(13.0%)
<b>Pipa, otro tipo de tabaco para fumar</b>	<b>11</b>	0	4,226	0.1	N.A.	DINAMARCA (36.3%)	HOLANDA(14.9%)	EEUU(14.5%)

# Inversión Extranjera Directa de Japón hacia Exterior

## Tendencia de la IED de Japón (basado en la Balanza de Pagos)



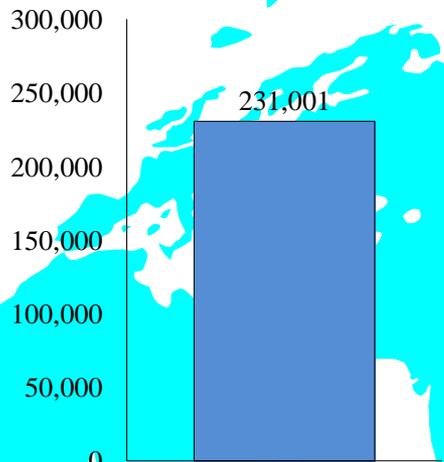
Nota: Estos datos carecen de continuidad debido a las diferencias en los metodos de calculo de la tasa de cambio del yen al dolar, habiendo diferencias en aspectos como la definicion de inversion directa entre otros. Para el periodo que comprende de 1985 a 1994 fueron utilizados los valores publicados en dolares. Para 1995, fueron utilizados los valores publicados en yenes convertidos a dolares; dentro de los cuales, para cada semestre los valores fueron convertidos utilizando la tasa de cambio interbancaria promedio del Banco de Japon de cada semestre. De 1996 en adelante, los valores publicados en yenes fueron convertidos a dolares utilizando, para cada cuatrimestre, la tasa de cambio promedio del Banco de Japon, para cada cuatrimestre.

Fuente: Ministerio de Finanzas, Estadística de Balanza de Pago; Banco de Japón, tipo de cambio; y otros.

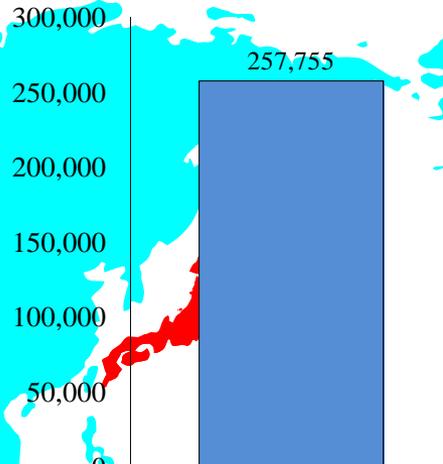
# IED de Japón en otras Regiones (Stock,2011)

(Unidad: millones de USD)

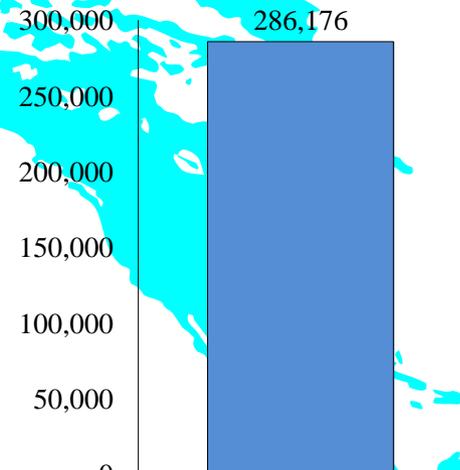
## EUROPA



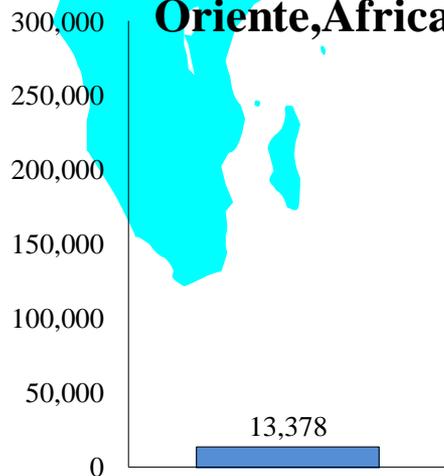
## Asia



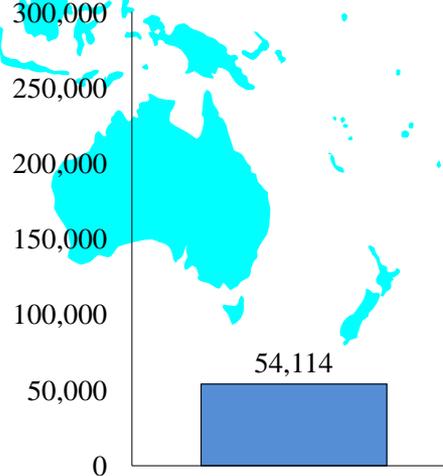
## Norte América



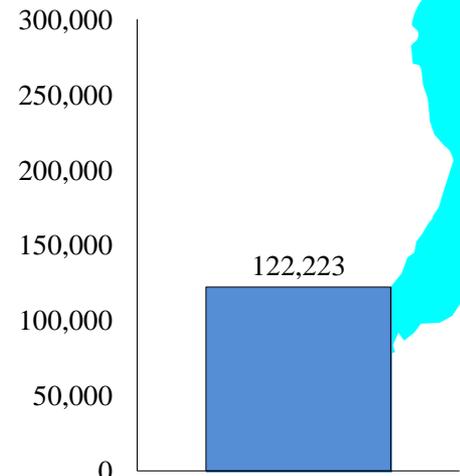
## Medio Oriente, Africa



## Oceania



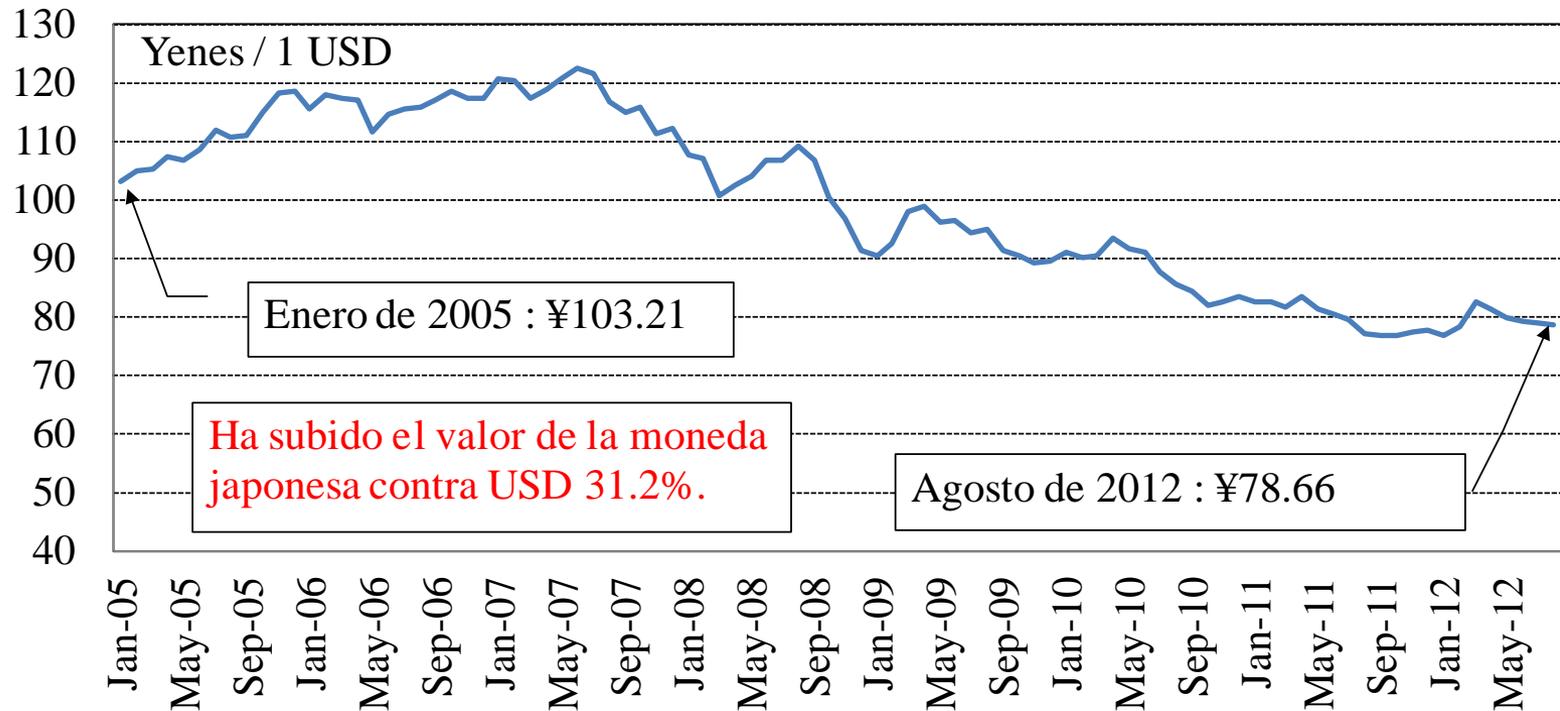
## América Latina



# Factores de la IED de las empresas japonesas

- Los Exportadores sufren por sobrevaluación de yenes.
- Trasladan sus producciones a fuera de Japón por TC.
- Oportunidad de comprar empresas extranjeras por fuertes yenes.

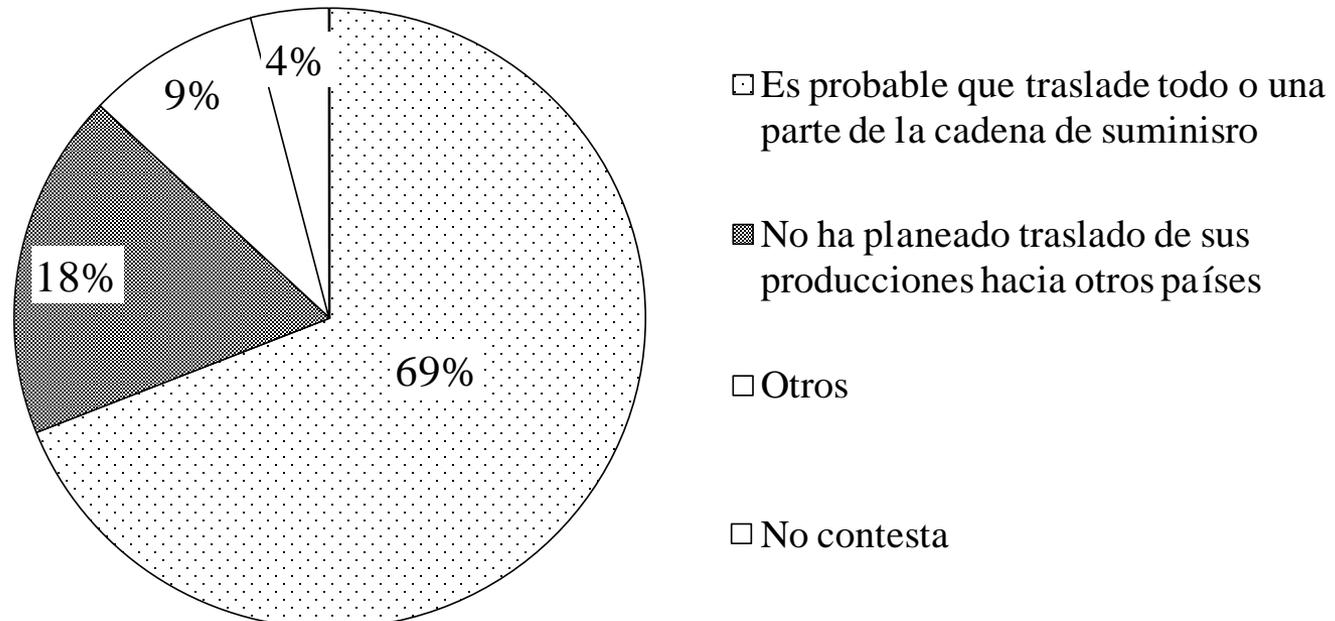
## Transcurso del Tipo de cambio Yen vs. USD



# Factores de la IED de las empresas japonesas

- Terremoto de 11 de marzo de 2011 motivó a las empresas japonesas a dispersar factores de riesgo por la concentración de sus producciones en Japón.
- 70% de las empresas planean traslado de la cadena de suministro hacia otros países.

## Resultado de la encuesta sobre efecto del terremoto



Fuente : Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Japón

# Empresas Japonesas en el Mundo

(Unidad : Empresas)

Europa  
3,750

Asia excepto  
China  
8,882

China  
5,695

EEUU, Canadá  
3,592

Medio  
Oriente  
174

África  
131

**Presencia de Asia en la IED de  
Japón es grande**

Oceania  
599

América Latina,  
el Caribe  
1,035

Nota : El número es de las empresas registradas ante el registro nacional de cada país

Fuente : Toyo Keizai edición 2012

# Empresas Japonesas en América

(Unidad : Empresas)



# América Latina para las Empresas Japonesas

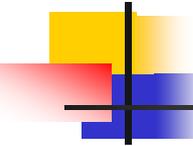
- Hay más empresas japonesas cerca de un mercado grande.
- Brasil y México son los países que han recibido la mayor parte de la IED de Japón.

