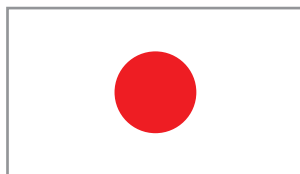




Perfil de mercado -Granos andinos-



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Producción, comercio y consumo en Japón	4
02. Percepción del consumidor sobre el origen del producto	9
03. Entorno regulatorio en Japón	13
04. Tendencias y desarrollo del mercado	17
05. Canales comerciales	20
06. Información adicional	22



01

Producción, comercio y consumo en Japón

A pesar del bajo nivel de notoriedad de los granos andinos entre los consumidores japoneses, se observa un lento pero creciente interés por la quinua, debido a sus beneficios nutricionales. Sin embargo, su presencia en los canales de servicios alimentarios es casi insignificante. Las posibilidades de que se conozcan otros granos como la kiwicha y tubérculos como la maca son muy limitadas, por lo tanto, el consumo por parte de la población japonesa se torna más difícil, ya que estos productos andinos no son consumidos ni en el hogar ni en los canales de servicios alimentarios. La misma situación experimenta la quinua y la kiwicha, estos granos ni siquiera son de uso común en la industria de procesamiento de alimentos. En el caso de la maca, se presenta otro panorama, esta se usa en la elaboración de suplementos para la salud. Se dice que este tubérculo aumenta la resistencia y mejora la salud sexual.

En el periodo 2010 a 2012, los granos andinos (una sumatoria de quinua, preparaciones culinarias, harina y fécula de sagú y de raíces o tubérculos ricos en almidón o con contenido de inulina y cereales sin moler) crecieron en un 11,5%

con una TACC (Tasa Anual de Crecimiento Compuesto) y 7,0% en términos de valor y volumen, respectivamente. En el 2012, las importaciones totales alcanzaron 1 161 millones de dólares estadounidenses y 408 526 toneladas, debido a un incremento en el consumo interno, que creció espectacularmente en el periodo de revisión; mientras que las exportaciones declinaron de manera marginal. En cuanto al consumo interno, este creció 18,2% a una TACC por valor y solo 7,6% por volumen y alcanzó los 802,8 millones de dólares estadounidenses y 385 765 toneladas, lo cual indica que el precio unitario de estos bienes de consumo subió en tres años.

Tomando como base el desglose de datos del International Trade Center (ITC), los preparados alimenticios fueron el único impulsor de las importaciones de granos andinos y del consumo interno, representando el 99,0% del total de las importaciones y del consumo.

En 2012, la quinua experimentó un crecimiento notable, ya que en un inicio mostraba niveles insignificantes, para luego alcanzar un valor de importación y de consumo de USD 506 000 y un

volumen de 162 toneladas. La quinua es quizás uno de los granos andinos más conocidos en Japón, aunque la visibilidad en el mercado es todavía relativamente baja. Es conocida por sus características orgánicas y nutricionales libres de gluten, por lo cual goza de aceptación entre los consumidores japoneses siempre atentos al cuidado de la salud. Si hubiera mayor difusión sobre las formas de prepararla y servirla, así como de incorporarla a la cocina local, la quinua tendría mayor potencial de crecimiento en Japón.

Los granos andinos como la quinua se importan a Japón por diversos puertos, entre ellos, Chiba, Kobe, Kawasaki y Yokohama. Las estadísticas del sector muestran que estos granos están principalmente destinados al consumo local; solo una pequeña cantidad se vuelve a exportar fuera de Japón.

Cuando se realizaron las inspecciones en tiendas y las entrevistas a los participantes del sector, la quinua fue

mencionada como uno de los granos andinos que empezaba a ser conocido y crecer en popularidad. Pero todavía le falta visibilidad en el mercado. La quinua envasada suele conseguirse en tiendas independientes de comestibles, pero no está presente en cadenas de supermercados e hipermercados.

En cuanto a la maca, en el mercado japonés, no es común conseguirla en su forma original, sino ya procesada. Este tubérculo es conocido por sus propiedades como estimulante de la libido, y suele utilizarse en la producción de suplementos para la salud sexual.

La maca importada se canaliza dentro de la industria de procesamiento de alimentos y se reproduce en forma de suplementos en polvo o tabletas. En 2008, la importante compañía productora de bebidas Asahi Soft Drinks Co. Ltd. lanzó una bebida energética llamada Dodekamin Black, que contenía maca como uno de sus ingredientes clave.

