



PROMO ASIA Y OCEANÍA: Inteligencia para exportar

JAPÓN

Junio 2023





Agenda

- | 01 Presentación de mercado
- | 02 Tendencias y Oportunidades Comerciales por sector
- | 03 Cultura de Negocios
- | 04 Acciones de PROMPERÚ en Japón



1

Presentación del mercado

Información General del Mercado



3ra economía del mundo



\$5.154.475 millones



5.6% del PBI Mundial



125 millones de habitantes.



4to mayor
importador/exportador del mundo
\$ 728.7 billones imp/tot.



PBI per cápita. **USD 44 580**



☀ Información General del Mercado



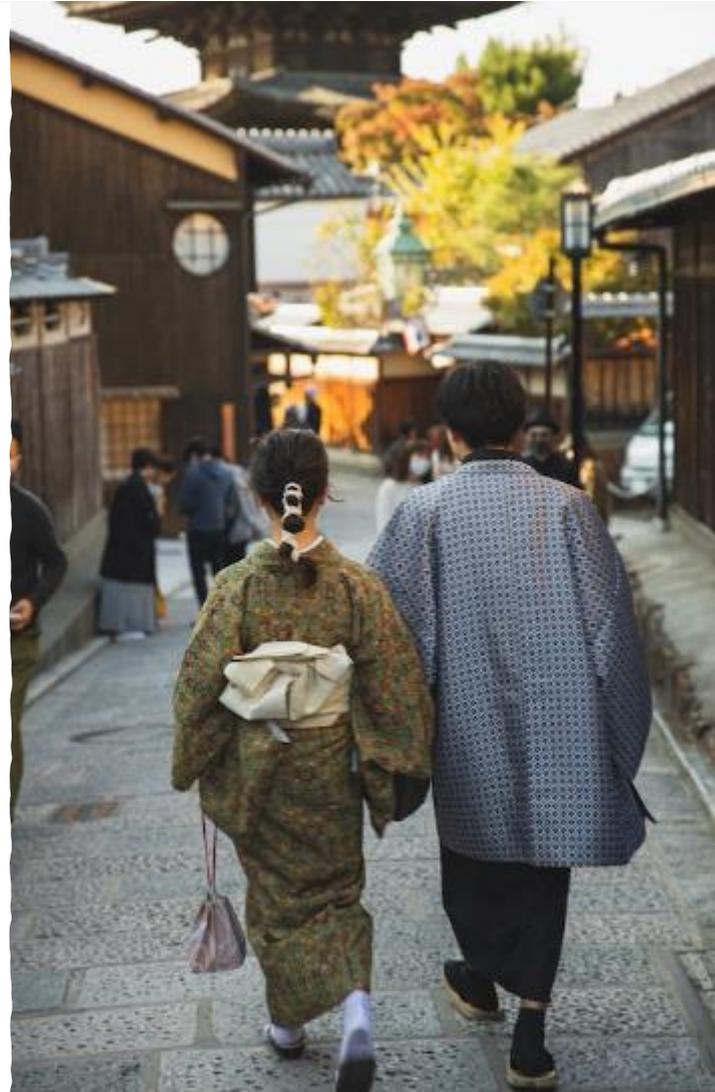
- El FMI proyecta un crecimiento de la economía japonesa de 1.3% para 2023.
- Crecimiento de la economía proyectado en función al incremento del Consumo Interno y de la Inversión en bienes de capital por parte de las empresas japonesas.
- Prioridades del gobierno del PM Kishida en 2023: Incremento de salarios y desarrollo tecnológico e innovación a través de inversiones en startups.
- Japón comprometido con el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

☀ Información General del Mercado

- Población total: 125 millones (122 millones japoneses y 3 millones residentes extranjeros). Desagregado por edades:
 - 0-14 años - 11.6%
 - 15 - 64 años - 59.4% (PEA))
 - 65 + años - 29%
- Fuerza Laboral: Agricultura 3% / Industria 25% / Servicios 72%

Problemas actuales:

