



Newsletter de la Consejería
Agrícola de Chile en Japón

N°21, Dic. 2009

Ferias y Exposiciones

**A) 44th 2010
Super Market
Trade Show**
<http://www.smts.jp>

Fecha:
8-10 Feb. 2010

Lugar:
Tokyo Big Sight, Tokyo.

Objetivo: Una exposición de medio ambiente, protección ambiental, reciclaje, negocio al por mayor, alimentos y alimentos procesados etc.

Oficina Agrícola en Japón
Nihon Seimei Akabanebashi
Bldg, 7F. 3-1-14 Shiba,
Minato-Ku, Tokyo
Fonos:
Of: 81+3+3769 0755
Cel: 81+3+090 71764490
E-mail: agricolainfo@chile.or.jp



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE AGRICULTURA

En esta edición:

Análisis: Mercado de los productos agrícolas orgánicos en Japón

Noticia: Proceso de renegociación del AAE entre México y Japón (Carnes)

Oficina Agrícola Japón actualizó su Página Web:

www.chile.or.jp

Análisis

Mercado de los productos agrícolas orgánicos en Japón

JIG - SK

Perspectivas de la agricultura orgánica en Japón

La agricultura orgánica en Japón presenta en la actualidad un nivel muy bajo de desarrollo en comparación con EEUU y países Europeos que han tenido una larga historia en el tema. Lo anterior se explica principalmente debido a dos grandes razones: una productiva y otra de las preferencias del consumidor japonés.

En el **ámbito productivo**, Japón tiene condiciones agroclimáticas muy desventajosas para desarrollar una agricultura orgánica (por el clima cálido y alta humedad, debe recurrir necesariamente al uso de agroquímicos), y por lo tanto la oferta local es muy baja. Por el lado del **perfil del consumidor final** japonés, las condicionantes se refieren a que el foco principal que busca en estos productos el consumidor japonés se centra principalmente en la calidad del producto obtenido, más que en consideraciones de sustentabilidad ambiental.

Diversas opiniones de medios especializados indican que los productos orgánicos en Japón nunca alcanzarán los niveles de penetración de los países occidentales, estimándose que se posicionarían en el mediano plazo en cerca de un 2% del mercado total de alimentos lo que equivaldría a 1 trillón de US\$. Si bien esta cifra no es alta en proporción, si lo es si se considera la población de este país y que la presencia de estos productos actualmente bordea el 0,5% del mercado total de alimentos.

Producción orgánica local en Japón

Los productos orgánicos locales (vegetales) representaban menos de un 0,2% de la producción agrícola total japonesa en el año 2007, y se estima que dicha proporción no ha variado sustantivamente a la fecha. Los rubros donde proporcionalmente se realizan más prácticas orgánicas son las hortalizas frescas, el té verde y el arroz.

Producto	Producción nacional (Ton)	Certificación Orgánica en Japón (Ton)	%
Verduras	16.265.000	32.780	0,20%
Frutas	3.492.000	2.199	0,06%
Arroz	8.714.000	10.828	0,12%
Trigo	1.104.000	721	0,07%
Soja	227.000	986	0,43%
Té verde	94.100	1.702	1,81%
Otros productos agrícolas	141.000	4.231	3,00%
Total	30.037.100	53.447	0,18%

Fuente: MAFF 2008

Consumo de productos orgánicos en Japón

Si bien no existen estadísticas precisas acerca del consumo de productos orgánicos en Japón, alguna aproximación es posible hacer a partir de las cifras de productos japoneses certificados por JAS, más los productos extranjeros que fueron certificados en su origen para ser exportados a Japón.

