

**PERÚ**Ministerio de Comercio
Exterior y TurismoComisión de Promoción del Perú
para la Exportación y el
Turismo—PROMPERÚ

Oficina Comercial del Perú en Japón

“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 | 29-06-2022 |
| 1.3. Elaborado por: | Nombres y apellidos | WILLIAM VALDERRAMA BAZAN | |
| | Cargo | ESPECIALISTA EN COMERCIO | |

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

| 2.1 Producto | CACAO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|-------------|--|---------|--------------------------|---------|------------|---|------|------------|------------------------------|------|------------|--|------|------------|----------------------------------|------|------------|--|---|------------|---------------------------------|---|
| 2.2 Nomenclatura arancelaria | Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado | 1801.00.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Pasta de cacao sin desgrasar | 1803.10.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente | 1803.20.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Manteca, grasa y aceite de cacao | 1804.00.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante | 1805.00.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Chocolate y demás preparaciones | 1806.00.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.3 Nombre comercial en el país de destino | カカオ豆、生豆またはロースト | 1801.00.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 未脱脂カカオペースト | 1803.10.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 脱脂カカオペースト | 1803.20.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | カカオバター、カカオ油 | 1804.00.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 無糖カカオパウダー | 1805.00.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | チョコレート菓子 | 1806.10.000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros) | <p>a) Aranceles</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Partida</th> <th>Descripción del producto</th> <th>Arancel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1801.00.00</td> <td>Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado</td> <td>Free</td> </tr> <tr> <td>1803.10.00</td> <td>Pasta de cacao sin desgrasar</td> <td>Free</td> </tr> <tr> <td>1803.20.00</td> <td>Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente</td> <td>Free</td> </tr> <tr> <td>1804.00.00</td> <td>Manteca, grasa y aceite de cacao</td> <td>Free</td> </tr> <tr> <td>1805.00.00</td> <td>Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>1806.00.00</td> <td>Chocolate y demás preparaciones</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Requisitos generales:</p> <p>La importación de cacao está regulada principalmente por las siguientes leyes 1) la Ley de Aduanas, 2) la Ley de Sanidad Alimentaria, y 3) la Ley de Protección Vegetal.</p> <p><u>Ley de Aduanas</u></p> <p>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.</p> <p>La documentación requerida incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Factura comercial - Conocimiento de embarque o Guía Aérea | | | Partida | Descripción del producto | Arancel | 1801.00.00 | Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado | Free | 1803.10.00 | Pasta de cacao sin desgrasar | Free | 1803.20.00 | Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente | Free | 1804.00.00 | Manteca, grasa y aceite de cacao | Free | 1805.00.00 | Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante | - | 1806.00.00 | Chocolate y demás preparaciones | - |
| Partida | Descripción del producto | Arancel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1801.00.00 | Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado | Free | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1803.10.00 | Pasta de cacao sin desgrasar | Free | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1803.20.00 | Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente | Free | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1804.00.00 | Manteca, grasa y aceite de cacao | Free | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1805.00.00 | Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1806.00.00 | Chocolate y demás preparaciones | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



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

- Certificado de origen
- Listado de contenido, donde se especifique la cantidad exacta del producto contenido en cada una de la(s) caja(s), bulto(s), envase(s), o dentro del tipo de embalaje utilizado; los números, marcas y/o símbolos que identifiquen a las mercancías; cuentas de flete y certificados de seguro, donde sea aplicable.
- Licencias, certificaciones, etc. requeridas por leyes y reglamentos distintos de la Ley de Aduanas.

Las cargas aéreas mayores a 100,000 yenes (US\$735) deben incluir una factura comercial. La factura debe ser lo más descriptiva y detallada posible para cada ítem embarcado. La lista de empaque debe incluir los contenidos exactos de cada contenedor, el peso neto y bruto de cada bulto, y todas las medidas del contenedor utilizando el sistema métrico.

Ley de Sanidad Alimentaria

En cumplimiento de la Notificación N° 370 del Ministerio de Sanidad, Trabajo y Bienestar (MHLW, por sus siglas en inglés), "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 (incluidos los aditivos para piensos y medicamentos para animales) que se incluyen en ella, los productos procesados (cacao y sus derivados) 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. En consecuencia, los productos alimenticios importados deben ser controlados por la autoridad sanitaria en el lugar de producción y en los centros de empaque antes de la exportación.

Ley de Protección Vegetal

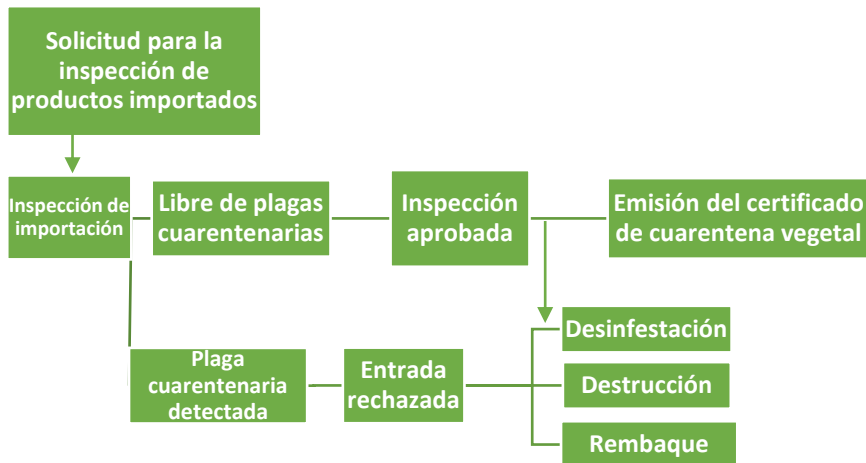
En virtud de la Ley de Sanidad Vegetal, los granos de cacao y sus derivados en general son sometidos a procedimientos de cuarentena fitosanitaria, incluida la inspección y detección de posibles contaminaciones por cualquier plaga o plantas nocivas no autorizadas. Los procedimientos de cuarentena realizados en los aeropuertos y puertos están bajo la autoridad de las Estaciones de Cuarentena de las Prefecturas por donde ingrese el producto.

