



Ministerio de Comercio e Industrias
Viceministerio de Comercio Exterior

Dirección Nacional de Promoción
de la Producción y la Inversión

GUIA PARA EXPORTAR AL JAPON

Edison Plaza, Ave. Ricardo J. Alfaro y El Paical
Teléfonos: (507) 360-0700/360-0600
Fax: (507) 360-0687

Apartado 55-2359 Paitilla
Panamá, República de Panamá

<http://www.vicomex.gob.pa>

2001

Esta publicación tiene derechos de propiedad intelectual. Aparte de su uso para los propósitos de estudio privado o investigación permitidos bajo la legislación de los derechos de propiedad intelectual aplicable, ninguna parte puede ser reproducida o transmitida por cualquier proceso o medio sin previa autorización escrita del autor.

Renuncia Importante: El material en ésta publicación sólo debe ser considerado de naturaleza de comentario general. No se ofrece como consejo en cualquiera materia particular y no debe tomarse como tal.

El Ministerio de Comercio e Industrias y los autores contribuyentes niegan toda responsabilidad con respecto a cualquier persona por consecuencia u omisión de hechos totales o parciales en todo o cualquier parte de los volúmenes de esta publicación.

Ningún lector debe actuar o abstenerse de actuar en base a cualquier material embebido en ésta publicación sin tomar en cuenta, el asesoramiento específico de profesionales en la materia y circunstancias en cuestión.

-I-

INTRODUCCION

El Ministerio de Comercio e Industrias, regenta el *Programa de Fomento de las Exportaciones Panameñas al Mercado Japonés "Japan Desk"*, el cual fue creado con el propósito de ampliar las oportunidades comerciales para los bienes y servicios nacionales de manera que su principal esfuerzo se ve concentrado en el fomento y promoción de las exportaciones de productos panameños al codiciado y exigente mercado japonés.

La elaboración de esta guía de Japón, ha sido contemplada para proporcionar al exportador panameño una orientación general sobre el mercado japonés, sus ventajas, condiciones de acceso y otros aspectos relacionados con el comercio internacional, para así facilitarle los elementos esenciales en la investigación y penetración al mercado japonés para que ésta a su vez, sea utilizada como herramienta para el incremento de las exportaciones panameñas a ese mercado.

Esperamos que esta guía sirva de punto de partida para los interesados en incursionar en las exportaciones a Japón y de punto de apoyo para aquellos que ya tienen experiencia en la gestión exportadora pero desean ampliar su cartera de clientes y prácticas comerciales, tomando en cuenta los beneficios y crecientes vínculos culturales y comerciales entre Panamá y Japón.

Luego de identificar al sector alimenticio como el de mayor potencial de exportación hacia el mercado japonés, el lector percibirá el énfasis que esta "Guía para exportar al Japón" ha dado a este sector en la información recopilada, la cual ilustra temas variados referentes a la introducción de productos alimenticios al Japón.

Para mayor información referente a la exportación de productos panameños al mercado japonés, sugerimos a los interesados, apersonarse a la Dirección General de Promoción de Exportaciones del Ministerio de Comercio e Industrias, en la cual se ofrece asesoramiento especializado en temas relacionados con los mecanismos y requisitos necesarios para la introducción de bienes panameños al mercado japonés.

Deseamos expresar nuestro profundo agradecimiento por todo el apoyo que la Embajada de Japón en Panamá y la oficina regional de JETRO-Costa Rica ha brindado al Ministerio de Comercio e Industrias y a las empresas panameñas en su continuo esfuerzo por vislumbrar nuevas oportunidades e implementar estrategias que impulsen las iniciativas de exportación del sector productivo panameño.

Licda. Angela M. Villalaz
Coordinadora del Japan Desk

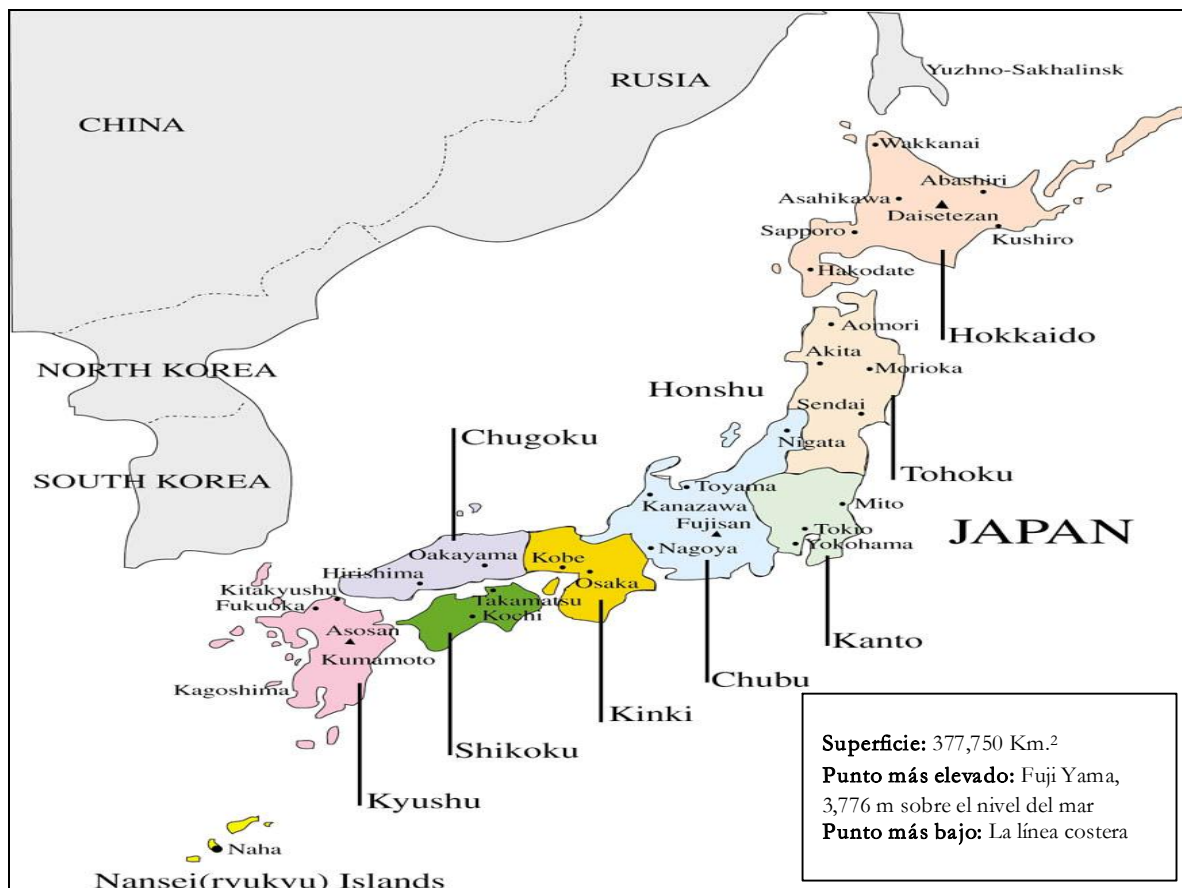
Dirección General de Promoción de Exportaciones

2001

INFORMACION GENERAL DEL JAPON

A. Territorio

Japón (en japonés, *Nippon*, “El Imperio del Sol Naciente”), es una monarquía constitucional situada en el este de Asia, que comprende cuatro grandes islas, así como el archipiélago Ryukyu y más de 1,000 islas menores adyacentes. Limita al norte con el mar de Ojotsk, al este con el océano Pacífico, al sur con el océano Pacífico y el mar de la China, y al oeste con el estrecho de Corea y el mar del Japón. Las islas japonesas se extienden en un arco irregular desde la isla de Sajalín (perteneciente a Rusia) a la isla de Formosa (Taiwán). El propio Japón consta de las grandes islas de Hokkaido, la más septentrional, Honshu (la isla principal), Shikoku, y Kyushu, la más meridional. En conjunto, la extensión total del Japón es de 377,750 Km².



Las islas de Japón son las cimas de una enorme cadena de montañas que en su origen formó parte del continente asiático. La isla principal, Honshu, con una forma alargada y estrecha, tiene una anchura máxima de unos 322 Km. Ningún punto de Japón está a más de 161 Km del mar. La costa de Japón es muy grande en proporción a la superficie de las islas y totaliza, unos 24,950 Km. En la costa oriental, al norte de Tokio, hay algunas ensenadas navegables, pero las mejores bahías y puertos de Japón se encuentran al sur.

Japón tiene un paisaje de montañas altas y valles profundos, con muchas llanuras pequeñas. Debido a la secuencia alternante de montañas y valles y a que la mayoría del suelo es rocoso, se estima que sólo el 11% del territorio japonés es cultivable.

A.1. Ríos y lagos

Aunque Japón tiene abundantes cursos de agua, no hay grandes ríos navegables y las sucesiones de rápidos y caídas son tan comunes que sólo los barcos con un calado muy liviano pueden navegar por los ríos. El río más largo de Japón es el *Shinano*, en Honshu, con 370 Km de longitud. Entre los ríos más importantes de la isla de Hokkaido se encuentran el *Ishikari*, el segundo río más largo de Japón. Los abundantes lagos japoneses son notables por su belleza; su mayoría son lagos de montaña. El lago más grande del Japón es el *Biwa*, en Honshu cubriendo un área de 685 Km².

A.2. Regiones fisiográficas

El 70% del territorio japonés es montañoso, siendo el rasgo más notable de su topografía y dos tercios se le considera boscoso. Las cordilleras montañosas se extienden por las islas de norte a sur. En el norte, la isla de Hokkaido se caracteriza por una cordillera volcánica. El pico más elevado, con 3,776 m, es el *Fuji Yama*, un volcán apagado que se encuentra cerca de Yokohama. Una de las cadenas subsidiarias de la cordillera central recibe el nombre de Alpes Japoneses; siendo el monte Yariga (3,180 m) el punto más alto de la cadena. Existen unos 200 volcanes, de los cuales 50 están activos y con vastas fuentes termales.

A.3. Seísmos

Los terremotos son frecuentes en Japón. Las investigaciones geológicas han demostrado que bajo el impacto continuo de estas perturbaciones la costa occidental de las islas niponas se está asentando, mientras que la del Pacífico está en ascenso. Las costas orientales están expuestas a terremotos de gran intensidad que afectan a grandes áreas y normalmente están acompañados por grandes maremotos. El terremoto más catastrófico de la historia nipona tuvo lugar en 1923; su epicentro se localizó en la bahía de Sagami y afectó a Tokio y Yokohama provocando 150,000 víctimas. En 1995 la ciudad portuaria de Kobe se vio afectada por un seísmo que causó 5,000 víctimas.

B. Población y principales ciudades

Los actuales japoneses son esencialmente mongoloides, al igual que los chinos y coreanos, aunque son de menor estatura. Japón es una sociedad urbana industrializada y más de los tres cuartos de la población viven en áreas metropolitanas.

B.1. Características de la población

Japón es la novena población más grande del mundo, con un aproximado de **127 millones de habitantes**, según las últimas estadísticas (enero 2001). Los japoneses viven en su mayoría alrededor de las costas y está clasificada como una de las poblaciones de más alta densidad en el mundo. La mayoría de la población japonesa está catalogada de ser clase media con un alto poder adquisitivo tanto actual como potencial.

<p><u>Densidad de población</u> Tiene 330 hab/km² (estimaciones para 1993)</p> <p><u>Distribución de la población</u> 77% Urbana 23% Rural</p>

Las predicciones del Ministerio de Salud y Bienestar Social del Japón estiman que para el 2005, más de una cuarta parte de los japoneses tendrán 65 años o más (en la actualidad es uno de cada siete habitantes).

Edades de la población Japonesa		
Edad	1990	2025
0-14 años	18.2%	14.5%
15-64 años	69.5%	59.7%
65 años en adelante	12.0%	25.8%

Fuente: Naciones Unidas y Ministerio de Salud y Bienestar Social

Entre los grupos minoritarios que conforman la población japonesa se distinguen los coreanos con más de 700,000 habitantes, alrededor del 54% del total de foráneos. El segundo grupo más grande son los chinos con un aproximado de 200,000 habitantes (15%), los brasileños con un 11.5%, y el restante, alrededor de menos de la mitad están compuestos por los occidentales y otros no japoneses residentes en el país. Estos grupos minoritarios se encuentran en su mayoría reunidos en la ciudad de Tokio y otros centros urbanos, y en muy pequeñas cantidades en los pequeños pueblos internos del Japón. Alrededor de 100,000 foráneos llegan legalmente todos los años en busca de mejores oportunidades de trabajo.

B.2. Divisiones administrativas

Japón está dividido en 47 prefecturas, entre las que se encuentra Okinawa, ocupada por Estados Unidos después de la II Guerra Mundial y devuelta en 1972 a Japón.

Principales ciudades

Ciudad	Habitantes (1997)	Características
Tokio	7,978,000	Centro comercial y financiero del país.
Yokohama	3,336,000	Puerto marítimo y centro industrial.
Osaka	2,598,000	Importante puerto marítimo, terminal aérea y uno de los mayores centros financieros de Japón.
Nagoya	2,153,000	Premier centro industrial y tecnológico. Monte Fuji.
Sapporo	1,787,000	N/A
Kyoto	1,462,000	Capital histórica, famosa por su artesanía y centro industrial, educacional y cultural.
Kobe	1,424,000	Puerto marítimo y núcleo de transportes.
Fukuoka	1,306,000	N/A
Kawasaki	1,217,000	N/A
Hiroshima	1,118,000	N/A
Kitakyushu	1,016,000	N/A
Sendai	988,000	N/A
Chiba	863,000	N/A

Fuente: Agencia de Coordinación y Gerencia de Japón, (1997)

Entre las principales ciudades que conforman Japón mencionaremos las características principales de las mismas:

Tokio, sofisticada capital del Japón, está constituida por las prefecturas de Kanagawa, Saitama y Chiba, conjuntamente representan una población de más de 31 millón de habitantes.

Tokio, ocupa el área más extensa de tierra plana del Japón llamada Planicie de Kanto y es considerado el centro de negocios, gobierno, educación avanzada, informática, y cultural del Japón.

La prefectura de Kanagawa, la cual incluye las ciudades de Yokohama y Kawasaki, es la más rica del Japón, con un ingreso per-cápita 50% arriba del promedio japonés. Debido al alto poder adquisitivo de esta región, los consumidores tienen mayor contacto con productos importados, por lo cual lo recomendamos como primer punto de introducción de productos panameños hacia este mercado, tomando en cuenta la alta calidad requerida y el excelente servicio de pos-venta.

