

EL CHAT 

# Oportunidades comerciales en Japón

## HOY RESPONDE:



**Javier Rebatta**  
Especialista de Inteligencia  
Comercial de Prom-Perú.-

## SEPA QUE

■ Japón, con 127 millones de habitantes, es el principal mercado de alimentos orgánicos en Asia. Importan el 60% de los productos que consumen.

■ Existe un Plan Operativo de Desarrollo del Mercado Japonés realizado multisectorialmente desde el 2007. Este plan incluye las líneas de acción para una amplia lista de productos. Está disponible en [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe).

■ La exportación a Japón alcanzó US\$2.180 millones en el 2007, con un incremento de 78%. Entre los productos no tradicionales destacan zinc sin alear, pota congelada, plátanos orgánicos, aleaciones de aluminio y espárrago en conserva.

## LA PRÓXIMA SEMANA

### La industria de cuero y calzado en el Perú. ¿Cómo mejorar la producción?

Este miércoles 12 de noviembre a las 4:00 p.m. estaremos con Adriana Ríos, directora del Centro de Innovación Tecnológica del Cuero y Calzado. Ingrese a la dirección:

[www.elcomerciope.com.pe/chat.html](http://www.elcomerciope.com.pe/chat.html)

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿Qué tanto han crecido en los últimos años las oportunidades de hacer negocios con Japón?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

El mercado japonés se está abriendo poco a poco. Ellos son consumidores muy exigentes y conocedores. Principalmente están preocupados por un consumo saludable y funcional. En los últimos años, se están haciendo esfuerzos para lograr que más productos ingresen a este mercado. Por ahora, por ejemplo, se han obtenido protocolos sanitarios principalmente para productos frescos.

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿A partir de qué año los productos peruanos tienen un mayor ingreso a Japón?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

El crecimiento en Japón comenzó en el 2005, pero principalmente gracias a productos tradicionales como cobre, zinc, plomo, entre otros minerales.

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿Y existen productos no tradicionales peruanos con demanda en ese país?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

En el rubro no tradicional han destacado los embarques de plátanos orgánicos, maca en varias presentaciones, y camu camu.

🗨️ **ERIK** dijo:

**¿Cuáles son los productos que se exportan recientemente al Japón?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Últimamente se está enviando mango, por ejemplo, y se espera que en el futuro cercano haya mayor presencia de paltas y cítricos, luego de aprobarse los respectivos protocolos sanitarios. Los mangos que se ofrecen en Asia no son comparables con los nuestros.

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿Pero aún son envíos pequeños?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Bueno para el caso de los envíos de banano ya hablamos de casi 4 millones de dólares, y para espárragos más de 2 millones de dólares. Lo que hay que resaltar es lo exigente de este mercado para el ingreso de los productos. Por ejemplo, en el caso de los plátanos, se revisa cada caja de cada contenedor y a su vez cada mano. Si en alguna mano de plátanos se encuentra algún problema (como indicios de plaga) todo el embarque sería devuelto. Ahora los japoneses están evitando comprar productos alimenticios chinos por los problemas de contaminación que ya son conocidos.

🗨️ **ERIK** dijo:

**¿Los trámites sanitarios se realizan en Japón o en el Perú?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Se debe cumplir con las normas de la JAS que es la entidad del estado japonés que da los estándares para el ingreso de alimentos. Los trámites se realizan en el país de origen. Es decir en el Perú.

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿Los trámites se gestionan a través de Senasa o de otra institución?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) es la entidad encargada de preparar con sus pares en el exterior los protocolos sanitarios. Para el caso de las certificaciones de productos orgánicos en Japón es la Control Union. ([www.cuperu.com](http://www.cuperu.com)).

🗨️ **ERIK** dijo:

**Estuve 15 años en Tokyo, Asia es su despensa alimenticia.**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Tú que has estado en Japón tanto tiempo sabrás que para

ellos regalar fruta es muy importante, entonces, el color y sabor de nuestros productos son inigualables.