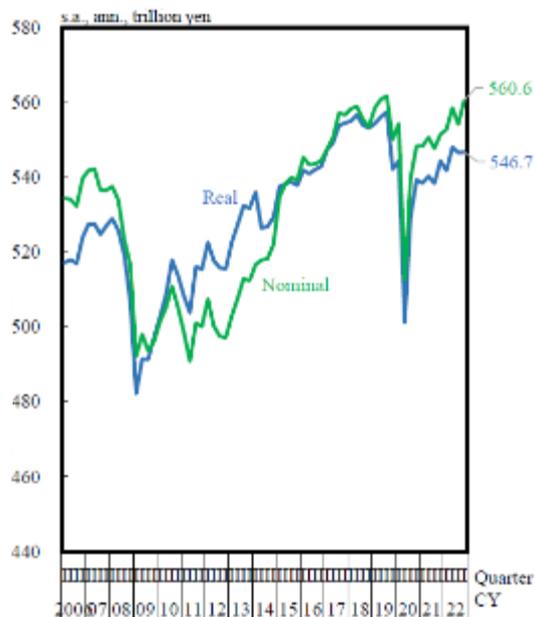
- La economía japones enfrenta considerables riesgos debido a la reducción y envejecimiento de la población.
- Depreciación del yen
- Dependencia de las importaciones de alimentos. Seguridad alimentaria de solo 39%.





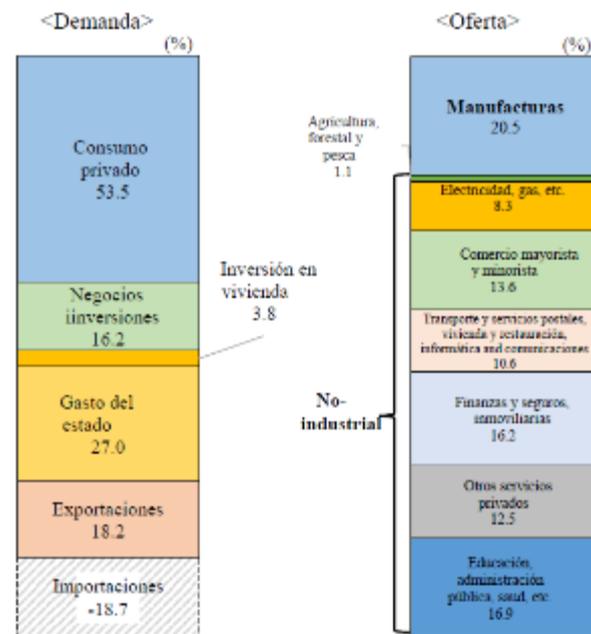
✦ PBI Japonés

PBI Real y nominal



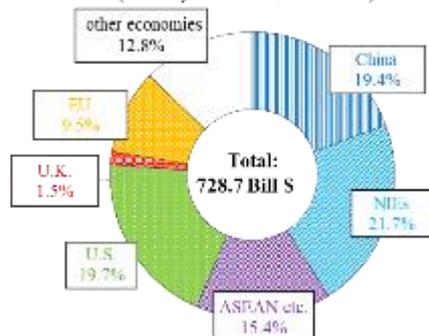
Source: Cabinet Office.

Composición del PBI (CY2021)

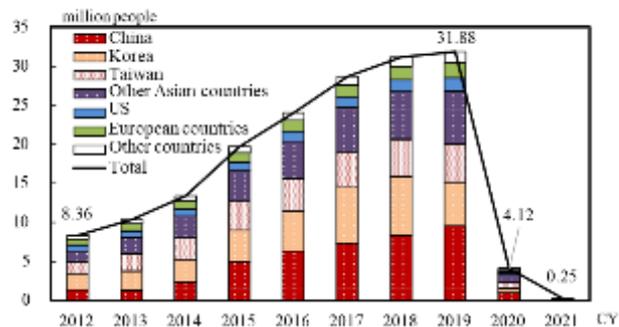


Comercio e inversión del Japón

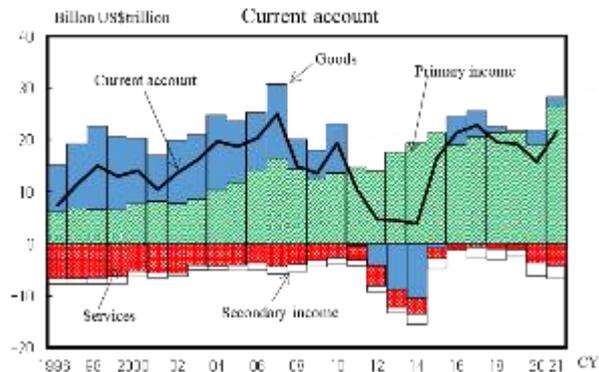
Valor exportaciones japonesas
(Share by destination, in CY 2022)



Número de turistas extranjeros



Inversión directa de Japón en el exterior
(Outstanding, share by destination, as of end-Dec. 2021)



Sources: Ministry of Finance; Bank of Japan; BIS; Japan National Tourism Organization.