Kansai, sexta prefectura de la región centro-oeste del Japón, está conformada por las ciudades de Osaka, Kobe, Kyoto y Nara, las cuales constituyen una población de más de 20 millones de habitantes. Kansai es el centro comercial tradicional del Japón, con un gigantesco Producto Regional Bruto de más de \$750,000 millones de dólares, mayor al de Canadá (\$579,000 millones de dólares).

La región de Chubu, con una población de 21 millones de habitantes, la constituye las nueve prefecturas de Aichi, Ishikawa, Fukui, Gifu, Nagano, Niigata, Shizuoka, Toyama, y Yamanashi; ubicadas en el centro de Honshu, siendo ésta la isla más grande del Japón. Chubu es la región vital para la industria y exportaciones.

La región de Kyushu-Yamaguchi, localizada en la parte suroeste del Japón, ocupa el cuarto lugar como centro económico del Japón con un PIB(regional) de \$460,000 millones de dólares.

Hokkaido y Tohoku, tienen una población de 15.6 millones de habitantes con un producto interno bruto de \$514,000 millones de dólares. Sapporo, capital y ciudad más grande de esta región, consta de una población de 1.8 millones de habitantes.

HABITANTES POR PREFECTURA

PREFECTURA	HABITANTES (2000)
TOKIO KANAGAWA, SAITAMA, CHIBA	31 Millones
KANSAI	20 Millones
REGION DE CHUBU	21 Millones *Región más poblada del Japón
HOKKAIDO Y TOHOKU	15.6 Millones
OKINAWA	1.3 Millones

Fuente: Departamento de Estado de EE.UU. , 2000.

B.3. Lenguas

El japonés es el idioma oficial, pero además muchos japoneses utilizan el inglés como lengua de negocios.

B.4. Religiones

Las principales religiones de Japón son el sintoísmo, una religión basada en la veneración a los antepasados y a la naturaleza, con unas 200 sectas y denominaciones, y el budismo, con unas 207 tendencias y escuelas. Algo menos del 4% de la población practica el cristianismo, representado en Japón por el protestantismo, el catolicismo y la Iglesia ortodoxa griega. En 1947, la Constitución japonesa restableció la libertad absoluta de religión.

B.5. Educación

El sistema educativo japonés está altamente desarrollado; la tasa de alfabetismo es casi del 100%. El inglés, como principal idioma para los contactos extranjeros, es obligatorio en el plan de estudios de las escuelas secundarias.

a) Escuelas elementales y secundarias

La educación es gratuita y obligatoria durante nueve años, seis de escuela elemental y tres de escuela superior elemental. Después de este nivel, la educación es opcional en instituciones de enseñanza superior privadas o públicas. Hay también escuelas de formación profesional, así como colegios para impedidos físicos.

b) Universidades y colegios universitarios

Japón tiene unas 60 universidades nacionales, denominadas oficialmente como imperiales y muchas universidades privadas. A finales de la década de los ochenta, las instituciones de educación superior en Japón tuvieron una matrícula total de cerca de 2.6 millones de estudiantes. Los colegios universitarios privados están muy difundidos y son muy competitivos.

C. Clima

Las islas japonesas ocupan una franja de 17° de latitud, y sus condiciones climáticas varían mucho. Las temperaturas tienen un promedio que oscila desde unos 5 °C en Nemuro (Hokkaido) hasta unos 16 °C en Okinawa. Hokkaido y el sector meridional de Honshu se caracterizan por veranos cortos e inviernos largos y fríos. Hacia el sur y el este de esta región la influencia de la corriente cálida de Kuro-Shivo modera los inviernos. En Shikoku, Kyushu y en el sur de Honshu los veranos son cálidos y húmedos, casi subtropicales y los inviernos son templados con pocas nevadas.

Japón se encuentra en el camino de los monzones surorientales, que aportan bastante de la humedad en verano. Las precipitaciones anuales varían desde unos 1.015 mm. en Hokkaido hasta 3.810 mm. en las montañas del centro de Honshu. Desde junio a octubre tienen lugar ciclones tropicales, también llamados tifones, los cuales pueden causar graves daños, sobre todo a las embarcaciones.

PROMEDIO DE TEMPERATURAS

	TOKIO	SAPPORO
ENERO	5 °C	-5 °C
JULIO	25 °C	20 °C

Fuente: Enciclopedia Encarta 98

D. Zona de tiempo

Japón, solamente tiene una zona de tiempo GMT +9:00, la cual es de 14 horas más de diferencia con la de la ciudad de Panamá, y al igual que nosotros no utilizan cambio de horas en la primavera ni otras épocas.

E. Sistema de gobierno

Japón está gobernado de acuerdo con los principios de la Constitución que entró en vigor en 1947; según sus términos, el Emperador es el Jefe de Estado y símbolo de la Nación, el cual obtiene su título por herencia y sólo desempeña funciones ceremoniales.

E.1. Poder ejecutivo

El poder ejecutivo recae sobre el Gabinete, el cual es dirigido por el Primer Ministro.

E.2. Poder legislativo

Desde 1947, la Dieta o Parlamento japonés ha sido el órgano supremo de gobierno y sus miembros eligen al Primer Ministro. La Dieta es un cuerpo bicameral que consiste en la Cámara de Representantes y la Cámara de Consejeros. Los 500 miembros de la Cámara de Representantes se eligen para un periodo que no supera los cuatro años y es la más poderosa de las dos pues puede vetar las decisiones tomadas por la Cámara de Consejeros, además de controlar la gestión legislativa de los tratados y de los asuntos fiscales. El sistema de votación mayoritario fue sustituido en enero de 1994 por un sistema de representación proporcional. Todos los ciudadanos japoneses mayores de 20 años tienen derecho al sufragio.

E.3. Poder judicial

El sistema judicial japonés es independiente de la autoridad ejecutiva. El máximo poder judicial recae en el Tribunal Supremo, establecido por la Constitución. La Constitución estipula cuatro tipos de tribunales: tribunales superiores, tribunales de distrito, tribunales familiares y tribunales sumarios. El Tribunal Supremo es el tribunal final de apelación en los casos civiles y criminales y tiene autoridad para decidir la constitucionalidad de cualquier ley o programa ejecutivo. Los tribunales superiores atienden las apelaciones de los casos civiles y criminales de los tribunales inferiores. Los tribunales de distrito también sirven como lugar de apelación. Los tribunales familiares y sumarios son exclusivamente tribunales de primera instancia.

E.4. Partidos políticos

De acuerdo con la representación legislativa, los principales partidos políticos de Japón a principios de la década de los noventa, eran el Partido Liberal Democrático (*Jiminto*), el Partido Socialdemócrata de Japón (*Shakaito*), el Partido del Gobierno Limpio (*Komeito*), el Partido Socialista Democrático (*Minshato*) y el Partido Comunista de Japón (*Kyosanto*).

E.5. Gobiernos locales

Todos los municipios de las prefecturas tienen una asamblea legislativa compuesta por los representantes elegidos por el pueblo. Los municipios gozan de amplios poderes; controlan la educación pública y pueden exigir impuestos.

Japón consta de 12 ministerios y 10 agencias ministeriales en el centro de Tokio. Las prefecturas y gobiernos municipales, se encargan meramente de acatar las políticas establecidas por los ministerios, las cuales son principalmente, elaboradas por las instituciones gubernamentales en Tokio.

El poder del gobierno japonés ante la economía japonesa se refleja en los centenares de requisitos necesarios para obtener licencias, permisos y aprobaciones que regulan estrictamente las actividades comerciales del Japón.

GOBIERNO

Forma de gobierno

- Monarquía parlamentaria

Jefe de Estado

- Emperador
Título hereditario

Jefe de gobierno

- Primer Ministro
Designado por el Emperador, pero elegido por la Dieta (Parlamento)

Poder legislativo

- Sistema Bicameral (Dieta)
 - Cámara de Representantes
500 miembros
 - Cámara de Consejeros
252 miembros

Sufragio

- Universal para todos los ciudadanos mayores de 20 años

Poder judicial

- Tribunal Supremo

Fuerzas Armadas

- Armada, Ejército, Fuerza Aérea
239,500 soldados;
servicio militar voluntario

Divisiones administrativas

- 47 prefecturas

E.6. Seguridad nacional y pública

Japón consta de un Ejército, Armada y una Guardia Costera. La Policía Nacional, creada en 1950, forma el núcleo de las fuerzas defensivas. A principios de la década de los noventa, las fuerzas de autodefensa japonesas contaban con 239,500 hombres en el conjunto de los tres ejércitos.

E.7. Salud y bienestar social

A finales de la década de los ochenta, el 18% del presupuesto nacional anual se destinaba a asuntos de Seguridad Social. Desde 1927, funciona en Japón un sistema de medicina nacional que engloba a trabajadores autónomos y del sector privado.

Los servicios de bienestar social han experimentado una gran expansión desde la II Guerra Mundial, estableciendo cobertura social para personas necesitadas y discapacitadas, tercera edad, pensionistas, infancia y maternidad. Varios sistemas de seguros cubren por completo a la población. La mayoría de los trabajadores se retiran a los 55 años de edad y reciben pensiones de retiro que suponen el 40% de su salario. Las condiciones sanitarias son en general excelentes. A principios de la década de los noventa, la esperanza de vida al nacer era de 76 años para los hombres y de 82 años para las mujeres; la tasa de mortalidad infantil era muy baja, el 4.7% de los nacidos vivos. Japón tenía unos 211,800 médicos y 1,685,600 camas de hospital.

F. Transporte

Japón cuenta con una red multimodal totalmente desarrollada que consiste de infraestructuras viales, ferroviarias, autopistas, aeropuertos, puertos, almacenamiento de mercancía, puertos de contenedores, telecomunicaciones y distribución de todo tipo de productos y servicios. No obstante, las prácticas utilizadas en los puertos japoneses, obstaculizan la dinámica distribución de productos importados debido a la sobre-centralización en las ciudades principales y el alto costo del terreno. Los pequeños comercios, al detal no constan del espacio suficiente para mantener suplido sus estantes; Debido a este inconveniente, se deben de reabastecer frecuentemente y en pequeñas proporciones.

Las principales líneas ferroviarias se nacionalizaron en 1907; en 1987, se reorganizaron y transfirieron al sector privado. A principios de la década de los noventa, Japón tenía 27,450 Km de vías, de las cuales, el 55% estaban electrificadas. Una nueva red de ferrocarril de alta velocidad, con una longitud de 7,000 Km destinada a unir las ciudades principales, comenzó construcción a principios de la década de los setenta.

Japón tiene 1,120,460 Km de carreteras, de las cuales el 67% están asfaltadas. A principios de la década de 1990 entre los vehículos de motor se encontraban 40 millones destinados para el sector turismo y 21.1 millones de vehículos comerciales.

Japón, se encuentra entre los principales países del mundo por el tamaño de su flota mercante, con más de 7,400 buques. La compañía *Japan Air Lines*, establecida en 1951, ofrece servicios de Tokio a Europa, Estados Unidos, Canadá, México, Oriente Próximo y los países del Sudeste. Las líneas aéreas niponas (*All Nippon Airlines, Japan Air System y Japan Asia Airway*), en principio ofrecen servicios internos y han incrementado sus operaciones internacionales en los últimos años.

G. Comunicaciones

A principios de la década de los noventa, Japón tenía más de 56 millones de teléfonos y se utilizaban alrededor de 97 millones de aparatos de radio y 100 millones de receptores de televisión. Se publican unos 124 periódicos diarios; su circulación combinada excede los 72 millones de ejemplares. Los diarios japoneses tienen una de las mayores tiradas totales del mundo. Los periódicos con mayor difusión son el *Tokyo's Asahi Shimbun* y el *Yomiuri Shimbun*.

H. Trabajo

En 1946, más de 12,000 sindicatos tenían en total 3.7 millones de afiliados. A principios de la década de los noventa, tenían una afiliación de 12.5 millones, que suponían alrededor del 29% del total de la población trabajadora. En 1987 las principales federaciones sindicales de la nación acordaron unirse en un único cuerpo, la Federación Nacional de Sindicatos del Sector Privado, conocida como *Rengo*.

ECONOMIA

A. Evolución

En las últimas décadas, la economía japonesa ha experimentado una rápida expansión. La base industrial del país, que antes se basaba en las industrias ligeras, recae ahora en las industrias pesadas, químicas y electrónicas, que juntas constituyen al menos los dos tercios del valor total de las exportaciones anuales. En 1999, el Producto Interior Bruto (PIB) de Japón fue de 4,346.8 billones de dólares, uno de los mayores del mundo, con un crecimiento anual del 0.2%. La estructura industrial del Japón es similar a muchos países industrializados ya que su Producto Interno Bruto, mayormente lo conforman la manufactura, el comercio y los servicios; mientras que la agricultura, pesca, madera y minería conforman un pequeño segmento del PIB. Japón mantiene la segunda economía más grande del mundo, luego de los Estados Unidos de América y considerablemente estable; igualmente, representa tres cuartas partes del mercado asiático, lo cual reafirma la necesidad y cabida significativa de nuevas oportunidades comerciales para el mundo y en este caso para productos panameños.

Antes y durante la II Guerra Mundial, la mayor parte de la economía japonesa estaba controlada por una docena de familias acaudaladas, denominadas colectivamente como *zaibatsu* (“camarillas ricas”). Las familias más importantes fueron Mitsui, Iwasaki (operando bajo el nombre de la compañía Mitsubishi, Sumitomo y Yasuda); controlaron la mayoría de las industrias de carbón, hierro, pulpa y aluminio. En 1946, se disolvió la propiedad familiar de estos consorcios industriales, aun permaneciendo intactas y aumentando incluso su poder económico al abarcar otras actividades, como los transportes por vía marítima, la banca y otras industrias.

Históricamente, Japón ha mantenido una baja inflación, la cual ha controlado satisfactoriamente.

Importaciones Japonesas para 1999

Total:	\$311,000 millones
Pescados y Mariscos	30.4%
Carnes	16.3%
Granos y sus derivados	12.2%
Vegetales	7.5%
Frutas	6.6%
Bebidas	5.8%
Alimentos para animales	5.0%
Café, cacao, té, entre otros.	4.9%

Fuente: *Nipón 1999 Datos y Estadísticas*, JETRO.

Generalidades de la Economía

Producto Interior Bruto

4,346.8 Billones de dólares estadounidenses (1999)

Porcentaje de crecimiento anual del PIB

0.02%

PIB per cápita

34,283 dólares estadounidenses

Principales productos económicos

Agricultura

Arroz, papas o patatas, repollo, caña de azúcar, remolacha azucarera, cítricos.

Pesca

Sardina, caballa, abadejo, atún, calamar, vieira, salmón, otros pescados y mariscos.

