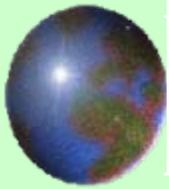


JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

**Miércoles del Exportador
20 de junio, 2007**

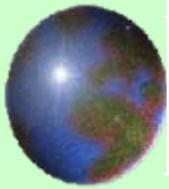
**Comisión de Promoción del Perú para
la Exportación y el Turismo PROMPERU**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

**“JETRO; HACIENDO NEGOCIOS
POSIBILIDADES DE INGRESO AL
MERCADO JAPONES”**



JETRO

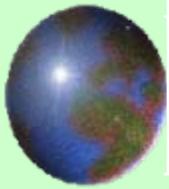
JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

**I. PANORAMA GENERAL DEL
JAPON**

II. JETRO: ¿QUE ES JETRO ?

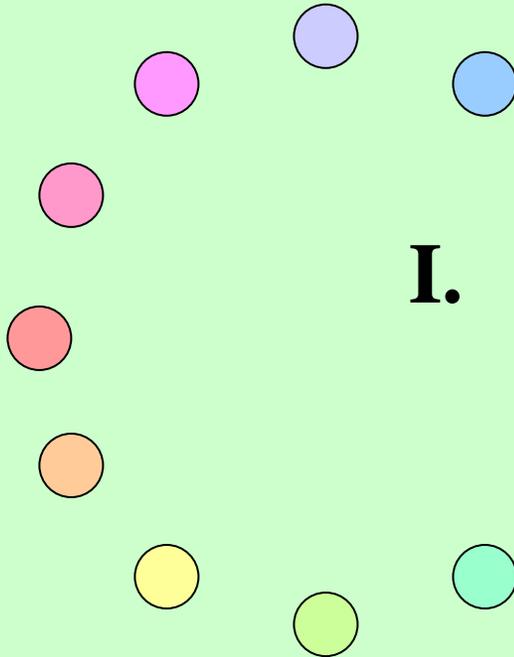
ACTIVIDADES DE JETRO

**III. ALGUNAS CARACTERISTICAS
DEL MERCADO JAPONES.....**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



I. PANORAMA

GENERAL DEL JAPON

➤ **Mapa del Japón**

➤ **Principales Indicadores Económicos del Japón**

Map of Japan



HOKKAIDO

01 Hokkaido

01

TOHOKU

- 02 Aomori
- 03 Iwate
- 04 Miyagi
- 05 Akita
- 06 Yamagata
- 07 Fukushima

HOKURIKU

- 15 Niigata
- 16 Toyama
- 17 Ishikawa
- 18 Fukui

CHUGOKU

- 31 Tottori
- 32 Shimane
- 33 Okayama
- 34 Hiroshima
- 35 Yamaguchi

KANTO

- 08 Ibaraki
- 09 Tochigi
- 10 Gunma
- 11 Saitama
- 12 Chiba
- 13 Tokyo
- 14 Kanagawa

CHUBU

- 19 Yamanashi
- 20 Nagano
- 21 Gifu
- 22 Shizuoka
- 23 Aichi
- 24 Mie

KINKI

- 25 Shiga
- 26 Kyoto
- 27 Osaka
- 28 Hyogo
- 29 Nara
- 30 Wakayama

SHIKOKU

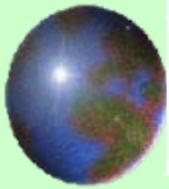
- 36 Tokushima
- 37 Kagawa
- 38 Ehime
- 39 Kochi

KYUSHU

- 40 Fukuoka
- 41 Saga
- 42 Nagasaki
- 43 Kumamoto
- 44 Oita
- 45 Miyazaki
- 46 Kagoshima