Los granos de cacao y derivados pueden importarse con una inspección ordinaria siempre que se cumplan determinadas condiciones como contar con el certificado fitosanitario correspondiente (expedido por SENASA) y contar con resultados satisfactorios de la inspección realizada por la Estación de Protección Fitosanitaria por donde ingresa el producto.



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

Figura 1: Diagrama de los procedimientos de importación de productos agrícolas (granos de cacao) al Japón, Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca (MAFF, por sus siglas en inglés).



Autoridades competentes

Ley de Protección Vegetal

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>

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 Aduanas

Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan

TEL: +81-3-3581-4111

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

2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

Visión general del mercado

Japón es un gran importador neto de granos de cacao, las importaciones se realizan bajo la modalidad de grano de cacao entero o partido, crudo o tostado, pero también se importan (en menor proporción) productos intermedios como el licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo. Los productos intermedios (semi-elaborados) que se importan son utilizados como materia prima en la producción de chocolates, de bebidas alcohólicas, para dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas. Así mismo, se emplea en la producción de coberturas para confitería y en postres congelados.

Es importante resaltar que el chocolate con alto contenido de cacao jugó un



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

papel importante en la expansión de la confitería de chocolate en Japón, debido a la publicidad generalizada y prominente (en varios medios de comunicación) sobre los beneficios que brinda el cacao para la salud de las personas, incluida la ayuda para reducir la presión arterial, prevenir la arteriosclerosis, la obesidad y el cáncer, así como minimizar los niveles de estrés y los efectos de las alergias y el reumatismo. Con la política gubernamental y las iniciativas de los empleadores de impulsar un aumento en el número de mujeres en la fuerza laboral remunerada, ha permitido que las consumidoras japonesas incrementen su consumo en chocolates premium para recompensarse por su arduo trabajo, algo beneficioso para la industria chocolatera.

Aunque la pandemia de COVID-19 todavía está transformando el crecimiento de numerosas industrias, el impacto inmediato del brote es variado. Si bien algunos sectores pueden experimentar una disminución de la demanda, muchos otros continúan sin verse afectados y exhiben fuertes perspectivas de desarrollo. Un gran número de tiendas especializadas estuvieron cerradas durante un período prolongado debido a interrupciones en la cadena de suministro de materias primas seguidas de las cuarentenas, lo que resultó en un menor consumo de chocolates premium. Por ejemplo, Barry Callebaut, un fabricante belga de productos de chocolate premium instalado en Japón, informó una desaceleración en la primera mitad del año 2020, con un volumen que se desplomó en un 143% en el tercer trimestre. A medida que se relajaron las cuarentenas, la compañía vio un aumento en las ventas de chocolate en junio de 2020, mejorando sus perspectivas a mediano plazo.

Tendencias del mercado japonés con relación al cacao

El 2020, Japón se convirtió en el importador número 15 de cacao en el mundo. Las importaciones japonesas de granos de cacao principalmente provienen de Ghana, Ecuador, Venezuela, Costa de Marfil y República Dominicana.

En marzo de 2022 las importaciones japonesas de granos de cacao contabilizaron \$11.1M. Entre enero de 2020 y marzo de 2022 las importaciones tuvieron un incremento del orden de 7,45%, desde \$10,4M a \$11.8M.

El incremento de las importaciones interanuales de granos de cacao (2020-2022) se deben principalmente por un incremento en importaciones de Ecuador (373%), Venezuela (82,2%), y Brasil (99,7%).

Por su parte el mercado de chocolate de Japón, creció (del 2016 al 2020) a una tasa anual del 4 al 5 por ciento, lo que convierte al país en el mayor consumidor de chocolate per cápita de Asia. Pero la producción de granos de cacao, el ingrediente más importante para hacer chocolate, se ha limitado históricamente a las regiones tropicales más cálidas, particularmente África Occidental, Indonesia y América del Sur.

Estructura de las importaciones japonesas de granos de cacao



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

entero/partido, crudo/tostado en 2020:

- Ghana con una participación del 76% (\$82.9 M)
- Ecuador con una participación del 8,93% (\$9.71 M)
- Venezuela con una participación de 4.99% (\$5.46 M)
- Costa de Marfil con una participación del 3,49% (\$3.79 M)
- República Dominicana con una participación de 2.7% (\$2.94 M)
- **Perú con una participación de 1.18% (\$1.28 M)**
- Brasil con una participación del 1,17% (\$1,27 M)
- Camerún - \$424 mil
- Trinidad y Tobago - \$224 mil
- Vietnam - \$166 mil

El aumento de la conciencia sobre la salud entre los consumidores y el consiguiente aumento de la conciencia sobre las desventajas de consumir ingredientes artificiales, alimentan las ventas de chocolate orgánico y sin azúcar en el mercado japonés.

Las ventas de productos más saludables se correlacionan con las transformaciones de los consumidores y los cambios en las opciones. Del mismo modo, el mercado de productos libres de gluten experimentó un crecimiento constante en la región. El mercado de productos libres de gluten está impulsado en gran medida por los compradores conscientes de los ingredientes que consumen, lo que llevó al mercado a florecer con marcas sin gluten, confiterías sin azúcar y chocolates veganos. A medida que la tendencia de los alimentos de origen vegetal y los productos no lácteos continúa aumentando, el mercado es testigo de una alta demanda de productos de chocolate sin lácteos. Actualmente, se están realizando varias innovaciones en la industria en la categoría de “Lo mejor para usted”.