Grande



México : Fábrica para el mercado norteamericano  
Brasil : Mercado Enorme, BRICS  
Sudamérica : Recursos Naturales, Mercados Medianos  
Panamá : Centro de distribución de América Latina  
Centroamérica y Caribe : Mercados pequeños

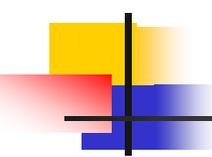
Pequeño



## II. Introducción sobre el mercado japonés

---

### *1. Características de los consumidores*



# Oportunidades de Negocios con Japón

---

## 1. Mercado de alimentos

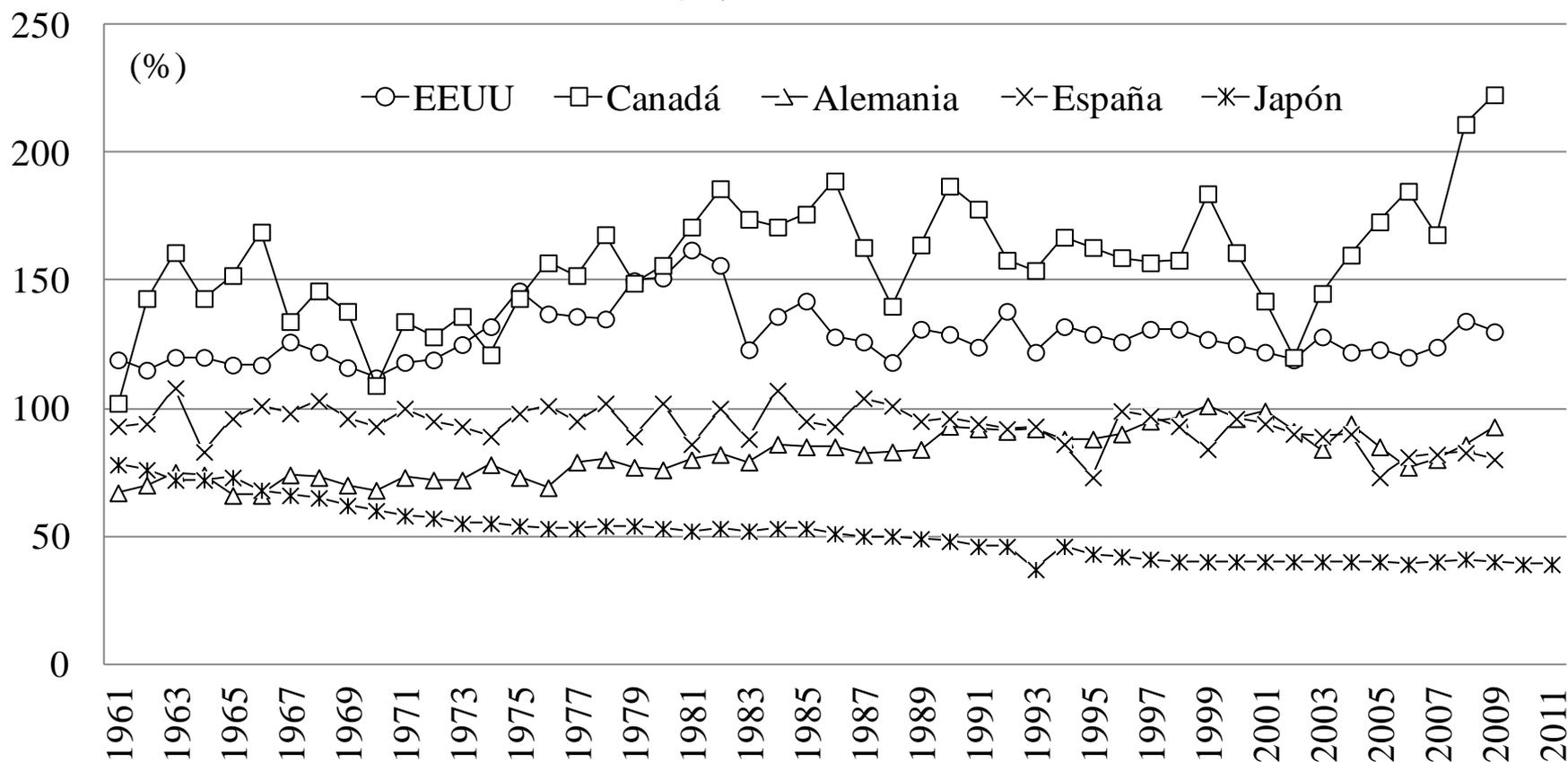
- Gran importador de alimentos
- Alto interés en el tema de comida

## 2. Características recientes sobre el estilo de vida

- Participación de las mujeres en trabajos
- Generación de pensionados (Baby Boomer)
- Inquietudes con la seguridad de alimentos.
- Expansión del nivel de ingreso
- Conciencia medioambiental
- Corta duración de “Boom”

# Bajo nivel de Autoabastecimiento

➤ Autoabastecimiento total de Japón basado en la calorías en 2011 es 39%.



Fuente: Ministerio de Agricultura y Agropecuario de Japón

# Bajo nivel de Autoabastecimiento

➤ Los productos que satisfacen a la demanda nacional son muy limitados.

Arroz para consumo humano	100%	Frutas	38%	Mariscos para consumo humano	58%
Trigo	11%	Mandarina	101%	Alga	62%
Cebada	8%	Manzana	52%	Azucar	26%
Camote	94%	Carne de res	40%	Aceite y Grasa	13%
Papa	71%	Carne de cerdo	52%	Hongos	86%
Soya	7%	Carne de pollo	66%		
Verduras	79%	Huevo de gallina	95%		

Fuente: Ministerio de Agricultura y Agropecuario de Japón □

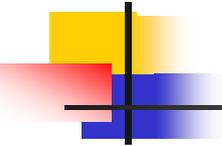
# Importación Japonesa de Alimentos

- EEUU, China son socios importantes en el tema de la importación de alimentos y bebidas.

(Unidad : Millones de USD)

Artículo	2009	2010	2011	1er lugar	2nd lugar	3er lugar
<b>Carne</b>	7,379.6	8,514.2	10,289.1	EEUU (30.5%)	Australia (18.9%)	Brasil (14.4%)
<b>Pescado</b>	10,484.0	11,627.1	13,530.0	Chile (11.1%)	Rusia (10.5%)	EEUU (9.9%)
<b>Vegetales, Frutas</b>	4,296.8	4,845.6	5,499.3	China (29.2%)	EEUU (21.7%)	Filipina (18.2%)
<b>Cereales</b>	7,113.1	7,397.1	10,164.5	EEUU (67.0%)	Australia (11.6%)	Canadá (8.9%)
<b>Café, Té, Especias</b>	1,536.8	1,866.6	2,597.6	Brasil (23.8%)	Colombia (16.1%)	Indonesia (9.0%)
<b>Alimentos Elaborados</b>	17,993.1	19,620.7	25,537.5	China (21.3%)	EEUU (12.9%)	Tailandia (12.9%)
<b>Otros productos de origen animal</b>	4,000.0	4,586.4	4,955.4	EEUU (23.2%)	India (12.7%)	Australia (12.5%)

Fuente: Ministerio de Finanzas de Japón



# Alto Interés de los Japoneses en Comer

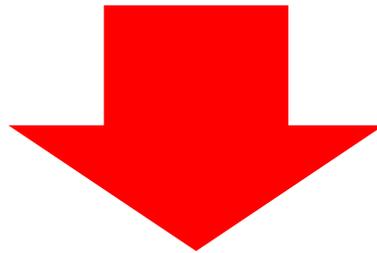
---

- Hay varias revistas, guías de “Gourmet”.
- Quiere disfrutar especialidades de otros países en su casa.
- Se encuentra la comida de todo el mundo en el mercado japonés.

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

## Clave No.1 : Fácil de cocinar

- El número de trabajadoras se ha incrementado.
- Larga durabilidad.
- Hay más familias nucleares.
- Cocinar con microondas es ahora más popular que antes.



**Cocinar fácil**

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

## Clave No.2 : Fácil de comer

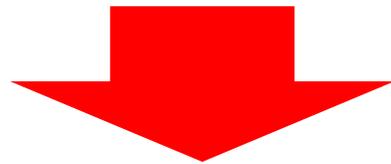
- Mini supermercados que están abiertos por 24 horas y 365 días promueven “Comer Fácil y Rápido.”
- Comidas preparadas para las personas ocupadas.
- Más de 20% de los hombres japoneses de los 20s y 30s casi no desayunan.

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

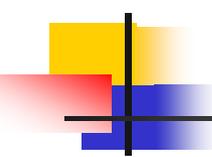
Clave No.3 : Salud y Anti Envejecimiento

Sociedad en Envejecimiento

Enfermedades de la población



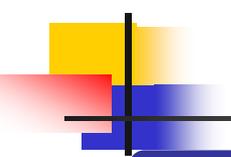
Health and  
Beauty Products



# Ejemplos de Salud y Anti Envejecimiento

---

- La industria alimenticia ha desarrollado varios alimentos funcionales.
- Hay presencia de los alimentos convencionales con valor y funciones agregados.
- “Baja colesterol”, “Baja Caloria” y “Orgánico”.



# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

## Clave No.4 : Seguridad

- Hubo varios problemas y los consumidores japoneses se han inquietado con la seguridad alimenticia.
- Las claves son “Trazabilidad”, “No aditivos”, y “No preservantes”.
- Estrictamente están regulado la indicación y la etiqueta.

# Casos problemáticos de la seguridad

## Lo que pasó en 2008

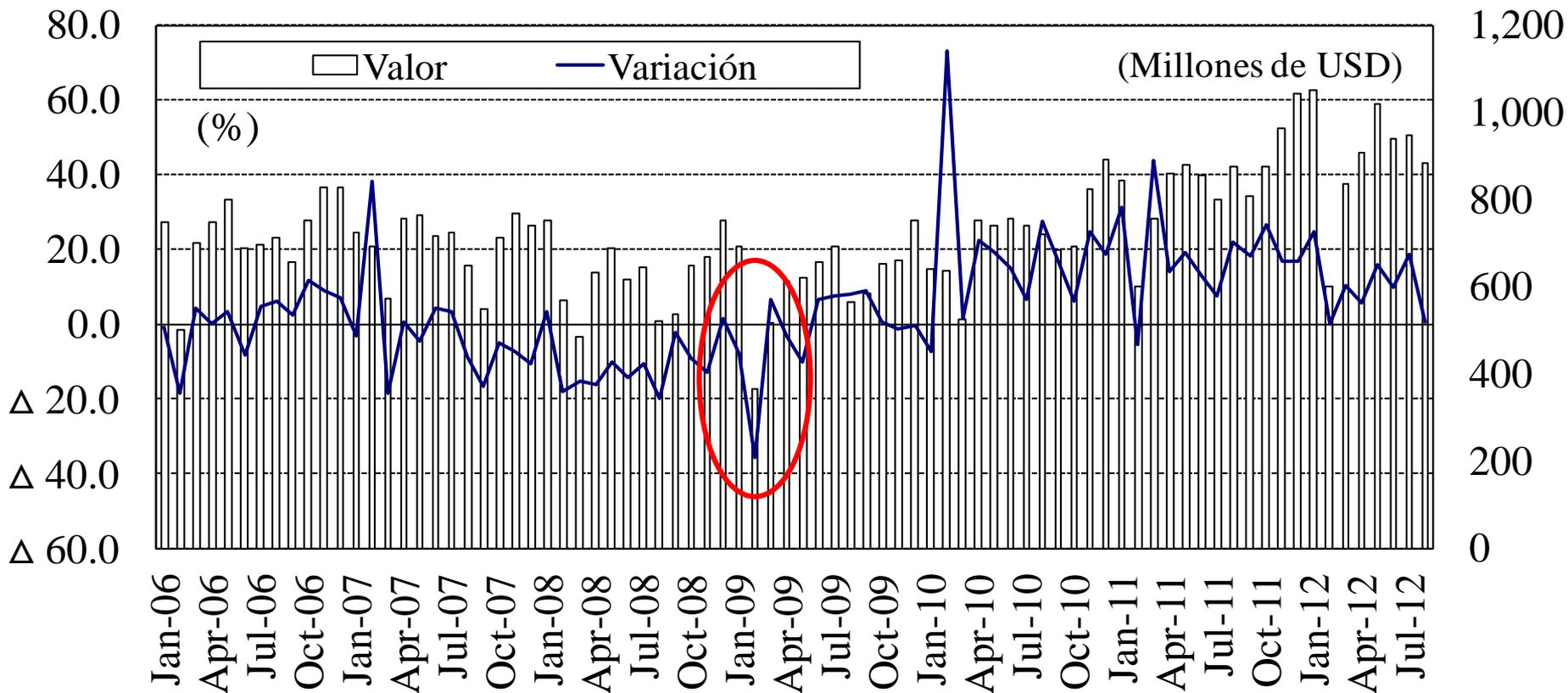
- Empanadas chinas congeladas procesadas en China contenían pesticida.
- Filete de cerdo congelado procesado en China contenían pesticida.
- Pollo procesado en China contenía antibacterial.

## Resultado de eso

- Los japoneses tienen una imagen negativa sobre alimentos provenientes de China y disminuyó la importación de verduras y productos alimenticios provenientes de China.
- Se fortaleció la inspección sanitaria y fitosanitaria en los productos importados.

# Casos problemáticos de la seguridad

## Transcurso de importación de alimentos provenientes de China



Fuente: Ministerio de Finanzas de Japón

# Casos problemáticos de la seguridad

## Alteración de indicaciones

- La etiqueta en el paquete de anguila asada cultivada en China decía “Cultivada en Japón”. Además contenía químicos.

### *País de Origen*



- Una marca famosa de dulce tradicional de Japón modificó fecha de expiración del producto, por 3 años.

### *Fecha Límite de Expiración*



# Los casos de falsificación en el 2008

Fecha	Producto	Origen
20 de Feb	Anguila	China y Taiwan
29 de Feb	Pescado	Tailandia
14 de Mar	Pez globo	China
11 de Abr	Galleta de arroz	China
28 de May	Carne de res	Japón
31 de May	Anguila	Taiwan
6 de Jun	Mariscos	China, Sur Corea
20 de Jun	Cangrejo	Rusia
21 de Jun	Carne de res	Japón
25 de Jun	Anguila	China

Fuente: *Weekly Diamond* 26 de julio, 2008, Diamond

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

## Clave No.5 : Económico y Buena calidad

- La marca privada de las cadenas grandes.