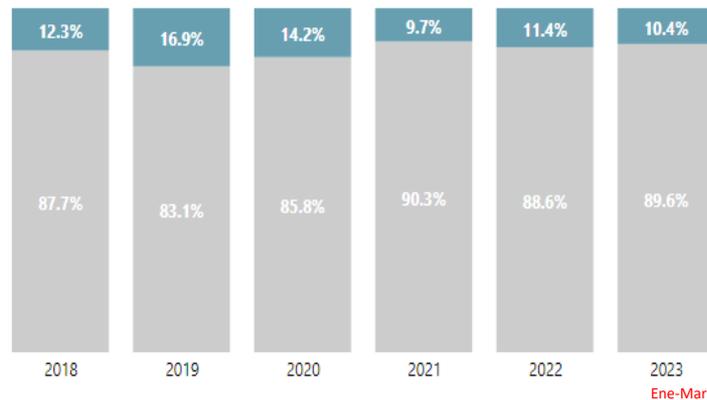
Notes: "NIEs" are composed of Korea, Taiwan, Hong Kong, and Singapore; while "ASEAN etc." are rest of Asian economies.



Exportaciones peruanas al Japón

Participación por tipo de sector

● MINERO - ENERGÉTICO ● NO MINERO - ENERGÉTICO



Exportaciones globales peruanas 2022

País	FOB USD Billones
China	21.02
USA	8.62
Japón	3.10
Corea del Sur	2.74
Canadá	2.69
India	2.30
Reino Unido	2.08
Chile	2.00
Suiza	1.99
Holanda	1.77

Balanza e intercambio comercial US\$

	2018	2019	2020	2021	2022
Expo (FOB)	2,181M	1,976M	1,879M	2,933M	3,105M
Impo (FOB)	1,002M	1,016M	685M	959M	993M
Balanza comercial	1,179M	960M	1,194M	1,974M	2,112M
Intercambio comercial	3,183M	2,992M	2,564M	3,892M	4,098M





En el 2022, el sector minero, agrícola, pesquero y textil lideraron las exportaciones al mercado japonés



SECTOR	ENE-DIC 2021	ENE-DIC 2022	VAR % 2022/2021
TOTAL TRADICIONAL	2,744.91	2,861.13	4.2
MINEROS	1,685.40	1,680.12	-0.3
PESQUERO	85.06	85.09	0
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	962.11	1,064.17	10.6
AGRÍCOLAS	12.33	31.75	157.4
TOTAL NO TRADICIONAL	187.83	243.6	29.7
Agropecuario	86.57	92.97	7.4
Textil	11.36	11.96	5.3
Pesquero	74.28	114.75	54.5
Químico	2.52	3.05	20.9
Metal-mecánico	0.16	0.34	111
Sidero-metalúrgico	8.58	9.8	14.3
Minería no metálica	0.47	7.58	1,519.50
Maderas y papeles	0.01	0.01	8.5
Pieles y cueros	0.03	0.03	-5
Varios (inc. joyería)	3.85	3.11	-19.2
TOTAL	2,932.74	3,104.73	5.9

SECTOR	ENE-DIC 2021	ENE-DIC 2022	VAR % 2022/2021
Agroindustrial	98.91	124.72	26.1
Minería y petróleo	2,647.51	2,744.29	3.7
Otros sectores	15.62	23.92	53.2
Pesquero	159.34	199.84	25.4
Textil	11.36	11.96	5.3
TOTAL	2,932.74	3,104.73	5.9

Principales productos no minero energéticos



PALTAS FRESCAS
USD 26.6 MILLONES
(+8,7%)



ESPÁRRAGOS FRESCOS
USD 11.7 MILLONES
(-25,3%)



MANGO FRESCO
USD 7,2 MILLONES
(+51,2%)



PLÁTANOS ORGÁNICOS
USD 5,3 MILLONES
(+0,1%)

Productos no minero energéticos más dinámicos



TRUCHA
USD 24.5 MILLONES
(+23,7%)



CALAMAR GIGANTE
USD 32,8 MILLONES
(+64,7%)



DEMÁS SUÉTERES DE
ALGODÓN
USD 1.78 MILLONES
(+68,3%)



CAFÉ
USD 30,7 MILLONES
(+160%)

☀ Exportaciones de productos agrícolas - Top 10

(FOB Millones de US\$)