Como resultado, los chocolates que están libres de ingredientes lácteos, gluten y soja ahora están ganando popularidad en el mercado japonés. A medida que los hábitos de consumo y las dietas cambian rápidamente, se espera que el mercado sea testigo de más lanzamientos de productos relacionados con los chocolates sin lácteos. Por ejemplo, en enero de 2020, la start-up japonesa True Food & Design desarrolló un producto de chocolate saludable, vegano y natural con cero azúcares, alcohol de azúcar y edulcorantes artificiales. El producto, True Food Chocolate, contiene solo seis ingredientes: cacao, coco, achicoria, vainilla, semilla de cáñamo y fruta del monje (fruta originaria de China – Monk Fruit).

Japón cuenta con una amplia línea de productos de chocolate que aprovecha el alto contenido de flavonoides en chocolate negro y barras de chocolate con sabores de frutas y verduras exóticas, especias, granola integral, frutos secos, nueces y vitaminas. Los fabricantes de chocolate de todo el mundo y los japoneses, sobre todo, aprovechan esta tendencia para comercializar sabores y alimentos naturales saludables.

Meiji es una de las principales empresas japonesas en el rubro chocolatero, esta empresa ha lanzado un producto llamado "efecto chocolate" que



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

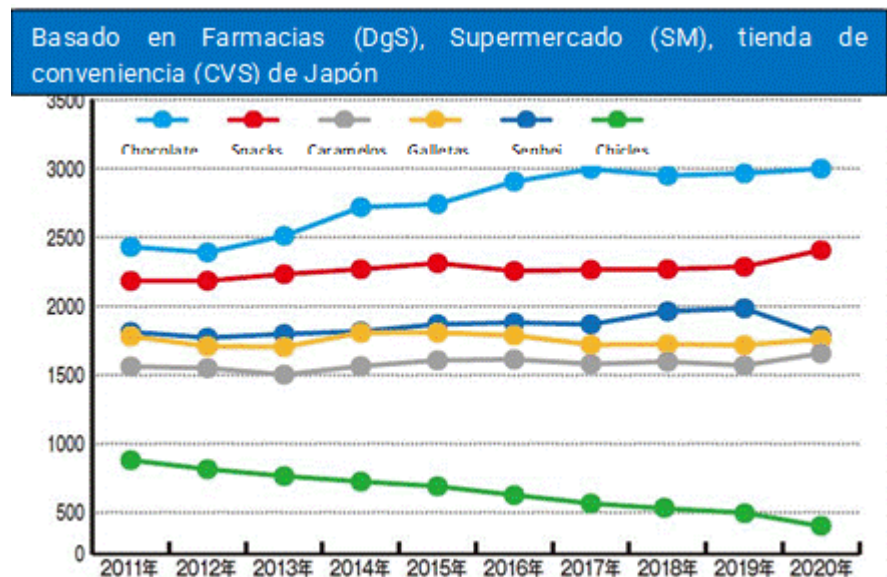
contiene el compuesto polifenol, conocido por reducir la presión arterial. Ezaki Glico creó un producto llamado "GABA", que contiene GABA (ácido gamma-aminobutírico), comercializado para reducir el estrés.

Algunos de los principales actores en el mercado japonés de chocolate incluyen Nestlé SA, Meiji Holdings Co. Ltd, Morinaga & Company Ltd, Lindt & Sprüngli AG, Lotte Corporation, Ezaki Glico, Fijiyu, Yaruka Sika, Tiron, Bourbon and Royce. Los principales actores del mercado están adoptando la innovación de productos como su principal estrategia para atraer a los consumidores. Debido a los gustos y preferencias cambiantes de los consumidores, ha habido desarrollos considerables en los productos por parte de varios actores del mercado.

Impacto del Coronavirus en las importaciones y las ventas

La propagación de la nueva infección por coronavirus ha cambiado por completo el comportamiento, la conciencia y los valores de los consumidores japoneses. Como resultado, el mercado de confitería también se vio muy afectado, pero la categoría de chocolate se mantuvo fuerte. En particular, los productos de bolsas grandes y los chocolates (que contribuyen al bienestar de las personas) están funcionando bien. Dado que se espera que esta tendencia continúe en el futuro, existe una necesidad urgente en la industria minorista de revisar el departamento de confitería y crear un piso de ventas desde la perspectiva de los consumidores.

Figura 2. Tendencia del mercado según categoría



En los últimos 10 años, el valor de venta de la categoría de chocolate en la industria de la confitería ha crecido constantemente y ha adquirido la posición número uno. La razón de esto es que los productos desde la perspectiva de la "salud" han estimulado la demanda entre los adultos, especialmente entre los ancianos. Como resultado, ahora se posiciona como la categoría más importante, y ha mantenido un fuerte desempeño sin verse



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

muy afectada por el desastre causado por la actual pandemia.

En el pasado, cuando se trataba de chocolate como un producto que beneficia la salud, el chocolate con alto contenido de cacao era sinónimo, pero ahora no solo el alto contenido de cacao, sino también los productos que afirman tener diversas funciones, como las bacterias del ácido láctico, GABA y el control de carbohidratos están apareciendo en los diferentes productos fabricados en Japón. Con la difusión de la funcionalidad (en diferentes marcas), no solo se está capturando a las personas mayores sino también a los jóvenes, y el mercado está en una tendencia de expansión.