## Clave No.6 : Eco-Amigable

## Clave No.7 : Enpaque

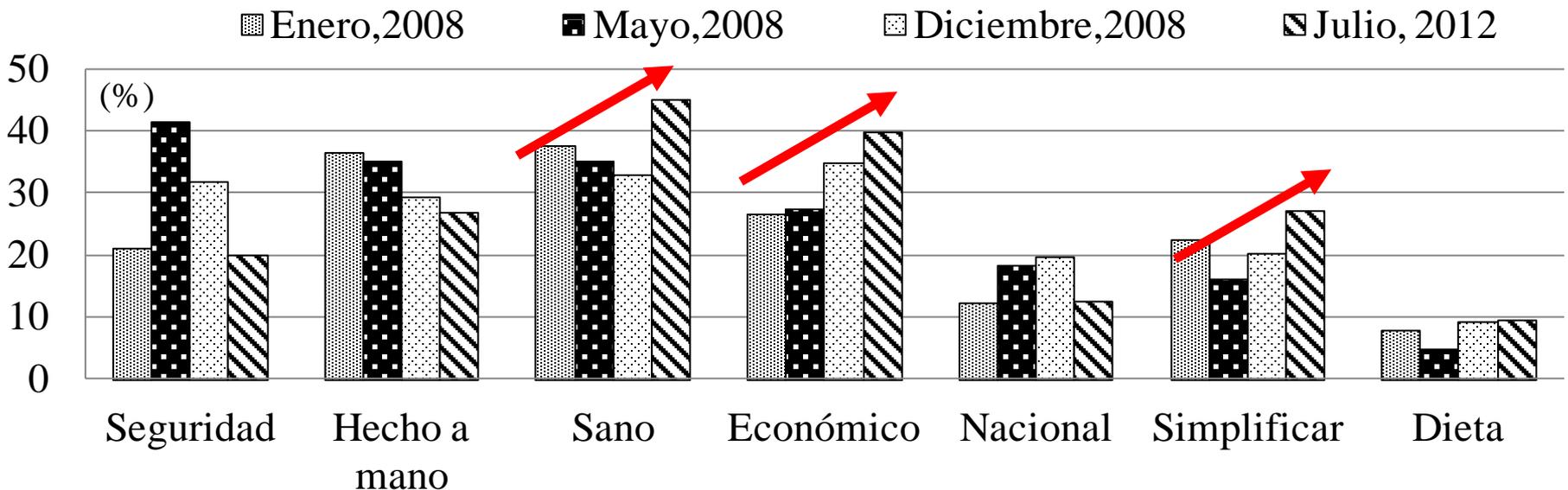
## Clave No.8 : Boom

- “Boom” no dura tanto en general.
- Los medios de comunicación genera “Boom”.
- Casos recientes; Bananos, frijoles fermentados.

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

- Hay una tendencia de preferir productos sanos y económicos, fácil de comer y cocinar.

## *Interés de los consumidores japoneses en alimentos*

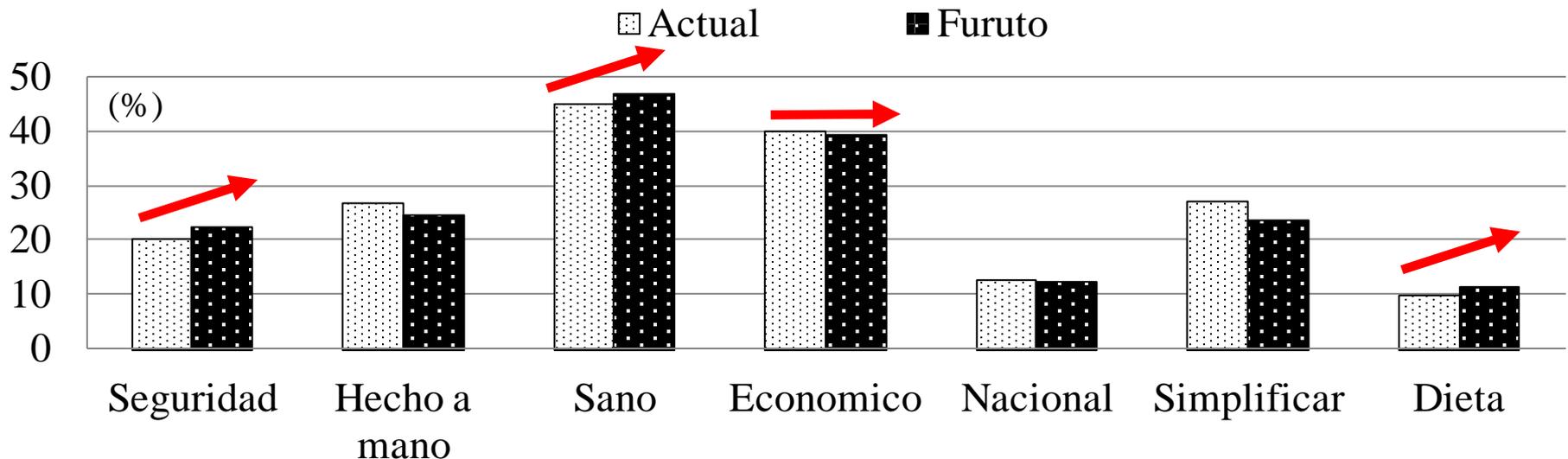


Fuente: *Resultado de encuesta realizada en julio de 2012*, Japan Finance Corporation

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

- Los mayor intereses de los consumidores; la seguridad, la sanidad y la dieta
- No obstante, el precio sigue siendo un elemento importante para los consumidores.

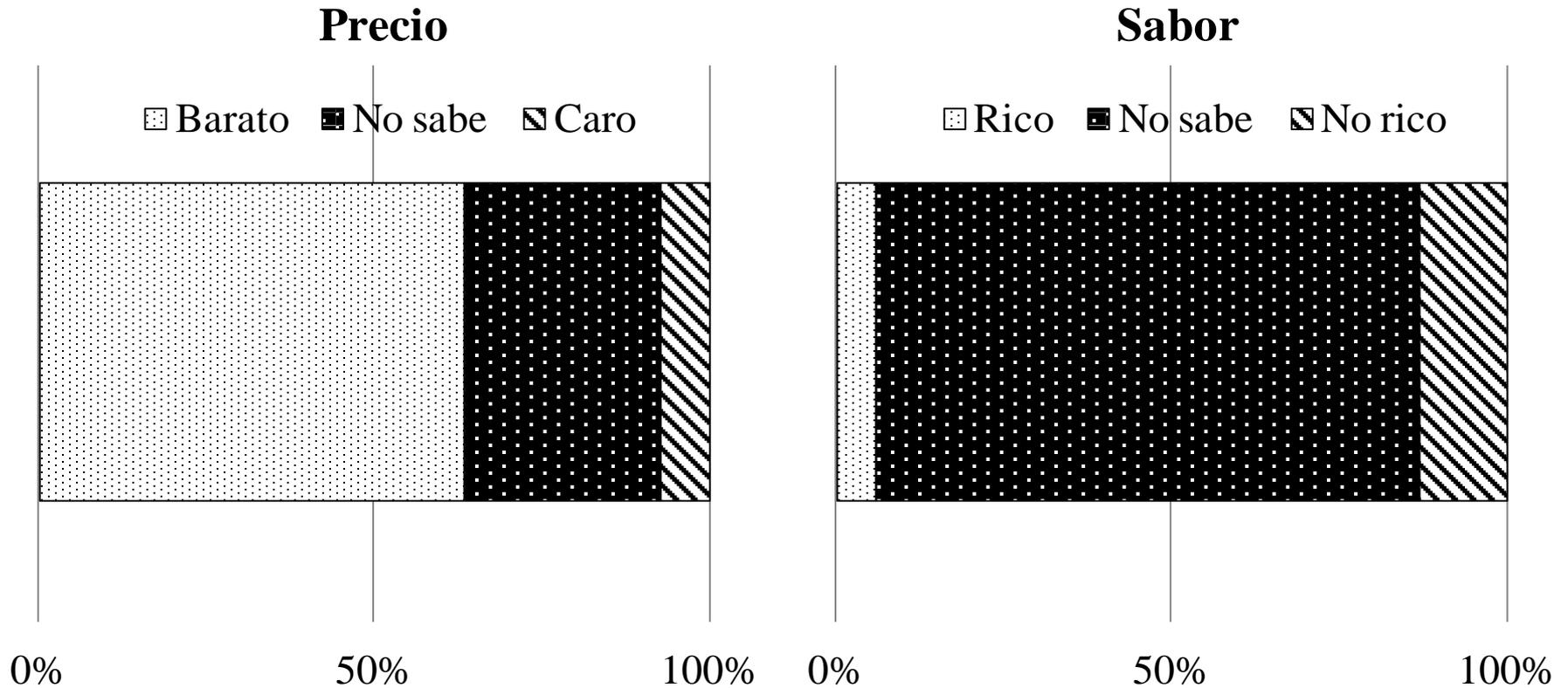
## *Interés de los consumidores japoneses en alimentos*



Fuente: *Resultado de encuesta realizada en julio de 2012*, Japan Finance Corporation

# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

## Imagen de los consumidores sobre alimentos importados

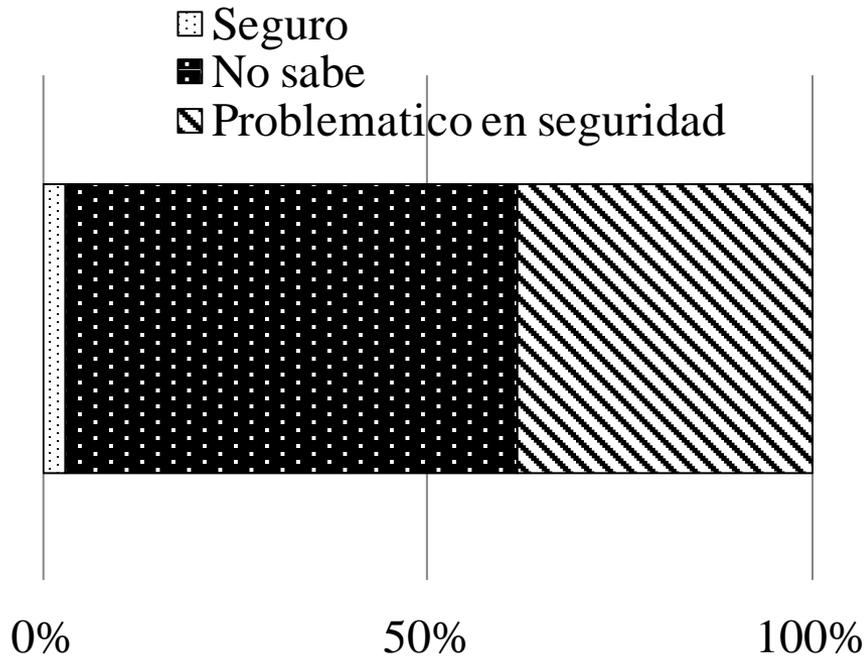


Fuente: *Resultado de encuesta realizada en julio de 2012*, Japan Finance Corporation

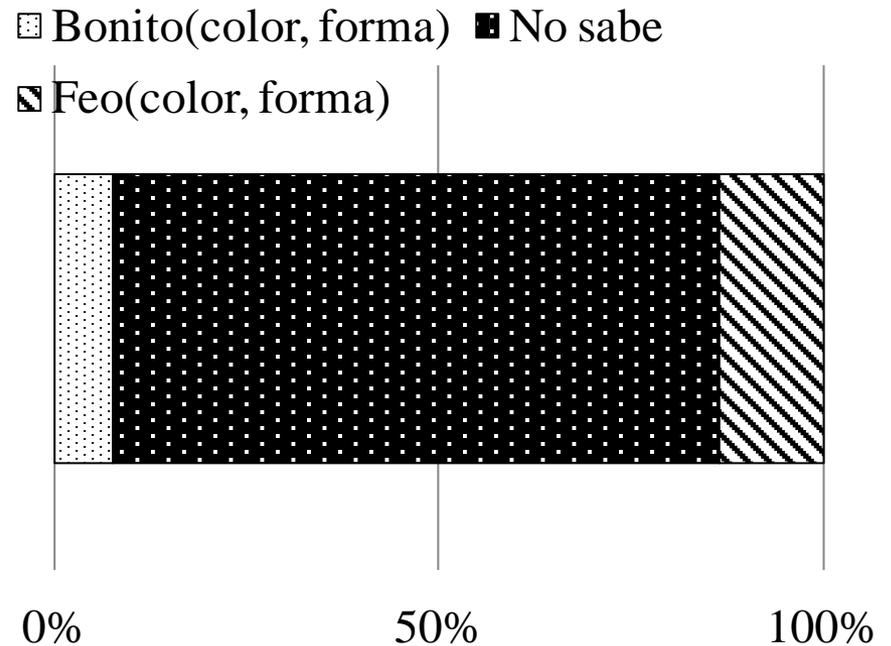
# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

## Imagen de los consumidores sobre alimentos importados

### Seguridad



### Presentación

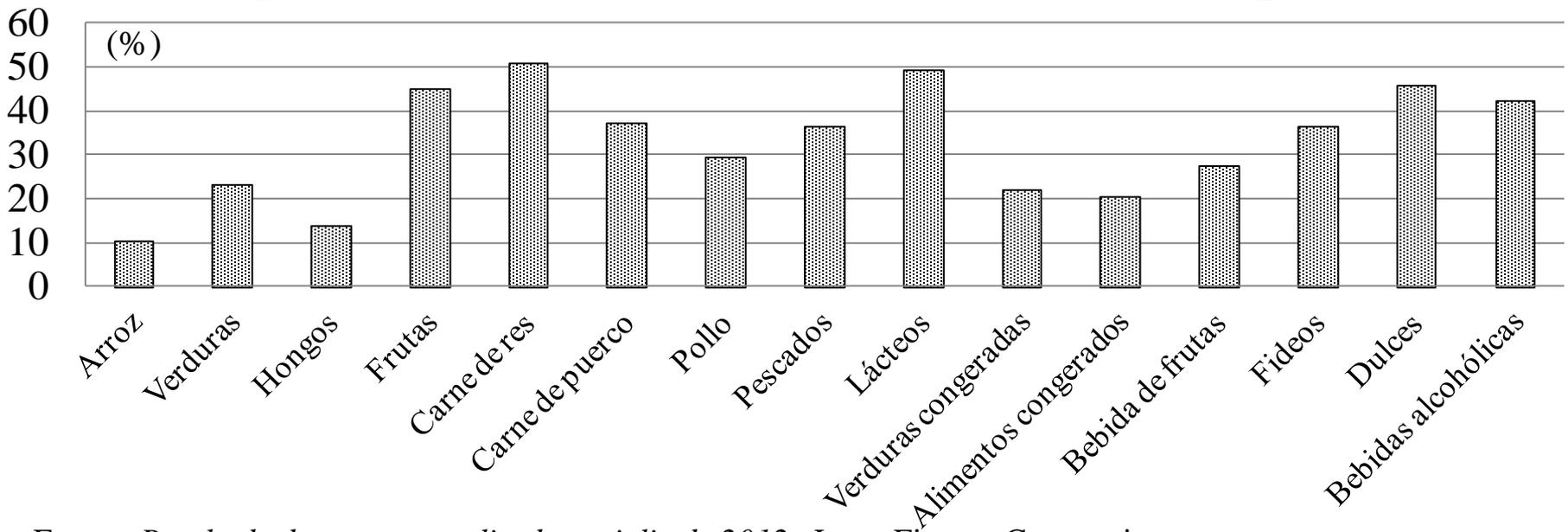


Fuente: *Resultado de encuesta realizada en julio de 2012*, Japan Finance Corporation

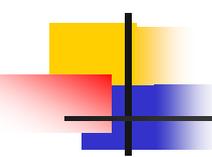
# Gusto de los Japoneses y Su Estilo de Vida

- Para los consumidores japoneses, carne de res, frutas, productos lácteos importados son comunes.