DESCRIPCION	2018	2019	2020	2021	2022	Var.% 22/21
CAFÉ SIN TOSTAR Y SIN DESCAFEINAR	13.54	13.69	14.02	12.19	31.68	160.0 %
AGUACATES (PALTAS) , FRESCAS O SECAS	13.53	12.39	20.80	24.59	26.72	8.6 %
ESPÁRRAGO CONGELADO AUNQUE ESTÉN COCIDAS	15.75	14.25	12.92	15.77	11.78	-25.3 %
MANGO CONGELADO	4.39	6.32	5.18	4.80	7.26	51.2 %
BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	4.49	4.22	4.43	5.31	5.31	0.1 %
LOS DEMÁS FRUTAS (AGUAYMANTO)	6.66	8.20	7.77	7.15	4.98	-30.4 %
FRESAS CONGELADAS SIN ADICIÓN DE AZÚCAR	2.33	2.16	1.83	2.95	4.35	47.6 %
MANGOS FRESCOS	1.78	2.24	1.92	3.18	3.36	5.7 %
MAÍZ BLANCO GIGANTE (50KG)	3.19	3.06	2.11	2.41	2.17	-9.8 %
PALLARES (PHASEOLUS LUNATUS) EXCEPTO PAR SIEM	0.46	0.11	0.00	0.39	2.01	419.0 %

✧ RANKING DE PRINCIPALES FRUTAS FRESCAS EN EL MERCADO JAPONES

PRODUCTO	PAÍS	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Market share (%)		Var.% 22/21
		Volumen (ton)	Cantidad (ton)	2022	2021	
BANANO	Pilipinas	825,116	844,153	78.21	76.09	-2.26
	Ecuador	114,713	136,390	10.87	12.29	-15.89
	México	71,249	74,499	6.75	6.72	-4.36
	Guatemala	16,896	25,523	1.6	2.3	-33.80
	Vietnam	8,608	7,104	0.82	0.64	21.17
	Perú	6,620	6,299	0.63	0.57	5.10
PALTA	México	37,756	64,473	74.65	84.07	-41.44
	Perú	12,010	10,751	23.75	14.02	11.71
	Australia	271	73	0.54	0.1	271.23
ESPÁRRAGO	México	6,355	8,014	90.1	81.47	-20.70
	Australia	368	599	5.2	9.95	-38.56
	Perú	227	165	3.2	2.85	37.58



✦ Exportaciones de productos pesqueros - Top 10

(FOB Millones de US\$)

DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	Var.% 22/21
HARINA DE PESCADO CON UN CONTENIDO DE GR	76	114	65	71	68	-4.7 %
POTA CONGELADA	24	24	23	20	33	64.7 %
LOS DEMÁS PECES CONGELADOS EXCEPTO PECES	14	14	14	12	32	160.0 %
OVAS DE PEZ VOLADOR SALADAS, DESHID, CONGELAD	9	12	11	14	26	80.4 %
TRUCHAS (SALMO TRUTTA, ONCORHYNCHUS MYKI	2	5	11	20	25	23.7 %
COLAS DE LANGOSTINOS CONGELADAS, CON CAP	16	14	13	16	12	-25.3 %
JIBIAS (SEPIAS)*, GLOBITOS, POTA PRECOCIDA	14	19	13	2	7	186.4 %
OVAS DE PEZ VOLADOR CONGELADAS	0	2	2	2	6	168.8 %
ERIZOS DE MAR VIVOS, FRESCOS O REFRIGERA	3	4	3	4	3	-19.7 %
PREPARACIONES Y CONSERVAS DE ANCHOAS ENT	1	0	1	1	1	5.4 %



✦ Exportaciones de Superfoods (incluye funcionales) - Top 10

(FOB Millones de US\$)

DESCRIPCION	2018	2019	2020	2021	2022	Var.% 22/21
MUCÍLAGOS DE SEMILLA DE TARA (CAESALPINE	0.78	0.77	1.14	1.42	3.67	157.9 %
HARINA, SÉMOLA Y POLVO DE MACA (LEPIDIUM	0.73	1.17	1.39	0.79	1.77	123.3 %
MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE	1.50	1.05	0.79	0.98	1.30	31.9 %
QUINUA (QUINOA) (CHENOPODIUM QUINOA) EXC	1.04	0.75	1.04	0.71	0.37	-47.7 %
KIWICHA (AMARANTHUS CAUDATUS) EXCEPTO PA	0.52	0.46	1.11	0.59	0.33	-44.2 %
UÑA DE GATO (UNCARIA TORMENTOSA) FRESCOS	0.06	0.08	0.32	0.19	0.28	50.3 %
CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO	0.84	0.90	1.03	0.12	0.25	108.6 %
LAS DEMÁS PLANTAS (hojas de plátano, palo santo, té)	0.06	0.09	0.04	0.09	0.11	18.5 %