En el mercado del chocolate, como se mencionó anteriormente, la funcionalidad se ha extendido, y la compra de tipos de bolsas grandes también es un tema digno de mención. La relación de composición de las bolsas grandes con respecto a la cantidad de ventas ha ido aumentando año tras año. El factor principal es el hábito de comer chocolates, si se tiene en cuenta que los polifenoles de cacao contenidos en el chocolate con alto contenido de cacao no se pueden mantener en el cuerpo, por lo que, si se desea estar saludable, se debe consumir la cantidad necesaria todos los días con diligencia y frecuencia. Es por eso que se admiten bolsas grandes que se pueden comprar para el consumo diario.


La encuesta del Día de San Valentín del 2022 (encuesta aplicada a 1,087 hombres y mujeres), realizada por Creamer Co., Ltd., empresa que opera el mercado artesanal más grande de Japón, evidencia que la tendencia del consumo de chocolate es el "Self-Love Chocolate" o "Cómprate a ti mismo", el incremento es de alrededor del 140% en comparación al año pasado. Por su parte la tendencia del "Regala chocolate a los suegros" se ha reducido a la mitad. Los prolongados efectos negativos causados por la pandemia del coronavirus, el "chocolate de amor propio" para cuidarse a sí mismo está atrayendo la atención.

Tabla 1. Importaciones de granos de cacao al Japón 2020

| País | Cacao en grano | | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|---------------|
| | Kg | Miles de US\$ | % |
| Ghana | 38,563,841 | 82,911.23 | 76.26 |
| Ecuador | 3,702,255 | 9,714.66 | 8.93 |
| Venezuela | 2,357,018 | 5,432.92 | 4.99 |
| Costa de Marfil | 1,583,626 | 3,798.62 | 3.49 |
| República Dominicana | 1,037,449 | 2,942.58 | 2.71 |
| Perú | 446,869 | 1,278.08 | 1.18 |
| Brasil | 448,246 | 1,276.88 | 1.17 |
| Camerún | 200,106 | 424.26 | 0.39 |
| Trinidad y Tobago | 50,738 | 224.43 | 0.21 |
| Vietnam | 38,799 | 166.14 | 0.15 |
| Colombia | 23,620 | 117.14 | 0.11 |
| Madagascar | 27,762 | 109.79 | 0.11 |
| México | 17,677 | 96.08 | 0.09 |
| Guatemala | 3,000 | 30.38 | 0.03 |
| Belice | 5,000 | 28.23 | 0.03 |
| Australia | 2,700 | 25.94 | 0.02 |
| Costa Rica | 7,272 | 24.46 | 0.02 |
| India | 4,050 | 23.93 | 0.02 |
| Bélgica | 1,040 | 16.16 | 0.01 |
| Tanzania | 1,740 | 14.46 | 0.01 |
| Filipinas | 1,600 | 14.05 | 0.01 |
| Uganda | 3,178 | 13.84 | 0.01 |
| Indonesia | 1,562 | 13.18 | 0.01 |
| Francia | 835 | 9.21 | 0.01 |
| Camboya | 600 | 4.46 | 0.00 |
| Papúa Nueva Guinea | 242 | 4.11 | 0.00 |
| USA | 570 | 3.95 | 0.00 |
| El Salvador | 408 | 3.24 | 0.00 |
| Honduras | 990 | 2.36 | 0.00 |
| Santo Tomé y Príncipe | 165 | 1.75 | 0.00 |
| Total | 48,532,958 | 108,726.49 | 100.00 |



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

| | |
|--|--|
| <p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p> | <p>Japón no es productor de cacao, los únicos datos que se conocen de la producción de cacao corresponden a árboles cultivados en las islas Ogasawara, que caen bajo la jurisdicción de Tokio a pesar de estar a casi 1.000 kilómetros de la metrópoli, otra zona de producción del archipiélago es la isla Hahajima, en ambos casos la producción es incipiente.</p> <p>En lo que se refiere a la producción de chocolates, existe un par de niveles de los chocolates japoneses, es decir existe una jerarquía de chocolate, si se prefiere. En la parte más básica están los chocolates de las tiendas de conveniencia, que van desde barras de solo chocolate hasta barras recubiertas de chocolate y con sabor a chocolate. Meiji todavía controla el total en términos de cuota de mercado, pero Lotte, Morinaga, Ezaki Glico y Fujiya son otros fabricantes de chocolates japoneses que están incrementando su participación. Estas compañías producen dulces como chocolates en forma de hongo, pocky y chocolate de almendras, todos los cuales tienen una alta distribución dentro y fuera de Japón.</p> <p>Al igual que los estadounidenses y los europeos, los japoneses nunca renunciarán a sus chocolates producidos en masa. Esos dulces de la tienda de conveniencia son más que solo bocadillos; son recuerdos, por tanto, es importante asegurarse de que el chocolate “Bean to Bar” que se exporte al Japón deje una muy buena impresión. Hay una gran oportunidad en el sector de especialidades para dar a los consumidores japoneses un chocolate de alta calidad para saborear y regalar.</p> <p>A los japoneses les encanta conocer los orígenes de sus alimentos y materias primas, con ello buscan contribuir a la lucha contra la pobreza y desigualdad propiciando del comercio justo y promoviendo el respeto por los derechos humanos y el cuidado del medio ambiente. Las compras en línea de granos de cacao (a diferencia de los granos de café) todavía no son comunes en Japón.</p> |
| <p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p> | <p>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.</p> <p><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).</p>  |
| <p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales</p> | <p>Supermercado/Hipermercado es el Canal de Distribución Preferido</p> <p>La mayoría de los productos agrícolas (incluye a los granos de cacao) entran a Japón a través de grandes compañías. Estas compañías cuentan con divisiones especializadas en categorías específicas de productos, mientras</p> |