## *Imagen de los consumidores sobre alimentos importados*



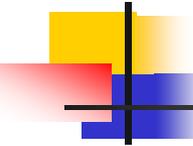
Fuente: *Resultado de encuesta realizada en julio de 2012*, Japan Finance Corporation



# Resumen hasta aquí

---

- Japón es un mercado potencial por su tamaño y la diversidad de su demanda.
- Los consumidores japoneses tienen un fuerte interés de consumir productos sanos.
- También tienen una preocupación por la seguridad de los alimentos. Además de esos, el precio es un factor importante.
- Las claves son; Simple, Seguridad, Sanidad, Económico y Buena Calidad, y Eco-Amigable.



## II. Introducción sobre el mercado japonés

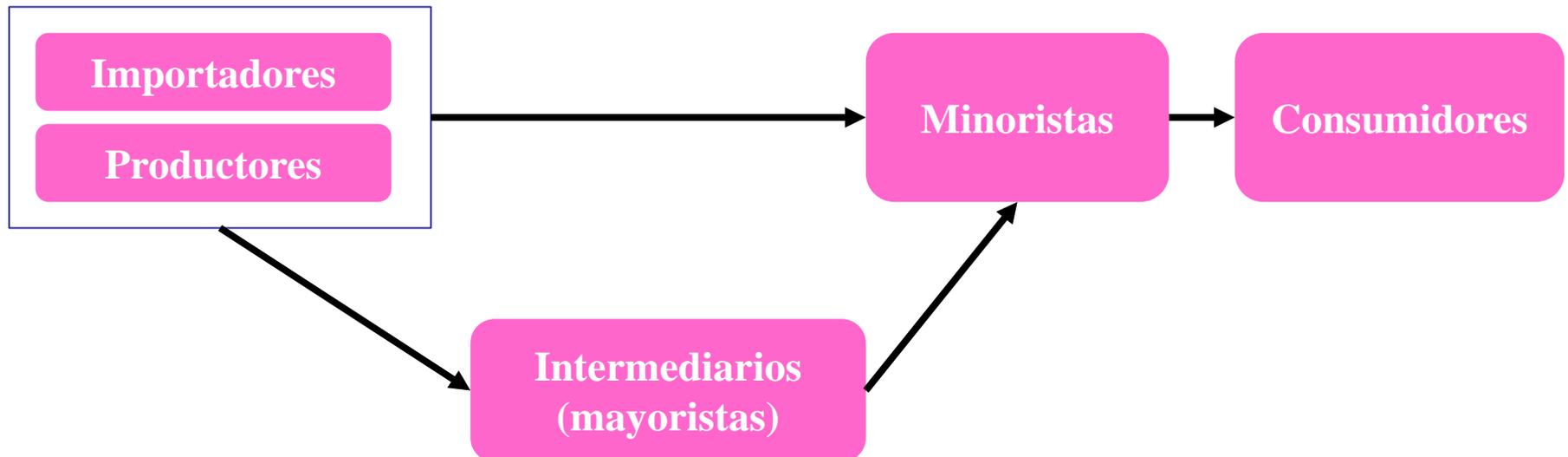
---

### *2. Canales de Distribución*

# Cadena de Distribución Complicada

## Caso de alimentos procesados

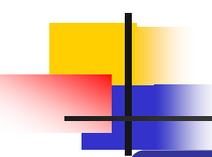
- En la cadena de distribución, los intermediarios son todavía importantes.
- El flujo de negocios y el de mercancía no coinciden.



# Cadena de Distribución Complicada

Importadores = Comercializadoras = Shosha

- “Shosha(商社)” es la empresa que se dedica a los negocios de la importación, la exportación y intermediación en el mercado interno.
- Básicamente hay dos tipos, Sogo-Shosha(総合商社) y Senmon-Shosha(専門商社).
- Sogo-Shosha es muy original de Japón.



# Cadena de Distribución Complicada

## Las Funciones Principales de Shosha

- Sogo-Shosha maneja cualquier tipo de producto y las funciones 1,2 y 3.
- Senmon-shosha es más específica. Maneja ciertos productos y su función principal es la distribución.

### **1. Distribución**

- Importación y Exportación
- Intermediación en el mercado japonés
- Coordinación de logística a través de las filiales
- Mercadotecnia

### **2. Financiamiento e Inversión**

### **3. Información**

# Diversidad de canales de venta de alimentos

## Diversidad de las cadenas de Venta

- Las típicas son; Supermercados, Mini supermercados, Grandes almacenes, supermercados especializados, restaurantes de comida para llevar.

Número de tiendas por tipo de cadena

	Numero de tiendas	Venta(Millones de yenes)	Superficie de local de venta(1,000m2)
Grandes almacenes	260	620,905	6,704
Supermercados	4,792	1,091,418	24,917
Mini Supermercados	46,603	860,401	N.A.

Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Japón

# Diversidad de canales de venta de alimentos

## Supermercados

- La mayoría de la venta proviene de alimentos. La superficie de la zona de venta es desde 300m<sup>2</sup> hasta 3,000m<sup>2</sup>.
- Es el canal de venta principal para los consumidores

# Diversidad de canales de venta de alimentos

## Supermercados especializados

- Hay unas cadenas de supermercados especializados en alimentos lujosos, importados.

# Diversidad de canales de venta de alimentos

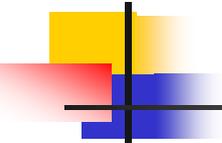
## Mini Supermercados

- Se llama “Convenience Store”. Esto proviene de su horario y ubicación.(24 horas, 47,000 tiendas en Japón)
- Maneja alimentos y varios artículos para hogar.

# Diversidad de canales de venta de alimentos

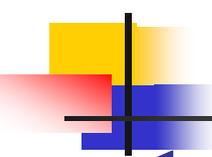
## Restaurante de comida para llevar

- Se llama “Naka-Shoku(中食)”.
- Conveniencia y alta calidad más que instantáneo



---

## **III. ¿Cómo exportar alimentos hacia Japón?**



# Características del Mercado Japonés

---

## 1. Los gustos japoneses son muy particulares

- Casi no quieren consumir azúcar, ni grasa.
- No quieren consumir químicos como preservantes.
- Prefieren productos naturales.

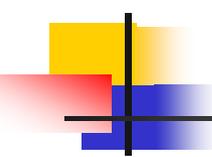
## 2. En el mercado japonés hay abundantes productos

- Siempre buscan nuevos productos de gran calidad.

## 3. La moda de productos alimenticios pasa rápido

## 4. Las leyes relacionadas con los alimentos son muy estrictas

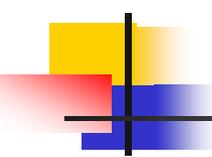
***SON MEJORES LAS MATERIAS PRIMAS QUE LOS PRODUCTOS FINALES***



## 6 Claves para tener éxito en Japón

---

- **Certificados = Seguridad, Confianza**
- **Natural = Sanidad**
- **Trazabilidad = Seguridad**
- **Valor Agregado = Funcional, Originalidad, etc.**
- **Experiencia = Confianza**
- **Restricciones = Leyes, Reglamentos**



# Los Materiales Buscados

---

- Japón es un mercado potencial por su tamaño y la diversidad de su demanda.
- Los consumidores japoneses tienen un fuerte interés de consumir productos sanos.
- También tienen una preocupación por la seguridad de los alimentos. Además de esos, el precio es un factor importante.
- Las claves son; Simple, Seguridad, Sanidad, Económico y Buena Calidad, y Eco-Amigable.

# Leyes que regulan importación alimenticia

- La oficina de cuarentena del Ministerio de Salud, Trabajo y Seguro Social monitorea la importación alimenticia.

## Leyes Importantes que regulan importación de alimentos.

### **Food Sanitation Act**

 [http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail\\_main?vm=&id=12](http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?vm=&id=12)

### **Plant Protection Act**

 <http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/data/ppa.pdf>

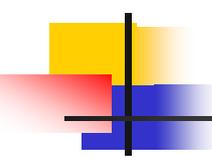
### **Act on Domestic Animal Infectious Diseases Control**

 [http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/data/adaidc\\_2.pdf](http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/data/adaidc_2.pdf)

# Leyes que regulan importación alimenticia

## Leyes relacionadas y procedimientos

		Frutas y Vegetales	Carne y Productos Carnicos	Pescados	Otros Alimentos Procesados
<b>Food Sanitation Act</b>	Inspeccionar la sanidad alimenticia	○	○	○	○
<b>Plant Protection Act</b>	Cuarentena fitosanitaria	○			
<b>Act on Domestic Animal Infectious Diseases Control</b>	Cuarentena sanitaria		○		
<b>Customs Tariff Law etc.</b>	Inspección aduanal	○	○	○	○



# Food Sanitation Act

---

- Fundamento legal para la seguridad alimenticia.
- Define especificaciones y estándar para alimentos.  
(Ejemplo: Aditivos, microbios, residuo de agroquímicos, enpaques etc.)
- Por esta ley, todos los alimentos importados tienen que recibir inspección y cuarentena.

# Plant Protection Act

- Para prevenir la entrada y expansión de insectos y enfermedades dañinas a las plantas originales de Japón

## Sujetos de las inspecciones fitosanitarias

- Frutas, vegetales, nueces frescas
- Frutas, vegetales congeladas
- Cereal y arena
- Legumbres
- Especies (Café y especias)
- Materias Primas para Medicina Natural
- Semilla de uva, ajonjolí etc. para materia prima para grasa y aceite

Plantas

Agroproductos primarios



# Plant Protection Act

## Check Points

1. ¿No es un producto prohibido de importación por la ley?
2. ¿Qué parte de plantas quieren exportar?
3. ¿No es necesario “Certificado fitosanitario”?
4. ¿Las plantas no tienen tierra?
5. ¿Las plantas no tienen enfermedad, parásito, insectos?
6. ¿Las frutas no son de las zonas restringidas?



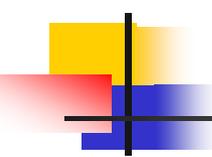
# Act on Domestic Animal Infectious Diseases Control

- Para prevenir la expansión de enfermedades de los animales domésticos.

## Sujetos de las inspecciones sanitarias

- **Huevo** (Gallina, ganso, pavo, etc)
- **Hueso** (Huesos crudos, huesos molidos, etc)
- **Carne** (Fresca, congelada, salada, etc)
- **Grasa** (Fresca, congelada, salada, etc)
- **Órganos internos** (Fresco, congelado, etc.)
- **Leche cruda**
- **Jamón, embutido, beicon** (Cuarquier tipo)





# Act on Domestic Animal Infectious Diseases Control

---

## Check Points

1. ¿No es un producto prohibido de importación por la ley?
2. ¿No es necesario “Certificado sanitario”?
3. ¿Hay alguna anomalía en el producto?
4. ¿Se necesita inspección o esterilización?

# Pharmaceutical Affairs Act

- Fundamento legal para los productos clasificados como medicina.

## Sujetos de la ley farmaceutica

- **Productos médicos**
- **“Cuasi-Drogas”**
- **Cosméticos**
- **Aparatos médicos**



- **Si sus productos son clasificados como medicina, sólo los importadores con ciertas licencias pueden importarlos.**
- **Los trámites aduanales serán complicados y tardaría mucho tiempo.**

# Pharmaceutical Affairs Act

## Check Points

- 1. Revisen si sus productos son clasificados como medicina o no.**
- 2. Si coinciden con las condiciones, posiblemente son clasificados como medicina.**

(1) Listados en “the Japanese Pharmacopoeia”.

 <http://jpd.db.nihs.go.jp/jp15e/>

(2) Utilizados ingredientes enumerados en la lista de ingredientes medicinales

(3) Especificar efectos medicinales de sus productos en el paquete, flyer o brochure etc.

Ejemplo: “curar cancer”, “Recuperar juventud”, “purificar sangre” etc.

