"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA

1.1. Nombre de la OCEX	OCEX TOKIO		1.2. Fecha	15-12-2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	WILLIAM VALDERRAMA BAZAN		
	Cargo	ESPECIALISTA EN COMERCIO		

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	Erizos de mar (*Strongylocentrotus spp., Paracentrotus lividus, Loxechinus albus, Echinus esculentus*)
2.2 Nomenclatura arancelaria	Erizo de mar vivos, frescos o refrigerados 0308.21.0000 Erizo de mar congelados 0308.22.0000
2.3 Nombre comercial en el país de destino	ウニ Erizo de mar 0308.21.0000
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	**a) Aranceles**

Partida	Descripción del producto	Arancel
0309.21.0000	Erizos de mar vivos, frescos o refrigerados	Free
0308.22.0000	Erizos de mar congelados	Free

b) Requisitos generales:

La importación de erizos de mar está regulada principalmente por las siguientes leyes 1) la Ley de Aduanas, 2) la Ley de Sanidad Alimentaria, y 3) la Ley de Protección de los Recursos Pesqueros.

Ley de Aduanas

Para aceptar la entrada en el Japón de cargamentos procedentes de un país extranjero, debe hacerse una declaración de importación en la oficina de aduanas competente de la zona de depósito aduanero donde se almacena el cargamento.

La documentación requerida incluye:
- Factura comercial
- Conocimiento de embarque o Guía Aérea
- Certificado de origen
- Listado de contenido (packing list).
- Licencias, certificaciones, etc. requeridas por leyes y reglamentos distintos de la Ley de Aduanas.

Las cargas aéreas mayores a 100,000 yenes (US$ 740) deben incluir una factura comercial.

Ley de Sanidad Alimentaria

	En cumplimiento de la Notificación Nº 370 del Ministerio de Sanidad, Trabajo y Bienestar (MHLW, por sus siglas en ingles), "Normas y criterios para alimentos y aditivos", emitida en virtud de la Ley de Saneamiento de los Alimentos, y de las normas sobre residuos de plaguicidas que se incluyen en ella, los erizos de mar están sujetos a la inspección de sanidad alimentaria, que se lleva a cabo para evaluar los tipos y detalles de las materias primas, y para comprobar los tipos y contenidos de aditivos, residuos de plaguicidas, micotoxinas, etc. Se pueden imponer prohibiciones a la importación de alimentos en caso de que haya residuos químicos que estén prohibidos en Japón, cuando sus niveles superen los límites aprobados, o cuando la presencia de micotoxinas, etc. esté por encima de los niveles permitidos. **Ley de Protección de los recursos pesqueros** Las importaciones de productos pesqueros están reguladas por la Ley 313, Ley de protección de los recursos pesqueros. Los animales acuáticos no vivos, solo los utilizados para la alimentación de la acuicultura, incluidos los productos procesados (excluyendo la harina y el aceite de pescado) están sujetos a cuarentena. Datos de contacto de las autoridades vinculadas al sector pesquero: **Ley de Aduana** Customs and Tariff Bureau, Ministry of Finance Japan TEL: +81-3-3581-4111 / http://www.mof.go.jp **Ley de Sanidad Alimentaria** Inspection and Safety Division, Department of Food Safety, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare MHLW - TEL: +81-3-5253-1111 / http://www.mhlw.go.jp **Ley de Protección de los recursos pesqueros** Plant Protection Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries – MAFF - TEL: +81-3-3502-8111 / http://www.maff.go.jp
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	**Visión general del mercado** Japón es un importador neto de erizos de mar, los erizos son un producto considerado un manjar en Japón, país en cual se sirven principalmente crudos en sushi. El nombre japonés de erizo de mar es "uni". La demanda de erizos por parte de los consumidores japoneses está impulsada por varios factores clave del mercado, como el placer, la innovación y experimentación, la comodidad y la salud. Los erizos de mar se recolectan en todo el mundo; sin embargo, la mayoría son destinados al mercado japonés. Japón es, con diferencia, el mayor importador y consumidor mundial de erizo. El mercado de erizos de mar es muy tradicional y Japón consume alrededor del 80-90% del suministro mundial actual, es decir, unas 50.000 toneladas al año. El incremento de las exportaciones a Japón en los últimos años se debe

principalmente a la alta demanda, a la disminución de las capturas nacionales y el consiguiente aumento del precio.