Tipo de Producto	Certif en Japon	Certif. en exterior	Total por tipo prod
Productos agric. primarios	53.447	1.902.279	1.955.726 (87%)
Productos agric. procesados	133.907	164.804	298.711 (13%)
Total por lugar certificación	187.354 (8%)	2.067.083 (92%)	2.254.437

Fuente: Elab propia en base a MAFF 2008

De acuerdo a lo anterior se aprecia que de los productos agrícolas **primarios** existe un total de casi 2.000.000 toneladas certificadas como orgánicas para el mercado de Japón. De ellas, sólo un 3% es producto local japonés, y el 97% restante corresponde a productos agrícola primarios importados. Dentro del grupo de los productos agrícolas orgánicos primarios, el producto que destaca como el más relevante es la Caña de Azúcar con un 76% del total certificado. Aunque a mayor distancia, le siguen en importancia relativa las frutas, hortalizas y soja orgánica.

En cuanto a los productos agrícolas **procesados** y con certificación orgánica, el volumen es significativamente menor llegando sólo casi a las 300.000 toneladas certificadas como orgánicas para el mercado de Japón. De ellas, un 45% es producto local japonés, y el 55% restante corresponde a productos importados. Dentro de esta categoría, la azúcar orgánica importada es el producto que tiene la mayor relevancia (un 29% del total certificado). Le siguen en importancia el queso de soja y la leche de soja (24% del total certificado) los cuales son producidos en Japón, y los bebestibles en base a frutas y en base a café (9% entre ambos), que son productos de alto consumo en Japón.

Potencial de ingreso de productos orgánicos de Chile

Al tener Chile una oferta exportable reducida de productos orgánicos (comparado con las necesidades de importación de Japón), la estrategia a recomendar pasa por analizar las Fortalezas y Debilidades de la oferta nacional, identificar nichos de mercado como target y efectuar acciones concretas en el área del Marketing y de equivalencias. El siguiente análisis evalúa a grandes rasgos algunas características relevantes de los productos agrícolas orgánicos potenciales de Chile.

Fortaleza	<ul style="list-style-type: none"> - Chile tiene características naturales que pueden dar un respaldo adicional de marca a la producción orgánica nacional. - Chile puede proveer a Japón en contraestación, cuando existe mayor déficit de productos. - Chile provee productos orgánicos procesados (pulpas, congelados, etc) que una vez certificados para Japón, ingresan sin ningún riesgo de perder su condición.
Oportunidad	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de la edad de la población y de la proporción de tercera edad, que son sectores que demandan alimentos "seguros y limpios" - Agricultura local no tiene condiciones para producir bajo estándares orgánicos, lo que implica que el aumento esperado de la demanda se provea a partir de importaciones
Debilidad	<ul style="list-style-type: none"> - La lejanía física al mercado japonés implica altos costos de traslados que disminuyen el margen posible de obtener a partir de exportaciones
Amenaza	<ul style="list-style-type: none"> - Inspección fitosanitaria de entrada para productos agrícolas, al haber 1 insecto de cualquier tipo (aunque no sea cuarentenario) se ordena la fumigación, y eso hace perder la condición de "orgánico", con lo cual el producto debe ser reetiquetado.

a) Marketing directo con importadores y público en general

Las compañías japonesas importadoras de alimentos por lo general requieren generar una gran confianza con sus proveedores antes de establecer un plan de desarrollo con ellos. Para ello, se deben realizar acciones de promoción directa con ellos, tales como invitaciones a conocer la producción en Chile, y marketing directo destacando las bondades del producto chileno. Adicionalmente, las compañías japonesas generalmente piden apoyo en información y en promoción de los productos con el fin de hacer ellos marketing directo en puntos de distribución o venta.