# Sistema de Lista Positiva

- Se establece la limitación máxima de residuos de agroquímicos en los alimentos.
- Agroquímicos: Pesticidas, medicinas veterinarias, aditivos para forraje.
- Puede torerar hasta 0.01ppm los químicos no mencionados en la lista.
- Los productos que superen ese número no son permitidos en el mercado japonés.
- Referencia:



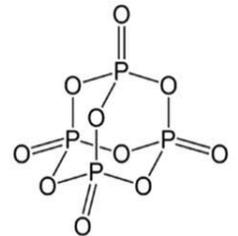
<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>

# Aditivos Alimenticios

- Aditivos Alimenticios : Preservantes, endulzantes, colorantes, aromatizantes, etc.
- Food Sanitation Act enumera los aditivos que pueden utilizarse para alimentos.
- Los alimentos que contiene los aditivos fuera de la lista no pueden entrar al mercado japonés.
- Los aditivos permitidos en Japón y los de fuera de Japón son diferentes.
- Referencia:



<http://www.ffcr.or.jp/zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/e-foodadditives>

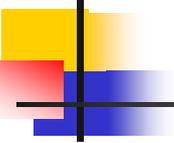


# CITES

Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres

- Regula exceso de comercio exterior de los animales salvajes y plantas bajo riesgo de extinción para protegerlos.
- Algunos especies, productos que los utilizan no pueden entrar al mercado japonés.





# Sistema de Etiquetado de la Calidad

---

- Hay que poner etiquetas nutricionales adecuadas igual que los productos japoneses.

## Información que las etiquetas tienen que contener

### 1. Productos frescos

- Nombre de producto
- Origen de país

### 2. Productos procesados

- Nombre de producto
- Fecha de caducidad
- Origen de país
- Lista de ingredientes
- Metodo para preservar
- Nombre y dirección de importador
- Contenido neto

# Sistema de Etiquetado de la Calidad

Nombre de producto

Descripción de aditivos

Ingredientes

Contenido Neto

Fecha de caducidad

Método para preservar

País de origen

Nombre y dirección de importador

Caloría e ingredientes nutricionales

**サリーウィリアムズ ダークチョコハニーマガー**

蜂蜜入りマガーをベルギー産ダークチョコレートでコーティングしました。

名 称	マガー	
原材料名	マガー{グルコースシロップ、砂糖、卵白、蜂蜜、コーンスターチ、ウエハー紙(ヤシ油、ポテトスターチ)、バニラエッセンス、ダークチョコレート{カカオマス、砂糖、ココアバター、 <span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">乳化剤(大豆由来)</span> }	
内 容 量	50g	
賞味期限	側面に記載	
保存方法	高温多湿を避け、冷暗所に保存してください。	
原産国名	南アフリカ共和国	
輸 入 者	レーヴジャパン株式会社 東京都千代田区神田錦町3-7-2	

栄養成分表示  
1製品(50g)当たり

熱 量	209 kcal
たんぱく質	2 g
脂 質	7 g
炭水化物	35 g
ナトリウム	47 mg

・チョコレートの油分は高温で溶け、冷えた時に白くなることがあります。召し上がっても身体にささわりありませんが風味は劣ります。  
 ・開封後はお早めにお召し上がりください。  
 ・万一お気づきの点がございましたら、現品を弊社宛にお送りください。代替品と送料をお送りいたします。

# Sistema de Etiquetado de la Calidad

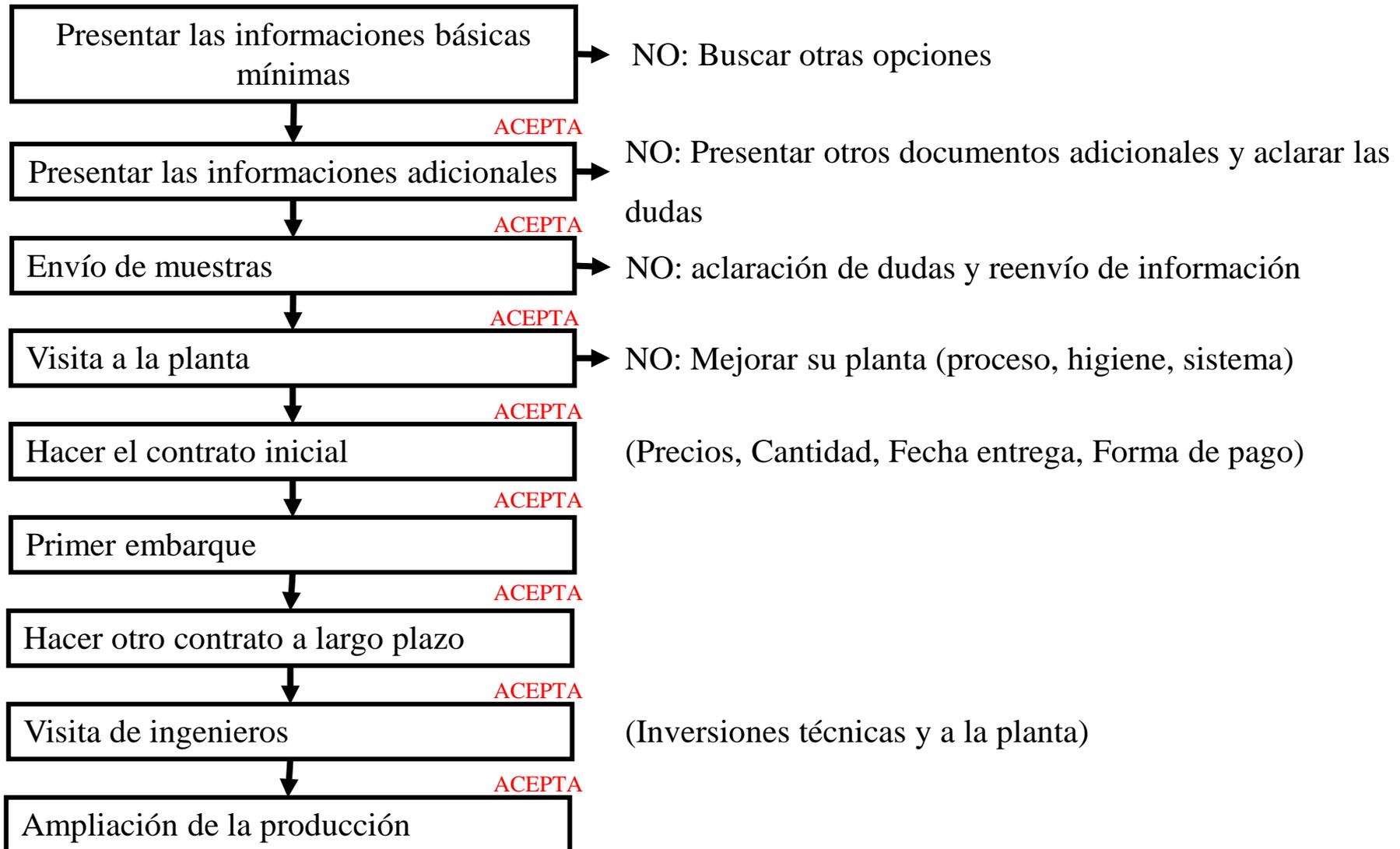
## Labeling for organic agricultural products in Japan

- Ley de JAS (Japanese Agricultural Standard) establece las especificaciones y estándar para agroproductos orgánicos.
- Entidades certificadas revisan sí los productos cumplen los estándares de JAS o no.
- Sólo a los productos certificados pueden poner la etiqueta de JAS
- Referencia:

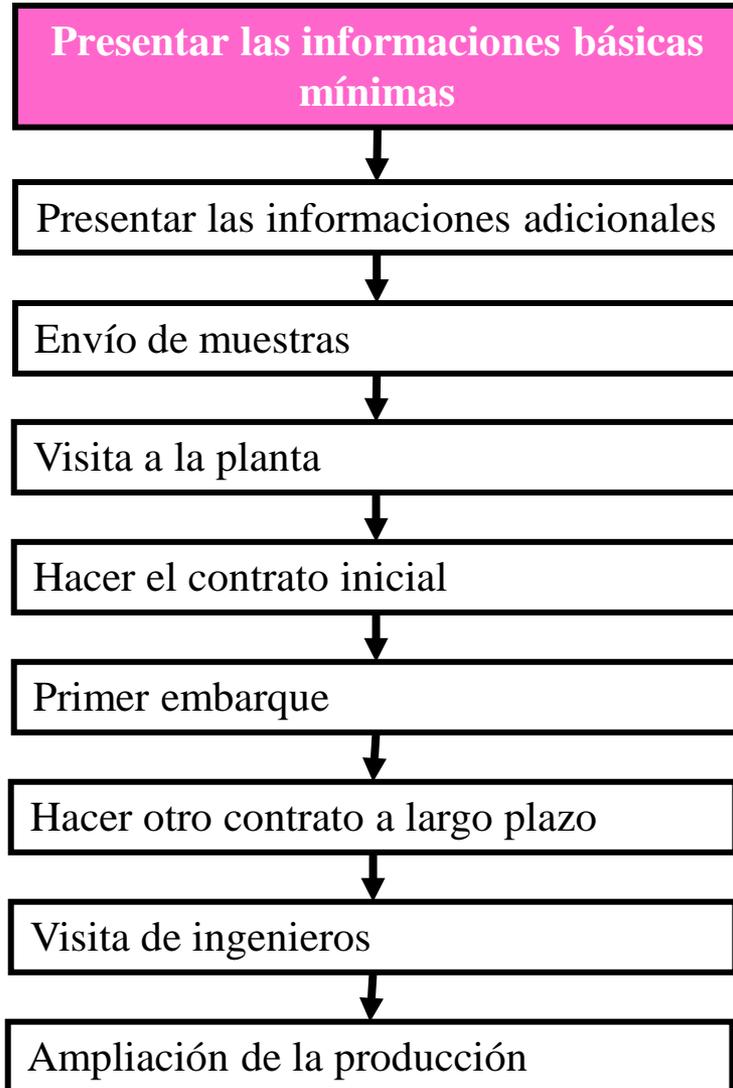
 <http://www.maff.go.jp/e/jas/specific/organic.html>



# Procedimiento de exportación al Japón

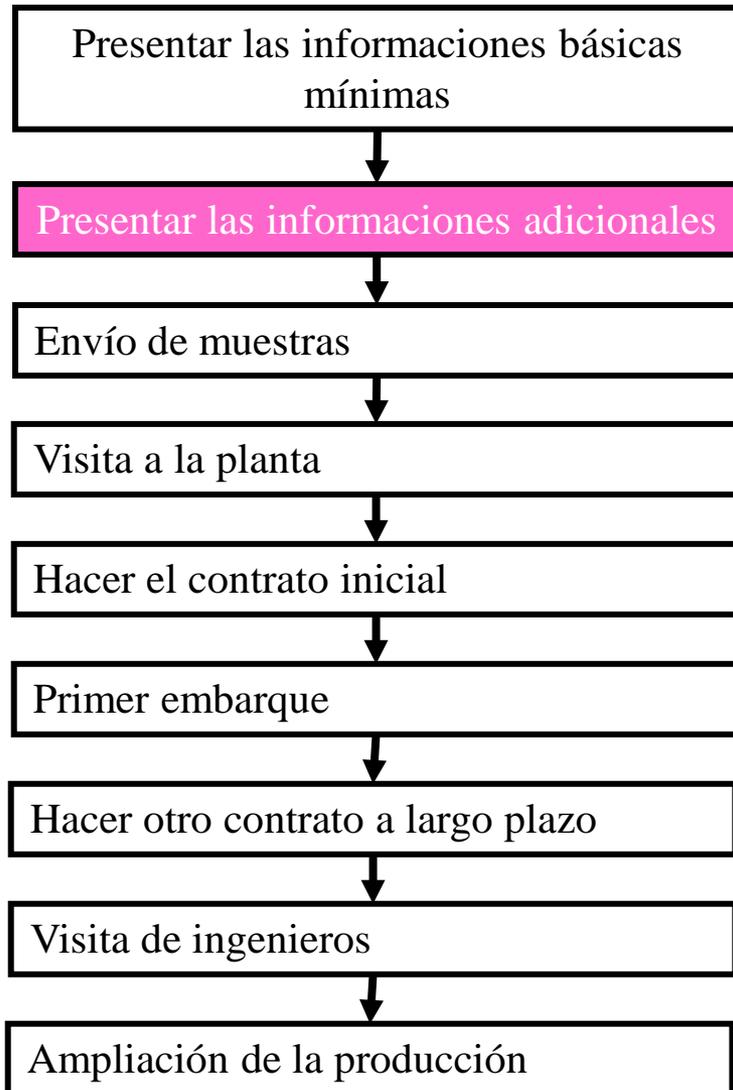


# Información Básica y Mínima



1. ESPECIFICACIONES
2. DIAGRAMA FLUJO (PROCESO)
3. PRECIO DE REFERENCIA
4. INFORMACION BÁSICA DE LA EMPRESA
5. CANTIDAD MÁXIMA EXPORTABLE

# Información Adicional



## 1. SISTEMA DE TRAZABILIDAD

### ¿Qué es la trazabilidad?

Es una parte del sistema de control de calidad, que habilita la búsqueda de la historia de un producto, desde su cultivo hasta el producto final, vía los procedimientos de su producción, etc; con documentos archivados.