El erizo de mar vivo fue el producto dominante importado en Japón, representando hasta el 35% en valor total anual. Chile se mantiene como el mayor proveedor de erizo de mar a Japón representando el 51% de las importaciones en términos de valor, por su parte Rusia ocupa el primer lugar en términos de volumen con un 79% del volumen total importado, los precios de los erizos rusos son menores en comparación con los demás países.

Tabla 1. Importaciones de erizos de mar frescos, refrigerados, congelados al mercado japonés por país, 2022.

País	Erizo de mar (vivo, fresco, congelado)	
	Cantidad (Tm)	Miles US$
Chile	1,760	111,114
Rusia	8,843	76,680
Canadá	328	15,794
USA	123	4,072
Perú	**47**	**3,764**
México	50	3,679
China	40	2,443
Corea	1	147
Filipinas	0	2
Australia	1	84
Total	**11,193**	**217,779**

La mayoría del erizo se vende mediante subasta en el Mercado Central Mayorista de Tokio (Toyosu). Aunque la calidad es el factor más importante para determinar los precios, la oferta total (erizos nacionales e importados) también es significativa e impacta directamente sobre los precios.

El futuro de exportaciones de erizos de mar al Japón depende en gran medida de la cosecha japonesa. Dado que es poco probable que la cosecha nacional japonesa aumente a corto plazo, el aumento de la exportación de erizos tiene un potencial significativo.

Los erizos congelados importados representan el 32% en valor y el 17% en volumen. Aunque el tonelaje total de erizos de mar vivos es mayor que el de congelados.

Las importaciones de erizo de mar procesados han disminuido considerablemente en los últimos 10 años, el mercado de Corea ha dominado el suministro de erizos procesados, proporcionando más del 59% en volumen y 74% en valor de los productos procesados.

Tendencias del mercado japonés con relación a los erizos de mar

La demanda de erizo de mar es estacional, y la mayor cantidad se consume en diciembre. Los erizos se comercializan en diferentes formas de presentación: frescas (nama uni), congeladas (reito uni), horneadas y congeladas (yaki uni), al vapor (mushi uni) y saladas (shio uni). La salazón se utiliza principalmente para los erizos de menor calidad. Dos productos fermentados de erizo también

son populares en Japón: Neri uni (una pasta de erizo mezclada) y tsubi uni (una pasta grumosa).

Prácticamente no se vende ningún erizo de mar importado vivo en el mercado de Toyosu (antes mercado Tsukiji). Los compradores de erizo de mar vivo suelen preferir el erizo de mar japonés doméstico, cuyo suministro es limitado. Debido a las dificultades en el envío y manejo de erizos de mar vivos y enteros, los importadores japoneses generalmente prefieren que los erizos se procesen en el lugar de origen.

Es probable que exista una demanda insatisfecha en el mercado japonés de productos de erizo de mar de buena calidad a un precio adecuado, especialmente con una menor oferta actual en el mercado. Esto es un importante indicador para explorar opciones de extracción/captura en nuevas áreas en nuestro país; por ejemplo, las zonas de Moquegua y Tacna, siempre y cuando se pueda establecer económicamente una ruta logística desde la recolección hasta el mercado japonés y suministrar un producto de alta calidad constante.

En Japón, los erizos de mar tienen un papel tradicional en la cocina y se consideran un manjar que se sirve en bares de sushi, restaurantes, en banquetes/fiestas de boda, y en pequeña porción para el consumo doméstico.

Comercio local e internacional del erizo de mar

Los erizos son un alimento de primera calidad en Japón, son altamente codiciados sobre todo para el sushi, se sabe que los bares de sushi japoneses venden erizos por más de 50 USD/kg (esto es sólo para los erizos de la más alta calidad procedentes de las mejores zonas productoras de Japón). Las cadenas de restaurantes de sushi en Japón están aumentando la demanda de platos a base de este marisco. En Japón, los erizos de mayor calidad tienen un color amarillo anaranjado, una textura de "natillas" y un sabor característico. Entre las formas tradicionales de servir están los platos de sushi, hervidas en agua de mar, horneadas y como ingrediente de diversas sopas.