Generalmente privilegian que se destaquen las características del producto vinculado a las características del país de origen, por lo que es imprescindible generar un eje publicitario transversal que resalte a Chile y sus características naturales, como base de un eventual material promocional orgánico a generar.

b) Iniciar proceso de equivalencias entre sistemas orgánicos de Chile y Japón

La Ley JAS de Japón establece la posibilidad de convenir equivalencias con otros países, entre sus sistemas de inspección y certificación orgánica. En la práctica, esto implica que se validan los resultados de los sistemas internos de un país, y gracias a ello las compañías productoras y exportadoras pueden obtener la certificación JAS-Japón desde empresas certificadoras nacionales (con lo que el costo de certificación se reduciría y la oferta exportable orgánica de Chile se haría más competitiva para Japón). Este proceso de tramitación es complejo y puede tomar varios años, por lo que sería una medida estratégica de mediano plazo. Los países que a la fecha han obtenido reconocimiento de equivalencias son Irlanda, Estados Unidos, Italia, Reino Unido, Australia, Austria, Holanda, Grecia, Suiza, Suecia, España, Dinamarca, Alemania, Nueva Zelanda, Finlandia, Francia, Bélgica, Portugal, y Luxemburgo y Argentina.

Fuentes: Asia Food Journal; FAO; Japan Custom; JAS; JETRO; MAFF; Troncoso.J., et al; USDA

El documento completo (7 páginas) que origina este resumen, puede ser consultado en www.chile.or.jp – estudios de mercado y escenarios



Noticia

Proceso de renegociación del AAE entre México y Japón (Carnes)

En forma similar a lo que ocurre con Chile, el Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón estipula etapas y plazos determinados para renegociación de algunos productos. En el caso del AAE Japón – México, el volumen y el arancel para la cuota de importación de Cerdo se deben renegociar a partir del sexto año en adelante (sin especificar fecha límite). Sin embargo, de acuerdo a los comunicados de ambas partes, se comenta que se ha estado dialogando pero hasta la fecha no se llegó a un acuerdo en concreto entre ambas partes. La principal razón que ha prolongado la negociación radica en los grandes cambios que se presentaron este año en el país nipón (cambio de gobierno, situación económica, etc.)

En caso que no se llegue a ningún acuerdo antes del sexto año (1 de abril del 2010), se aplicará la misma cuota y arancel que se está aplicando al 5 año (año fiscal en curso). La última sesión de negociación fue en julio de este año, terminando en explicar la situación del sector local que atraviesan ambos países y sin entrar en profundidad al tema. Según se especula, a 3 meses para finalizar el año (31 de marzo), será muy complicado llegar a un acuerdo.

La solicitud central de México es dejar libre de arancel a los productos que ingresan dentro de la cuota y un volumen mayor para el bovino. Para este año México tiene una cuota de 6.000 toneladas para bovino y hasta Octubre lleva 3.584 toneladas utilizadas. En el caso del porcino la cuota es de 80.000 toneladas y 21.572 toneladas utilizadas. Cabe señalar que esta cifra puede estar muy subvalorada, ya que, según una encuesta realizada por la Japan Business Federation, uno de los principales problemas logísticos que presentan los envíos mexicanos es la demora en recibir los documentos oficiales, lo que no deja tiempo para tramitar las importaciones dentro del procedimiento de Cuotas (Los Certificados se reciben en Japón una semana después de que el embarque parte y el viaje demora sólo 14 días). Además, la ventanilla de tramitación de importaciones mediante cuota en Japón sólo atiende 2 días a la semana.

En el acuerdo ente México y Japón tiene establecido arancel-cuota a los siguientes productos:

- Productos y subproductos de cerdo
- Productos y subproductos de Bovino
- Producto y subproductos de pollo
- Naranja fresca
- Jugo de naranja

Para Japón, el acuerdo con México fue el primero en firmar con un país exportador de productos agrícola, por lo que los resultados de esta renegociación marcarían el rumbo para renegociaciones con Chile y Malasia entre otros.

Fuentes: *Daily Meat and Livestock, MAFF, JBF*

Si desea recibir periódicamente este boletín, o desea que lo retiremos de nuestra base de datos de envío, favor escribir a: agricolainfo@chile.or.jp

Se autoriza la reproducción total o parcial, citando la fuente