# Información Adicional

Presentar las informaciones básicas mínimas



Presentar las informaciones adicionales



Envío de muestras



Visita a la planta



Hacer el contrato inicial



Primer embarque



Hacer otro contrato a largo plazo



Visita de ingenieros

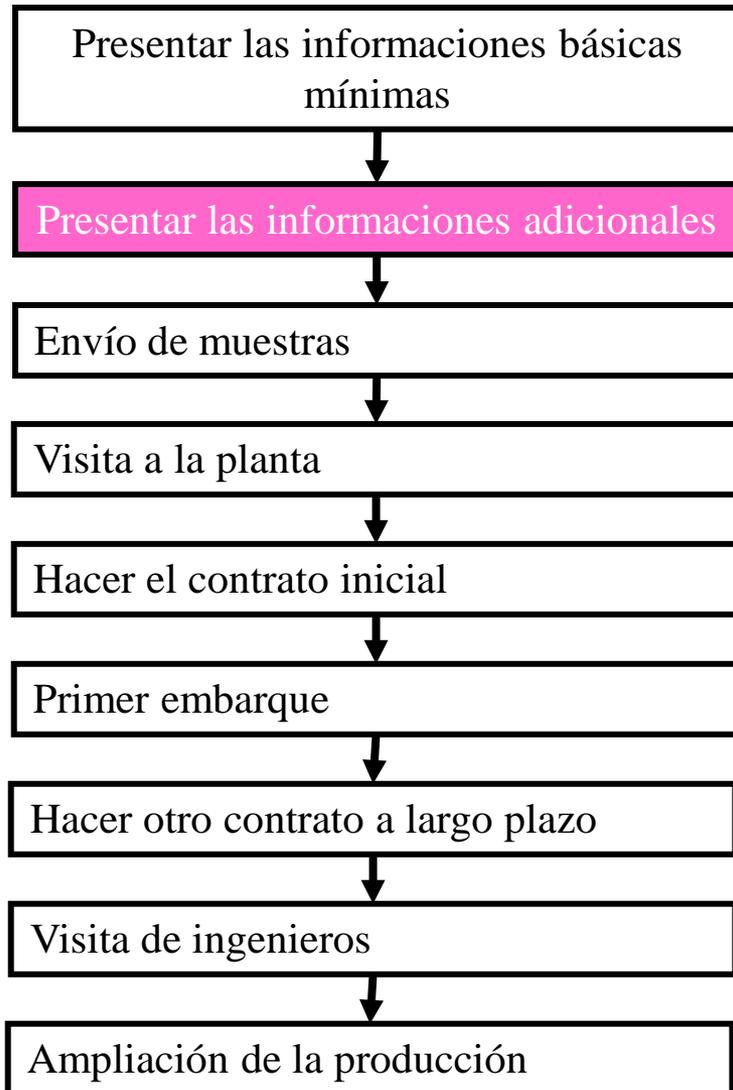


Ampliación de la producción

## 2. ADITIVOS

Los tipos y la cantidad de los aditivos aprobados en República Dominicana son diferentes de los aprobados en Japón.

# Información Adicional



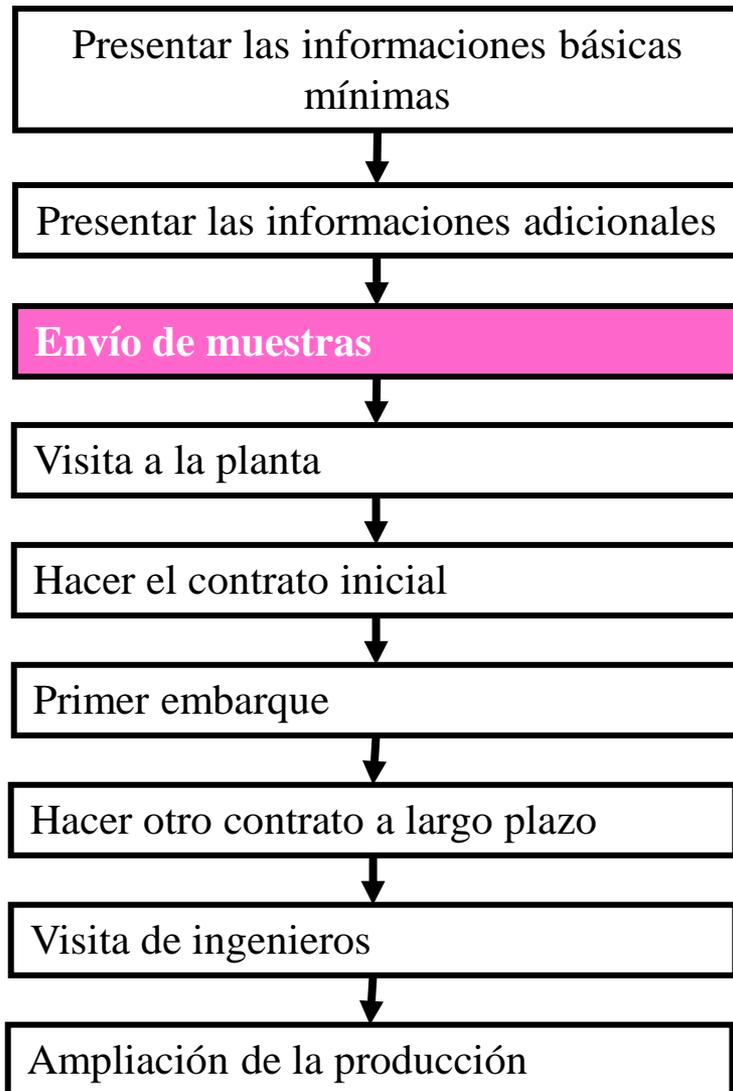
## 3. Control de las pesticidas

A partir de 29 de Mayo en 2006 estableció la “Lista positiva” de acuerdo con la Ley Sanitaria de Productos Alimenticios. Hay que presentar una certificación del análisis químico del producto, realizado en un laboratorio autorizado.

### ¿Qué es la “Lista positiva”?

Es una regla de control de pesticidas que existen en los productos, según la regla “es prohibido utilizar todo tipo de pesticidas excepto los aprobados en la lista”.

# Las Muestras



## 4. Observaciones

(1)JUSTO A TIEMPO

(2)Tiene que ser coherente con la especificación

(3)Forma de enviarla

(4)Etiquetado, etc.

La empresa japonesa como cliente tiene muchos contactos.

Si le pide una muestra a su empresa, seguramente su cliente está pidiendo a otras empresas de otros países.

# Las Muestras

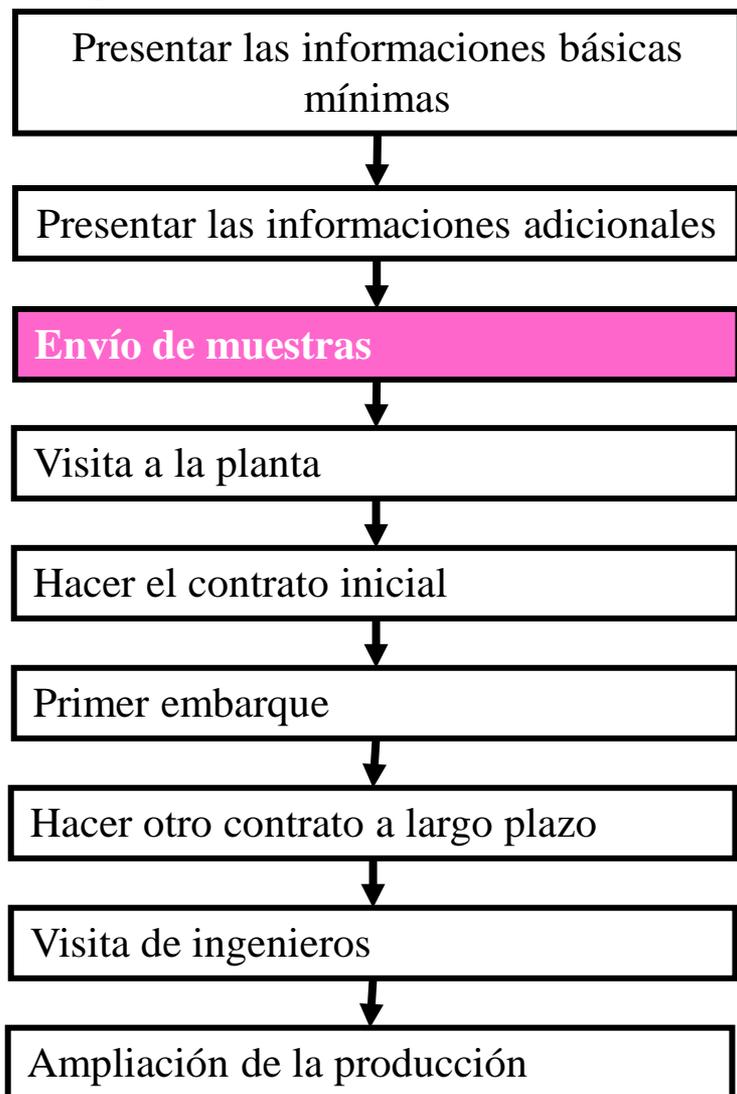


## (1)JUSTO A TIEMPO

**¡ No pierda este chance!**

- 1) Los japoneses son muy estrictos con el tiempo.
- 2) La moda japonesa cambia fácilmente.
- 3) Los clientes tienen muchas opciones del mundo.

# Las Muestras

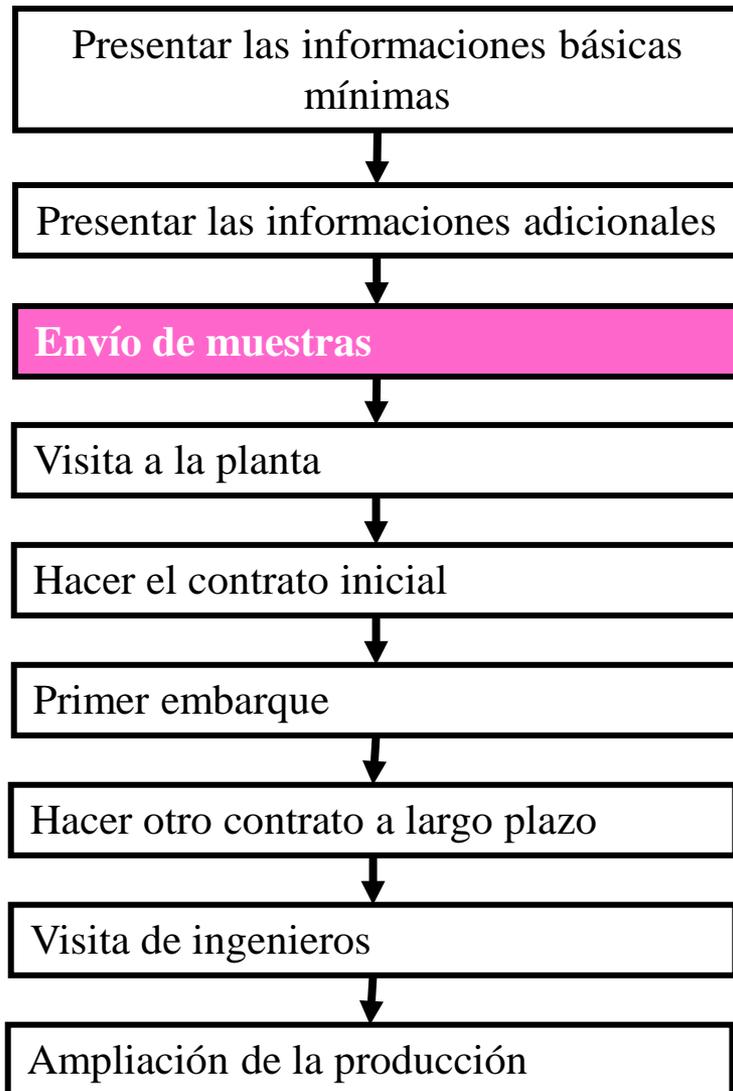


**(2) Tiene que ser coherente con las especificaciones**

**Realizarán:**

- Análisis químico(incluyendo el análisis de pesticidas)
- Análisis físico
- Degustación
- Prueba de mercado, etc.

# Las Muestras



## (3) Forma de Enviarla

**SE DEBE BUSCAR EL TRANSPORTE ADECUADO DE ACUERDO CON LA FORMA, TIEMPO, RUTA, etc**

- Si es un producto congelado, debe llegar congelado.
- Si esta muestra pasa por EEUU, se necesita adjuntar el documento de certificación de FDA.
- Según los clientes, no aceptarán muestras en cajas rotas, latas hundidas, etiquetas despegadas o mojadas, etc.

# Las Muestras

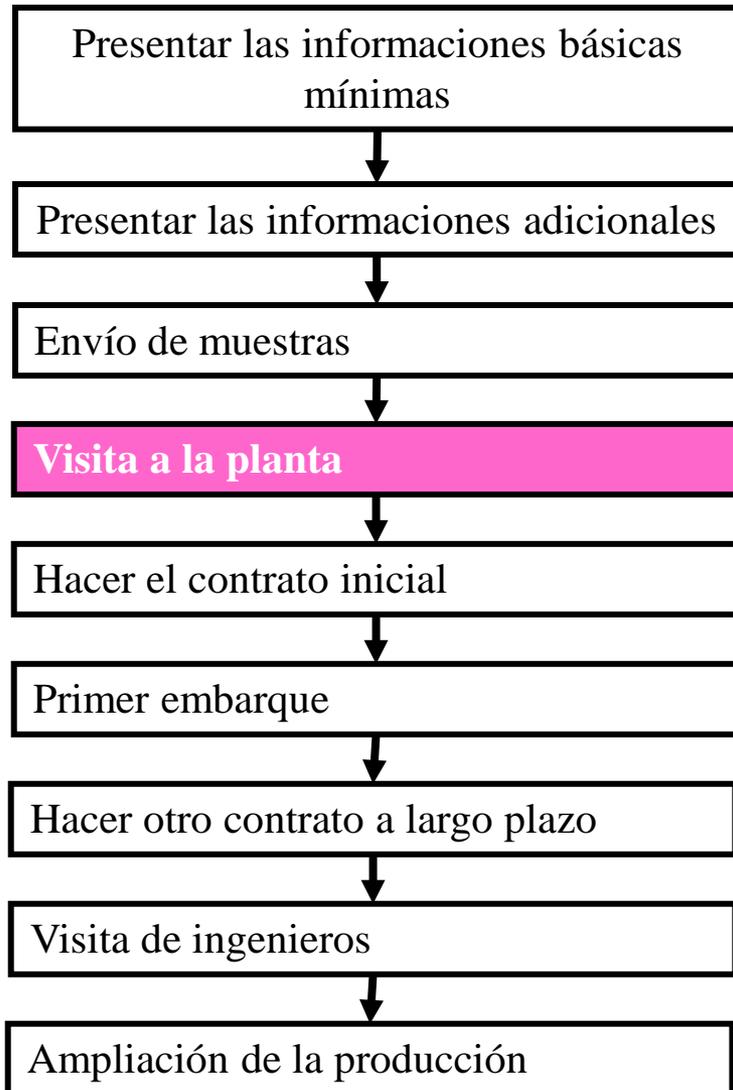


## (4) Etiquetado, etc.

### ¡Los japoneses son muy detallistas!

- Si este producto no tiene etiqueta de mercado todavía, no es necesario poner una.
- Siempre se debe adjuntar el Código de Producción con sus especificaciones.
- No aceptarán una etiqueta torcida o borrosa, etc.