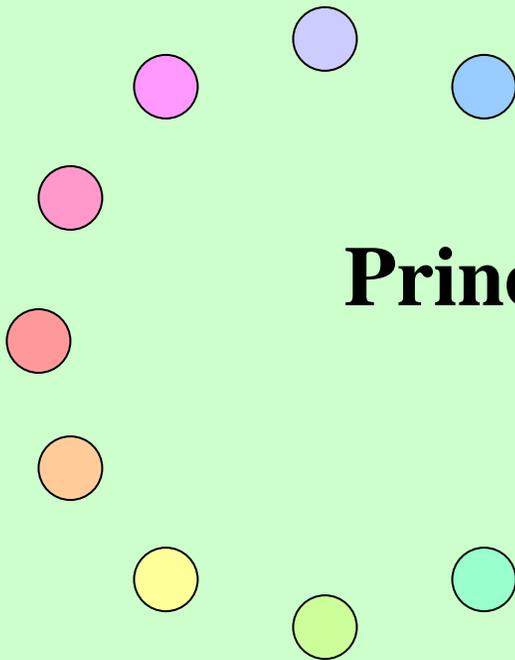
OKINAWA

47 Okinawa



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



Principales Indicadores Económicos del Japon

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS DEL JAPON 2002 ~ 2005

	2002	2003	2004	2005
TASA DE CRECIMIENTO REAL del PBI (%)	- 0.3	- 1.3	2.7	2.6
IMPORTACIONES (Miles de millones US\$ inc Servicios)	408.9	452.6	542.0	610.5
EXPORTACIONES (Miles de millones US\$ inc . Servicios)	460.6	524.9	636.1	680.9
POBLACIÓN	127.3 (Millones)	127.4 (Millones)	127.5 (Millones)	127.6 (Millones)
TASA DE INFLACIÓN (1) (Indice de Precios al Consumidor)	- 0.1	- 0.2	- 0.3	- 0.3
TASA DE DESEMPLEO (%)	5.4	5.3	4.7	4.3
TIPO DE CAMBIO JPY US\$	125.2	115.9	1082	110.2

BALANZA COMERCIAL PERU - JAPON (US)

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	DIFERENCIA
2002	374,295,672	406,690,988	-33,395,316
2003	391,177,718	368,386,306	22,791,412
2004	554,160,387	359,191,949	194,986,438
2005	605,752,251	445,274,536	160,447,715
2006* A Nov.	1,050,470,923	488,731,001	561,739,922

EXPORTACIONES DEL SECTOR TRADICIONAL (1/2)

Valores FOB US\$

PRODUCTOS	2005	2006	Variación %
COBRE	272,611,180	522,840,256	91.79
HIERRO	11,405,326	30,566,775	168.00
PLATA	38,902,222	120,865,959	210.69
PLOMO	14,236,427	24,820,641	74.35
ZINC	79,279,787	268,979,772	239.28
ORO	0	0	
ESTAÑO	0	3,844,745	
RESTO MINERO	4,415,218	3,414,417	-22.67

EXPORTACIONES DEL SECTOR TRADICIONAL (2/2)
Valores FOB US\$

PRODUCTOS	2005	2006	Variación %
HARINA DE PESCADO	103,030,248	164,479,813	59.64
ACEITE DE PESCADO	7,318,552	4,039,999	-44.80
DERIVADOS	176	0	-100.00
ALGODÓN	226,696	307,126	35.48
AZÚCAR	0	1	
CAFÉ	5,853,534	12,559,405	114.56
RESTO AGRÍCOLA	152,679	148,617	-2.66
TOTAL	537,432,045	1,156,867,526	115.26

EXPORTACIONES DEL SECTOR NO TRADICIONAL (1/3)

Valores FOB US\$

PRODUCTOS	2005	2006	Variación %
AGROPECUARIO	13,714,639	17,293,688	26.10
TEXTIL	10,076,061	11,455,034	13.69
CONGELADOS	18,579,432	17,154,122	-7.67
CONSERVAS	325,406	551,190	69.39
FRESCO	1,758,794	1,447,544	-17.70
CURADOS	1,315,604	620,527	-52.83
DIVERSOS	794	1	-99.87

EXPORTACIONES DEL SECTOR NO TRADICIONAL (2/3)

Valores FOB US\$

PRODUCTOS	2005	2006	Variación %
HARINA	118,897	260,202	118.85
VIVOS	574,604	527,517	-8.19
QUÍMICO	3,672,052	3,684,495	0.34
METAL-MECÁNICO	198,854	170,397	-14.31
SIDERO-METALÚRGICO	16,690,997	17,985,089	7.75
MINERÍA NO METÁLICA	311,581	425,834	36.67
MADERAS	54,410	81,762	50.27

EXPORTACIONES DEL SECTOR NO TRADICIONAL (2/3)

Valores FOB US\$

PRODUCTOS	2005	2006	Variación %
PAPELES	29,403	20,273	-31.05
PIELES Y CUEROS	248,327	461,537	85.86
ARTESANÍAS	311,008	366,917	17.98
VARIOS (inc. joyería)	336,856	390,331	15.87
TOTAL	68,317,719	72,896,459	6.70

Fuente: **PROMPEX**

Elaboración: **JETRO - LIMA**

JETRO

PRODUCTOS

AGROPECUARIO

**Frutas: Plátanos orgánicos - Camu camu -
Mango**

Hortalizas: Espárgos

Cereales: Maíz gigante

Colorantes Vegetales: Carmín de Cochinilla-

**Bebidas – Líquidos alcohólicos – Grasas y Aceites
animales**

TEXTIL

**Hilados – Fibras – Tejidos - Mantas, gorros, chalinas de
alpaca - Prendas de vestir de punto y tejido plano**

PESCA:

**Moluscos – Productos marinos –
Pescados – Crustáceos**

Grasas y aceites de epscado

HARINA :