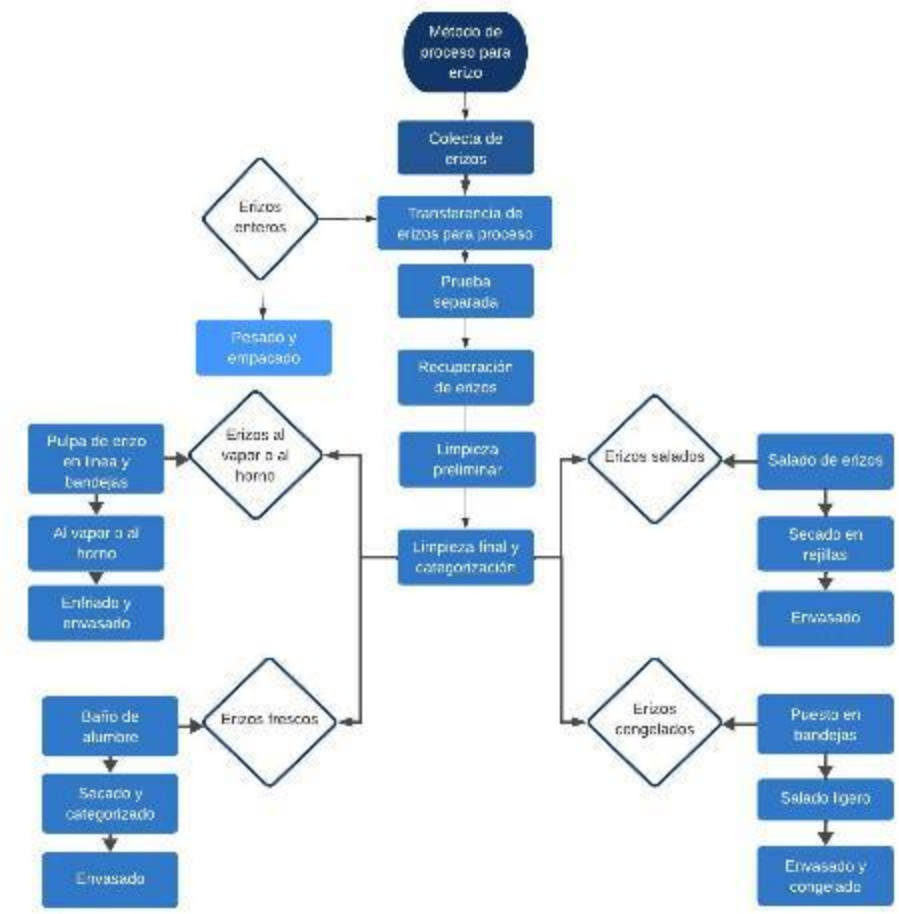
Los compradores y mayoristas japoneses de erizos en el mercado Toyosu tienen en cuenta diversos factores, como el color, el tamaño, la textura, la presentación, la temporada, el origen y la calidad. Los erizos de mar se venden en supermercados de lujo y grandes almacenes normalmente en bandejas de 120 a 150 gr.

La clasificación de los erizos de mar en Japón tiene tres categorías. El uni de grado "A" tiene un buen color amarillo o naranja, con una textura y firmeza suaves. El grado "B" tiene un color más oscuro o una textura más áspera. El erizo se clasifica como "C" si la apariencia es muy áspera, como tener agujeros, o una apariencia blanda debido al exceso de contenido de agua. El grado "C" se utiliza principalmente en productos de pasta o salsa, más que para el comercio de sushi. Se congela en bloques para su procesamiento.

Previo a la comercialización de los erizos, estos pasan por una serie de procesos hasta llegar a las principales formas de presentación como son erizos enteros,

<table>
<tr>
<td></td>
<td>al vapor o al horno, salados, congelados y frescos. En el siguiente diagrama se presenta un flujo de procesos por los que pasa el erizo de mar importados y nacionales.

Diagrama N° 1. Tipo de procesos para los erizos de mar producidos en Japón e importados.

 
</td>
</tr>
<tr>
<td>2.6 Estacionalidad de la producción local</td>
<td>Producción de erizos en Japón

Más del 90% de los erizos de mar que se consumen en Japón son ezo-bafun uni (erizo de mar de espinas cortas) o kita-murasaki uni (erizo de mar del norte). Ambos son de alta calidad y se cosechan en aguas frías de Hokkaido y Aomori, así como en los océanos contiguos a Rusia. Las dos especies principales, que se encuentran en las aguas del norte de Japón, son Strongylocentrotus intermedius y S. nudus. representan alrededor del 80% de la captura total japonesa de erizos de mar. También existen cuatro especies recolectadas en aguas del sur de Japón y son Strongylocentrotus pulcherrimus, Anthocidaris crassispina, Pseudocentrotus depressus y Tripneustes gratilla.