☀ Cadenas de Comercialización (Alimentos)



**Empresas
comercializadoras
(exportadoras/
importadoras)**

Intermediario

**Distribuidor/
Procesador**

Retail
Supermercado
Frutería, verdulería
Tiendas por
departamento
Comercio
electrónico

☀ Exportaciones de productos textiles – Top 10 (FOB Millones de US\$)

DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	Var.% 22/21
TEXTILES DE ALGODÓN						
LOS DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), «PULLOVERS», CARDIGANES, CHALECOS	0.21	0.61	1.00	1.06	1.78	68.3%
LOS DEMÁS T-SHIRTS DE ALGODÓN, PARA HOMBRES O MUJERES	1.03	1.46	1.35	1.65	1.50	-9.1%
T-SHIRT DE ALGODÓN PARA HOMBRES O MUJERES	0.85	0.95	1.11	0.66	0.51	-23.0%
SUÉTERES (JERSEYS) DE ALGODÓN CON CUELLO DE CISNE	0.35	0.24	0.45	0.59	0.39	-33.6%
LOS DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS) DE LANA	0.32	0.10	0.09	0.19	0.35	84.2%
CAMISAS DE PUNTO ALGODÓN ABERTURA DELANTERA PARCIAL	0.17	0.09	0.10	0.10	0.33	230.5%
TEXTILES DE ALPACA						
PELO FINO CARDADO O PEINADO DE ALPACA O DE LLAMA	1.91	1.41	0.70	1.86	1.21	-35.1%
LOS DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), DE LANA O PELO FINO	1.23	1.27	0.62	0.69	0.56	-19.1%
CHALES, BUFANDAS, MANTILLAS, Y ARTÍCULOS SIMILARES, DE LANA O PELO FINO	0.26	0.32	0.36	0.45	0.48	6.1%
CARDIGANES DE LOS DEMÁS PELOS FINOS	0.84	1.27	0.51	0.32	0.37	16.0%



☀ Cadenas de Comercialización (Vestimenta)



**Empresas
comercializadoras
(exportadoras/
importadoras)**

Intermediario

**Distribuidor/
Fabricante**

Retail

Empresas diseñadoras, marcas
Tiendas por departamento
Tiendas especializadas
Comercio electrónico



2

Tendencias y Oportunidades Comerciales por Sector

☀ Tendencias Generales del Mercado Japones

Nueva escena gastronómica - Incremento de alimentos “Ready to eat” o para llevar

Nuevo tipo de viaje - Después del COVID-19, turismo al aire libre y excursiones a la naturaleza.

Redefinición del lugar de trabajo - Creación de oficinas satélite (domiciliarias), cambiará el sistema de consumo.

Moda sostenible - Centrado en el upcycling para combatir el problema de los residuos de moda.

Carne de origen vegetal – Incrementar el consumo de carne vegetal, alcanzar los \$ 27.8 billones para el 2025

Vehículos eléctricos - El gobierno japonés planea prohibir las ventas de nuevos automóviles con motor de gasolina a partir del 2030.

Trabajadores extranjeros – Facilitación de las visas de trabajo para incrementar la fuerza laboral





☀ Últimas Tendencias (Alimentos)

Levantamiento del COVID-19 y devaluación del yen japonés

Levantamiento del COVID-19 permite que los consumidores aprovechen a salir a comer, sin embargo, la devaluación del yen japonés les afecta para revisar estrictamente los gastos de consumo y tener énfasis en calidad-precio en sus compras.

Orgánico, bienestar y sostenibilidad

En las últimas ferias alimenticias se observaron varias empresas que destacaron estas palabras claves

Posibles ofertas peruanas: frescos o procesados orgánicos, comercio justo, etc.

Sustitutos de alimentos que ayudan a solucionar el problema alimentario

Actualmente hay alta demanda de harina de arroz y fideos hechos con frijoles para como una contramedida al aumento de precio de harina. Estos productos también son favorecidos ya que son libres de gluten.



☀ Últimas Tendencias (Alimentos)

Mood Food

Alimentos que ayudan a mejorar el ánimo, por ejemplo, reducir el estrés, mejorar la calidad del sueño, entre otros.

Posibles ofertas peruanas: Palta, arándano (congelado), nueces, chocolate oscuro, maca

Influencer en las redes sociales (Instagram, TikTok, etc.)

En Japón las redes sociales tienen poder de causar un boom de los productos. Hay influencers relacionados con alimentos, los que desarrollan y presentan recetas, visitan restaurantes, presentan nuevos productos alimenticios de las tiendas, entre otros. Lo ideal es presentar un producto novedoso cubriendo las tendencias que podrían llamar la atención de los consumidores.