Harina de pota – Harina de maca

VIVOS:

Peces ornamentales

QUIMICOS

Extractos p/curtiembres Pigmentos -

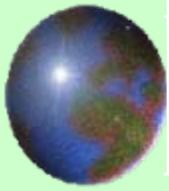
MADERAS

Madera aserrada

Productos manufacturados

VARIOS:

Joyería y orfebrería - Pieles y cueros



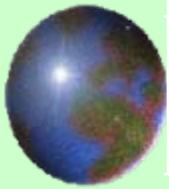
JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



II. JETRO: ¿QUÉ ES?

- ACTIVIDADES Y FUNCIONES -



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

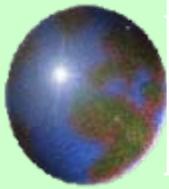
JETRO: ¿QUÉ ES?

**ORGANIZACION OFICIAL DEL JAPON
PARA EL COMERCIO EXTERIOR**

DPTO. DE SERVICIOS DE INFORMACION

Alejandrina Kunigami

E mail: akunigami@jetro.org.pe

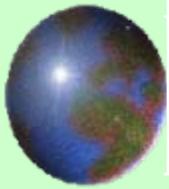


JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

JETRO - LIMA

Objetivo: Apoyar sistemáticamente a las empresas japonesas, incluyendo a aquellas instaladas en Lima, con información de negocios estratégicos para su toma de decisiones, a través de actividades como coordinación, asesoría, estudios y difusión; así como otras actividades específicas, para desarrollar e impulsar los negocios entre ambos países

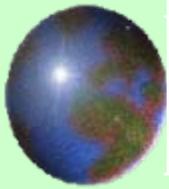


JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

2. FUNCIONES DE JETRO

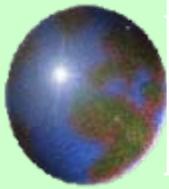
- **PROMOVER LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA (IED) HACIA JAPÓN.**
- **ASISTIR A LAS PEQUEÑAS FIRMAS JAPONESAS.**
- **AYUDAR A LAS EMPRESAS EXTRANJERAS PARA INGRESAR AL MERCADO JAPONÉS.**
- **APOYAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO.**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

- **SECUNDAR LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA REGIONAL DE JAPÓN.**
- **RESPALDAR LOS NEGOCIOS JAPONESES EN EL EXTERIOR.**
- **SUMINISTRAR EN JAPÓN INFORMACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL.**
- **PROPORCIONAR UNA BASE INTELECTUAL (IDE).**
- **REALIZAR ESTUDIOS EN LAS ECONOMÍAS EN DESARROLLO (IDE)**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

3. ACTIVIDADES DE PROMOCION y COOPERACION

3.1 COMERCIO:

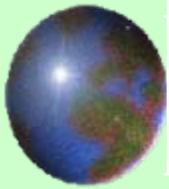
APOYAR LAS EXPORTACIONES AL JAPON

3.2 INVERSIONES EXTRANJERAS

3.3 GOBIERNO A GOBIERNO

3.4 OTRAS FORMAS DE COOPERACION

3.5 ANALISIS E INVESTIGACION DE LA ECONOMIA E INDUSTRIAS DE LOS PAISES

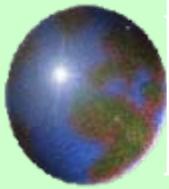


JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

3. 4 OTRAS FORMAS DE COOPERACION

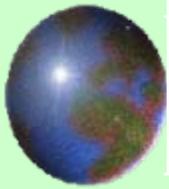
- 1 PROGRAMA DE FOMENTO DE LA
IND. DE ALIMENTOS ORGANICOS DE
SUDAMERICA**
- 2 PROGRAMA ANDINO: ANÁLISIS E
IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALES
ALIMENTOS ANDINOS PARA SU
EXPORTACIÓN**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

- 3 ENVIO DE EXPERTOS A CONOCER
“IN SITU” EL MERCADO JAPONES**
- 4 ENVIO DE EXPERTOS JAPONESES
PARA ADECUAR LOS PRODUCTOS AL
MERCADO JAPONES**
- 5 OTROS SERVICIOS DE INFORMACION**

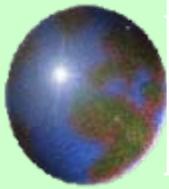


JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

ACTIVIDADES DE PROMOCION y COOPERACION

- 5. ANALISIS E INVESTIGACION DE LA ECONOMIA E INDUSTRIAS DE LOS PAISES**
 - MEDIANTE CONTRAPARTES EN:**
 - BOLIVIA: CANCELLERIA ~ CEPROBOL**
 - ECUADOR: CORPEI**
 - PERU: PROMPERU**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