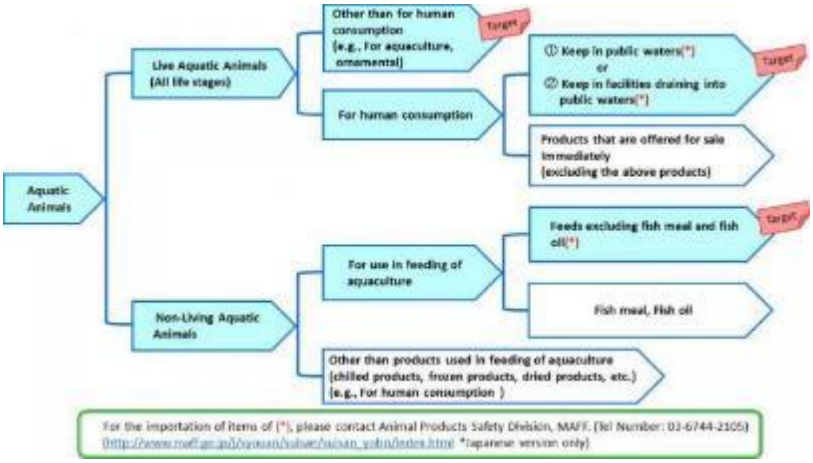
El precio de exportación por kilogramo de erizos de mar de Japón ha experimentado un aumento constante en los últimos cinco años. En 2017, el precio era de 143.41 dólares, y en 2021 había subido a 190.90 dólares. El precio más alto se registró en 2020, con 160.70 dólares. Los datos más recientes</td>
</tr>
</table>

	muestran que el precio ha seguido aumentando hasta 202.53 dólares en 2022. Es probable que el precio de exportación por kilogramo de erizos de mar de Japón siga aumentando en los próximos dos años, con un precio estimado de 213.62 dólares en 2023 y 224.71 dólares en 2024.
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Japón tiene gran cantidad de puntos de acceso de mercancías en su territorio. Los principales puertos son el aeropuerto de Narita (con una participación de 12,5% del valor), le sigue el puerto de Tokio (12,3%), Nagoya (6,5%), Osaka (6,0%) y Chiba (5,9%); cada uno se especializa en determinados productos. <u>Principales puertos</u>: Tokio, Yokohama, Nagoya, Osaka y Kobe. <u>Principales aeropuertos</u>: Kansai (KIX), Narita (NRT), Haneda (HND), Chubu (NGO) y Fukuoka (FUK). (Fuente: MAFF).
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)	El actual sistema de distribución de los alimentos de origen marino está representado por su amplio uso de mercados organizados como capas en un canal de distribución. Sin embargo, si continúa la tendencia del consumidor de exigir productos más elaborados y listos para el consumo, exigirá un nuevo sistema de suministro de alimentos de origen marino. Las pautas de distribución de los productos del mar (frescos, refrigerados congelados y enlatados) en el Japón necesitan un cambio fundamental para poner fin a la tendencia descendente del consumo de productos pesqueros. Tradicionalmente, el sistema general de distribución de productos pesqueros del Japón presenta una compleja red de múltiples niveles entre los mayoristas del lugar de desembarque, los mayoristas de los mercados de mariscos y los minoristas antes de que llegue a los consumidores. El sistema se ha desarrollado como respuesta a la gran variedad de productos capturados por los pescadores japoneses y a la demanda de los clientes de productos fresco. Los canales de distribución en Japón han experimentado una consolidación sustancial en las últimas dos décadas. Debido al espacio limitado y las densas poblaciones urbanas, las pequeñas tiendas minoristas han sido y siguen siendo puntos predominantes de ventas al consumidor. En consecuencia, los minoristas a menudo almacenan solo existencias limitadas, y los mayoristas deben entregar pequeñas cantidades de un producto con mayor frecuencia. Los principales centros logísticos y de distribución de Japón se encuentran en los puertos de las ciudades de Tokio, Yokohama, Kobe, Osaka y Fukuoka. La distribución de mariscos en Japón se realiza a través de supermercados que en su mayoría son importadores directos como es el caso de Aeon Co., Ltd., Izumi Co., Ltd., Ito-Yokado Co.

El marketing directo en Japón incluye la venta por correo, el telemarketing, la televisión de respuesta directa y las ventas por Internet. Los exportadores peruanos que deseen vender productos dirigidos a los consumidores japoneses tendrán que optimizar sus plataformas para el acceso móvil.