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

| | |
|--|---|
| <p>actores en cada eslabón de la cadena)</p> | <p>que los pequeños importadores tienden a especializarse en una gama limitada de productos. Las compañías comerciales actúan como importadores legales y son útiles para negociar con la aduana, almacenar el producto y financiar los inventarios.</p> <p>Generalmente los productos pasan de las grandes compañías comerciales a los mayoristas y/o distribuidores. Sin embargo, en los últimos años algunos de los grandes minoristas han comenzado a importar productos en forma directa, saltándose a las grandes compañías comerciales. De acuerdo con Jetro Japón, este proceso se ha visto favorecido por la globalización, que ha permitido el acceso a bienes de mayor calidad a precios más bajos lo que, a su vez, ha dado como resultado canales de distribución con menos intermediarios y, por tanto, más eficientes.</p> <p>El segmento de supermercados representa una parte considerable de las ventas de chocolate, siendo los chocolates negros, las barras de chocolate, los paquetes múltiples y los chocolates en caja la opción más popular entre los consumidores. Con el espacio más amplio en los estantes y una mayor exposición de productos, los jugadores están ampliando su disponibilidad de productos en varias cadenas de supermercados. Los factores, como la expansión del negocio y el creciente número de hipermercados y supermercados, se suman a las ventas de estos formatos minoristas y contribuyen significativamente a la alta penetración en el mercado del chocolate. Las compras en los hipermercados / supermercados también se perciben como útiles debido a las frecuentes promociones de precios, y los actores globales y regionales adoptan estrategias únicas para lanzar sus productos en estas tiendas a fin de aumentar su base de consumidores a través del mercado objetivo.</p> <p>Keio Store, una cadena de supermercados operada por Keio Group, es una tienda de corte familiar en todo Japón. Como las tiendas Keio se encuentran comúnmente en los suburbios y al lado de las estaciones de tren, son visitadas por muchas personas para comprar comestibles diarios. Además, la creciente cuota de mercado del segmento de hipermercados puede atribuirse a la práctica de los consumidores de comprar productos a granel y en envases familiares. Los consumidores prefieren hacer menos viajes a las tiendas para recibir más valor por su dinero, lo que, a su vez, aumenta las ventas de chocolate y otros productos de confitería en Japón.</p> <p>La venta de productos terminados a base de cacao en Japón es a través de:</p> <ul style="list-style-type: none">– Supermercados/Hipermercados– Minoristas especializados– Tiendas de conveniencia– Canales Online– Otros canales de distribución <p>Los canales de distribución en Japón han experimentado una consolidación sustancial en las últimas dos décadas. Los canales varían significativamente entre los bienes de consumo y los productos industriales.</p> |
|--|---|

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

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.

El sistema de distribución y ventas existente en Japón todavía lleva las huellas del sistema 'keiretsu' (proveedor relacionado). Estos grupos empresariales más grandes e integrados se centran en los bancos y las empresas comerciales y estaban culturalmente arraigados en las transacciones comerciales japonesas. Aunque el sistema keiretsu se ha debilitado sustancialmente, estas corporaciones tienen ofertas comerciales en todas las facetas de una industria en particular, desde la producción hasta la distribución. Los principales centros logísticos y de distribución de Japón se encuentran en los principales puertos de los países en Tokio, Yokohama, Kobe, Osaka y Fukuoka.

Figura 3. Cadena de distribución de productos terminados a base de cacao en tiendas minoristas (2021)

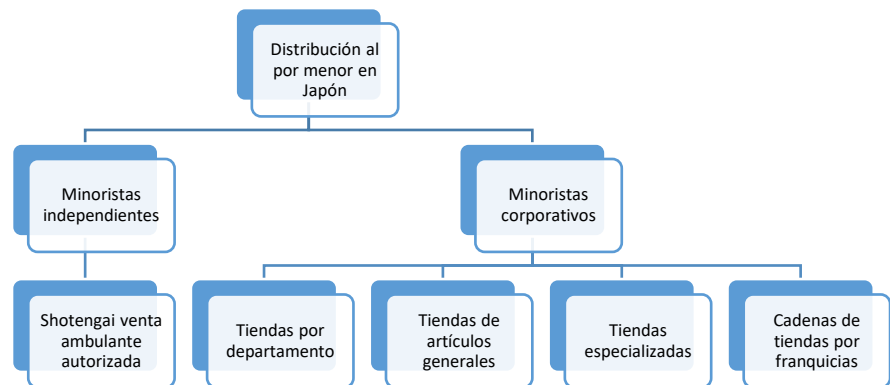
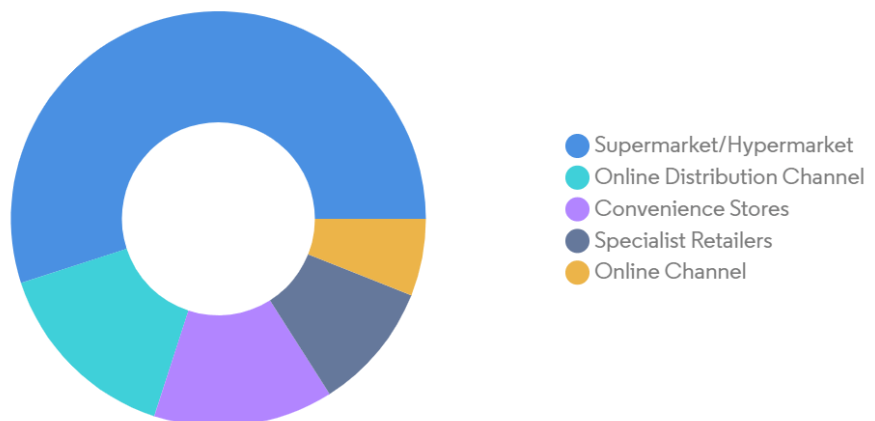