☀️ Desafíos al desarrollar negocios con Japón (Alimentos)

Estándares únicos

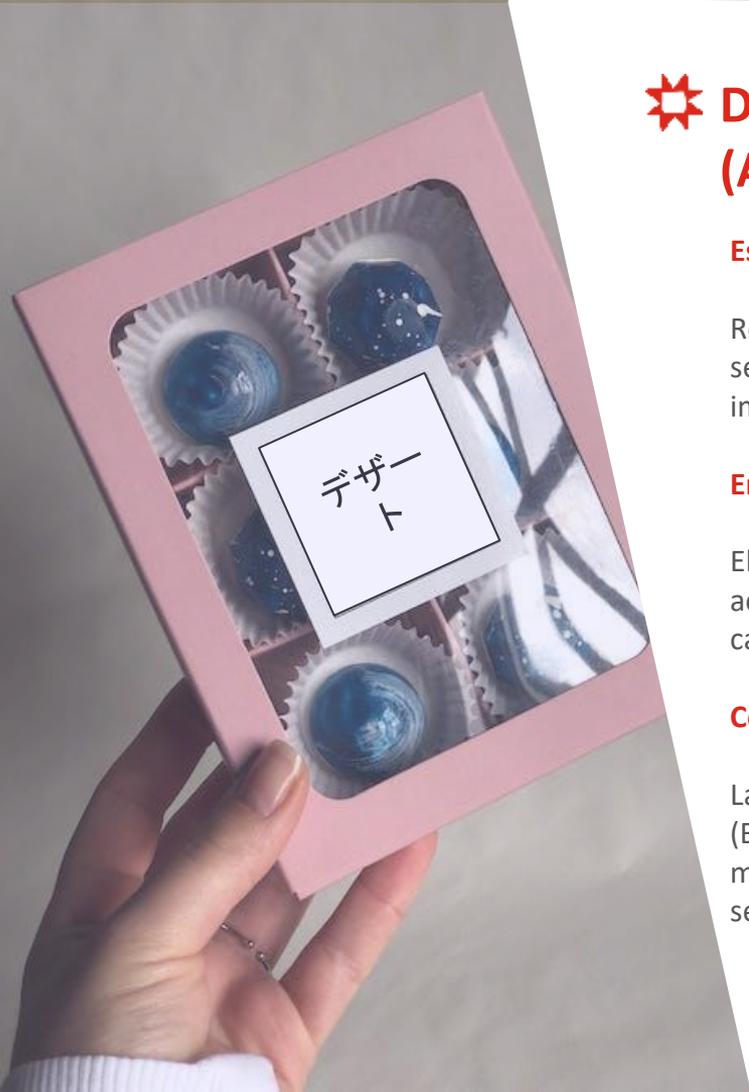
Requisito de tener una experiencia de trabajar con Japón en algunos sectores, regulaciones oficiales en favor de producción doméstica, importancia de relaciones personales, etc.

Envases

El envase se considera como una parte del producto, por lo que no se aceptan defectos en las tapas de botellas, printing, labels, ni deformidades, cantidades diferentes, etc.

Certificaciones

Las fábricas de alimentos deben contar con certificaciones internacionales. (BRCS, IFS, FSSC, etc.) Los japoneses consideran marcas privadas de manera muy seria, por lo que en el desarrollo solicitan visitas a las fábricas, donde se requiere explicar todos los procesos de fabricación en detalle.



☀️ Desafíos al desarrollar negocios con Japón (Alimentos)

Ingredientes prohibidos

Hay que tener cuidado de los ingredientes prohibidos (aprox. 400) en Japón como BHA, BHT, TBHQ que se usan en las Américas para la preservación.

Seguridad de alimentos

Es necesario saber todo lo que lleva en un producto debido al control de 27 alérgenos como trigo, leche, huevo, maní, etc. La trazabilidad también es importante ya que solicita la cantidad (%) de cada ingrediente y el país de origen

Logística

Debido a las regulaciones en las aduanas en Japón, en el primer embarque los documentos tendrían que ser detallados (plan de carga, fotos de pallets, procesos de envase, etc.) y lo mencionado debe estar presente ya que revisan toda la carga





Tendencias (Vestimenta)

Levantamiento del COVID-19 y devaluación del yen japonés

Las personas tienden a salir más, por lo que hay más necesidad de las prendas. La devaluación del yen aumenta los precios de las prendas, afectando a la decisión de compra.