🗨️ **ERIK** dijo:

**Así es. Todo entra por los ojos. Pero, ¿qué tan difícil es encontrar un comprador en Japón para los productos peruanos?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

La estrategia no debe ser buscar directamente un comprador japonés, debido a que ellos no desean hacerse cargo de los trámites de importación. Generalmente se busca un socio que en un 'joint venture' le facilite el acceso al mercado japonés. Existen canales de distribución bastante complejos en el mercado japonés. Felizmente en Japón tenemos una Consejería Económica Comercial que nos podría facilitar información adicional sobre cómo acercarnos a estos canales.

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿Prom-Perú ha realizado alguna misión de prospección o visitas a ferias en Japón?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Claro, se ha participado, por ejemplo, en la Foodex que es la feria más importante en este mercado y el Asia para alimentos. Para febrero del próximo año se tiene planeado hacer Expo Perú en Japón con la participación de varias entidades peruanas como Cepeja, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y Pro Inversión con el apoyo de Jetro.

🗨️ **ERIK** dijo:

**¿El idioma es un factor determinante?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

El idioma es importante, pero en verdad todo el tema cultural debe ser muy bien estudiado. Aunque algunos ejecutivos pueden dominar el inglés, una reunión se siente mucho más cómoda si se cuenta con un intérprete que siga el diálogo en japonés. Para preparar una agenda de negocios creo que

es mejor si el intérprete tiene incluso más conocimiento sobre el producto ofrecido. Los intérpretes deben ser contratados en Japón con apoyo de la embajada peruana. Debe quedar claro que para hacer negocios con ciudadanos japoneses hay que ser muy pacientes. En Japón un negocio no se concreta tan rápido como en Occidente y por lo general se solicita información adicional.

🗨️ **REY MIDAS** dijo:

**¿Por su idiosincrasia es difícil identificar qué venderle a Japón?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Sin considerar los productos pesqueros y los agropecuarios, las confecciones de alpaca son una opción, pues se han incrementado en lo que va del año. Sin embargo, hay que tener en cuenta que muchos de ellos son seguidores de marcas. Si tenemos que pensar en nuevos productos hay que considerar que para el 2030 el 29% será adulto mayor en Japón y que actualmente el 20% de su población vive sola y tiene un alto poder adquisitivo.

🗨️ **REY MIDAS** dijo:

**Supongo que hay productos bien específicos en otros rubros... ¿Cuáles son?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Por ejemplo están los suéteres, chompas de alpaca, los chales (que se negocian directamente para tiendas exclusivas), y se está incrementando la venta de camisetitas y camisas de algodón, aunque lentamente. La presencia de productos de China y Vietnam es fuerte en Japón, pero van a distintos nichos de mercado.

🗨️ **MODERADOR** dijo:

**¿Qué tanta demanda de productos nostalgia (como panetón, Inca Kola, turrones, etc) hay en el Japón?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

La colonia peruana no es muy

grande en Japón (aproximadamente 100 mil personas) pero, definitivamente, la demanda de productos nostalgia existe. Con respecto a la demanda de este tipo de productos no hay estadísticas aún, aunque sería interesante poder estimarla. Solo para el caso de bebidas gaseosas (Inca Kola) se ha superado los US\$ 240 mil entre enero y setiembre de este año.

🗨️ **ERIK** dijo:

**¿Qué le parece la idea de fabricar aquí en el Perú y con nuestros materiales los diseños que se están poniendo de moda allá?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

La idea es exportar diseño. Sin embargo, se debe diferenciar por ejemplo lo que se destina al mercado nacional a los turistas con lo que pueden demandar los japoneses en Tokio. Aquí compran un recuerdo, allá una prenda.

🗨️ **ROCIOCHR** dijo:

**¿Qué oportunidad hay para un restaurante de comida peruana? ¿Se consiguen los insumos? ¿Todo tendría que llevarse?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

Con respecto a un restaurante. Se debe tener en cuenta que el paladar japonés es muy diferente al nuestro. No gustan de los picantes y tampoco de mucho condimento. Se debería pensar en un tipo de comida fusión entre la peruana y la japonesa. Los insumos que no son frescos pueden ser ingresados ya sea procesados, envasados, deshidratados o congelados.

🗨️ **ERIK** dijo:

**¿Hay alguna información sobre la exportación de joyas para mujeres?**

🗨️ **JAVIER REBATA** contestó:

No conozco antecedentes sobre la exportación de joyería peruana al Japón, pero debe pensarse en piezas únicas y con mucho trabajo de diseño.