Figura 4. Participación del mercado de chocolate por canal de distribución (2021)





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

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---------------------------------|-------------------------------------|--|---|--|---------------------------------------|--|------------------------------------|-----------------------------------|--|---|---------------------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|
| <p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p> | <p>Aunque en Japón no existe una normativa legal que disponga la calidad de los granos de cacao, los importadores japoneses fijan altos estándares respecto a la calidad. Esos estándares exigen que el grano de cacao de alta calidad negociable debe reunir los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none">– Que esté fermentado, completamente seco, con granos libres de olores (humo, moho, etc.)– Libre de toda evidencia de adulteración.– Debe encontrarse libre de insectos vivos, de granos partidos, fragmentos y partes de cáscara.– Debe ser de tamaño uniforme. <p>En el mundo, la calidad del cacao se mide conforme los estándares establecidos en el país africano de Ghana, cuyo método se basa en la cuenta de los granos defectuosos en la prueba de corte. En general los estándares de calidad exigibles para el denominado cacao convencional, también son aplicados al cacao orgánico y de comercio justo. Los aspectos que se realzan en cuanto a la calidad del cacao son el origen, la preparación, el control de micro elementos, el control de micro toxinas y los microorganismos.</p> <p>Los criterios más importantes a tener en cuenta en el mercado japonés al momento de iniciar una negociación comercial son:</p> <ol style="list-style-type: none">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. <p>Factores de éxito para consolidar el mercado japonés:</p> <ol style="list-style-type: none">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. Capacidad de ofrecer nuevas variedades al acceder al mercado (asumir costos de promoción comercial del producto).6. Certificaciones disponibles (Bio, Fair Trade, Rainforest Alliance) <p>Principales importadores de granos de cacao y/o fabricantes de chocolate:</p> <table border="0"><tr><td>Asahi Group Foods, Ltd.</td><td>Meiji Co., Ltd.</td></tr><tr><td>Bourbon Corporation</td><td>Morinaga & Co., Ltd.</td></tr><tr><td>DAI-ICHI CONFECTIONERY CO., LTD</td><td>Nisshin Kako Co., Ltd.</td></tr><tr><td>Daito Cacao Co., Ltd.</td><td>Nissin Cisco Co., Ltd.</td></tr><tr><td>Fuji Oil Co., Ltd.</td><td>Nestle Japan Ltd.</td></tr><tr><td>Japan Chocolate Industrial Corporation</td><td>Shoei Foods Corporation</td></tr><tr><td>Lotte Co., Ltd.</td><td>Takaoka Chocolate Co., Ltd.</td></tr><tr><td>Mars Japan Limited</td><td>Tokyo Food Co., Ltd.</td></tr></table> | Asahi Group Foods, Ltd. | Meiji Co., Ltd. | Bourbon Corporation | Morinaga & Co., Ltd. | DAI-ICHI CONFECTIONERY CO., LTD | Nisshin Kako Co., Ltd. | Daito Cacao Co., Ltd. | Nissin Cisco Co., Ltd. | Fuji Oil Co., Ltd. | Nestle Japan Ltd. | Japan Chocolate Industrial Corporation | Shoei Foods Corporation | Lotte Co., Ltd. | Takaoka Chocolate Co., Ltd. | Mars Japan Limited | Tokyo Food Co., Ltd. |
| Asahi Group Foods, Ltd. | Meiji Co., Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bourbon Corporation | Morinaga & Co., Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DAI-ICHI CONFECTIONERY CO., LTD | Nisshin Kako Co., Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Daito Cacao Co., Ltd. | Nissin Cisco Co., Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fuji Oil Co., Ltd. | Nestle Japan Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Japan Chocolate Industrial Corporation | Shoei Foods Corporation | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lotte Co., Ltd. | Takaoka Chocolate Co., Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mars Japan Limited | Tokyo Food Co., Ltd. | | | | | | | | | | | | | | | | |



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

2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Actualmente el cacao peruano está ingresando al mercado japonés a través de diferentes presentaciones, como grano entero, pasta, manteca, en polvo, licor, nibs y como chocolates terminados, aún somos exportadores netos de materia prima, el 2020 se exportó aproximadamente 447 toneladas de grano verde de cacao, en comparación con las 10 toneladas de chocolates.

Tabla 2. Exportaciones de productos y subproductos de cacao peruano al mercado japonés 2020 (diferentes presentaciones)

| País | Pasta de cacao | | País | Cacao en polvo (sin azucar) | |
|-----------------|-------------------|------------------|--------------|-----------------------------|------------------|
| | Kg | Miles de US\$ | | Kg | Miles de US\$ |
| Malasia | 4,424,075 | 14,850.78 | Países Bajos | 6,585,975 | 19,755.36 |
| Ghana | 3,600,400 | 9,736.15 | Malasia | 8,655,060 | 19,531.89 |
| Ecuador | 1,710,615 | 4,942.04 | Singapur | 1,171,500 | 2,651.50 |
| Costa de Marfil | 1,245,000 | 3,704.61 | Ghana | 812,725 | 1,451.08 |
| Indonesia | 523,894 | 1,802.42 | Indonesia | 584,300 | 999.36 |
| Países Bajos | 320,350 | 1,149.55 | USA | 253,358 | 875.92 |
| Francia | 249,386 | 1,109.58 | Alemania | 216,440 | 590.48 |
| España | 126,380 | 395.35 | Francia | 105,726 | 485.34 |
| Bélgica | 83,026 | 371.68 | España | 148,485 | 408.92 |
| Singapur | 65,040 | 228.12 | México | 79,750 | 167.50 |
| USA | 9,771 | 54.21 | Perú | 10,000 | 73.97 |
| Perú | 6,008 | 38.98 | Australia | 1,910 | 17.28 |
| Suiza | 3,450 | 28.70 | Colombia | 2,504 | 11.39 |
| Italia | 2,344 | 27.05 | Reino Unido | 420 | 5.64 |
| Vietnam | 1,500 | 8.87 | Vietnam | 100 | 1.77 |
| Colombia | 1,120 | 4.27 | Ecuador | 201 | 1.54 |
| Alemania | 435 | 2.84 | Madagascar | 240 | 1.54 |
| Reino Unido | 150 | 5.64 | Total | 18,628,694 | 47,030.48 |
| Brasil | 135 | 2.90 | | | |
| Total | 12,373,079 | 38,463.72 | | | |