Minería

Piedra caliza, cobre, plomo, carbón.

Industria

Maquinaria y equipamiento para transporte, equipamiento eléctrico, productos químicos y textiles.

Población ocupada (por sectores)

51% Comercio y servicios

34% Industria

8% Negocios y finanzas

6% Agricultura, silvicultura y pesca

1% Otras ocupaciones

Principales exportaciones

Componentes electrónicos, componentes para motores y vehículos, material óptico y de laboratorio, hierro y acero, productos químicos.

Principales importaciones

Combustibles minerales y lubricantes, comestibles, manufacturas básicas, materias primas no comestibles (incluida madera para construcción).

Principales socios comerciales

Estados Unidos, China, Australia, Indonesia, Corea del Sur, Alemania, Taiwán, Hong Kong, Reino Unido.

Fuente: Nipón, Datos y Estadísticas, 1999.

B. Recursos naturales

Los recursos naturales más importantes de Japón son principalmente los agrícolas. Aunque la tierra cultivable es limitada, Japón tiene una de las mayores producciones mundiales por área sembrada y el país produce el 71% de sus alimentos; sin embargo, Japón importa un sinnúmero de productos provenientes de diversos países.

El gran potencial de energía hidroeléctrica de Japón se ha desarrollado en buena medida, pero solo cubre el 8% del consumo. Los recursos naturales y minerales son limitados; el país importa la mayor parte de los recursos necesarios para la demanda doméstica.

B.1. Flora y fauna

Japón consta con una gran variedad y exuberancia de flora, debido a sus veranos húmedos y cálidos, aunque no esté compuesta de muchas flores silvestres. Se pueden encontrar más de 17,000 especies de plantas con o sin flores, muchas de ellas muy cultivadas y muy populares, como los ciruelos, cerezos, azaleas, peonías, lotos y en especial, los crisantemos, (flor nacional del Japón).

La variedad de árboles predominante en Japón es la conífera; una especie común es el Sugi (cedro japonés), que puede alcanzar los 46 m. de altura. Los frutales más comunes en Japón son los melocotoneros, los perales y los naranjos.

Los japoneses practican una jardinería paisajística, en el que reproducen en miniatura los paisajes naturales de forma estilizada. También cultivan árboles enanos, como el cerezo y el ciruelo, manteniendo una altura de unos 30 cm. Especialmente famosos son los bonsáis, plantas ornamentales sometidas a técnicas de cultivo que impiden su crecimiento mediante corte de raíces y poda de ramas.

En comparación con su flora exuberante, la fauna de Japón es más escasa aunque cuenta con al menos 140 especies de mamíferos, 450 especies de aves y una amplia variedad de reptiles, batracios y peces. El único primate mamífero es el mono de cara roja. Entre los carnívoros destacan los osos. El gorrión, la golondrina casera y el tordo son las aves más comunes de Japón. Las aves acuáticas constituyen casi el 25% de las especies conocidas. En las aguas costeras de Japón abundan los peces, que se capturan en enormes cantidades y son consumidos como pescado fresco o en conserva o utilizados para la fabricación de fertilizantes. También son comestibles diversas especies de algas.

B.2. Recursos minerales, energéticos y forestales

Los recursos minerales de Japón son variados pero limitados en cantidad. La roca caliza es la más explotada. También se extraen otros minerales como carbón, arcilla, cobre, plomo, zinc y otras rocas como la cuarcita, pero en cantidades insuficientes para cubrir la demanda nacional. Japón es uno de los más grandes importadores de hierro, carbón y aceite del mundo. Japón importa cinco veces más carbón del que produce, dos tercios de zinc, seis séptimos de plomo además de cobre, que anteriormente exportaba.

Casi dos tercios de la superficie total de Japón están cubiertos de bosque, de los que el 40% son de maderas blandas; alrededor de dos tercios del área forestal son de propiedad privada. Aunque Japón ocupa una posición destacada en la producción mundial de madera, el incremento repentino de la demanda nacional de madera obliga al país a importar la mayor parte de su consumo. La tala anual de madera fue de 37.6 millones de m³ a principios de la década de los noventa.

C. Agricultura

Menos del 15% de la tierra en Japón es arable y es utilizada a su máximo. La población agraria (8%) se ha visto reducida en los últimos años, pero la importancia de la agricultura no ha disminuido. Más del 40% de la tierra cultivada se dedica a la producción de arroz, que a mediados de la década de los noventa, representó aproximadamente un tercio del total de los ingresos producidos por los cultivos agrícolas. El arroz sigue siendo la base de la dieta japonesa; a pesar de esto, las alteraciones en la dieta nacional y el desarrollo de mejores tipos de arroz cultivado han ocasionado una superproducción importante. Otros cultivos importantes en Japón son los cereales, como el trigo y la cebada. Pero aun así, Japón importa un 30% de sus productos agrícolas para satisfacer su demanda. Entre estos productos podemos mencionar los granos, maíz, carnes, cítricos, tabaco, algodón y la soya.

A principios de la década de 1990, la producción anual en toneladas métricas constituía en rubros como el arroz (10.6 millones); Papas (3.8 millones); remolacha azucarera (3.7 millones); caña de azúcar (2.2 millones); rábanos (2.5 millones); mandarinas (1.6 millones); coles (1.6 millones); batatas (1.3 millones); coles chinas (1.3 millones); cebollas (1.3 millones) y pepinos (980,000). También se cultivan melones, tomates, manzanas, trigo, frijoles de soya, té, tabaco y otras frutas y verduras.

Debido a la escasez de la tierra cultivable y su consecuente valor, se dedica poco terreno al ganado tabulado. No obstante, a principios de la década de 1990, Japón tenía 11 millones de cabezas de ganado porcino, 5 millones de ganado vacuno y 336 millones de aves de corral. La tierra cultivable está dividida en pequeñas granjas y casi el 70% de estas tierras consisten en granjas de 1 hectárea o menos. Muchos granjeros también trabajan a tiempo parcial en la industria. La tierra se labra intensivamente; casi todas las granjas tienen electricidad y muchas utilizan maquinaria moderna.

Los agricultores japoneses obtienen dos o más cosechas en un año; aunque la mayor parte de los suelos están exhaustos, el elevado uso de los fertilizantes químicos, especies mejoradas y avances técnicos han hecho que las granjas japonesas estén entre las más productivas del mundo.

D. Pesca

El pescado y marisco ocupa el segundo lugar en importancia en la dieta alimenticia japonesa, con un consumo promedio diario de 200 gramos, siendo el factor fundamental de aportación de la base proteínica de la alimentación japonesa. Por lo que la producción pesquera es una de las más importantes, tanto para el mercado nacional, como para el internacional. El consumo per-capita de pescado del Japón ocupa el primer lugar en el mundo. La flota pesquera japonesa es una de las mayores del mundo, y satisface el 80% de la demanda interna, alrededor de 13 millones de toneladas al año. La pesca se puede dividir en tres categorías principales: costera, de bajura y de altura. La costera se realiza en barcos de tamaño medio y consigue una cantidad sustancial de las capturas totales, pero sólo un 25% del valor de la producción total. La pesca de altura, realizada con grandes buques que faenan en aguas internacionales, consigue una captura similar a la de la pesca costera, mientras que la pesca de bajura, en barcos pequeños, con redes o técnicas poco modernizadas, representa casi la mitad de la producción industrial total. A principios de la década de los noventa, la captura anual alcanzó los 10 millones de toneladas, principalmente Sardinas, Bonito, Cangrejos, Gambas, Salmón, Caballa, Calamares, Almejas, Besugo, Vieiras y Atún, entre otras. Además, Japón está entre los pocos países balleneros que quedan y recogen gran cantidad de algas y otras plantas marinas.

Mercado de Productos del mar

*(Millones de dólares)	<u>1998</u>	<u>1999</u>	<u>2000</u>
A. Tamaño total del mercado	27,630	31,383	32,984
B. Total de producción local	15,498	17,370	18,507
C. Total de exportaciones	1,163	1,244	1,365
D. Total de importaciones	13,295	15,257	15,842

Fuente: Departamento de Estado de EE.UU.

*(Información son estimados no oficiales de la Embajada de los Estados Unidos en Japón)

La industria pesquera doméstica japonesa, ha sufrido un decrecimiento anual del 3.5%, desde 1994. A pesar de este hecho, los japoneses siguen siendo grandes consumidores de pescado, por lo tanto, para cubrir las necesidades del mercado, se ha incrementado la introducción de productos importados, totalizando en 1999 a 3.4 millones de toneladas métricas, un incremento del 10.1 %. Igualmente, se dio un incremento en el valor de importación de \$13 billones en 1998 a \$15 billones en 1999. A continuación detallamos el mercado de productos del mar por medio de esta tabla.

E. Industria

Las industrias japonesas sufrieron graves daños en la II Guerra Mundial. Debido por la cual, el país acometió una reconstrucción que dio como resultado la completa modernización de las instalaciones industriales, poniendo énfasis en las industrias químicas, petroquímicas y en la industria de maquinaria pesada. A mediados de la década de los cincuenta, la producción industrial había superado los niveles anteriores a la guerra; el crecimiento industrial alcanzó el 9.4% anual durante el periodo comprendido entre 1965 y 1980 y el 6.7% al año durante el periodo de 1980 a 1988. A mediados de la década de los noventa, Japón era el principal país constructor de barcos del mundo y se encontraba entre los productores más destacados del mundo de productos eléctricos y electrónicos, acero y vehículos de motor.

A mediados de la década de los noventa, Japón se encontraba también entre los principales productores mundiales de materias primas químicas básicas, de industrias textiles y de fibra sintética. Sin embargo, durante este periodo, la producción de seda y algodón disminuyó.

La presión influida por las empresas japonesas en los últimos años por reestructurar y reducir costos de operación, han abierto las puertas a productos y materia importada de con alta calidad y bajos costos.

En la década de los noventa, la producción de acero crudo era de unos 109.7 millones de toneladas; y la producción de hierro en lingotes, de 80 millones de toneladas. La industria nipona también producía 9.8 millones de turismos, 7.6 millones de camiones y grúas, 47.7 millones de relojes, 28.2 millones de vídeos, 14.3 millones de televisores en color, 18 millones de cámaras de 35 mm, 6.1 millones de hornos microondas, 5.2 millones de refrigeradores, 4.3 millones de faxes. Gracias a la fuerza del yen, las compañías japonesas han invertido de forma creciente en plantas industriales fuera de Japón. A continuación adjuntamos cuadro referente a la información antes expuesta, para mayor facilidad al lector.

PRICIPALES PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA JAPONESA

Producto	Cantidad de producción (1990)
Acero crudo	109.7 Millones de Toneladas
Hierro en lingotes	80.0 Millones de Toneladas
Turismos	9.8 Millones
Camiones y grúas	7.6 Millones
Relojes	47.7 Millones
Videos	28.2 Millones
Televisores a color	14.3 Millones
Cámaras de 35 mm	18.0 Millones
Hornos microondas	6.1 Millones
Refrigeradores	5.2 Millones
Faxes	4.3 Millones

Fuente: Nipón, Datos y Estadísticas, 1999.

F. Electricidad

Japón se encuentra entre los principales países en la producción anual de electricidad. Las centrales térmicas, mediante el uso de carbón o productos del petróleo, generan el 61% de la electricidad, las instalaciones hidroeléctricas el 12% y las plantas nucleares el 27%. A principios de la década de 1990, Japón tenía una capacidad instalada de generación eléctrica de 200 millones de KW. y la producción anual de electricidad era de unos 888,000 millones de kilovatios por hora.

La carencia de unos recursos de energía nacionales adecuados hace que Japón dependa de las importaciones de combustible para hacer frente a sus necesidades energéticas. Debido a las mejoras de la eficiencia y conservación energética, el crecimiento anual del consumo energético en Japón descendió desde el 6.1% durante el periodo comprendido entre 1965 y 1980 hasta el 1.9% entre 1980 a 1988, mientras que el porcentaje de los combustibles en las importaciones cayó desde el 19% al 14%.

G. Mercado bursátil

El Banco de Japón, establecido en 1882, es el banco central, actúa como agente fiscal del gobierno y es el único emisor de moneda. Más de 85 bancos comerciales constituyen el núcleo del sistema financiero japonés. La Bolsa de Tokio es uno de los principales mercados bursátiles.

H. Turismo

A principios de la década de 1990, más de 4 millones de extranjeros visitaron Japón anualmente, mientras que se estima que 12 millones de japoneses viajaron fuera de sus fronteras. Los ingresos turísticos anuales de Japón fueron de 3,400 millones de dólares, mientras que los gastos de los viajeros japoneses superaron los 22,500 millones.

EL MERCADO JAPONES Y SUS CONDICIONES DE ACCESO

IV.1. Historia moderna del comercio exterior

Antes de la II Guerra Mundial, Japón ocupaba el quinto puesto en el comercio mundial con una balanza comercial favorable; la mayor parte de las exportaciones japonesas se dirigían a territorios que formaban parte del Imperio, como Manchuria y la China ocupada; sin embargo, las relaciones comerciales con algunos países desarrollados como Estados Unidos y Gran Bretaña eran desfavorables. A principios de la década de 1990, las importaciones anuales totalizaron 230,000 millones de dólares y las exportaciones 339,000 millones, lo que hacía de Japón el tercer país exportador del mundo. Los bienes manufacturados supusieron más del 90% del total de las exportaciones; el crudo y el petróleo refinado aportaron el 13% del total de las importaciones. Otras importaciones son alimentos, animales vivos, manufacturas básicas (tejidos, hierro y acero) y materias primas como madera o minerales metálicos. Hasta 1993 se prohibieron las importaciones de arroz, pero las escasas cosechas de 1993-1994 obligaron a realizar una importación de emergencia de 1 millón de toneladas procedentes de Tailandia, Australia y Estados Unidos; la conclusión de la ronda de negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), de 1993, impuso una relajación gradual de las restricciones al libre comercio.

El comercio exterior es esencial para la economía japonesa, pues el mercado interior es capaz de absorber por completo los bienes manufacturados que produce la industria nipona. Por otro lado, como Japón tiene que importar la mayoría de las materias primas de las que depende su industria, el país también debe exportar una buena proporción de su producción anual, con el fin de mantener una balanza comercial favorable. Japón ha invertido los grandes excedentes comerciales acumulados durante las décadas de 1970 y 1980 en el exterior, de manera que se ha convertido en la principal nación acreedora del mundo.