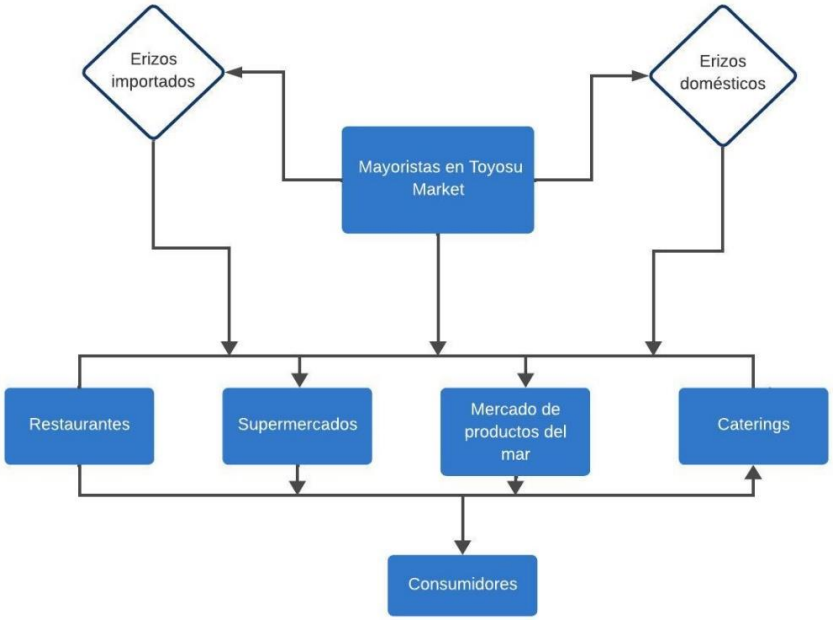
Aunque el comercio electrónico está creciendo rápidamente, las compras por catálogo también siguen siendo populares en Japón. Las principales marcas japonesas de compras por catálogo, que también operan sitios de compras en línea como Nissen y Seikatsu.

Diagrama N° 2. Diagrama del sistema de importación de productos pesqueros del Japón.



El precio de importación por kilogramo de erizos de mar en Japón ha experimentado un aumento constante en los últimos cinco años. En 2016, el precio era de 123.97 dólares, y en 2021 había subido a 190.90 dólares. El precio más alto se registró en 2021, con 190.90 dólares, y el más bajo en 2014, con 96.12 dólares. Esto indica un aumento constante en el precio de importación de erizos de mar en Japón. Sobre la base de esta tendencia, se prevé que el precio de importación por kilogramo de Erizos de Mar en Japón en 2023 será de 223.75 dólares y en 2024 será de 245.58 dólares.

En 2023, el rango aproximado del precio al por mayor de los erizos de mar de Japón se sitúa entre los 35 y los 131.6 dólares por kilogramo.

<table>
<tr><td></td><td>Diagrama 3.- Diagrama general de la distribución de erizos importados y nacionales en Japón.
 
</td></tr>
<tr><td>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</td><td>Los criterios más importantes a tener en cuenta en el mercado japonés al momento de iniciar una negociación comercial son:
1. Es un mercado con proveedores claramente establecidos. La diferenciación es necesaria para captar el interés de los importadores.
2. Los clientes prefieren la honestidad, si la calidad no cumple las normas exigidas es muy conveniente indicarlo, hay que evitar el envío de productos de calidad inferior o que simplemente no cumplen con las especificaciones dadas por el importador japonés.
3. La calidad del producto es fundamental, es altamente exigible un suministro constante y fiable.
4. Compromiso con el mercado, es importante establecer relaciones para convertirse en un socio de confianza.
5. Certificaciones recomendadas (MSC, Fair Trade, JAS)

En términos generales, las estrategias de entrada al mercado variarán según los productos y segmentos y los exportadores deben considerar:
– Promover las ventajas competitivas como la exportación en contra estación
– Ofrecer todas las opciones para las rutas de envío.
– Proporcionar información periódica sobre el clima, las condiciones de cultivo, captura y la trazabilidad.
– Aceptar un envío de prueba, para los japoneses es un paso importante hacia la obtención de contratos de suministro a largo plazo.
– Conocimiento de las preferencias y necesidades de los clientes a través de la investigación y la comunicación.
– El uso de la tecnología para apoyar las operaciones de importación está aumentando, el comercio directo en línea podría ser una opción adicional.
– El contacto cara a cara y la construcción de relaciones personales todavía</td></tr>
</table>