# Visita a la Planta

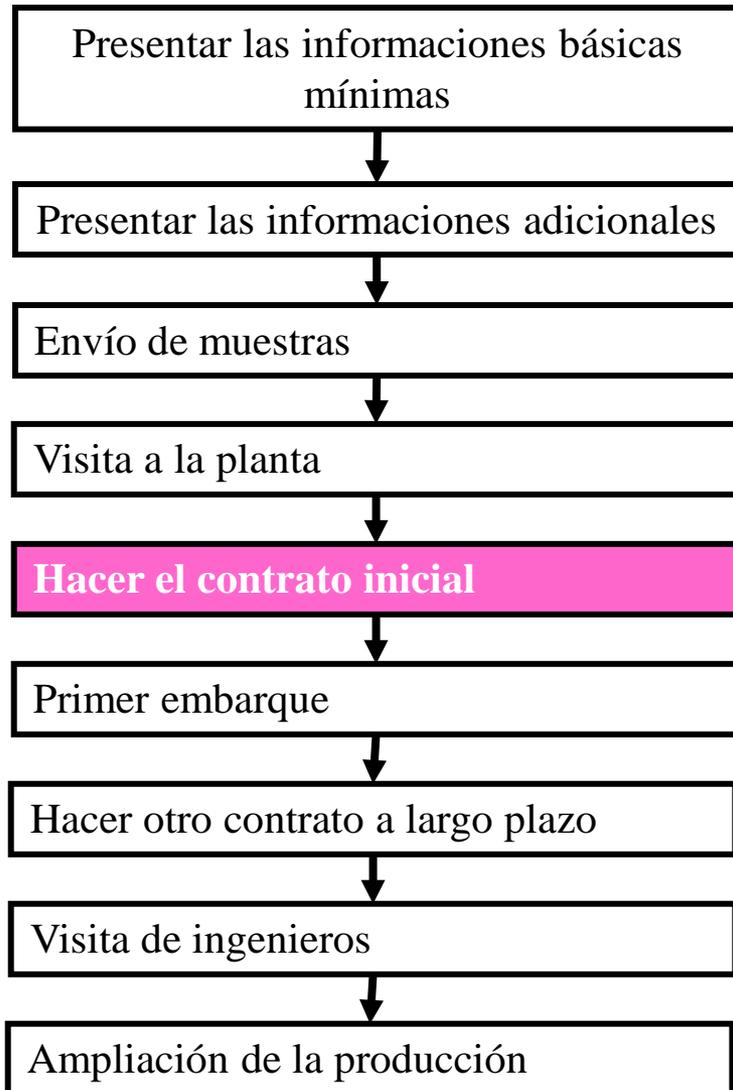


## LOS PUNTOS QUE SE INSPECCIONAN

1. Las líneas
2. Higiene
3. Documentos y archivos
4. Materia prima y productos finales

Después de empezar a exportar sus productos a Japón, casi siempre habrá un inspector que verifique el cumplimiento de los puntos anteriores en las líneas de producción.

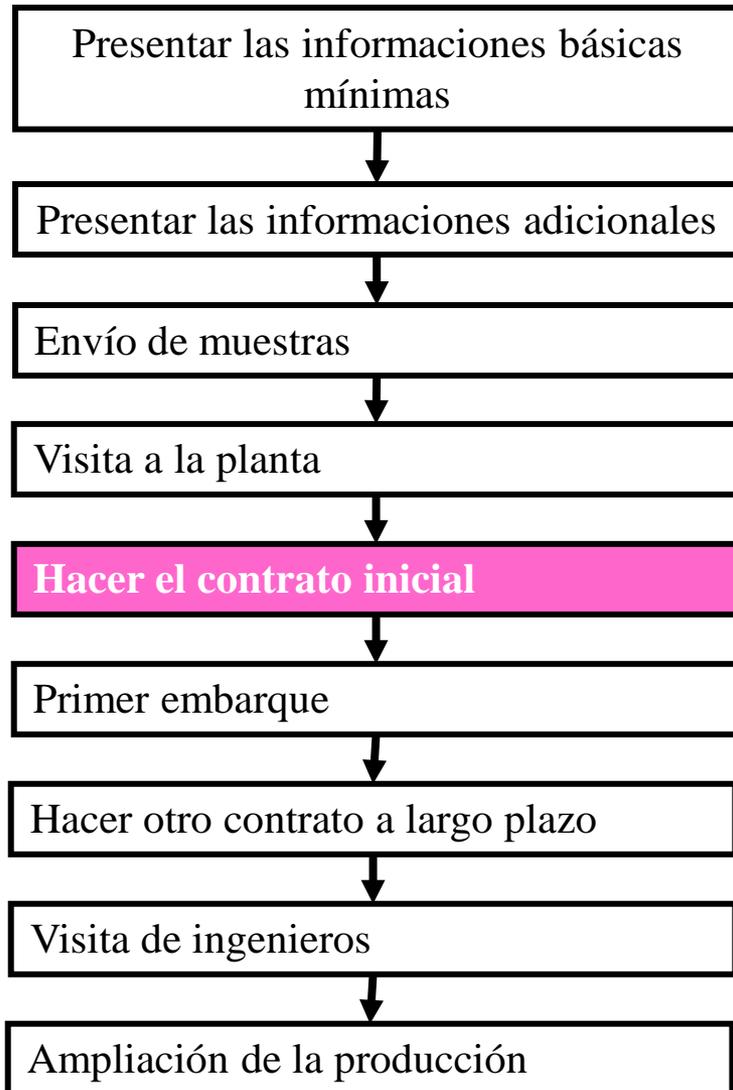
# Contrato



- **Debe revisar muy bien el contrato antes de firmarlo.**
- **Específicamente la parte de incumplimiento del contrato.**

- Especificaciones
- Tiempo de entrega
- Cantidades, etc.

# Embarque



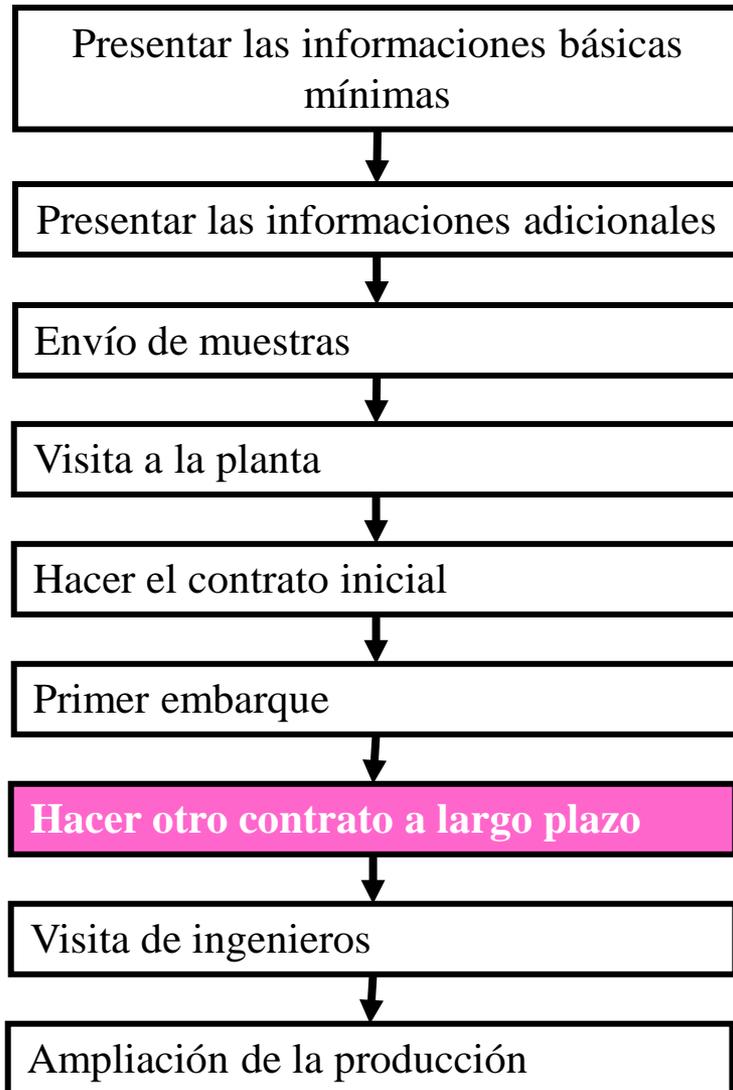
## SE PUEDE TENER VISTO BUENO DE ADUANA ANTES

Es recomendable consultar su exportación a la Aduana de Japón en relación a la Ley Sanitaria de Productos Alimenticios de Japón, antes de ser enviado.

### Requisitos:

1. Especificaciones (ingredientes, país de origen, componentes, aditivos, empaques)
2. Diagrama flujo (proceso)
3. Certificaciones de higiene (en caso de necesitar)
4. Análisis químico (recomendable)

# Ventaja del Negocio con los Japoneses

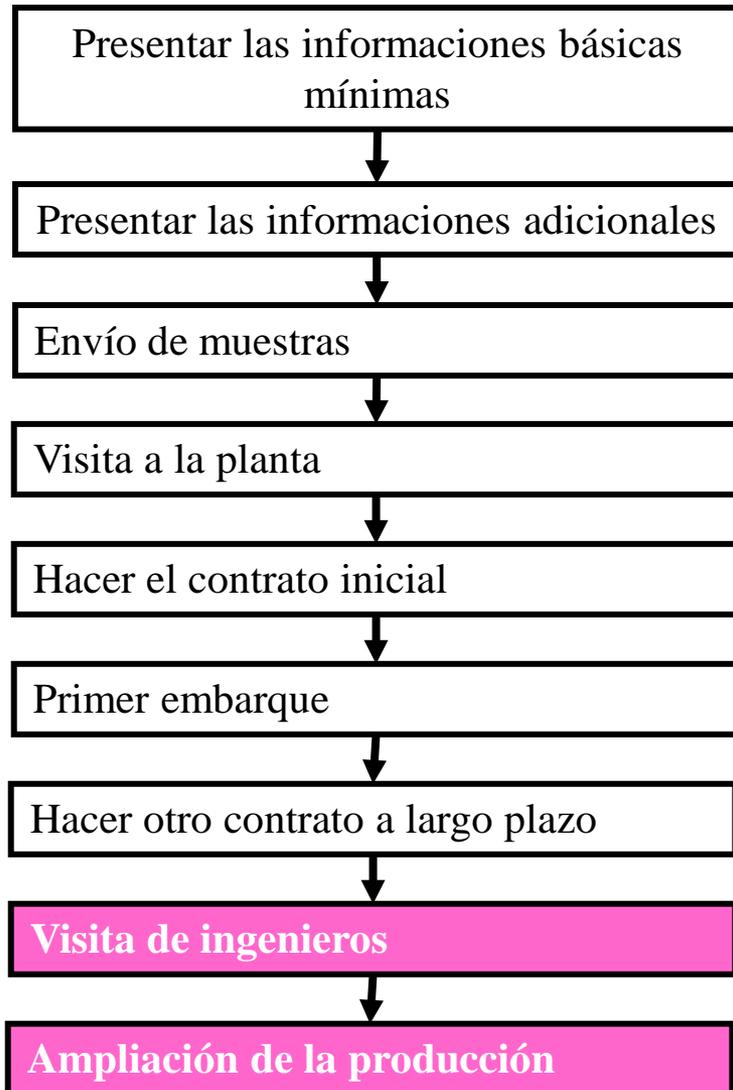


## 1. CONTRATO A PLAZO LARGO

¿Por qué?

- (1) Va a **cambiar su línea** en Japón, con la introducción de un producto nuevo con su materia prima, requiere mucha inversión.
- (2) Va a **invertir en publicidad** para el producto nuevo o la materia nueva.
- (3) Una vez ganada la confianza, **no va a querer cambiar de proveedor.**
- (4) Va a **invertir en la planta** del proveedor, para tener estabilidad de abastecimiento.

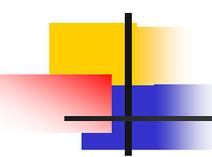
# Ventaja del Negocio con los Japoneses



## 2. INVERSIÓN A LA PLANTA Y AMPLIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Después de aceptar su producto en Japón, debe abastecer su producto constantemente con una amplia cantidad.

- Enviar a los ingenieros para mejorar y ampliar su producción
- Invertir en su planta para la ampliación de su capacidad de abastecimiento.