A principios de la década de 1990, el comercio con los países asiáticos suponía cerca del 42% de las importaciones japonesas y el 33% de sus exportaciones. Los principales socios comerciales asiáticos de Japón eran Corea del Sur, China, Taiwán, Hong Kong, Indonesia, Arabia Saudita y Singapur. Durante el mismo periodo, los países de la Unión Europea -en especial Alemania, Francia y Gran Bretaña- aportaban el 13% de las importaciones japonesas y compraban el 17% de sus exportaciones. Estados Unidos absorbe el 28% de las exportaciones japonesas y aporta el 22% de sus importaciones. Otros socios comerciales destacados de Japón son Australia, Canadá y los países de la antigua Unión Soviética.

A. Ventajas de exportar al Japón

Japón puede ser un país muy lejano y exigente para los hombres de negocios panameños; Sin embargo existen buenas razones por las que se debe aceptar el reto del mercado japonés.

El mercado Japonés es de gran importancia. Económicamente, equivale a dos quintas partes del mercado de los EE.UU. y casi a la mitad de los países de la Unión Europea, con un ingreso per-capita equitativo a los de los Estados Unidos de América y la Unión Europea.

Japón, consta con el mayor crecimiento económico de los países del lejano Oriente y conforma la espina dorsal de la actividad económica mundial, constituida en progreso y competencia. Sin embargo, Singapur, Corea, Hong Kong, Taiwán, se encuentran en una etapa de rápida industrialización. De manera que el establecer negocios con Japón puede constituir como fácil entrada a los demás mercados del Extremo Oriente y Pacífico.

Como es de nuestro conocimiento, el mercado japonés es uno de los más competitivos del mundo, al introducir sus productos o servicios al mismo, este le ofrecerá la experiencia y fuerza suficiente para conquistar los demás mercados.

Siendo Japón uno de los países más avanzados tecnológicamente, especialmente en el campo de la electrónica y producción en masa con tecnología de punta, se le facilitaran los contactos e información valiosa de las tendencias mundiales.

OPORTUNIDADES MUNDIALES DE EXPORTACION HACIA EL JAPON.

▪ Equipo de Refrigeración
▪ Cosméticos y productos de belleza
▪ Componentes de cerámica avanzada
▪ Muebles de oficina
▪ Equipo medico y de salud
▪ Instrumentos científico de laboratorio
▪ Maquinaria para el procesamiento de alimentos
▪ Plástico industrial avanzados
▪ Estaciones de trabajo (computadoras)
▪ Productos deportivos

Fuente: Enciclopedia de "Cómo hacer negocios con Japón", 1994.

OPORTUNIDADES DE EXPORTACION DE PRODUCTOS PANAMEÑOS ALIMENTICIOS HACIA EL JAPON.

▪ Bebidas alcohólicas (ron, cerveza)
▪ Carne de res y derivados
▪ Carne de pollo y derivados
▪ Café verde, orgánico, especiales y con sabor
▪ Jugos de frutas tropicales y cítricos
▪ Salsas picantes y condimentos
▪ Frutas y vegetales procesados, deshidratados, congelados, enlatados.
▪ Snacks, galletas, golosinas de frutas tropicales

Fuente: Shigeyuki Aoki, Asesor japonés en Comercio Internacional para JETRO.

B. Introducción al mercado japonés

La mentalidad de exportador debe estar siempre presente tanto para acceder al mercado japonés como a todos los demás.

Dentro del marco de las negociaciones internacionales, usted tendrá la oportunidad de tratar con diversas personas, las cuales no siempre se comunican en el mismo idioma, lo cual en ocasiones constituye un obstáculo debido a la falta de comunicación fluida. Además, sus socios potenciales pueden tener una cultura y valores sociales diferentes a las suyas.

Si es la primera vez que usted está en proceso de introducirse al mercado internacional, o en este caso al mercado japonés, es indispensable comunicarle y hacer un énfasis a sus empleados de la importancia que representa para la compañía el poder acceder a un mercado internacional, el cual será mucho más exigente que el doméstico.

Entre las buenas prácticas administrativas de su empresa, podemos recomendarle la creación de un equipo o sección de exportaciones. Igualmente, designar un director de exportaciones que este anente a sus visiones de incursionar en el mercado internacional.

La organización de un equipo o sección de exportación, alrededor del nuevo director de exportaciones se encargará de contestar cualquier duda acerca de la implementación de una nueva estrategia de mercadeo enfocada a un mercado internacional más exigente que con el que se manejan actualmente.

La diferencia entre la creación de un equipo y una sección de exportación se debe a que un equipo es un grupo temporal de personas a quienes se les pide que apoyen al director de exportaciones cuando sea necesario; mientras que una sección de exportaciones es una estructura más permanente a cuyo cargo se encuentran personas dedicadas exclusivamente a temas de exportación.

Es esencial capacitar a su personal en temas referentes al mercado al cual desea introducir sus productos. Para que sus productos entren al mercado japonés deberán pasar por las aduanas japonesas para así llegar al consumidor. En este trayecto es indispensable preparar ciertos documentos como lo son las listas de embalajes, etiquetas con el país de origen, entre otros documentos.

Luego de haber conseguido toda la información necesaria para tener un conocimiento fundamental del mercado japonés, el cual pretendemos embeber en esta guía, es de nuestra sugerencia el hacer un viaje al Japón con el fin de estudiar más a fondo este mercado e iniciar contactos esenciales para sus futuros negocios.

Su visita al Japón, es con el propósito de estudiar y experimentar de forma directa el mercado japonés, obteniendo así conocimientos de la demanda, competencia, forma de vida y otros aspectos necesarios que le hacen frente a la introducción de su producto a este mercado. Este viaje se puede realizar durante el marco de alguna feria comercial, preferiblemente relacionada con sus productos o individualmente.

La visita a una feria comercial le ofrece la ventaja de extraer valiosa información como los estándares generales de la industria japonesa relacionada con su producto, observar detalladamente la competencia y hacer contactos con potenciales compradores. Mas adelante, encontrará información detallada de cómo participar de estas ferias, la asistencia brindada por parte del Departamento de Ferias y Misiones Comerciales del Ministerio de Comercio e Industrias y el listado de las mismas.

Es importante que durante su visita al Japón, usted muestre claramente el producto, calidad y responsabilidad que su empresa representa, utilizando muestras del producto, catálogos, folletos, tarjetas de presentación y/o cualquier otro material de promoción, preferiblemente en idioma inglés y de ser posible en japonés, debido a que muchos hombres de negocios japoneses leen inglés pero no otros idiomas. El material promocional luego será utilizado por su contacto, para la explicación de su producto a colegas y superiores de la empresa, para así comenzar el extenso proceso de toma de decisiones de las empresas japonesas.

B.1. Factores importantes para promover las exportaciones hacia Japón.

- Conocimiento de los cinco términos básicos del comercio (precio, calidad, cantidad, entrega y forma de pago) y otros términos (apariencia, sabor, empaque, seguridad, muestras, catálogos, reclamos relaciones de confianza, etc.)
- Reglamentos de la importación para productos alimenticios (ver anexos VII.1 y VII.3).
- Canales de distribución: Existen aproximadamente 12,000 empresas que se dedican a la importación y exportación en el Japón. Tradicionalmente, Japón importa materias primas y productos terminados por medio de las compañías comercializadoras. Sin embargo, recientemente la tendencia de acortar la ruta de importación para disminuir los gastos de los intermediarios ha evolucionado al

punto que en algunos casos existe la introducción directa de mercancías. Las empresas minoristas al igual que grandes almacenes y supermercados importan directamente de los fabricantes extranjeros. También existe la tendencia de la importación conjunta de compañías comercializadoras y supermercados. En el caso de no contar con un volumen alto de cierto producto de exportación, se recomienda trabajar con una cadena de supermercados de escala mediana o pequeña, con la cual sus transacciones se pueden ver favorecidas.

C. Aranceles

La administración de impuestos arancelarios se encuentra bajo el mando de la aduana japonesa, que a su vez pertenece al Ministerio de Finanzas. En general, los impuestos arancelarios del Japón, están catalogados como unos de los más bajos de todo el mundo, según la Asociación arancelaria del Japón. Sin embargo, los porcentajes de introducción de productos agropecuarios son extremadamente altos, con un promedio del 12%. Al igual que los impuestos de introducción de carnes, productos lácteos, alimentos para animales, cueros, entre otros, los cuales Japón se ha comprometido a disminuirlos gradualmente, estando ya en efecto.

La Dirección de Aduanas, en el Japón se divide en nueve áreas de jurisdicción conformadas por Tokio, Yokohama, Kobe, Osaka, Nagoya, Moji, Nagasaki, Hakodate y Okinawa; las cuales son responsables de la coordinación, reforzamiento de leyes, liquidación aduanera, supervisión y control de áreas aduaneras y recopilación de estadísticas de comercio. Las oficinas aduaneras se encuentran en cada uno de los 117 puertos y 21 aeropuertos del territorio japonés.

Los impuestos aduaneros son establecidos a través de la Ley de tarifas aduaneras y la Ley de medidas de tarifas temporales, reguladas por las leyes nacionales japonesas; dentro de la última, además se estipulan las tazas preferenciales, las cuales se aplican a productos específicos de importación de países en vías de desarrollo. Para mayor información referente a impuestos de introducción, consultar documentos en las oficinas del "Japan Desk", en el Ministerio de Comercio e Industrias.

**EJEMPLOS DE IMPUESTOS DE INTRODUCCION
DE PRODUCTOS PANAMEÑOS AL JAPON**

PRODUCTO	PORCENTAJE
Café	12.0%
Pollo Procesado	6.0%
Salsa Picante	10.5%
Palmito	15.0%
Mermeladas de frutas tropicales	
Con azúcar	16.8%
Sin azúcar	12.0%
Jugo de Noni	
10% de sucrosa	19.1%
Otro % de sucrosa	25.5%
*Ron	9.0%

Fuente: Customs Tariff Schedules of Japan, 2000

** Adicional, existe otro impuesto de introducción para las bebidas alcohólicas.*

D. Permisos, regulaciones aduaneras y registros para exportar

Las prohibiciones para exportar productos al Japón son casi nulas. Por su mayoría, las prohibiciones existentes son aquellas embebidas en la Organización Mundial del Comercio (OMC), las cuales recaen sobre los temas de salud pública, moral, seguridad nacional, y provisiones de intercambio comercial. Además, existen prohibiciones en la exportación de arroz, tortugas en extinción, productos farmacéuticos, agrícolas, químicos, explosivos, narcóticos, armas de fuego, pornografía y productos que violen las leyes de propiedad intelectual.

Exámenes y regulaciones pueden consistir en impedimentos significativos para la introducción de productos al mercado japonés. Usualmente, Japón no considera aceptable los datos que ofrecen las compañías extranjeras, aún si las leyes o estándares de los países de origen son más estrictas que los de Japón. Los requisitos de salud, seguridad y sanidad, pueden resultar muy estrictos y su mayor barrera no arancelaria hasta el momento.

El procedimiento de inspección de productos, puede en algunos casos extenderse por meses, he aquí la necesidad de estar asesorado en materias de requisitos necesarios para la introducción de productos.

Los documentos necesarios para el procedimiento de liquidación aduanera en el Japón son los siguientes:

1. Declaración de exportación:

La declaración aduanera para la introducción de productos importados debe contener toda la información que describe el documento. Además debe de estar firmada por el interesado o el Corredor de aduana (opcional), con el número de su licencia. La misma tiene un costo de B/.2.00 y es adquirida en el Sindicato de Industriales de Panamá. Igualmente, esta debe ser tramitada conjuntamente con los siguientes documentos:

a). Factura Comercial: Es un papel membretado de la empresa con su dirección, teléfono y número de Registro Unico del Contribuyente (R.U.C.). Este debe estar juramentado y firmado por el exportador, además debe contener la cantidad, peso, y descripción del la mercancía y su valor unitario y total, en original y tres copias.

b). Certificado de Origen: Deberá presentarse debidamente lleno, con las firmas del exportador y de las entidades que emitan este documento, Viceministerio de Comercio Exterior, Cámara de Comercio y el Sindicato de Industriales de Panamá, además de su sello correspondiente, refrendado por el VICOMEX en original y tres copias. Específicamente, para el mercado Japonés se requiere del certificado de origen SGP (Sistema general preferencial), con un costo de B/.5.00.

c). Otras licencias, certificados, dependiendo del producto:

➤ Productos Agrícolas:

- **Certificado Fitosanitario:** este certificado se solicita en el lugar donde se origina el producto o empaque, lo emite la Dirección de Sanidad Vegetal del Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), a través de las direcciones regionales, con un costo de B/.5.00.

➤ Productos del Mar:

- **Certificación de Planta:** Esta certificado debe ser solicitado a la División de Control de Alimentos y Vigilancia Veterinaria del Ministerio de Salud. Se extiende cada tres meses, el costo de la Certificación de Planta es de B/.100.00 en el área metropolitana, B/.160.00 en el Puerto de Vacamonte y B/.200.00 en el interior de la República.

2. Verificación e inspección:

Las aduanas japonesas, están encargadas de verificar la declaración de exportación, para asegurarse que la información estipulada en los documentos es legítima y computada adecuadamente.

3. Licencias:

Una vez que los requisitos de importación han sido propiamente llenados, la aduana japonesa emite el permiso de importación, el cual libera la mercancía para ser entregada a su destinatario; de no tener este permiso, la carga no deberá ser embarcada ni liberada de aduanas. Los prerrequisitos para un permiso de importación en el Japón, son el pago de impuestos de consumo, de importación, entre otros. Además, que los productos no se encuentren dentro del listado de prohibición de importación (especificados en el artículo 21 de la Ley de Barreras Aduaneras).

E. Canales de distribución y precios

El sistema de distribución utilizada en el Japón es muy complejo, redundante y utiliza una intensa mano de obra. Debido a su alto costo, es considerado como el factor clave en el alza de precios de los productos que se venden en este mercado.

Algunos de los obstáculos que se pueden encontrar en los canales de venta y distribución japoneses están concentrados en parte por la naturaleza socio-cultural del mercado. Los japoneses son muy leales y se les dificulta el cambio abrupto de sus relaciones con suplidores, aún cuando se beneficien de productos con calidad superior y precios más económicos a los que representa en el momento. Otro de los puntos que el japonés teme en su cadena de distribución es el no tener garantía de parte de los exportadores en ofrecer excelentes servicios de entrega de mercancía a tiempo y pos-venta.

Al igual que los canales de distribución, la estructura para el establecimiento de los precios de los productos en el mercado japonés es compleja y está directamente ligada con el tipo de servicios y canales de distribución que implemente el importador o provee el mayorista (i.e. inventario, costos de publicidad, costos de empaque, sistema de financiamiento, entre otros.)

A continuación encontrará ejemplos de precios de venta para productos de consumo general, dividido por cada etapa del canal de distribución.