ACTIVIDADES DE PROMOCION y COOPERACION

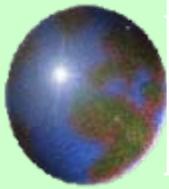
6. COMUNICACION Y COOPERACION

**CONTACTO DIRECTO CON LOS SECTORES
GOBIERNO Y PRIVADO**

**EN EL CASO DEL PERU: MINCETUR
PROMPERU – ADEX – CAMARA DE
COMERCIO – SNI, entre otras**

7. APOYO DE PARTICIPACION EN FERIAS:

FOODEX (2006) – Bio Fach Japan (2004)



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

SERVICIOS GRATUITOS QUE OFRECE JETRO SOBRE EL MERCADO JAPONES

Web site

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

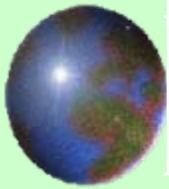
(En idiomas: Inglés y japonés)

2. MEXICO <http://www.jetro.go.jp/mexico>

(Algunos informes con traducción al español)

3. CHILE <http://www.jetro-go.jp/chile>

4. ARGENTINA <http://www.jetro.go.jp/argentina>



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

**Busca contactos de negocios con el Japón?
Regístrate sin costo para encuentros de negocios
internacionales**

***Business
Matching!***



Trade Tie-up Promotion Program



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

**¿Desea promover su feria comercial sin costo?
¿Busca una feria adecuada para su producto?**

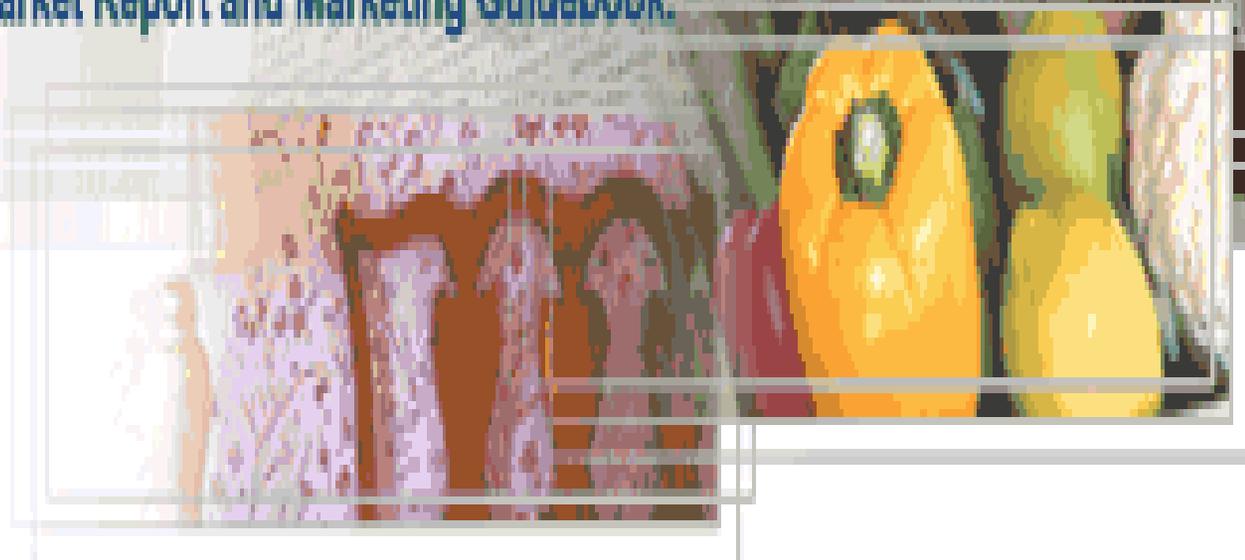


Trade Fair Information
J-messe

podra ver informacion de mas de 6,000 ferias y exposiciones de todo el mundo y cerca de 400 del Japón

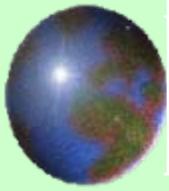
Market Information

Market Information is an online database of JETRO market reports, including the Japanese Market Report and Marketing Guidebook.



- Agriculture, Forestry, Fisheries, Mining, Electricity, Water, Gas & Construction
- Food
- Textiles & Apparel
- Paper & Pulp, Chemicals & Chemical Products
- Medicine
- Biotechnology
- Non-electrical Machinery
- Electrical Equipment
- Automobile & Parts
- Wholesale & Retail

- Finance & Insurance
- Real Estate, Rental & Leasing
- Shipping & Warehousing
- IT (Intelligent Technology)
- Healthcare, Education & Social Services
- Business, Professional, Scientific & Technical Services
- Hotels, Leisure & Restaurants
- Environment
- Content
- Others



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



III. ALGUNAS CARACTERISTICAS DEL MERCADO JAPONES

MERCADO JAPONES

JAPON, REPRESENTA UN MERCADO DE:

127 millones de habitantes

46.4 millones de hogares

% HOGARES DE UN SOLO MIEMBRO 24%

PROPORCION DE LA 3ERA. EDAD 17%

% DE MUJERES CASADAS TRABAJANDO 36%

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON LOS
MOTORES DE LA DEMANDA.**

MERCADO JAPONES

➤ **SEGUNDO MERCADO MAS GRANDE**

➤ **MERCADO HOMOGENEO: HABITANTES CON PODER ADQUISITIVO**

➤ **TIENE UN SISTEMA DE DISTRIBUCION INTERNO: LOS PRODUCTOS SE DISTRUBUYEN CON RAPIDEZ**

➤ **LOS PRECIOS TIENDEN A SER LOS MISMOS EN TODO EL JAPON DE NORTE A SUR, INCLUYENDO OKINAWA A MAS DE 3,000 KMS.**

- **LOS JAPONESES TIENEN SUS PROPIOS GUSTOS, MODAS y DISEÑOS**
- **EXIGEN BUENA CALIDAD y PRESENTACION EN UN PRODUCTO**
- **IMPORTADORES, DISTRIBUIDORES: MAYORISTAS, MINORISTAS EXIGEN PUNTUALIDAD EN LA ENTREGA DE SUS PRODUCTOS**
- **LA BASE DE TODA RELACION COMERCIAL ES CONOCER SUS COSTUMBRES , FORMA DE NEGOCIAR – SE REQUIERE DE PACIENCIA Y LLEGAR A GANAR SU CONFIANZA**

LEYES QUE DEBEN TENERSE EN CUENTA

● CONVENIO DE WASHINGTON

● ESTANDARES y REGULACIONES:

- ❖ JIS (INDUSTRIAS)

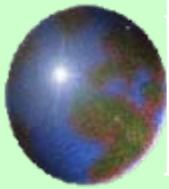
- ❖ JAS (ALIMENTOS)

- ❖ LEY DE SANIDAD ALIMENTARIA

- ❖ LEY DE CUARENTENA VEGETAL

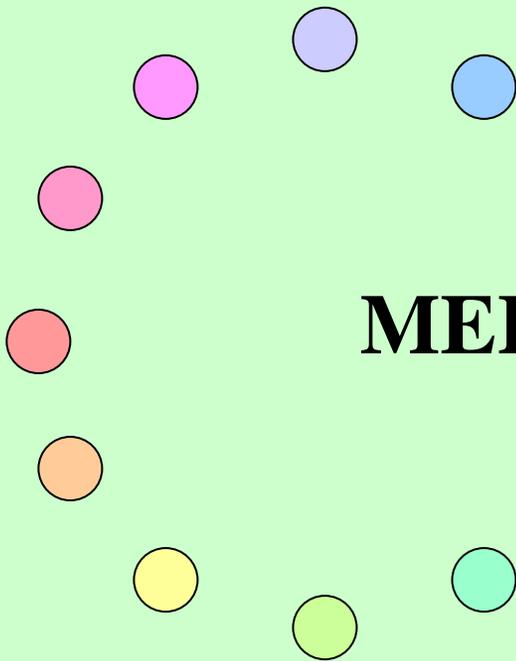
- ❖ LEY DE CUARENTENA ANIMAL

- ❖ LEY DE FARMACOS: ALIMENTOS SALUDABLES



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



MERCADO DE ALIMENTOS

AUMENTO DE ALIMENTOS IMPORTADOS

HASTA LOS ALIMENTOS TRADICIONALES, SUS MATERIAS PRIMAS DEPENDEN DE LAS IMPORTACIONES

- **PESCADOS y MARISCOS PARA “SUSHI”, “SASHIMI”, etc. SALMON DE CHILE, ATUN DEL OCEANO INDICO, CANGREJO DE RUSIA y CANADA, etc.**
- **SOYA, ETC. (MATERIA PRIMA DEL QUESO DE SOYA, SOYA FERMENTADA, etc.**

Salmón de cultivo de Chile



VIDA y CULTURA ALIMENTARIA DE JAPON

INFLUENCIA DEL ESTILO DE COMIDA COMERCIAL DEL EXTRANJERO

- **VIDA y CULTURA ALIMENTARIA
EUROPEA**

Comida rápida

Tiendas de conveniencia

Restaurantes familiares, etc.