Importancia de SDGs (ODS)

En las ferias relacionadas con la industria de vestimenta, las empresas presentan productos novedosos con el concepto de SDGs (ODS), como reciclaje, suprareciclaje (upcycle), orgánico, vegano, natural. Algunos ejemplos de los productos observados son cuero vegano hecho con fibra de maíz, ropa de algodón orgánico, tintes naturales.

Logística

Debido a las regulaciones en las aduanas en Japón, en el primer embarque los documentos tendrían que ser detallados (plan de carga, fotos de pallets, procesos de envase, etc.) y lo mencionado debe estar presente ya que revisan toda la carga.



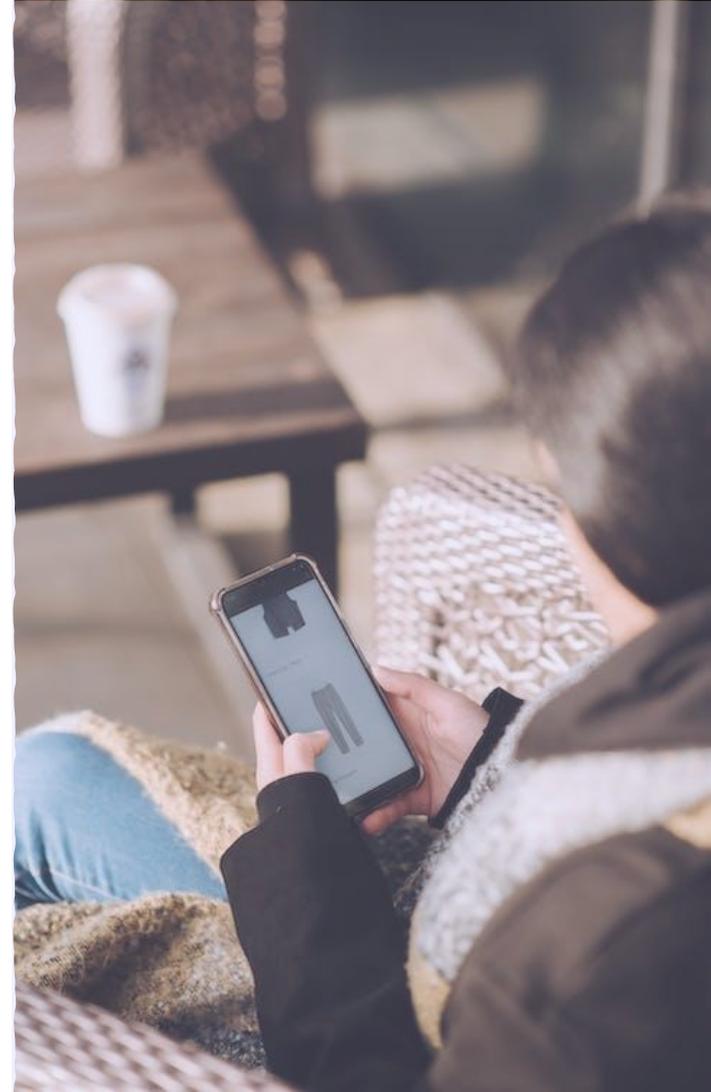
☀ Tendencias (Vestimenta)

Tendencias de color cambia según la estacionalidad

Los colores previstos que serán de moda en primavera-verano 2024 son 1. majestic muse (musa majestuosa), 2. festive soul (alma festiva) y 3. glacial anniversary (aniversario glacial). Musa majestuosa representa colores suaves como color pastel que son elegantes, 2. representa colores energéticos como amarillo y rojo que da ánimo, y 3. representa colores como azul y silver que da una sensación fresca y limpia. En general los consumidores prefieren usar ropa con diseños pequeños con colores básicos.

Crecimiento en el comercio electrónico

En 2021, uso del comercio electrónico de las prendas de vestir llegó hasta 21% (+7% en comparación con 2019). Las empresas grandes como Uniqlo tienen sus propias plataformas para realizar ventas en línea y también hay plataformas de comercio electrónico general que se enfocan en prendas de vestir como Zozotown.



✦ Oportunidades de negocios (Alimentos)

Sugerencia de los productos peruanos

- Productos libres de gluten: Granos andinos y productos derivados de ellos como fideos, granolas, panqueques, chips que podrían ser alternativos de harina y papas.
- Productos veganos: Alternativas de carne y mariscos veganos hechos con legumbres, soya, hongos, etc., y productos lácteos de origen vegetal como frutos secos.
- Mood Food: Productos funcionales, no solo ingredientes sino también productos terminados combinando diferentes ingredientes para optimizar las funciones, como jugos que contienen maca con jengibre para dar energía y mejorar la digestión y snacks como frutos secos saludables como aguaymanto cubierto con chocolate oscuro para bajar el estrés y estimular el cerebro.