# Filosofía Japonesa

---

➤ La importancia de los productos japoneses son;

**1. Seguridad**

**2. Calidad**

**3. Precio**

# IV. Presentación sobre FOODEX JAPAN



# ¿Qué es FOODEX JAPAN?

The 38th International Food and Beverage Exhibition

# FOODEX JAPAN 2013

Ufi  
Approved  
Event

- **Una de las ferias de bebidas y alimentos más grandes e importantes en la región de Asia Pacífica.**
- ✓ **Aproximadamente 2,400 expositores desde 73 países y regiones**
- ✓ **74,000 visitantes previstos**



# ¿En Dónde y Cuándo?

**Acerca de FOODEX JAPAN 2013**

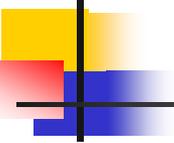
**Fecha: Marzo 5 (Mar) – 8 (Vie), 2013**

**Horario: 10:00-17:00 (-16:30 el último día)**

**Lugar: Makuhari-Messe, Chiba, Japón**

**URL: <http://www.jma.or.jp/foodex/>**

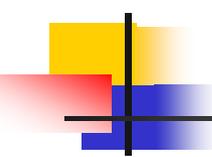




# ¿Como fue los resultados de 2012?

## Resultado de la Zona de JETRO en FOODEX JAPAN 2012

- ✓ **46 empresas de 24 países** expusieron en la Zona de JETRO.
- ✓ **5 empresas desde 3 países centroamericanos**  
3 de Costa Rica, 1 de Guatemala y 1 de Nicaragua
- ✓ **1,954 negociaciones**
- ✓ **722 contratos** (incluyendo perspectivas), valor **USD4,569,860**



# Zona de JETRO en FOODEX JAPAN 2013

---

## ➤ **Tarifa de un stand en la Zona de JETRO:**

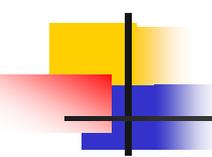
**USD1,025**

Descontado en Aprox. 86% descontado en comparación con la tarifa normal; USD7,500

## ➤ **Número de stands: 66 stands**

## ➤ **Soporte de JETRO;**

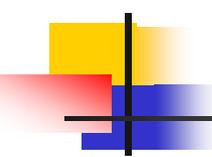
1. Un stand que incluye equipamiento y decoración básica.
2. Traductores compartidos para negociaciones.
3. Consultoría individual por los expertos de la industria alimenticia.
4. Acceso libre al centro de negocios y la cocina.
5. Promoción y publicidad sobre los participantes y la Zona de JETRO a los compradores japoneses potenciales.



# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

- 1. Especies**
- 2. Alimentos elaborados**
- 3. Vino**
- 4. Nuez, frutas secas**
- 5. Café**
- 6. Vegetales congelados, frutas congeladas.**
- 7. Verduras, frutas frescas y jugo de frutas.**
- 8. Aceite**
- 9. Alimentos funcionales, orgánicos**
- 10. Otros**

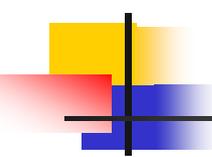


# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## 1. Especies

- No ha crecido fuertemente el mercado de especies en Japón, sin embargo, debido al cambio climático, se ha detectado una inestabilidad en el suministro en los países productores de estos materiales, razón por la cual los importadores están buscando a exportadores alternativos.
- Los mayores segmentos del mercado japonés de especies son; especies para alimentos elaborados (Curry, salsa y alimentos congelados), especies para mesas, especies para bebidas, especies para comida funcional, especies para colorantes, y especies para restaurantes.
- Especies más buscados son; nuez moscada, clavo de olor, pimienta, gengibre.



# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

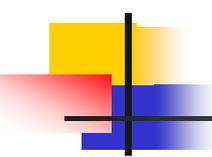
---

## 2. Alimentos elaborados

- Productos de tomates

## 3. Vino

- La demanda de vino espumante ha crecido. Hasta ahora el sabor seco es popular, sin embargo, prevén que el sabor dulce será popular en adelante.
- En el mercado japonés, el diseño de las botellas es un elemento muy importante. También será elemento importante forma de beber.
- Mostrar conceptos es indispensable, por ejemplo, el uso de vino para cóctel.

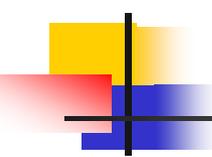


# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## 4. Nuez, frutas secas

- La pasa de uva ocupa la mayor parte del mercado de frutas secas. 70 o 80 % de este material son para la industria panadera.
- El mercado de frutas secas se ha expandido constantemente.
- En el mercado de nuez, no hay tantos productos del comercio justo excepto el cacao. Para cacao, el comercio justo es factible porque los compradores tienen suficiente conocimiento sobre el tema.
- Sería recomendable que la forma de transacción sea carga a granel. Si se le añade un valor agregado a los productos, estos puede hacer subir el arancel de importación.

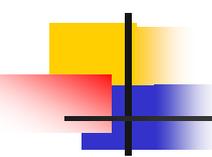


# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## 5. Café

- Debido a la moda mundial de beber espresso, era común tostar el grano de café profundamente en Japón. No obstante, por estos días en el mercado japonés, tostar ligeramente y disfrutar aroma original de café es una tendencia creciente.
- Por el clima anormal en Brasil, los importadores de café está preocupados en la calidad. En los países centroamericanos, Indonesia y Colombia también ven algún cambio climático.

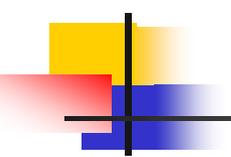


# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## 6. Vegetales congelados, frutas congeladas.

- Básicamente las frutas congeladas no son para el mercado final sino que sean para la industria alimenticia. Relativamente los importadores prefieren los productos congelados sin agregar azúcar.
- Las verduras congeladas, de igual manera, son para la industria alimenticia por lo tanto casi no es necesario que los productos sean orgánicos. Sin embargo, para unos productos como la soya que puedan llegar directamente al mercado final, el valor agregado como orgánico es importante.
- El arancel para las piñas congeladas es alto y además de eso, no tienen buen sabor para el mercado final. Mora, Frambuesa y mango congelado tienen posibilidad en el mercado final.

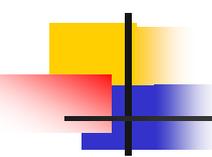


# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## 7. Verduras, frutas frescas y jugo de frutas.

- El crecimiento del mercado japonés de jugo de frutas está en el tope.
- El jugo de fruta con azúcar no es considerado sano y este tipo de imagen sobre dicho producto ha crecido. Además de eso, generar ganancia con los productos de 100% jugo de frutas es muy difícil por el costo.
- Debido a la madurez del mercado, algo nuevo es importante. Por ejemplo, entrar al mercado del jugo de naranja o toronja es difícil. Al contrario, los jugos de frutas tropicales originales, tradicionales fuera de Japón, tienen posibilidad. Sin embargo, el suministro estable es indispensable.
- En caso de las cerezas, mangos, el costo de transporte es problema. Por ejemplo, la mitad de 50 USD del precio final de cerezas importadas de los EEUU es el costo de transporte.



# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## 8. Aceite

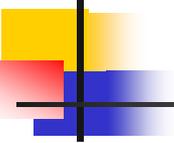
- Antes los aceites de oliva sufrían debido a mala fama del ácido graso trans, sin embargo, su fama ha mejorado por los ingredientes como vitamina E y ácido oleico.

## 9. Alimentos funcionales, orgánicos

- Esta categoría es una moda del mercado japonés. Sin embargo, la moda no dura tanto y tienen que buscar nuevos productos continuamente.

## 10. Otros

- Los productos únicos, por ejemplo, maíz gigante(giant corn) peruano, productos con alta función saludable son importantes.



# ¿Qué buscan los Importadores Japoneses?

---

## “Boom ” de Ron en Japón

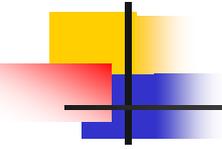
- Entre las mujeres de los 20s y 30s, los cockteles con Ron ha sido popular .
- Estilo con bajo nivel de alcohol, preparada enlatada se llama RTD(Ready To Drink) y ésto promociona el mercado.
- Bacardi ha dominado el mercado japonés con la marca Sapporo, sin embargo, la marca Suntory ha retado expandir su participación con Brugal

# Casos Exitosos de Centroamérica

## CASO 1: Piña Deshidratada (2012, Costa Rica)

- Logró a tener éxito en su primera participación en FOODEX JAPAN.
- El producto es piña deshidratada. Se vende el producto a través de internet en Japón.  
<http://item.rakuten.co.jp/selectea/9386-60/#9386-60>
- En su caso, el vendedor propone varias formas de preparación con este producto.



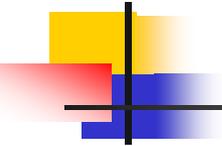


# Casos Exitosos de Centroamérica

---

## CASO 2: Verduras Congeladas (2012, Guatemala)

- Logró a tener éxito en su primera participación en FOODEX JAPAN.
- Ha enviado el primer embarque hacia Japón. Para que establezca una relación larga y estable, participará en FOODEX JAPAN 2013.



# Casos no exitosos en tener negocios con Japón

---

## Resultado de la encuesta a algunas empresas (2008)

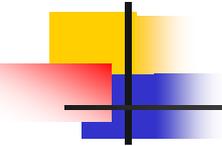
### ➤ **Natural de Frutas (Guatemala)**

Le faltaba la actitud para tener negocios con Japón. Aunque participó en la feria FOODEX JAPAN, no hizo presentación de sus productos, ni ofreció muestras, etc.

### ➤ **Frutas Cortadas (Honduras)**

Recibió ofertas de compra de las empresas japonesas, sin embargo esa empresa no quiso ir a Japón para negociar desde punto de vista de costo y distancia geográfica.

**Falta de Actitud**



# Casos no exitosos en tener negocios con Japón

---

## ➤ **Chocolate(El Salvador)**

Recibió muchas ofertas en la feria FOODEX JAPAN, pero en sus productos usaban varios aditivos prohibidos en los alimentos, en Japón.

## ➤ **Camarones (Costa Rica)**

En Japón hay demanda de camarones naturales. Esta empresa recibió ofertas pero no pudo lograr exportar por problemas de volumen.

## **Especificaciones y Volumen**

# TTTP (Trade Tie-up Promotion Program)

Han aprovechado TTTP los hombres de negocios de más de 170 países.

## <Característica de TTTP>

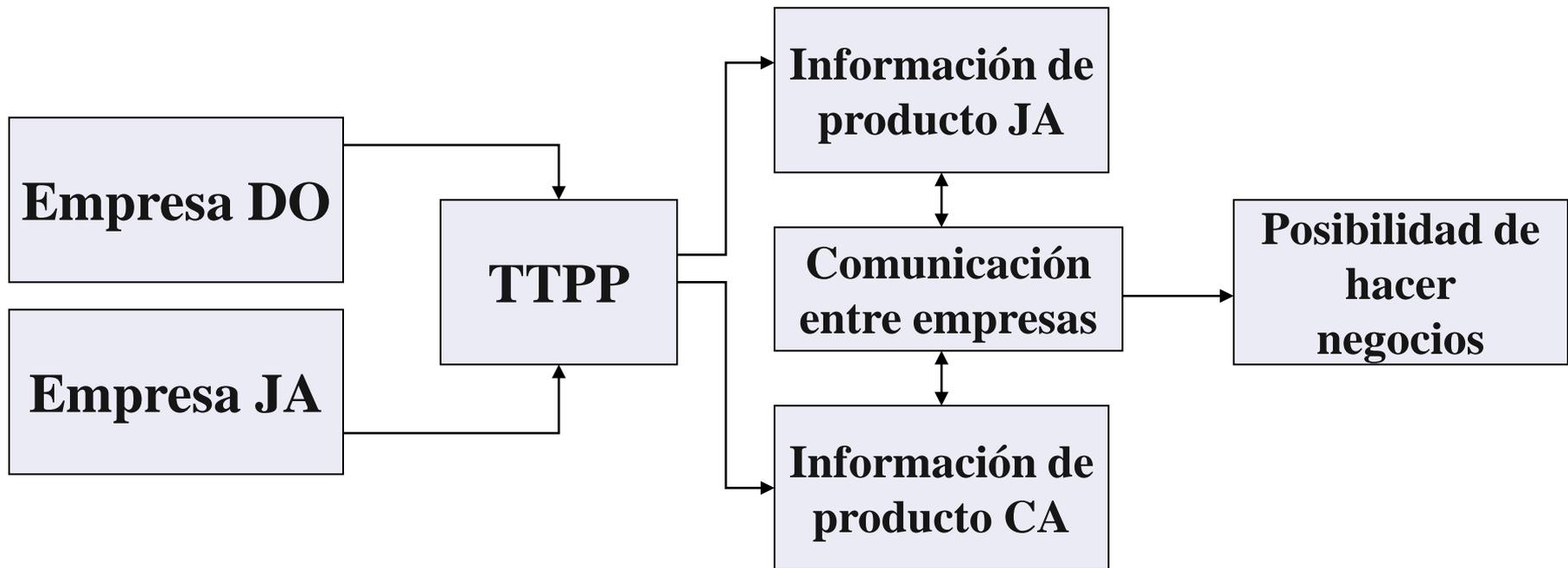
- Propuestas de negocios desde los usuarios del mundo en el idioma japonés e inglés.
- El sistema no es sólo para que conecten con Japón, sino con el mundo.
- Pueden registrar sus ofertas de venta y compra gratuitamente.

The screenshot shows the TTTP International Business Matching Site. The main header includes the site name and a navigation menu with options like 'Business Type Search', 'Export/Import', and 'Business Tie-ups'. Below the header, there are sections for 'Today's Proposals' and 'Updated Proposal'. The 'Today's Proposals' section lists several items for sale, such as 'Tray, Coter etc made by traditional handcraft "ajiro" wickerwork' from Tokushima, Japan, and 'GREEN Evaporative Cooler' from Hong Kong. The 'Updated Proposal' section lists 'Printed Circuit Boards (PCB)' from the Republic of Korea and 'Interpreter & coordinator services (Japanese - Spanish)' from Argentina. The interface also features a 'Search Proposal' section with a keyword search bar and a list of product categories like 'Agriculture, Forestry & Fishery' and 'Textiles, Leather or Fur Products'. On the right side, there are sections for 'For New Visitor' (User/Proposal Registration), 'For Registered User' (Login), and 'Special Corner' (JETRO Project, TTTP Special, Alliance, Virtual Exhibition).

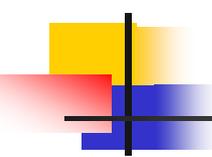
**Programa de Promoción de Alianzas Comerciales (B to B)**

# TTTP (Trade Tie-up Promotion Program)

## ➤ Diagrama del Desarrollo de negocios con TTTP



<http://www.jetro.go.jp/ttppoas/index.html>



# Mas Información

---

JETRO San José en Costa Rica

TEL: 506-2505-5645

E-mail : CSJ@jetro.go.jp

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