	influyen en gran medida en las decisiones de compra de los importadores japoneses, visitas al país de destino y participación en ferias son convenientes.
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	Del 100% de las importaciones japonesas de erizo de mar, las exportaciones peruanas representan solo el 2%, en el 2022 se exportó erizos frescos (US$ 1´049,795) y congelados (US$ 3´20,1385) por un valor total de US$ 4.25 millones. La ruta tradicional de las exportaciones se hace por vuelos desde Perú pasando por Dallas, Texas y luego a Japón. El tiempo total de tránsito es de aproximadamente 1.5 días. Los envíos se verifican en el Aeropuerto Internacional Narita de Tokio y se envían a la casa de subastas de mariscos Toyosu en Tokio o directamente a importadoras que tienen distribución en el sector HORECA. Las ventas se realizan por contrato a un precio fijo, a veces con precios más altos estipulados para las festividades de Obon a mediados de agosto y Oshogatsu en año nuevo; y también ventas en consignación. La oportunidad de ampliar las exportaciones peruanas es alta, solo hay que tener en cuenta los aspectos de salubridad y calidad, evitar las exportaciones de áreas afectadas por Vibrio y enfermedades bacterianas (coliformes y salmonela). Es imprescindible mejorar la higiene, la frescura y la cadena de frío, los compradores recompensan una mejor calidad con precios más altos. **Tabla 2. Exportaciones de erizos de mar frescos o refrigerados al mercado japonés 2022-2023.** **Empresa** | **2022** | **2023*** REYES FIGUEROA CRISTHIAN JAVIER | 530,731 | 464,197 OCEANS FISH COMPANY S.A.C. - OFC S.A.C. | 153,270 | 204,630 SEONG GE PERU E.I.R.L. | - | 9,723 INKA UNI PERU S.A.C. | 129,536 | - DPOLO COMPANY S.A.C. | 123,820 | - INVERSIONES MARINAS PERU COSTA SUR E.I.R | 100,516 | - SEONG GE PERU E.I.R.L. | 11,922 | - **TOTAL** | **1,049,796** | **678,550** (* Agosto) **Tabla 3. Exportaciones de erizos de mar frescos congelados al mercado japonés 2022-2023.** **Empresa** | **2022** | **2023*** MEGA PESCA S.A. | 2,542,458 | 722,513 EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R LTDA | 422,933 | 89,729 PUERTOS DEL PACIFICO S.A | 202,164 | - DPOLO COMPANY S.A.C. | 23,071 | - OCEANS FISH COMPANY S.A.C. - OFC S.A.C. | 9,011 | - INVERSIONES MARINAS PERU COSTA SUR E.I.R | 1,440 | - PRODUPESCA S.A.C. | 310 | 55,741 **Total** | **3,201,386** | **867,983** (* agosto) Fuente: INFOTRADE.

2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	**Principales eventos para llevar a cabo la promoción de erizos de mar:** **JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO:** Es el más importante evento de la industria de productos pesqueros y de tecnologías relacionadas en Japón. Hay otras ferias paralelas que se efectúan dentro de SEAFOOD Expo: Sushi expo, Tecnology Expo y Marin Eco-Label. **Otras ferias relacionadas al rubro pesquero:** – FOODEX JAPAN (1 vez al año) – SEAFOOD OSAKA JAPAN (1 vez al año) – KITAKYUSYU: INTERNATIONAL FOOD FAIR (cada 2 años). **Asociaciones relacionadas al sector pesquero:** – Japan Fish Traders Association http://www.jfta-or.jp – Japan Frozen Foods Inspection Corporation http://www.jffic.or.jp – Fisheries Agency http://www.jfa.maff.go.jp/

"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
AMAZON	100 gr	10.80	Chile	13/12/2023	Fuente, Congelado	
AMAZON	100 gr	34.37	Chile	13/12/2023	Fuente, frescos	
RAKUTEN	100gr	47.87	Japón	13/12/2023	Fuente, frescos	
RAKUTEN	100gr	8.80	Chile	13/12/2023	Fuente, Congelado	
COSTCO	400gr	60.30	USA	13/12/2023	Fuente, frescos	

COSTCO	200gr	34.58	Chile	13/12/2023	Fuente, Congelado	
COSTCO	141GR	64.58	Japón	13/12/2023	Fuente, Congelado	
YAHOO JAPAN Store shopping	300gr	34.58	Japón	13/12/2023	Fuente, Congelado	
CHEF MARCHE	100gr	17.29	Perú	13/12/2023	Fuente, Congelado	
M-MART CO	100gr	14.23	Perú	13/12/2023	Fuente, Congelado	
TOYOSU ICHIBA	250gr	58.33	Rusia	13/12/2023	Fuente, Congelado	