☀ Oportunidades de negocios (Vestimenta)

Sugerencia de los productos peruanos

- Productos reciclados: Fibras y prendas de algodón y alpaca recicladas
- Productos amigables con el medio ambiente: Hilados y prendas de vestir que utilizan tintes naturales como maíz morado, cebolla, limón, etc.
- Productos orgánicos: Prendas de algodón orgánico, ideales para bebés y personas con piel sensible
- Antecedentes de los productos: Sirven para generar empatía y confianza. Apoyo a las comunidades locales, trabajo para las mujeres, etc.
- Juguetes en base a la piel de alpaca: En Japón, alpaca es conocida como animal más que su fibra. Promover los peluches y llaveros en base a la piel de alpaca podrían servir para dar a conocer la calidad de la fibra.





CULTURA DE NEGOCIOS



✦ Cultura de Negocios en Japón

Toma de decisiones grupales

Las decisiones están más orientadas al grupo que individual y son bottom-up (de staffs a ejecutivos), por lo que toman tiempo y se necesita cultivar relaciones a largo plazo.

Formalidad

La primera visita a una empresa japonesa sirve como una visita de cortesía donde se presentan los ejecutivos. Se recomienda llevar tarjetas de negocios bilingüe con títulos ya que al presentarse se las intercambian y se inclinan para saludar. Los ejecutivos usan los apellidos en relaciones de negocios.

Idioma

Varios ejecutivos y responsables no manejan inglés fuera de lo básico y no se sienten cómodos conversando en inglés, por lo que se recomienda que un intérprete o persona bilingüe acompañe en las reuniones. Así también muestra un compromiso al mercado japonés y formalidad. También es importante entender la cultura ya que los japoneses no dicen cosas de manera directa y lo que dicen no necesariamente significa lo que quieren decir (Ejemplo: "Quizás" en Japón es un "no")



✦ CRITERIOS A TENER EN CUENTA

1. Es un mercado con proveedores claramente establecidos. La diferenciación es necesaria para captar el interés de los importadores.
2. Los clientes prefieren la honestidad, si la calidad no cumple las normas exigidas es muy conveniente indicarlo, hay que evitar el envío de productos de calidad inferior o que simplemente no cumplen con las especificaciones dadas por el importador japonés.

Factores de éxito para consolidar el mercado japonés:

1. La calidad del producto es fundamental, es altamente exigible un suministro constante y fiable.
2. Compromiso con el mercado, es importante establecer relaciones para convertirse en un socio de confianza.
3. Capacidad de ofrecer nuevas presentaciones al acceder al mercado (asumir costos de promoción comercial del producto).
4. Certificaciones deseables (Bio, Fair Trade, Rainforest Alliance, Organic, JAS)



4

Acciones de PROMPERÚ en Japón



Principales actividades

Participación en ferias:

- ✓ Feria de alimentos (principalmente procesados) FOODEX - Marzo 7-10, 2023.
- ✓ Feria de cafés especiales SCAJ - Septiembre 27-29, 2023.
- ✓ Feria de confecciones textiles Fashion world Tokyo - Octubre 10-12, 2023

Campañas de promoción de productos:

- ✓ Campaña para promover la palta peruana – PERUAVO-KUN
- ✓ Campaña para ofrecer alternativas de uso de productos alimenticios peruanos en la plataforma de recetas COOKPAD.
- ✓ Campana de cafés especiales en medios

Apoyo a exportadores

- ✓ Reuniones virtuales y presenciales con importadores/exportadores
- ✓ Proveer información comercial, sobre requisitos sanitarios, oportunidades de negocios, misiones comerciales inversas, etc.
- ✓ Apoyo en la validación de certificados requeridos para el ingreso de embarques de productos agrícolas frescos y pesqueros principalmente.
- ✓ Elaboración de informes de mercado y fichas de mercado – producto
- ✓ Informes sobre requisitos fitosanitarios, sanitarios, LMR para el ingreso de los productos al mercado japonés.
- ✓ Prospección de ferias de diferentes sectores (SEAFOOD, FABEX, FOODEX OSAKA, SMTS, JAPAN BUILD, IFIA/HFE, WELLNESS TOURISM, LIFESTYLE WEEK SPRING, SMART ENERGY, CITY TECH, COSME WEEK TOKYO, SALON DU CHOCOLAT, etc.)



ありがとう

Gracias