Figura 1. Quinua Envasada



La Quinua envasada se vende en tiendas de comestibles independientes.

Fuente: Euromonitor International

Tabla 1. Granos andinos¹ por valor, Japón 2010-2012

(US\$'000)	2010	2011	2012	TACC 10-12
Importaciones	933 806	1 127 008	1 160 925	11,5%
Producción local ²	0	0	0	-
Exportaciones	359 217	370 368	358 164	-0,1%
Consumo interno*	574 589	756 640	802 761	18,2%

(%)	2011	2012
Crecimiento interanual ³ , importaciones	20,7%	3,0%
Crecimiento interanual, producción local	-	-
Crecimiento interanual, exportaciones	3,1%	-3,3%
Crecimiento interanual, consumo interno	31,7%	6,1%

¹ Los datos de la industria en las Tablas 1 y 2 se refieren a la sumatoria de Quinoa, preparados alimenticios, nes, harina y fécula de sagú, raíces o tubérculos ricos en almidón o con contenido de inulina y cereales, sin moler, nes. Los códigos HS para estos son 100850, 100890 y 110620 respectivamente.

² Si bien existen datos de producción relacionados con la Quinoa, preparados alimenticios, nes, harina y fécula de sagú y de raíces o tubérculos ricos en almidón o con contenido de inulina y cereales, sin moler, nes, las definiciones utilizadas por las autoridades japonesas no son directamente comparables con las del International Trade Centre/ Centro de Comercio Internacional. Por lo tanto, la producción local de estos códigos HS es considerada insignificante.

³ YOY: sigla que significa "year on year" (en inglés), cuya traducción al español sería "año sobre año", la cual será utilizada con este significado en el presente informe.

* Consumo interno se refiere a las importaciones y producción local menos las exportaciones.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón; Centro de Comercio Internacional

Tabla 2. Granos andinos por volumen, Japón 2010-2012

(Toneladas)	2010	2011	2012	TACC 10-12
Importaciones	356 888	387 319	408 526	7,0%
Producción local	0	0	0	-
Exportaciones	23 893	21 927	22 761	-2,4%
Consumo interno*	332 995	365 392	385 765	7,6%

(%)	2011	2012
Crecimiento interanual, importaciones	8,5%	5,5%
Crecimiento interanual, producción local	-	-
Crecimiento interanual, exportaciones	-8,2%	3,8%
Crecimiento interanual, consumo interno	9,7%	5,6%

*Consumo interno se refiere a las importaciones y la producción local menos las exportaciones.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón; Centro de Comercio Internacional

Figura 2. Maca como suplemento para la salud


Suplemento de Maca por Suntory Holdings Pte Ltd, Japón.

Fuente: Sitio web de los productos Suntory

(<http://www.suntory-kenko.com/contents/brands/maca/>)

02

Percepción del consumidor sobre el origen del producto

Figura 3. Bebida energética con maca



「ドデカミン エナジーコーラ」

Dodekamin bebida Cola energética de Asahi Soft Drinks Co Ltd.

Fuente: Asahi Soft Drinks Co Ltd (<http://www.asahiinryo.co.jp/>)

Tabla 3. Quinoa⁴ por valor y volumen, Japón 2010-2012

(US\$'000)	2010	2011	2012	TACC 10-12
Importaciones	0	0	506	-
Producción local ⁵	0	0	0	-
Exportaciones	0	0	0	-
Consumo interno*	0	0	506	-

	2010	2011	2012	TACC 10-12
Importaciones	0	0	162	-
Producción local	0	0	0	-
Exportaciones	0	0	0	-
Consumo interno*	0	0	162	-

⁴ La Quinoa está registrada bajo el código HS 100850.

⁵ Si bien existen datos de producción relacionados con la quinoa, preparados alimenticios, nes, harina y fécula de sagú y de raíces o tubérculos ricos en almidón o con contenido de inulina y cereales, sin moler, nes, las definiciones utilizadas por las autoridades japonesas no son directamente comparables con las del International Trade Centre/ Centro de Comercio Internacional. Por lo tanto, la producción local de estos códigos HS es considerada insignificante

* Consumo interno se refiere a las importaciones y producción local menos las exportaciones.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón; Centro de Comercio Internacional/ International Trade Centre

En el 2012, Estados Unidos fue el principal socio comercial de Japón para granos por valor, exportando este producto por 239,8 millones de dólares estadounidenses. No obstante, representó 16 173 toneladas de ese bien de consumo en ese mismo año (ocupando el quinto lugar). Por otra parte, los países de Corea del Sur y Tailandia juntos proveyeron, en ese mismo año, más de la mitad de todos los granos importados por Japón en términos de volumen, pero absorbieron menos del 25,0% de las importaciones por valor. Mientras la mayoría de los principales mercados exportadores a Japón tuvieron crecimiento positivo en el periodo analizado (2010-2012), Perú experimentó un descenso colectivo de la TACC por 5,6% y 10,3% de la TACC en términos de valor y volumen, respectivamente.