| País | Manteca de cacao | | País | Preparaciones de cacao | |
|----------------------|-------------------|------------------|--------------------|------------------------|------------------|
| | Kg | Miles de US\$ | | Kg | Miles de US\$ |
| Malasia | 13,610,204 | 61,434.35 | República de Corea | 5,126,375 | 3,964.75 |
| Indonesia | 4,582,200 | 20,319.26 | Taiwán | 600 | 3.03 |
| Singapur | 1,609,240 | 7,145.38 | Vietnam | 609,000 | 399.37 |
| Países Bajos | 1,114,137 | 5,457.81 | Tailandia | 6,053,685 | 4,065.74 |
| Francia | 414,181 | 2,297.93 | Singapur | 2,323,804 | 1,829.88 |
| España | 220,000 | 1,046.22 | Malasia | 6,170,483 | 4,371.68 |
| República Dominicana | 10,000 | 77.27 | Reino Unido | 1,218 | 8.32 |
| Bélgica | 9,870 | 71.71 | Suiza | 480 | 3.89 |
| Colombia | 2,370 | 16.58 | Italia | 873 | 6.21 |
| Perú | 1,495 | 14.92 | USA | 1,144 | 12.76 |
| Australia | 1,314 | 13.18 | Total | 20,287,662 | 14,665.63 |
| Ecuador | 1,029 | 9.50 | | | |
| Total | 21,576,040 | 97,904.09 | | | |

Fuente: Ministerio de Finanzas.



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

**Tabla 3. Exportaciones de chocolate peruano al mercado japonés 2020
(diferentes presentaciones)**

| País | Chocolate | |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| | Kg | Miles de US\$ |
| Italia | 3,975,979 | 42,892.17 |
| Bélgica | 3,275,745 | 37,748.93 |
| Francia | 2,244,577 | 27,947.63 |
| USA | 1,658,330 | 12,774.84 |
| China | 3,074,449 | 11,842.45 |
| Suiza | 845,477 | 9,528.17 |
| Alemania | 1,342,633 | 9,203.58 |
| Malasia | 1,728,859 | 7,236.29 |
| Turquía | 1,736,284 | 7,003.47 |
| Singapur | 931,319 | 3,826.72 |
| República de Corea | 795,649 | 3,533.48 |
| España | 575,439 | 3,457.76 |
| Polonia | 644,155 | 3,133.98 |
| Canadá | 307,554 | 2,813.07 |
| Australia | 557,971 | 2,547.15 |
| Países Bajos | 251,429 | 1,847.04 |
| Reino Unido | 109,587 | 1,820.45 |
| Vietnam | 309,136 | 1,053.03 |
| Colombia | 150,235 | 948.25 |
| República Checa | 99,053 | 910.82 |
| Argentina | 183,075 | 826.28 |
| Austria | 98,899 | 690.69 |
| Grecia | 188,404 | 651.57 |
| Ecuador | 98,408 | 637.60 |
| Taiwán | 65,685 | 585.20 |
| Dinamarca | 15,225 | 428.18 |
| Bulgaria | 57,383 | 324.35 |
| Rusia | 87,634 | 305.06 |
| Nueva Zelanda | 36,907 | 292.70 |
| México | 33,204 | 234.38 |
| Tailandia | 44,208 | 231.20 |
| Brasil | 54,674 | 227.86 |
| Lituania | 26,124 | 201.14 |
| Portugal | 18,883 | 171.48 |
| Letonia | 10,085 | 166.81 |
| Finlandia | 9,346 | 166.03 |
| Rumanía | 29,549 | 143.59 |
| Perú | 10,303 | 138.39 |
| Otros | 131,288 | 1,123.82 |
| Total | 25,813,144 | 199,615.61 |

Fuente: Ministerio de Finanzas.