COMIDA RAPIDA

竹下ビル

竹下経営会計事務所

LAWSON

TIENDAS DE CONVENIENCIA



HOT DRINK

HOT DRINK

お寿司はいつでも
新鮮です

寿司

お寿司

CONSUMIDORES DE JAPON

A. ASPIRACIONES HACIA UN ALIMENTO MAS SEGURO y CONFIABLE

- **Preocupación por los aditivos sintéticos y agroquímicos residuales**

B. PREFERENCIA POR LO AUTENTICO Y NATURAL

- **Preferencia por la originalidad**
- **Preferencia por lo natural**

C. ALIMENTOS FUNCIONALES

- **Tendencias a priorizar las bondades para la salud antes que el sabor**

EJEMPLOS DE PRODUCTOS ACEPTADOS POR LOS CONSUMIDORES JAPONESES

- ① **LOS QUE UTILICEN ADITIVOS NATURALES EN LUGAR DE SINTETICOS**
 - **Colorantes naturales de origen natural, etc.**

- ② **BAJAS CALOREIAS, SIN AZUCAR (estevia, etc.)**
 - **Caramelos, gomas de mascar, bebidas, etc.**

- ③ **PRODUCTOS QUE DESTAQUEN LA FUNCIONALIDAD**
 - **Productos con funcionalidad en sus componentes Aminoácidos naturales, minerales, fibras alimentarias, etc.**

**④ ALIMENTOS CERTIFICADOS POR LA
SEGURIDAD y CONFIABILIDAD**

- Alimentos funcionales, bajo contenido de agroquímicos residuales, soja no transgénica, etc.

**⑤ MATERIA PRIMA QUE DESTAQUE LA
ORIGINALIDAD**

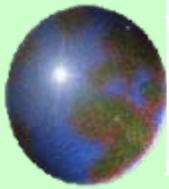
- Por ejemplo, plátanos para cocer, papa andina, quinua, etc.

ENCUESTA NACIONAL AL

CONSUMIDOR JAPONES (IMPORTANCIA DE ETIQUETADO)

PUNTOS CLAVE PARA SELECCIONAR ALIMENTOS EN RAZON DE ETIQUETADO

- Fecha de expiración: 96% País de origen: 73.7%
- Aditivos: 69.6% Ingredientes: 68.7%
- Transgénicos: 62.9%
- Químicos, residuos de pesticidas: 51.7%
- 40% de consumidores tratan de evitar comprar productos con aditivos
- 60% leen bien las etiquetas antes de comprar



JETRO

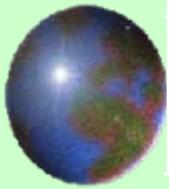
JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

EMBALAJES EN EL JAPON

Para productos agrícolas:

Uniformidad en:

- El color**
- Tamaño**
- Forma**
- Limpieza**
- Número de piezas en cada caja**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



LEY JAS

**PARA: ALIMENTOS
ORGANICOS**

**Explicación sobre los alimentos
orgánicos de la norma JAS de
interés especialmente alto.**



Ley JAS

Explicación sobre los alimentos orgánicos de la norma JAS de interés especialmente alto.

- **Las normas JAS de alimentos orgánicos, establecen el siguiente método de producción.**

Productos agrícolas orgánicos

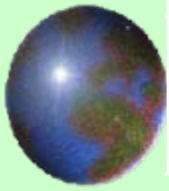
- **① Cultivo en huertas que no hayan usado agroquímicos y fertilizantes químicos prohibidos durante más de 2 años antes de la siembra y la plantación.**
- **② No utilizar agroquímicos ni fertilizantes químicos prohibidos durante el período de cultivo.**
- **③ No utilizar la tecnología de recombinación de genes.**

Alimentos procesados orgánicos

- ① Evitar en lo posible los aditivos y productos químicos sintetizados químicamente.**
- ② Más del 95% de las materias primas deben ser alimentos orgánicos exceptuando el agua y la sal.**
- ③ No utilizar la tecnología de recombinación de genes.**

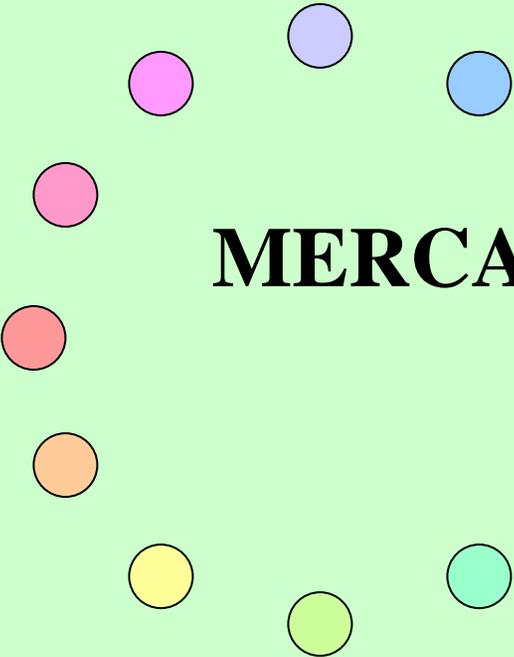
Si la producción de alimentos orgánicos se ajusta o no a las normas JAS, debe ser inspeccionada por un organismo de certificación registrado, y como resultado de ello, pueden adherir la marca JAS orgánica sólo los productores certificados.

