

Mercado Japonés 2010

La situación económica de Japón está mejorando, estimándose un crecimiento del PIB en torno al 1,7% y 2,2% para los años 2010 y 2011 respectivamente (estimaciones del FMI al 26 de enero de 2010).

Las autoridades japonesas están implementando un paquete de medidas, que se espera que contribuyan a que el consumo privado crezca a una tasa de un 1% durante el año fiscal 2010, a pesar de los niveles de desempleo en torno al 5,3%. Conjuntamente con esto, se proyecta un aumento de las importaciones durante el año fiscal 2010 en un 4,5% a precios corrientes (durante el año fiscal 2009 estas cayeron en torno al 26,4% a precios corrientes), de acuerdo a las proyecciones del Cabinet Office de Japón al 22 de enero pasado.

Japón es un mercado excepcional para los exportadores de alimentos, considerando que importa anualmente del orden de US\$ 60,5 billones en este tipo de productos, sin embargo la crisis internacional hizo que estas importaciones se vieran afectadas. El mercado japonés privilegia las relaciones de largo plazo con sus contrapartes comerciales, y le da una gran importancia a la calidad de los productos, así como a la contribución que estos hacen en beneficio de la salud de las personas. Hay que destacar igualmente, que el factor precio ha adquirido relevancia durante este período de crisis.

A mediados del año 2009, y cuando la crisis internacional se notaba fuertemente en el mercado japonés, había productos chilenos que a pesar de eso, mostraban un crecimiento relevante. Podemos destacar entre estos productos: Salmones y Truchas congelados (enteros HG congelados, y en filetes); Vinos Embotellados; Jugos de Uvas y Manzanas; Espárragos Congelados; Aceite de Pescado; Pimentón Seco Molido.

La recuperación económica japonesa, y por ende del consumo de las personas en Japón, contribuirá a un crecimiento en las exportaciones de alimentos a este país. Chile, en el intertanto deberá consolidar el posicionamiento de aquellos productos que han tenido un comportamiento positivo, y asimismo fortalecer el ingreso de aquellos otros que tienen potencialidad.

Los productos chilenos del sector alimentos que tienen un papel relevante en el mercado japonés son: Salmones y Truchas, Erizos, Carnes de Cerdo, Vinos Embotellados, Uvas, Berries, Limones. Por otro lado, existen otros productos con potencialidad, como por ejemplo: Filetes de Merluza Congelados, Salmones Ahumados, Abalones, Ostiones, Choritos, Mero, Cerezas Frescas, Naranjas, Papayas, Nueces, Ciruelas Secas, Pasas, Quesos, Aceite de Oliva, Cecinas, Paltas, Miel, Vinagres.

Dada la recuperación que ya se observa en la economía japonesa, es ahora el momento en que debemos intensificar las misiones comerciales de promoción de nuestros productos, siendo la Semana de Chile, un evento que nos permitirá fortalecer el posicionamiento de nuestra oferta exportable, mediante la exhibición de nuestros productos, la realización de reuniones de negocios bilaterales, seminarios temáticos, así como la difusión de estas actividades en los medios de prensa japoneses.

Productos y/o servicios de mayor interés

Agroindustria

cerdo, bovino (particularmente lengua), wagyu, cecinas, quesos

aceite de oliva, miel, productos gourmet, vinagres, vinos,

bulbos de liliun y cala, abejas reina

Frutas

uva, kiwi, cerezas, berries congelados, papayas, naranjas, mandarinas

nueces, ciruelas secas, pasas

Productos del Mar

salmones ahumados, locos, abalones, ostiones, choritos, mero

Otros servicios

operadores turísticos que se enfoquen esencialmente al norte de Chile (desierto)

Isla de Pascua, y sur de Chile (lagos, glaciares, Torres del Paine)