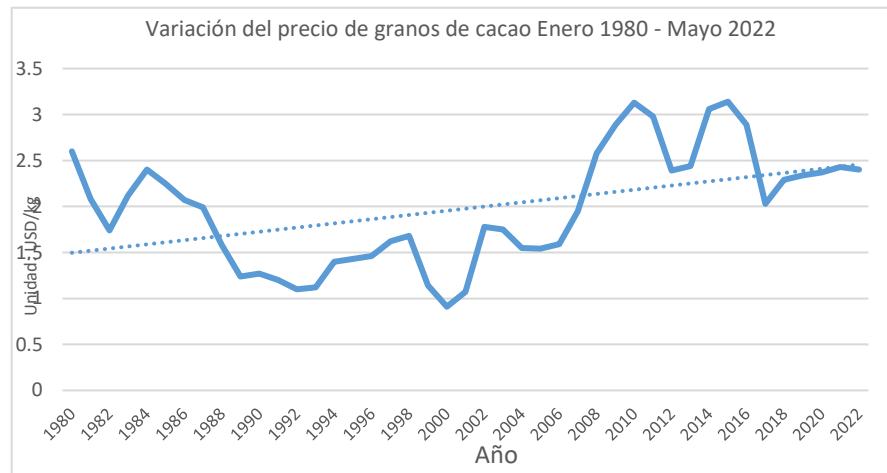
Precios

El precio promedio del grano de cacao en el mes de mayo de 2022 fue de 2.37 USD/kg (Yen: JPY 305.01 yenes/kg). El precio del cacao a través de los años ha sido relativamente asimétrico, en la década del 2010 tuvo un incremento sostenido; sin embargo, debido a la reciente pandemia el precio se vio afectado en los últimos 3 años, pero se espera que a partir del 2022 la tendencia sea estable gracias a la demanda y las condiciones logísticas favorables.



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

Figura 5. Variación del precio del cacao (1980-2022)



Precios publicados por ICCO (International Cocoa Organization).

Por otro lado, se tiene que el precio de la manteca de cacao está influenciado por el precio del cacao en grano y también está relacionado con la demanda de cacao en polvo. Esto se debe a que las materias primas, el proceso de fabricación y la utilización del cacao en Japón es complejo y altamente costoso.

El precio de venta difiere considerablemente entre las pequeñas cantidades vendidas en los sitios web, las ventas por correo y el precio de compra de los grandes fabricantes de productos de confitería/chocolatería.

2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto

Principales eventos para llevar a cabo la promoción de la cacao y chocolates peruanos:

BIOFACH JAPAN, Feria Internacional de Productos Orgánicos, con frecuencia anual (setiembre) en el Tokyo Big Sight.
Web Site: www.biofach-japan.com

SALON DU CHOCOLAT TOKYO, esta feria se celebra anualmente en febrero, es un evento de cuatro días dedicado al chocolate y el cacao que tiene lugar en el Shinjuku NS Building, en Tokio, Japón.

FOODEX: Es la principal feria de alimentos y bebidas en Japón y Asia, esta feria ofrece oportunidades de expansión comercial y proporciona soluciones para los problemas mundiales relacionados con los alimentos y las bebidas. Se desarrolla en Makuhari Messe Hall en el mes de marzo (<http://www3.jma.or.jp/foodex/ja> - TEL.03-3434-3453).

Supermarket Trade Show and/or Food and Beverage Expo: Ofrece la última información a la industria de la distribución de alimentos centrándose en los supermercados. Da la oportunidad de conocer a los líderes de la industria de la venta al por menor, al por mayor y de encontrar nuevas asociaciones, nuevas redes y nuevas tendencias para ayudar a su negocio. Se desarrolla en el Makuhari Messe Hall en el mes de febrero (<http://www.smts.jp> - TEL.03-5209-1056).



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

FABEX: Es una de las mayores ferias de Japón que abarca toda la gama de alimentos y productos comerciales, equipos y materiales y envases y embalajes, con 78.000 visitantes y 1.000 expositores en el Tokyo Big Sight (<http://www.fabex.jp> - TEL.03-3523-2755)

Asociaciones relacionadas al sector de cacao en Japón:

- Chocolate and Cocoa Association of Japan 105-0004 〒105-0004. JB Building, 6-9-5 Shimbashi, Minato-ku, Tokio FAX: 03-3432-8852: <http://www.chocolate-cocoa.com/english/>.
 - Consejo Nacional de Comercio Justo para la Industria del Chocolate: 105-0004. Tokio Minato-ku Shimbashi 6-chome 9-5 Edificio JB 6F TEL 03-3437-6177 <https://www.chocokoutori.org/>.
 - Cooperativa de la Industria del Chocolate de Japón: 539-1 Koshiro, Nikko-shi, Tochigi. Teléfono: 0288 (25) 6701; FAX:0288(25)6702. <http://www.chocolate.or.jp/>.
 - Japan Chocolate Sommelier Association: <https://www.chocolate-sommelier.jp/>
 - Food Marketing Research and Information Center: 2F Nishigahara Sobi Heights, 3-1-12 Nishigahara, Kita-ku, Tokio 114-0024, Japón TEL: 03-5567-1991. FAX: 03-5567-1960 <http://www.fmric.or.jp/>
- Hello Chocolate: <https://www.meiji.co.jp/hello-chocolate/>

**PERÚ**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Comercial del Perú en Japón

“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 |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------------|---|---|
| CACAO ALUN Venta online | Bolsa | 64.90 | Peru | Junio 2022 | Cacao blanco 2kg |  |
| Carif Japan Co. Ltd. | Bolsa | 616.56 | Ecuador | Junio 2022 | Cacao en grano 20kg |  |
| Carif Japan Co. Ltd. | Bolsa | Precio se puede negociar | Piura, Perú | Junio 2022 | Cacao en grano 2kg |  |
| AMAZON | Bolsa | 14.62 | Vietnam | Junio 2022 | Cacao en grano 500gr |  |
| AMAZON | Bolsa | 21.50 | Tanzania | Junio 2022 | Cacao en grano 800gr |  |






PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Comercial del Perú en Japón

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

| | | | | | | |
|---------|-------|------|-------------------|------------|-------------------------------|---|
| RAKUTEN | Bolsa | 8.90 | México | Junio 2022 | Cacao en grano 60gr |  |
| RAKUTEN | Bolsa | 7.52 | Madagascar | Junio 2022 | Cacao en grano 200gr |  |
| RAKUTEN | Bolsa | 22 | Trinidad y Tobago | Junio 2022 | Cacao en grano fermentado 2kg |  |