- ○ **Importación de alimentos orgánicos desde el extranjero**
- **Como método para indicar la marca JAS de orgánicos importados, existen los siguientes tres Métodos:**
- ① **Método de importar adhiriendo la marca JAS de alimentos orgánicos producidos y fabricados por fabricantes extranjeros que hayan recibido la certificación del organismo de certificación registrado reconocido como similar a los alimentos orgánicos JAS.**
- ② **Método de importar adhiriendo la marca JAS de orgánicos por un importador que haya recibido la certificación de un organismo de certificación registrado en Japón.**
- ③ **Método de importar adhiriendo la marca JAS en los alimentos orgánicos producidos y fabricados por un fabricante que haya recibido la certificación de un organismo de certificación registrado en Japón.**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



MERCADO DE ARTICULOS

GENERALES DE JAPON

MERCADO DE ARTICULOS GENERALES DE JAPON

- Los renglones de artículos generales son muy variados y la banda de precios y los usos son amplios
- Esquema de comercialización en Japón: Tiendas especializadas, supermercados, grandes tiendas, centros comerciales suburbanos, venta por la red, etc.
- Últimas tendencias de consumo de los japoneses (Tiendas de ¥100 y artículos de marca)

- **Los artículos con sensación exótica en el diseño y colorido, reciben la denominación general de “étnicos”.**
⇒ **Prescindentemente del país de origen, ya sea Asia, África, América, Centro y Sudamérica, etc., entran dentro de la misma categoría.**
- **El rival es Asia que tiene ventajas geográficas y culturales.**





JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO



JETRO

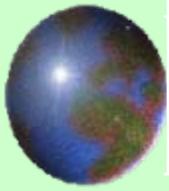


JETRO

ALGUNOS ASPECTOS QUE DIFICULTAN LAS OPERACIONES DE IMPORTACION

- Rotura por la humedad y secado**
- Irregularidad de calidad**
- Talle de las indumentarias**
- Desteñido**
- Embalaje**
- Lentitud en las acciones**
- Falta de flexibilidad**



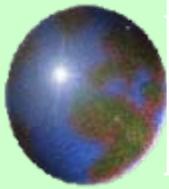


JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



**PARTICULARIDAD DEL
SISTEMA COMERCIAL
EN EL JAPON**



JETRO

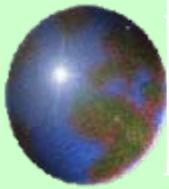
JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

APERTURA DEL MERCADO:

- **Reducción en Tarifas ~ Exoneraciones**
- **Eliminación o moderación de cuotas de importaciones**
- **Procedimientos de importación y aduaneros, más dinámicos**
- **Armonización de Certificaciones**
- **Administración más transparente.**

OTRAS MEDIDAS:

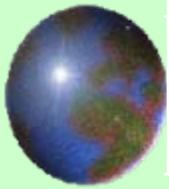
- **Establecimiento de FAZs (Foreign Access Zone)**
- **SGP (Sistema General de Preferencias)**



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

- **El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)**
- **Fue institucionalizado por el Japón en 1971 a través de la Ley de Medidas Arancelarias Transitorias (“Temporary Tariff Measures Law”), la cual regula los productos incluidos, los márgenes de reducciones arancelarias, medidas de salvaguardia, límites máximos y medidas especiales en favor de los países menos adelantados (PMA) y las normas de origen respectivas.**
- **El SGP japonés comprende reducciones del arancel vigente hasta la total exoneración del pago de derechos arancelarios. Fue renovado nuevamente en el 2001, hasta el 31 de marzo del 2011.**



JETRO

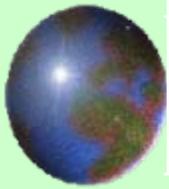
JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

• **Actualmente, entre los beneficiarios del SGP japonés se en cuentan 164 países y territorios en desarrollo, de acuerdo a un listado.**

□ Diferenciación

Los productos susceptibles de gozar de las ventajas del SGP japonés se clasifican en el componente agrícola y pesquero; y, en el componente industrial y minero, los cuales son tratados de modo diferente.

<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/index.html>



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

En caso del PERU, y de otros países latinoamericanos tenemos que solo se aprovecha el 3% del universo de 200 partidas y subpartidas y 16 capítulos de la lista de productos que se incluyen en el Sistema Preferencial del Japón.

La mayor parte y como sucede con los otros países que exportan hacia el mercado japonés son productos del sector agroindustrial. Que debido a restricciones de medidas sanitarias y fitosanitarias del Japón, muchos productos frescos (frutas) no pueden ingresar si antes no han tenido un proceso, valor en su elaboración: Congelado, conservas, etc.