Producto	Importador	Mayorista	Vendedor al Detal	Consumidor
<i>Ropa</i> FOB 25	43	50	60	100
<i>Zapatos</i> <i>Deportivos</i> CIF 40	40-46	52	70	100
<i>Tablas para</i> <i>esquiar en nieve</i> CIF 15-49	30-56	45-63	60-70	100

Fuente: Departamento de Estado de EE.UU., Reporte del Japón, 2001.

Debido a la influencia occidental, los japoneses están cada día más anuentes al precio que en décadas pasadas, sin dejar de tomar en cuenta la alta calidad del producto o servicio; influyendo de esta manera, la reducción de los márgenes de ganancia por etapa del canal de distribución. Igualmente, se da el caso en el cual los vendedores al detal, importan directamente para reducir costos al consumidor. En este caso, los volúmenes tienden a ser pequeños, lo cual es una ventaja para las empresas panameñas, las cuales en su mayoría cuentan con la capacidad suficiente para suplir grandes pedidos de cadenas de supermercados o tiendas de departamento.

El establecimiento de una presencia directa en el mercado japonés es considerada la mejor estrategia para penetrar este mercado, sin embargo, debido a los altos costos que ésta involucra, no se la recomendamos a los pequeños y medianos empresarios que empiezan a incursionar en este mercado. Mientras que la utilización de un agente o distribuidor, es una estrategia más realista y acorde con la economía de las empresas panameñas.

Dentro del proceso de atracción de un socio comercial en el Japón, la empresa exportadora debe presentar una imagen de independencia monetaria, innovación, alta calidad, competitividad, y compromiso de establecer una relación personal con su socio japonés. Además, mantener en cuenta al igual que en toda búsqueda de socios comerciales la necesidad de investigar el mismo a través de una revisión financiera de la empresa.

F. Moneda y cambio

La unidad monetaria utilizada en el Japón se denomina el Yen, la cual se encuentran en denominaciones de 1, 5, 10, 50, 100, y 500. En el 2000, el cambio promedio oscilaba entre los 100 yenes por \$1.00 USD.

G. Formas de pago

Existen una serie de formas de pago en el Japón, las más utilizadas son las formas bancarias y el pago adelantado, la carta crédito en conjunto con pago a la vista, nota promisorio (yakusoku tegata), cuenta abierta y ventas a consignación. Hay que tener en cuenta que al igual que en las ventas domésticas, el empresario panameño determina el método de pago mediante el grado de consentimiento, confianza y capacidad del comprador de acatarse al pago de la mercancía o servicio.

Debido a la protección que ofrece una carta crédito, confirmada e irrevocable, tanto para el exportador panameño como el importador japonés, éste método es el más recomendable de utilizar en transacciones internacionales.

H. Ferias y exposiciones

Las exposiciones organizadas por el Departamento de Ferias y Misiones Comerciales del Ministerio de Comercio e Industrias, constituyen en una de las oportunidades más económicas de participar en ferias internacionales y entrar en contacto con los potenciales compradores japoneses. Las ferias celebradas en el Japón se caracterizan por tener una gran variedad y números de visitantes. Un gran porcentaje de los visitantes son comerciantes locales al por mayor y al por menor.

Es importante enfatizar que el significado e importancia de las ferias japonesas difieren en cierta manera al propósito o forma de trabajo de las ferias panameñas. Dentro del marco de las ferias internacionales como nacionales celebradas en Panamá, es la tendencia de los vendedores y compradores, utilizar las mismas como centro de conferencias y celebración de negocios. Dentro del marco de las ferias japonesas es poco común, conseguir pedidos inmediatos.

H.1. Listado de principales ferias

FOODEX Japan

Organizador: Japan Management Association
3-1-22 Shibakoen, Minato-Ku, Tokyo 105-0011
Tel: (03) 3434-8116 Fax: (03) 3434-8076
Lugar: Nippon Convention Center
Periodo: Anual, Marzo

Hotels & FOODEX Japan

Organizador: Japan Management Association
Osaka Kokusai Bldg., 2-3-13 Azuchi-machi, Chuo-Ku
Osaka 541-0052
Tel: (06) 261-7151 Fax: (06) 261-5852
Lugar: Intex Osaka
Periodo: Cada otro año, Septiembre

International Food Fair in Kitakyushu

Organizador: Nishi-Nippon International Trade Fair Commission
1-1 Jonai, Kokurakita-Ku, Kitakyushu, Fukuoka 803-0813
Tel: (06) 261-7151 Fax: (06) 261-5852
Lugar: West Japan General Exhibition Center
Periodo: Cada otro año, Octubre

Osaka International Trade Fair

Organizador: Osaka International Trade Fair Commission
1-5-102 Nanko-Kita, Suminoe-Ku, Osaka 559-0000
Tel: (06) 612-1212 Fax: (06) 612-8585
Lugar: Intex Osaka
Periodo: Cada otro año, Abril

Japan International Food Engineering & Industry Show

Organizador: Osaka International Trade Fair Commission

1-5-102 Nanko-Kita, Suminoe-Ku, Osaka 559-0000

Tel: (06) 612-1212 Fax: (06) 612-8585

Lugar: Intex Osaka

Periodo: Cada otro año, Octubre

Gourmet Fair

Organizador: Business Guide-Sha, Inc.

2-6-2 Kaminarimon, Taito-Ku, Tokyo 111-0034

Tel: (03) 3847-9155 Fax: (03) 612-8585

Lugar: Sunshine City Convention Center Tokyo

Periodo: Bianaual

Food Catering & Equipment Exhibition

Organizador: Japan Management Association

2-6-2 Shibakoen, Minato-Ku, Tokyo 105-0011

Tel: (03) 3434-1243 Fax: (03) 3434-8076

Lugar: Tokyo International Exhibition Center

Periodo: Anual, Noviembre

Cheese Festa

Organizador: Japan Cheese Promotional Council

1-14-19 Kudan-kita, Chiyoda-Ku, Tokyo 102-0073

Tel: (03) 3288-7258 Fax: (03) 3264-8423

Lugar: Aoyama Spiral Hall

Periodo: Anual, Noviembre

IV.2 Intercambio Comercial Panamá – Japón

A. Balanza comercial con Japón

AÑO	IMPORTACION	EXPORTACION	BALANZA COMERCIAL
1990	74,437,778.00	2,038,074.00	-72,399,704.00
1991	114,859,661.00	5,353,100.00	-109,506,561.00
1992	165,276,398.00	975,947.00	-164,300,451.00
1993	170,713,449.00	433,874.00	-170,279,575.00
1994	172,916,350.00	1,863,506.00	-171,052,844.00
1995	126,840,681.00	3,318,482.00	-123,522,199.00
1996	156,796,399.00	4,616,285.00	-152,180,114.00
1997	210,733,801.00	5,265,279.00	-205,468,522.00
1998	304,256,331.00	4,355,169.00	-299,901,162.00
1999	254,118,845.00	7,168,139.00	-246,950,706.00
2000(*)	185,954,441.00	11,823,528.00	-174,130,913.00

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

A.1. Exportaciones en el año 2000

(desde la perspectiva de las secciones del código arancelario)

En el año 2000, Panamá exportó bienes en valor de B/. 771.5 millones. 1.5% (B/. 11.8 millones) correspondieron a bienes destinados a Japón. Japón fue el socio comercial número 15 de Panamá en el año 2000 y el número 2 de 12 de la región (31% del total de la región).

Las principales secciones fueron:

La Sección I (“Animales vivos y productos del reino animal”)

89.7% (B/.10.6 millones) de los bienes exportados hacia Japón en el año 2000, correspondieron a bienes comprendidos en la Sección I del código arancelario (“Animales vivos y productos del reino animal”).

Japón representó el 3.6% del total de las exportaciones de Panamá en bienes comprendidos dentro de la Sección I.

La Sección I representó el 37.9% (B/.292.7 millones) del total de las exportaciones de Panamá.

La Sección II (“Productos del reino vegetal”)

9.5% (B/.1.1 millones) de los bienes exportados hacia Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección II del código arancelario (“Productos del reino vegetal”).

Japón representó el 0.59% del total de las exportaciones de Panamá en bienes comprendidos dentro de la Sección II.

La Sección II representó el 24.9% (\$ 192.3 millones) del total de las exportaciones de Panamá.

EXPORTACIONES DE BIENES PANAMEÑOS A JAPON 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	VALOR FOB	%
3049000 Los demás. filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados.		2,445,871	8,560,650	
	JAPÓN	2,125,000	7,433,250	86.83
	HONG KONG	275,000	961,950	11.24
	CHINA	25,000	87,450	1.02
	GUATEMALA	18,150	72,000	0.84
	ESTADOS UNIDOS	2,721	6,000	0.07
3021900 Los demás. pescado fresco o refrigerado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04.		16,719,701	42,911,870	
	ESTADOS UNIDOS	14,722,271	39,794,116	92.74
	JAPÓN	1,088,000	1,455,200	3.39
	HONG KONG	352,000	470,800	1.10
	VENEZUELA	147,700	325,000	0.76
	REINO UNIDO	100,001	220,000	0.51
6049190 Los demás. follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores, ni capullos; hierbas, musgos y líquenes, para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.		453,978	1,034,065	
	JAPÓN	436,701	1,003,922	97.09
	ALEMANIA	17,277	30,143	2.92
3061100 Langostas (palinurus spp., panulirus spp. y jасus spp.).		614,015	8,292,749	
	ESTADOS UNIDOS	537,977	7,578,177	91.38
	JAPÓN	61,274	573,750	6.92
	SUIZA	11,992	113,350	1.37
	FRANCIA	1,363	13,500	0.16
	SUECIA	898	8,910	0.11
	OTROS DE EUROPA	511	5,062	0.06

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	VALOR FOB	%
2061000		1,321,855	2,153,139	
Despojos comestibles de animales de las especies bovinas, frescos refrigerados o congelados.				
	MEXICO	784,854	1,204,417	55.94
	JAPON	93,776	342,366	15.90
	REPUBLICA DOMINICANA	205,383	196,908	9.15
	HONG KONG	107,975	179,168	8.32
	JAMAICA	63,047	138,337	6.42
3041090		10,452,096	32,381,356	
Los demás filetes de pescado frescos o refrigerados				
	ESTADOS UNIDOS	9,300,422	29,419,643	90.85
	GUATEMALA	404,218	1,267,397	3.91
	VENEZUELA	152,216	354,500	1.09
	JAPON	255,000	323,000	1.00
	COSTA RICA	60,449	272,586	0.84
2013000		3,540,715	9,536,200	
Carne de animales de la especie bovina, fresca, refrigerada, deshuesada				
	MEXICO	1,578,357	3,436,722	36.04
	REPUBLICA DOMINICANA	791,918	2,505,860	26.28
	GUATEMALA	631,633	2,037,614	21.37
	TAIWAN	284,980	930,149	9.75
	JAPON	80,851	302,505	3.17
3042090		68,218	215,117	
Los demás filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados.				
	JAPON	50,000	174,900	81.31
	ESTADOS UNIDOS	18,182	40,000	18.60
	ECUADOR	36	217	0.10

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	VALOR FOB	%
23099092 Preparaciones alimenticias para peces.		75,000	115,500	
	JAPON	50,000	77,000	66.67
	HONG KONG	25,000	38,500	33.33
23099092 Preparaciones alimenticias para peces.		75,000	115,500	
	JAPON	50,000	77,000	66.67
	HONG KONG	25,000	38,500	33.33
6031000 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.		34,499	146,541	
	ESTADOS UNIDOS	5,750	80,463	54.91
	JAPON	28,713	65,820	44.92
	GUATEMALA	36	258	0.18
9011100 Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. Sin descafeinar.		7,423,553	16,045,000	
	ESTADOS UNIDOS	5,648,063	12,098,027	75.40
	CANADA	592,200	1,284,896	8.01
	ALEMANIA	486,000	989,366	6.17
	ITALIA	324,000	804,964	5.02
	FINLANDIA	126,000	268,253	1.67
	SUECIA	108,000	251,786	1.57
	PAISES BAJOS	60,000	133,425	0.83
	COSTA RICA	18,000	69,300	0.43
	JAPON	18,000	51,588	0.32

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	VALOR FOB	%
3055900		2,598,545	24,636,433	
Los demás pescado seco, salado o en salmuera; pescado ahumado, incluso cocido antes o durante el ahumado; "harina, polvo y "pellets de pescado, aptos para la alimentación humana.				
	ESTADOS UNIDOS	1,298,563	11,912,386	48.35
	TAIWAN	388,000	6,148,000	24.96
	HONG KONG	125,515	4,703,328	19.09
	COSTA RICA	764,364	1,199,803	4.87
	CURAZAO	9,614	606,296	2.46
	MEXICO	11,992	28,120	0.11
	CANADA	249	27,500	0.11
	JAPÓN	248	11,000	0.04
6021000		5,991	102,063	
Esquejes, sin enraizar e injertos. las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), esquejes, e injertos: blanco de setas.				
	ESTADOS UNIDOS	5,781	92,335	90.47
	JAPÓN	67	8,672	8.50
	GUATEMALA	133	876	0.86
	HONDURAS	10	180	0.18
63079099		170	11,640	
Los demás. los demás artículos confeccionados, incluidos los patrones para prendas de vestir.				
	ESTADOS UNIDOS	48	4,933	42.38
	ITALIA	47	4,540	39.00
	ZONA LIBRE DE COLON	27	1,036	8.90
	ARUBA	45	576	4.95
	JAPON	3	555	4.77

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

A.2. Importaciones en el año 2000

(desde la perspectiva de las secciones del código arancelario)

En el año 2000, Panamá importó bienes en valor de B/.3,378 millones.

5.5% (B/.185.9 millones) correspondieron a bienes procedentes de Japón.

Japón fue el socio comercial número 5 de Panamá en el año 2000.

Dentro de la región fue el socio comercial número 1 de 12 (49.9% del total de la región)

Las principales secciones fueron:

La Sección XVII (“Material de transporte”)

76.8% (B/.142.8 millones) de los bienes importados desde Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVII del código arancelario (“Material de transporte”).

Japón representó el 40.4% del total de las importaciones de Panamá en bienes comprendidos dentro de la Sección XVII.

La Sección XVII representó el 10.4% (B/.353.4 millones) del total de las importaciones de Panamá.

La Sección XV (“Metales comunes y sus manufacturas”)

9.18% (B/.17 millones) de los bienes importados desde Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XV del código arancelario (“Metales comunes y sus manufacturas”).

Japón representó el 8.7 % del total de las importaciones de Panamá en bienes comprendidos dentro de la Sección XV.

La Sección XV representó el 5.7% (B/.195.3 millones) del total de las importaciones de Panamá.

La Sección XVI (“Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes...”)

6.7% (B/.12.5 millones) de los bienes importados desde Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVI del código arancelario (“Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes...”).

Japón representó el 1.9 % del total de las importaciones de Panamá en bienes comprendidos dentro de la Sección XVI.

La Sección XVI representó el 19.3% (B/.654.1 millones) del total de las importaciones de Panamá.

IMPORTACION DE BIENES JAPONESES A PANAMA 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	FOB CIF	%
87033339 Los demás los demás con tracción en las cuatro ruedas (4wd). de cilindrada superior a 2.500 cm3: coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras.		2,635,191	30,478,162	100.00%
	JAPON	2,528,340	28,560,562	93.71%
	ESTADOS UNIDOS	95,031	1,732,535	5.68%
	MALASIA	3,670	43,936	0.14%
87032292 Coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 1000 cm3 pero inferior o igual a 1500 cm3: los demás con tracción en las cuatro ruedas (4wd). cuando su valor CIF exceda de b/5000.00 sin pasar de b/12000.00. c/u.		3,035,276	22,759,357	100.00%
	JAPON	1,934,916	15,899,988	69.86%
	COREA DEL SUR	967,032	5,928,423	26.05%
	FRANCIA	100,558	734,406	3.23%
87033320 De cilindrada superior a 2.500 cm3: vehículos mixtos proyectados principalmente para el transporte de mercancías.		2,385,391	18,194,816	100.00%
	JAPON	1,836,288	14,890,535	81.84%
	MEXICO	295,876	2,030,353	11.16%
	COREA DEL SUR	138,411	637,661	3.50%
87021000 Vehículos automóviles para el transporte de diez o mas personas, incluido el conductor. Con motor de émbolo (pistón), de encendido por compresión(diesel o semidiesel).		4,762,533	28,717,736	100.00%
	JAPON	1,452,976	13,530,511	47.12%
	COREA DEL SUR	1,099,561	5,981,515	20.83%
	COLOMBIA	221,140	2,539,471	8.84%

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	FOB CIF	%
72104990 Los demás, cincado (galvanizados) de otro modo: productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm, chapados o revestidos.		30,682,081	14,559,194	100.00%
	JAPON	19,881,066	9,645,239	66.25%
	RUSIA	3,520,620	1,627,240	11.18%
	SUDAFRICA	2,776,036	1,178,555	8.09%
87032332 Coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras, de cilindrada superior a 1500 cm ³ pero inferior o igual a 3000 cm ³ , los demás con tracción en las cuatro ruedas (4wd), cuando su valor cif exceda de b/12000.00. sin pasar de b/18000. c.u.		890,751	9,468,875	100.00%
	JAPON	861,645	9,188,822	97.04%
	COREA DEL SUR	10,390	97,991	1.03%
	REINO UNIDO	6,320	66,292	0.70%
87033220 Coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras, de cilindrada superior a 1500 cm ³ pero inferior o igual a 2500 cm ³ , vehículos mixtos proyectados principalmente para el transporte de mercancías.		1,558,100	10,569,621	100.00%
	JAPON	1,121,960	8,222,184	77.79%
	ARGENTINA	105,875	790,838	7.48%
	MEXICO	126,407	598,183	5.66%
87089990 Los demás: partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas nº .87.01 a 87.05.		2,739,043	31,537,031	100.00%
	ESTADOS UNIDOS	1,211,750	12,285,943	38.96%
	JAPON	501,922	8,102,648	25.69%
	Z. LIBRE DE COLON	501,525	6,005,688	19.04%

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	FOB CIF	%
87042100 Vehículos autom3viles para el transporte de mercancías. de peso total con carga máxima, inferior o igual a 5 t.		1,320,671	8,256,423	100.00%
	JAPON	941,650	6,501,065	78.74%
	COREA DEL SUR	242,216	1,065,508	12.91%
	MEXICO	27,462	167,075	2.02%
87032392 Coches de turismo y demás vehículos autom3viles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 1500 cm3 pero inferior o igual a 3000 cm3. cuando su valor CIF exceda de b/5000.00 sin pasar de b/12000.00. c.u.		4,742,017	34,503,320	100.00%
	MEXICO	2,340,208	16,288,145	47.21%
	JAPON	733,225	6,468,394	18.75%
	COREA DEL SUR	881,575	5,898,906	17.10%
72104920 Los demás, en calibres del 20 al 30, inclusive. productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm, chapados o revestidos.		18,638,091	9,550,517	100.00%
	JAPON	12,185,815	6,210,960	65.03%
	AUSTRALIA	2,499,415	1,342,126	14.05%
	COREA DEL SUR	1,951,294	998,925	10.46%
87032439 Los demás. c.u. coches de turismo y demás vehículos autom3viles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 3000 cm3		1,101,175	13,877,523	100.00%
	JAPON	503,905	5,702,145	41.09%
	ESTADOS UNIDOS	423,220	5,551,975	40.01%
	ALEMANIA	51,221	953,278	6.87%
84263000 Grúas de pórticos.		816,154	4,577,583	100.00%
	JAPON	816,000	4,575,000	99.94%
	ESTADOS UNIDOS	154	2,583	0.06%

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	FOB CIF	%
87032432 Coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 3000 cm3 cuando su valor CIF exceda de b/12000.00. sin pasar de b/.18000.c.u.		479,733	4,341,313	100.00%
	JAPON	432,630	3,913,866	90.15%
	ESTADOS UNIDOS	29,807	271,020	6.24%
	MEXICO	15,305	139,056	3.20%
87042200 Vehículos automóviles para el transporte de mercancías. de peso total con carga máxima, superior a 5t pero inferior o igual a 20t.		2,613,564	8,520,104	100.00%
	ESTADOS UNIDOS	1,755,232	3,853,676	45.23%
	JAPON	448,538	3,289,365	38.61%
	COREA DEL SUR	221,190	960,971	11.28%
87032399 Los demás. c.u. coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 1500 cm3 pero inferior o igual a 3000 cm3.		1,235,774	18,769,727	100.00%
	ALEMANIA	285,118	5,630,211	30.00%
	REINO UNIDO	322,125	5,189,133	27.65%
	JAPON	287,553	3,176,905	16.93%
	ESTADOS UNIDOS	187,783	2,529,557	13.48%
87032339 Los demás. c.u. coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 1500 cm3 pero inferior o igual a 3000 cm3.		323,832	3,806,457	100.00%
	JAPON	245,544	2,712,742	71.27%
	ESTADOS UNIDOS	46,266	646,006	16.97%
	REINO UNIDO	15,160	208,730	5.48%
40112000 Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho. del tipo de los utilizados en autobuses o camiones. c.u		3,441,287	9,283,955	100.00%
	JAPON	770,202	2,429,270	26.17%
	ESTADOS UNIDOS	496,659	1,737,741	18.72%
	COREA DEL SUR	438,508	1,140,299	12.28%
	Z. LIBRE DE COLON	421,105	1,040,906	11.21%
	CHINA (CONT.)	514,286	999,074	10.76%

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

NUMERAL	PAIS	PESO NETO	FOB CIF	%
87033332		341,625	2,995,313	100.00%
Coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para el transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los vehículos del tipo familiar("break" o "station wagon") y de carreras. de cilindrada superior a 2.500 cm3: cuando su valor CIF exceda de b/12000.00. sin pasar de b/.18000 c.u.				
	JAPON	265,200	2,382,287	79.53%
	COREA DEL SUR	66,620	520,751	17.39%
	ESTADOS UNIDOS	6,510	59,868	2.00%
40111000		3,408,515	10,923,835	100.00%
Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho. del tipo de los utilizados en automóviles de turismo (incluidos los vehículos los familiares tipo "break" o "station wagon" y los de carrera). c.u.				
	ESTADOS UNIDOS	726,235	2,513,804	23.01%
	JAPON	677,797	2,293,566	21.00%
	COREA DEL SUR	597,946	1,766,859	16.17%

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá, 2000

A.3. La Zona Libre de Colón y Japón

(desde la perspectiva de las secciones del código arancelario)

Importaciones (entradas) en 1999

En 1999, la Zona Libre de Colón importó bienes en valor de \$B/4,166 millones.

7.45% (B/310.3 millones) correspondieron a bienes procedentes de Japón.

En 1999, Japón fue el socio comercial número 4 de la Zona Libre de Colón y el número 3 de 33 de la región (11.7% del total de la región).

Las principales secciones fueron:

La Sección XVI (“Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes...”)

62.9% (B/195.3 millones) de los bienes importados desde Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVI del código arancelario (“máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes...”).

Japón representó el 20.5% del total de las importaciones de la Zona Libre de Colón en bienes comprendidos dentro de la Sección XVI.

La Sección XVI representó el 22.8% (B/950.3 millones) del total de las importaciones de la Zona Libre de Colón.

La Sección XVII (“Material de transporte”)

16.4% (B/51.1 millones) de los bienes importados desde Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVII del código arancelario (“Material de transporte”).

Japón representó el 42.6% del total de las importaciones de la Zona Libre de Colón en bienes comprendidos dentro de la Sección XVII.

La Sección XVII representó el 2.8% (B/120 millones) del total de las importaciones de la Zona Libre de Colón.

La Sección XVIII (“Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía...”)

15.7% (B/48.9 millones) de los bienes importados desde Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVIII del código arancelario (“Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía...”).

Japón representó el 18.9% del total de las importaciones de la Zona Libre de Colón en bienes comprendidos dentro de la Sección XVIII.

La Sección XVIII representó el 6.2% (B/258.4 millones) del total de las importaciones de la Zona Libre de Colón.

Re-exportaciones (salidas) en 1999

En 1999, la Zona Libre de Colón re-exportó bienes en valor de B/4,950 millones.

0.04% (B/ 2.2 millones) correspondieron a bienes destinados a Japón.

En 1999, Japón fue el socio comercial número 2 de 33 de la Zona Libre de Colón y el número 10 (2.4% del total de la región) de la región en 1999.

Las principales secciones fueron:

La Sección XI (“Materias textiles y sus manufacturas”)

47.9% (B/. 1.02 millones) de los bienes re-exportados hacia Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XI del código arancelario (“Materias textiles y sus manufacturas”).

Japón representó el 0.09% del total de las re-exportaciones de la Zona Libre de Colón en bienes comprendidos dentro de la Sección XI.

La Sección XI representó el 22.9% (\$ 1,137 millones) del total de las re-exportaciones de la Zona Libre de Colón.

La Sección XVIII (“Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía...”)

12.4% (B/.275 mil) de los bienes re-exportados hacia Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVIII del código arancelario (“Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía...”).

Japón representó el 0.11% del total de las re-exportaciones de la Zona Libre de Colón en bienes comprendidos dentro de la Sección XVIII.

La Sección XVIII representó el 5.2% (B/.259.4 millones) del total de las re-exportaciones de la Zona Libre de Colón.

La Sección XVII (“Material de transporte”)

11.9% (B/.265 mil) de los bienes re-exportados hacia Japón correspondieron a bienes comprendidos en la Sección XVII del código arancelario (“Material de transporte”).

Japón representó el 0.20% del total de las re-exportaciones de la Zona Libre de Colón en bienes comprendidos dentro de la Sección XVII.

La Sección XVII representó el 2.6% (B/.133.1 millones) del total de las re-exportaciones de la Zona Libre de Colón.

INFORMACION PRACTICA

A. Días festivos

Los japoneses tienen muchos días festivos que son acatados por el comercio, por lo cual es sabio planear su visita al Japón, teniendo en cuenta estas fechas para evitar retrasos. Al igual, es bueno tenerlos en mente para cualquier transacción internacional que se lleve a cabo.

DIAS FESTIVOS Y FECHAS DE IMPORTANCIA

- Fiestas del año nuevo:	Del 28 de diciembre hasta los primeros días de enero.
- Año nuevo:	Del 1° al 3 de enero
- Día de los adultos:	15 de enero (celebración de llegar a la edad de sufragio 20 años).
- Día Nacional de la Fundación:	11 de febrero
- Día de las muñecas (<i>Hinamatsuri</i>)	3 de marzo
- Día vernal de equinoccio:	21 de marzo
- Año fiscal:	Termina el 31 de marzo.
- Día del verdor:	29 de abril (festivo, cumpleaños del Emperador Showa).
- La semana de Oro:	Del 29 de abril, al 7 de mayo (días dispersos, hasta 10 días feriados).
- Día del trabajo:	1° de mayo (feriado para muchas compañías).
- Día de la Constitución:	3 de mayo
- Día del niño:	5 de mayo
- Festival de O-Bon:	Desde julio al 13 ó 15 de agosto (depende de la región del país).
- Día de respeto a los ancianos:	15 de septiembre (día nacional en honor a los ancianos por su sabiduría).
- Día del deporte:	10 de octubre (día nacional, Olimpiadas de Tokio de 1966).
- Día de la cultura:	3 de noviembre (día nacional).
- Día de acción de gracias por el trabajo:	23 de noviembre (día nacional en celebración de la producción y el trabajo).
- Cumpleaños del Emperador:	23 de diciembre (día nacional en celebración del Emperador Akihito).
- Navidad:	25 de diciembre (no es día nacional).

B. Horario de trabajo

En el Japón se labora de Lunes a Viernes en un horario de 9:00 a.m. a 5:00 p.m., además, la flexibilidad de horas ha tenido un auge en muchas empresas grandes. El promedio de horas laboradas por semana es de 42.8 horas, según la Agencia de Estadísticas del Gobierno del Japón.

C. Corriente eléctrica

La corriente eléctrica utilizada en el área residencial del Japón es de 100 voltios, A.C., no obstante; ciclos de 50 son utilizados en la parte este (incluyendo Tokio) y ciclos de 60 en la parte oeste del Japón (incluyendo Nagoya, Kyoto y Osaka).

D. Inmigración y visas

Para visitar Japón es necesario tramitar la visa adecuada en el Consulado o Embajada del Japón en Panamá.

Las visas de turismo son generalmente otorgadas por un máximo de 90 días, entre los documentos necesarios para el trámite de la visa, se exige:

- 1) Pasaporte válido
- 2) Aplicación de visa completada
- 3) Foto tamaño carné
- 4) Tiquete aéreo de ida y regreso.

La visa comercial, se otorga a aquellas personas que sostendrán actividades comerciales por un corto tiempo. Para aplicar a dicha visa es necesario, además de los documentos de la visa de turismo, presentar carta de la empresa en donde se explica la naturaleza del negocio e invitación a conducir negocios en el Japón.