Sale 松茸
1500
8000

Sale 広告の品
桃・梨フルーツギフト
1箱 3000円

Sale 広告の品
静岡県産マスクメロン
1コ 3000円

箱に「FRESH」のロゴとイラストが描かれています。

箱に「MELON」のロゴが描かれています。

QUEEN'S SEITAN

QUEEN'S SEITAN

JETRO



産地
フィリピン

税込

1kg 480円





【長野県東筑摩郡波田町下原】
下原スイカ
1/4カット 1パックあたり約1.5kg
 1/4切 **890**

山形産
すいか
果肉が柔らかく甘みが良いです。
 1/4カット **750**
714

長野産
クリームスイカ
1/4
690

山形産
桃中玉
果汁が多く、柔らかい果肉
 天日に熟させたので今年は特におすすめです。
 3ヶ **8**
990
 税別価格



市原果業AL
株式会社市原果業



品名
ハウスみかん
税込
2800



バナナ

1700g 400円
1700g 400円

300円







Sale ^{甘っり乃}
トロバナイン
1体 **680** 円





アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円

アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円

アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円

アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円
アスパラガス 100g 100円

752# 790

657# 090



ツの保存法

新鮮なフルーツの保存法

フルーツの保存法について詳しく説明しています。新鮮なフルーツを長く楽しむためには、適切な保存方法が重要です。本冊子では、様々な種類のフルーツに対する最適な保存方法を詳しく解説しています。ぜひご覧ください。

SALE!

佐賀上場産

ハウスみかん

たいへん甘味があります。冷たく冷やしても美味しい!!

1pk

税込価格 ¥569 **598**

HABAS REFRIGERADAS





蜂蜜
/KG
100% 純粋
国産蜂蜜

945
4804629081101



ENVASES DE JUGOS, VITAMINAS,
CALCIO



CAFÉ: EN BRUTO y PRODUCTOS DE CAFE

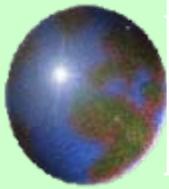


PUDIN DE MANGO



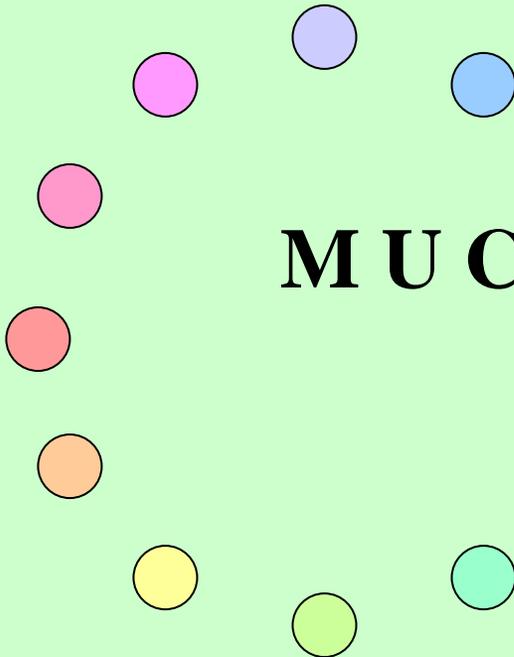
JUGOS DE MANGO





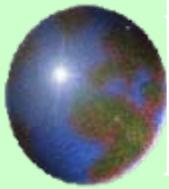
JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



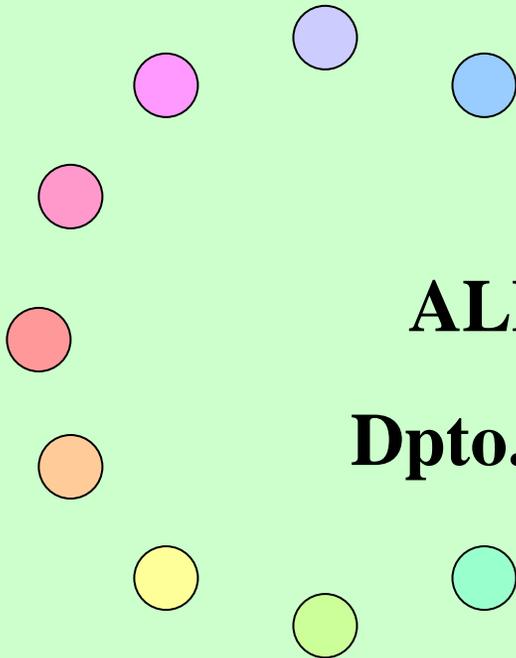
M U C H A S

G R A C I A S



JETRO

JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION



ALEJANDRINA KUNIGAMI

Dpto. de Servicios de Información

E mail: akunigami@jetro.org.pe