DIRECCIONES DE INTERES PARA EL EXPORTADOR

A. Listado de asociaciones de importadores y cámaras de comercio

1. Generales

Japan Federation of Importers' Organization
Nihonbashi Daiwa Bldg., 6-1, Nihonbashi Honcho
1-Chome, Chuo-Ku, Tokyo 103
Tel: (03) 270-0791
- *General*

Japan Automobile Importers' Association
Friend Bldg., 4-11, Nagata-cho
2-Chome, Chiyoda-Ku, Tokyo 100
Tel: (03) 581-7574
- *Vehículos (autos, buses, camiones y piezas de recambio)*

Japan Chain Store Association
Toranomom #40 Mori Bldg., 5-13-1 Toranomom
Minato-ku, Tokyo 105-0001
Tel: (03) 3433-1290
Fax: (03) 3433-1297
- *Cadenas de almacenes*

Japan Chemical Importers' Association
Shuzokaikan Bldg., 1-21, Nishi-Shinbashi
1-Chome, Minato-ku, Tokyo 105
Tel: (03) 501-1304
- *Productos químicos y plásticos*

Japan Convenience Foods Industry Association
Kimura Bldg. 8th Floor, 555, Asakusabashi
Taito-ku, Tokyo 111-0053
Tel: (03) 3865-0811
Fax: (03) 3865-0815
- *Alimentos*

Japan Cosmetics Importers' Association, Inc.
Azubu-Townhouse Bldg., 2-40, Nishiazabu
3-Chome, Minato-Ku, Tokyo 106
Tel: (03) 408-7541
- *Cosméticos, preparados para tocador, jabón de tocador*

Japan General Merchandise Importers' Association
World Trade Center Bldg., 4-1, Hamamatsu-cho
2-Chome, Minato-Ku, Tokyo 105
Tel: (03) 435-3476/3477
- *Artículos generales, juguetes, calzados, productos deportivos, adornos, etc.*

Japan Machinery Importers' Association

Koyo Bldg., 2-11, Toranomon
1-Chome, Minato-Ku 105
Tel: (03) 503-9736

- *Todo tipo de maquinaria de textiles, industriales, equipos médicos, herramientas, etc.*

Japan Textile Importers' Association

Nihonbashi-Daiwa Bldg., 6 Nihonbashi-Honcho
1-Chome, Chuo-Ku, Tokyo 103
Tel: (03) 270-0791

- *Productos textiles*

Japan Watch Importers' Association

Chuo-Kohron Bldg., 8-7, Kyobashi
2-Chome, Chuo-Ku, Tokyo 104
Tel: (03) 563-5901

- *Relojes*

The Japan Oil & Fat Importers & Exporter Association

Kyodo Bldg., Shinhoridome 6F, 1-10-12 Nihonbashi Horidome-Cho
Chuo-Ku, Tokyo 103-0012
Tel: (03) 3662-9821

- *Importadores y exportadores de aceites y grasas*

Japan Confectionary Importers Association

c/o Meidi-ya Co., Ltd. 2-2-8 Kyobashi
Chuo-Ku, Tokyo 104-8302
Tel: (03) 3271-9518

- *Confitería*

The Japan Sugar Import & Export Council

Ginza Gas Hall, 7-9-15 Ginza
Chuo-Ku, Tokyo 101-0021
Tel: (03) 3571-2362

- *Consejo de importadores y exportadores de azúcar*

Import Molasses Conference

Kyodo Bldg. Mansei, 2-2-17 Soto-Kanda
Chiyoda-Ku, Tokyo 101-0021
Tel: (03) 5256-1541

- *Importadores de melaza*

Japan Honey Importer's Association

Sumisho Kurita Bldg., 3-24-1 Kanda Nishiki-Cho
Chiyoda-Ku, Tokyo 101-8465
Tel: (03) 3219-3040

- *Importadores de miel*

2. Frutas y Vegetales

Japan Vegetables Importers' Association

6-14, Nishi-Shinbashi
1-Chome, Minato-Ku, **Tokyo** 105

1-14, Hamabedori
5-Chome, Fukiai-Ku, **Kobe** 651
Tel: (078) 251-2565

- *Verduras*

Japan Fresh Produce Import Facilitation Association

New Daito Bldg., 6F, 3-3 Kanda Neribeicho
Chiyoda-Ku, Tokyo 101-0022

Tel: (03) 3251-6021

- *Frutas y vegetales frescos*

The Japan Banana Importers' Association

Zenkyoren Bldg., 5F, 2-7-9 Hirakawa-Cho
Chiyoda-Ku, Tokyo 102-0093

Tel: (03) 3263-0461

- *Banano*

Japan Citrus Fruits Importers's Association

Imperial Bldg., 1F, 2-12-5 Kyobashi
Chuo-Ku, Tokyo 105-0001

Tel: (03) 3567-8613

- *Cítricos*

Japan Canned Pineapple Association

Tsuchihashi Bldg., 1-11-1 Toranomom
Minato-Ku, Tokyo 105-0001

Tel: (03) 3501-6957

- *Piña enlatada*

The Japan Sprouting Beans Importers' Association

No.1 Suzumaru Bldg., 5F, 2-39-8 Nishi-Shinbashi
Minato-Ku, Tokyo 105-0003

Tel: (03) 3431-3895

- *Frijoles, guisantes y demás*

Japan Dried Fruit Importers' Association

c/o Shoei Food Industry Co., Ltd., 5-7 Akihabara
Taito-Ku, Tokyo 110-8273

Tel: (03) 3253-1231

- *Frutas secas*

3. Productos Agropecuarios

Japan Meat Traders Association

No.2 Watanabe Bldg., 6F, 1-7-3 Higashi-Azabu
Minato-Ku, Tokyo 106-0044

Tel: (03) 3588-1665

- *Asociación de comercializadoras de carnes*

Japan Livestock Traders Association

Osakaya Bldg. 6F, 3-1-9 Mita
Minato-Ku, Tokyo 108-0073

Tel: (03) 3454-1435

- *Comercializadoras de Ganado*

Japan Sheep Casing Importers' Association

Yoshinoya Bldg., 4F 1-32-6 Nishi-Gotanda
Shinagawa-Ku, Tokyo 141-0031

Tel: (03) 3493-6301

- *Productos de oveja*

The Japan Imported Cheese Promotion Association

Nyugyo Kaikan, 1-14-19 Kudan-kita
Chiyoda-Ku, Tokyo 102-0073

Tel: (03) 3288-7258

- *Quesos*

Livestock Industry Promotion Corporation (LIPC)

Azabudai Bldg., 2-2-1 Azabudai
Minato-Ku, Tokyo 106-8635

Tel: (03) 3582-3381

- *Ganado*

4. Mariscos

Japan Marine Products Importers' Association

Yuraku-Cho Bldg., 10-1, Yuraku-Cho
1-Chome, Chiyoda-Ku, Tokyo 100

Tel: (03) 212-8638

- *Productos del mar*

Japan Eel Importers Association

Tsukiji Kaikan, 4-6-5 Tsukiji
Chuo-Ku, Tokyo 104-0045

Tel: (03) 3248-2401

- *Anguila*

5. Bebidas

Japan Wines and Spirits Importers' Association

Dai-Ichi Tentoku Bldg., 13-5, Toranomon
1-Chome, Minato-Ku, Tokyo 105
Tel: (03) 503-6505
- *Vinos y licores*

Wine Import Association of Japan

4-24-28 Takanawa
Minato-Ku, Tokyo 108-0074
Tel: (03) 3445-6853
- *Vinos*

Japan Coffee Import Association

c/o Mitsui & Co., 1-2-1 Ote-Machi
Chiyoda-Ku, Tokyo 104-0004
Tel: (03) 3285-6059
- *Importadores de caře*

6. Cámaras de Comercio

KEDANREN

International Relations Bureau
1-9-4 Ohtemachi
Chiyota-ku, Tokyo 100-8188
Tel: (03) 3279-1411
Fax: (03) 5255-6255
www.keidanren.or.jp

KEIZAI DOYUKAI

Research and International Development
Nihon Kogyo Club Bldg.
1-4-6 Maunouchi
Chiyoda-Ku, Tokyo 100-005
Tel: (03) 3284-0202
Fax: (03) 3212-3774
www.doyukai.or.jp

Japan Foreign Trade Council, Inc.

World Trade Center Bldg.
2-4-1 Hamamatsu-cho,
Minato-ku, Tokyo 105-6106
Tel: (03) 3435-5950
Fax: (03) 3435-5979
www.jftc.org.jp

Japan Chamber of Commerce and Industry

Tosho Bldg., 3-2-2 Marunouchi,

Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005

Tel: (03)3283-7607

Fax: (03) 3216-6497

www.jcci.or.jp/home-e.html

Osaka Chamber of Commerce

2-8 Hommachi-bashi

Chuo-ku, Osaka 540-0029

Tel: (06) 6944-6400

Fax: (06) 6944-6293

<http://new.osaka.cci.or.jp/e/>

Kansai Economic Federation (Kankeiren)

Nakanoshima Center Bldg. 30F

6-2-27, Nakanoshima

Kita-ku, Osaka 530-6691

Tel: (06) 6441-0104

Fax: (06) 6441-0443

www.kankeiren.or.jp

B. Embajada y Consulados de Panamá en Japón

Embajada de Panamá-Tokio

Kowa International Bldg. N.038 Rm. 805
4-12-24, Nishi Azabu, Minatu-Ku
Tokio, Japón 106-0031
Tel: (813) 5485-3548
(813) 3499-3741
E-mail: panaemba@japon.co.jp

Consulados:

Cónsul General

Kobe

Yamamoto Building, 7 Floor
71 Kymomochi, Chuo-Ku
Kobe, 650 Japón
Tel: (078) 392-3361/3362
Fax: (078) 392-7208

Apartado Postal:

P.O. Box 43

Kobe Port 650-01, Japón

Cónsul Honorario

Osaka

Moriyama Building, 8 Floor
6-13-7, Fukushina, Fukushimaoku
Osaka-Shi 553 Japón

C. Listado de Instituciones gubernamentales y privadas japonesas

Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca

1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-Ku, Tokyo 100-0013

Tel: (03) 3502-8111 Fax: (03) 3502-0438/8084

Ministerio de Salud Pública

3-3-2 Kasumigaseki, Chiyoda-Ku, Tokyo 100-0013

Tel: (03) 3503-1711

Ministerio de Finanzas

3-1-1 Kasumiga, Chiyoda-Ku, Tokyo 100

Tel: (03) 3581-4111

www.mof.gob.jp/

Ministerio de Comercio Internacional e Industrias (MITI)

1-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-Ku, Tokyo 100-8901

Tel: (03) 3501-1511

Fax: (03) 3501-0997

Japan External Trade Organization (JETRO)

2-2-5 Toranomom, Minato-ku, Tokyo 105-8466

Tel: (03) 3582-5562

Fax: (03) 5572-7044

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

JETRO-San José

Oficentro Ejecutivo La Sabana Piso 2

Edificio Anexo a la Torre 6

San José, Costa Rica.

Teléfono: (506) 296-7885

Fax: (506) 291-1364

D. Listado de direcciones en la Internet

- Información General del Japón en la Internet

Japan Information Network (JIN)

<http://www.jinjapan.org/index.html>

- *Contiene información general acerca de la cultura, sociedad, educación, regiones y ciudades del Japón.*

<http://sunsite.sut.ac.jp/asia/japan/>

- *Ofrece información comprensiva del Japón en materia de turismo, cultura, agencias gubernamentales, economía entre otros.*

CIA: The World Factbook

<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/ja.html>

- *Listado de información geográfica, transporte, economía, comunidad y fuerzas de defensas.*

NTT

<http://www.ntt.co.jp:80/japan/index.html>

- *Información general de Japón.*

Japan Window

<http://www.jwindow.net>

- *Contiene artículos, directorios telefónicos, mapas de Japón y sus ciudades, e información turística.*

Mapas de Japón

<http://jw.nttam.com:80/jmap/htmls>

- *Contiene mapas de Japón y sus ciudades, con la facilidad de encontrar direcciones.*

Mapa de Japón y países vecinos de Asia

<http://www.lib.utexas.edu/libs/pcl/map>

- *Contiene una gran colección de mapas de Japón e Asia.*

Noticias del Japan Mainichi

<http://www.mainichi.co.jp/english/index.html>

- *Versión electrónica del diario de Mainichi, uno de los más antiguos y circulados periódicos en inglés del Japón.*

AsianNet: Japan

<http://www.asiannet.com/japan>

- *Información general del Japón.*

- Información empresarial del Japón en la Internet

Japan External Trade Organization (JETRO)

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

- *Organización promotora de comercio exterior e inversiones, contiene información y brinda asistencia a empresarios interesados en el mercado japonés.*

American Chamber of Commerce in Japan (ACCJ)

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

- *Cámara de Comercio del Japón, contiene información útil y direcciones de otras páginas de Internet de interés (embajadas, instituciones gubernamentales y no gubernamentales).*

Law Resource in Japan

<http://www.lib.duke.edu/ias/eac/lawweb.html>

- *Contiene direcciones de Internet de sitios relacionados con las leyes japonesas.*

Bufetes de abogado en el Japón

<http://www.hg.org/firms-japan.html>

- *Acceso electrónico al listado más grande de firmas de abogados en el Japón.*

Licencias y Permisos Gubernamentales

<http://www.216.22.226.41/safsb/faq/idsb/japreg.html>

- *Información referente a obtención de licencias y sus leyes en el Japón.*

Keidanren (The Japan Federation of Economic Organizations)

<http://www.keidanren.or.jp/a2j/index.html>

- *Listados de información de compañías japonesas, divididas por industria. Contiene leyes y regulaciones japonesas.*

Japanese Business Data

<http://www.jwindow.net/category/busi.html>

- *Contiene información de la banca japonesa, economía y leyes.*

Sistema Financiero del Japón

http://www.ibjs.co.jp/e/res_links/index.html

- *Información referente a leyes, políticas, sistema financiero, cambios recientes en políticas, climas domésticos e internacionales en materias financieras.*

Información Económica del Japón

<http://www.bizlinx.de/english/countries/japan/structure.html>

- *Información comprensiva de cómo hacer negocios en Japón.*

Estados Financieros de Compañías Japonesas

<http://www.japanafinancials.com>

- *Bases de datos de compañías japonesas con información referente a sus direcciones, estados financieros de los últimos cuatro años.*

FRASES JAPONESAS MAS UTILIZADAS

<u>Saludos</u>	<u>Japonés</u>
¿Cómo está usted?	<i>O-genki-desu-ka?</i>
Buenos días	<i>Ohayo gozai-masu</i>
Buenas Tardes	<i>Kon-nichi-wa</i>
Buenas Noches	<i>Komba-wa</i>
Adiós	<i>Sayo-nara</i>
<u>Frases</u>	<u>Japonés</u>
Gracias	<i>Arigato</i>
De nada	<i>Do-itashi-mashite</i>
Perdón	<i>Sumi-masen</i>
Por favor	
1 (cuando se ofrece algo)	<i>Do-zo</i>
2 (cuando se pide algo)	<i>Kudasai</i>
¿Qué es esto?	<i>Kore-wa na-desu-ka?</i>
¿Cuánto cuesta?	<i>Ikura-desu-ka?</i>
Caro	<i>Takai</i>
Barato	<i>Yasui</i>
¿Dónde está el baño?	<i>Torei-wa doko-desu-ka?</i>
Auxilio	<i>Ta-su-ke-te!</i>
Cuidado	<i>Abu-nai!</i>

¿COMO EXPORTAR PRODUCTOS ALIMENTICIOS PROCESADOS Y CONGELADOS?

I. Sinopsis del mercado doméstico japonés para alimentos procesados y congelados

- Listado de principales alimentos procesados congelados:

- VEGETALES:

- Papas Fritas
- Maíz
- Vegetales Chinos
- Frijoles de Soya

Este tipo de productos son adquiridos durante todo el año sin cambios de precios por temporada como los vegetales frescos. Principalmente Japón importa vegetales congelados de La República China y el Sur Este de Asia.

- HAMBURGUESAS Y BOLAS DE CARNES CONGELADAS:

- Carne
- Puerco
- Pollo

Estas son carnes molidas en forma ovalada (Hamburguesas) y forma redonda (Bolas), condimentadas con trozos de vegetales, sazónadores y especias. Su demanda es tanto comercial como de uso casero.

- CROQUETAS CONGELADAS:

- Tipo Papa: Utiliza el saborizante natural de la papa (mantiene una buena demanda en el mercado).
- Tipo Crema: Ingredientes de la Papa son transformados en crema.

- MEDALLONES CONGELADOS:

- Medallones de Carne Molida: Mayor flexibilidad en términos de tamaño, forma e ingredientes; actualmente, mantienen un crecimiento estable en el mercado japonés.
- Medallones de Puerco: Ha experimentado un rápido crecimiento en su demanda.

- **PIZZAS CONGELADAS:**

Producto prometedor para introducir en el mercado Japonés. El mercado doméstico de pizza contribuye a 10 billones de Yen por año (1991). Su mercado se está expandiendo a cafeterías, restaurantes y establecimientos de recreación.

II. TENDENCIAS DEL MERCADO

1. Mercado:

Los alimentos congelados, deben poseer ciertas cualidades como el fácil uso, preservación larga, estabilidad de precios; lo cual ha contribuido al crecimiento de su mercado.

1. Producción:

La tendencia de la producción doméstica de alimentos congelados y procesados, es de incrementar su cuota del mercado, mediante la utilización de productos marinos y vegetales. La principal categoría de alimentos preparados son variedades de alimentos fritos y otro tipo de alimentos preparados, entre los cuales podemos mencionar, las croquetas, platos de arroz, fideos, hamburguesas y medallones de carnes. En la segunda categoría se encuentran los vegetales congelados los cuales comprenden las papas fritas, otros tipos de papas, el zapallo y mazorcas de maíz.

En 1991, Japón contaba con 906 plantas procesadoras de alimentos congelados. La mayoría de estas plantas operan a pequeña escala. El 64% de las plantas tienen un promedio diario de producción por debajo de las 10 toneladas y el 88% de las plantas tienen menos de 100 empleados.

2. Importación:

El porcentaje de exportación de alimentos congelados hacia el Japón, es extremadamente pequeño y con gran potencial de introducción, si se ofrecen precios y calidad competitiva comparado con los de países asiáticos.

3. Consumo:

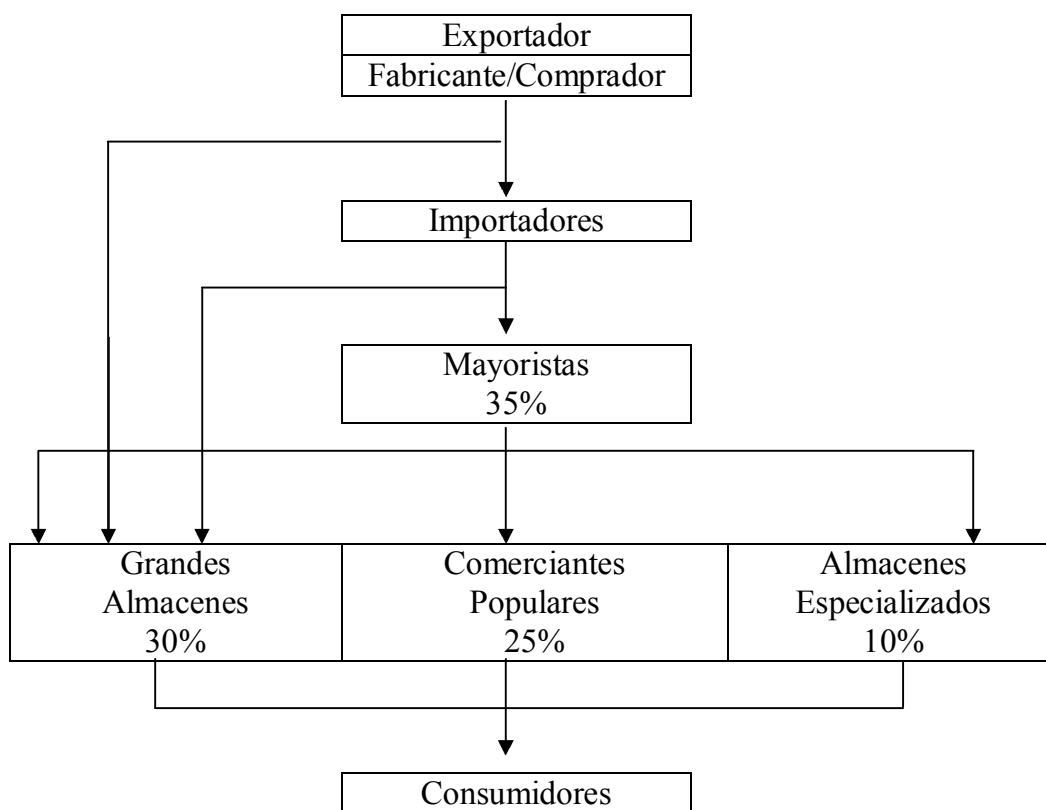
En 1991, el consumo de alimentos congelados en Japón, fue de 1,493,000 toneladas, representando un incremento del 12.2% sobre el total de 1990. El consumo por persona es menor que el de los Estados Unidos o Europa.

Los productos alimenticios congelados y procesados tienen aplicaciones principalmente en el sector comercial y casero.

Su uso comercial consiste principalmente en alimentos que se utilizan en cafeterías institucionales (principal usuario), vendedores de comida de almuerzo, delicatessens (sector con rápido crecimiento), restaurantes de hoteles entre otros. Los vendedores al por menor de alimentos congelados para el consumo casero se hace a través de supermercados, almacenes, y pequeños establecimientos de venta de productos alimenticios.

4. Canales de Distribución:

a) Distribución de productos:



Es común que los japoneses utilicen mayoristas para la venta de sus productos domésticos. Para la venta a Almacenes por departamento y supermercados, un sólo distribuidor es utilizado. Para vendedores al por menor y pequeños establecimientos, distribuidores secundarios son utilizados. En algunos casos de clientes a gran escala, se vende directamente del productor a consumidor, por ejemplo a grandes supermercados.

Muchos Mayoristas tienen facilidades de entrega y almacenaje. Pero, otros distribuidores no tienen estas facilidades y toman pequeños márgenes.

Una porción considerable de los alimentos congelados que se importan hacia el Japón son producciones de compañías japonesas en el extranjero. En estos casos, usualmente el productor va directo al consumidor mediante un mayorista.

En el caso de productores netamente extranjeros y que no utilicen una compañía japonesa para la comercialización de sus productos o les vendan directamente a compañías como Kinokuniya o Meidiya (especializadas en productos importados), éstos utilizan los canales de distribución iguales a los de productos domésticos.

5. Puntos importantes al entrar al mercado japonés:

- La imagen de los productos alimenticios congelados importados no es muy buena, debido a que están considerados insípidos.
- Es necesario hacer un buen análisis de los productos de importación existentes y poner énfasis en el estudio de la selección de ingredientes para satisfacer el paladar japonés (método de preparación, sabor, especies, entre otros).
- Es necesario acoplar el producto a los volúmenes y empaques preferidos por el mercado japonés.
- El mercado doméstico japonés está mercadeando una extensa variedad de productos independientes y ha llegado a su estado de madurez.
- Es necesario introducir un producto que no se esté ofreciendo en este mercado o que considerablemente sea atractivo para el consumidor.
- Japón, tiene énfasis en productos de bajo precio para las loncheras.
- Para productos importados, con impuestos, costos de producción, costos de transportes, etc. se considera difícil su competencia en este sector, debido a la diferencia de costos.

- La automatización de las plantas, a niveles superiores o similares a los niveles japoneses, pueden competir con este sector del mercado.
- Tratar de abarcar un mercado más exclusivo y de mejor calidad, puede ser otra alternativa, ya que éste se basa en la imagen del producto y su marca, el cual es distribuido por almacenes.
- Debido a la importancia de la conservación ambiental para los consumidores, es necesario prestar atención a la forma de empaque del producto. Los empaques han dejado de ser extravagantes y amistosos para el ambiente.
- Es extremadamente difícil para que un nuevo producto gane conocimiento de marca y pueda penetrar el mercado japonés. Por eso es necesario utilizar un productor local o comercializadora japonesa para que ayude en la publicidad y mercadeo del producto.
- Para poder entrar al mercado japonés, es necesario elaborar un plan estratégico el cual incluya el mercadeo, promoción de ventas y publicidad del producto y marca del mismo para su aceptación y venta.

III. REGULACIONES LEGALES:

Los alimentos preparados congelados están sujetos a las mismas leyes japonesas para alimentos de producción doméstica. Principalmente, por las leyes de sanidad alimenticia y controles de agricultura japonesas descritas en el "Food Sanitation Law and the Japanese Agriculture Standard (JAS)".

El Ministerio de Salud tiene como responsabilidad el poner en vigor las leyes de sanidad alimenticia. Los controles de preservación de productos alimenticios son:

- El producto alimenticio, debe ser preservado mediante condiciones sanitarias a una temperatura de -15°C .
- Con respecto a bacterias, todos aquellos productos que son calentados antes de congelarse, que deben calentarse antes de consumir y aquellos sin necesidad de calentar antes de consumir, deben de contener el colon bacillus durmiente y deben contener menos de 100,000 bacterias presentes en muestras de 1 gramo.
- Empacado con una resina sanitaria, papel de aluminio o papel procesado resistente al agua.
- Los productos que no son calentados antes de congelarse, pero deben ser calentados antes de consumir, deben de contener menos de 3,000,000 de bacterias en muestras de 1 gramo y el colon bacillus durmiente.
- El Japan Agricultural Standard (JAS), está bajo la jurisdicción del Ministerio de Agricultura. Existen normas de presentación de información relacionada a la calidad del producto en todos los alimentos preparados y congelados. Incluyen la definición de croquetas congeladas, hamburguesas congeladas, bolas de carnes congeladas, e información referente a los

fabricantes, compañías de venta, contenido y empaquetado de los productos, todos claramente presentados en un formato estándar. Ejemplo de este formato estándar a seguir:

ETIQUETA

1. NOMBRE DEL PRODUCTO
2. NOMBRE DE INGREDIENTES
3. VOLUMEN
4. FECHA DE FABRICACION
5. METODO DE PRESERVACION
6. METODO DE USO
7. NECESIDADES DE RECALENTAR
8. NOMBRE Y DIRECCION
DEL FABRICANTE (Exportador)

- Los productos importados, deben mencionar claramente el país de origen. En el caso de croquetas congeladas, en donde el empanizado excede el 30% del peso del producto, este debe ser mencionado. Para los alimentos que requieren ser calentados antes de consumir, es necesario mencionar la aplicación de calor antes de ser descongelados.

- En caso de aditivos alimenticios, las cantidades permitidas y sus guías de uso, se encuentran en las leyes de sanidad y aditivos alimenticios (Food Sanitation and Food Additives Laws). Por ejemplo, los productos de carnes congeladas, deben contener menos de 2 gramos de ácido sórbico por volumen y menos de 0.07 gramos de ácido sulfúrico en el colorante por 1 Kg. Para vegetales y productos de vegetales procesados, los estándares son de menos de 1 gramo de ácido sórbico por 1 Kg.

- No existen regulaciones específicas referentes a los vegetales congelados; no obstante, desde 1970 la industria ha mantenido un sistema de auto-monitoreo de calidad y controles de sanidad en las etapas de fabricación, transporte y mercadeo.

- La Asociación Japonesa de Alimentos Congelados, "Japan Frozen Foods Association", tiene controles estrictos para cada producto. Entre estos controles se encuentran los niveles de productos, métodos de empaque, sustitutos de productos, grado del producto, cantidad, tamaño, color, saborizantes y calidad de ingredientes.

BIBLIOGRAFIA

- **CIA: THE WORLD FACTBOOK**
<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/ja.html>
- **COUNTRY COMMERCIAL GUIDE : JAPAN**
U.S. Department of State-2001
- **CUSTOMS TARIFF SCHEDULES OF JAPAN**
Japan Tariff Association-2000
- **DOING BUSINESS IN JAPAN**
JETRO Marketing Series-Revised in 1996
- **ESTADISTICAS, BALANZA COMERCIAL ENTRE PANAMA Y JAPON**
Contraloría General de la Republica de Panamá-2000
- **JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION (JETRO)**
<http://www.jetro.go.jp>
- **JAPAN INFORMATION NETWORK (JIN)**
<Http://www.jinjapan.org/index.html>
- **IMPORTED FOODS Q&A**
Japan External Trade Organization-2000
- **JAPANESE CUSTOMS IN BRIEF**
Customs and Tariff Bureau, Ministry of Finance-Abril de 1998
- **OPORTUNIDAD DE EXPORTAR PRODUCTOS ALIMENTICIOS PANAMEÑOS AL JAPON**
Shigeyuki Aoki, Asesor de Comercio Internacional para JETRO y JODC
- **SISTEMA DE INDICACION PARA LOS ALIMENTOS PROCESADOS DE JAPON**
Asociación de Normas de Agricultura de Japón-Marzo 1998

- **THE JAPANESE CONSUMER**
Japan External Trade Organization- Revised in 1998
- **THE JAPANESE MARKET**
Japan External Trade Organization-1996
- **VENTAJAS DE EXPORTAR AL JAPON**
Japan External Trade Organization