Este descenso en las exportaciones peruanas de granos andinos a Japón se produjo, principalmente, por la subcategoría de cereales sin moler, que tuvo una merma de 79,2% TACC y 84,9% TACC en términos de valor y volumen, respectivamente. En comparación, con los cereales sin moler, como una subcategoría entera, creció 67,3% TACC por valor y 84,3% TACC por volumen en el mismo periodo. Los principales socios importadores de granos

andinos, tal como se define para la recolección de datos de este estudio, aparecen en las Tablas 4 y 5.

Entre los tipos de granos andinos considerados para este informe, los más conocidos por los consumidores japoneses son la quinua y la maca. Los consumidores conocen la quinua que proviene de Perú y Bolivia, sin mostrar preferencia por ninguno de los países en particular. Los participantes del sector piensan que la popularidad de la quinua en Japón se debe, en gran parte, al apoyo brindado por celebridades, sobre todo, al de la modelo australiana Miranda Kerr, que es fanática de la quinua.

Perú y Bolivia son los únicos países exportadores de quinua. En 2012, Perú absorbió el 49,6% de las importaciones de quinua realizadas por Japón en términos de valor y 50,6% por volumen. La quinua peruana tiene un precio ligeramente más competitivo (USD 3 061 por tonelada) que la boliviana (USD 3 188 por tonelada). Dado que el mercado de granos andinos en Japón está en sus comienzos, son pocos los consumidores capaces de identificar diferencias concretas entre los granos peruanos y bolivianos; por lo general, se muestran indiferentes al país de origen.

Tabla 4. Principales socios importadores de granos andinos por valor, Japón 2010-2012

(US\$'000)	2010	2011	2012	TACC 10-12
Estados Unidos	201 835	225 037	239 847	9,0%
Corea del Sur	151 372	204 062	213 709	18,8%
China	146 404	172 418	182 798	11,7%
Tailandia	115 024	126 552	126 588	4,9%
Singapur	81 295	110 160	121 385	22,2%
Perú*	432	354	385	-5,6%
Otros	237 444	288 425	276 213	7,9%
Total	933 806	1 127 008	1 160 925	11,5%

(%)	2011	2012
Crecimiento interanual, Estados Unidos	11,5%	6,6%
Crecimiento interanual, Corea del Sur	34,8%	4,7%
Crecimiento interanual, China	17,8%	6,0%
Crecimiento interanual, Tailandia	10,0%	0,0%
Crecimiento interanual, Singapur	35,5%	10,2%
Crecimiento interanual, Perú*	-18,1%	8,8%
Crecimiento interanual, otros	21,5%	-4,2%
Crecimiento interanual, total	20,7%	3,0%

*Perú no está entre los cinco principales proveedores de granos andinos (en términos de valor) a Japón desde 2012.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón; Centro de Comercio Internacional/International Trade Centre

Tabla 5. Principales socios importadores de granos andinos por volumen, Japón 2010-2012

(toneladas)	2010	2011	2012	TACC 10-12
Corea del Sur	109 260	120 575	124 921	6,9%
Tailandia	87 578	90 105	96 890	5,2%
China	62 941	64 069	65 839	2,3%
Singapur	30 430	35 672	45 526	22,3%
Estados Unidos	10 430	15 925	16 173	24,5%
Perú*	143	115	115	-10,3%
Otros	56 106	60 858	59 062	2,6%
Total	356 888	387 319	408 526	7,0%

(%)	2011	2012
Crecimiento interanual, Corea del Sur	10,4%	3,6%
Crecimiento interanual, Tailandia	2,9%	7,5%
Crecimiento interanual, China	1,8%	2,8%
Crecimiento interanual, Singapur	17,2%	27,6%
Crecimiento interanual, Estados Unidos	52,7%	1,6%
Crecimiento interanual, Perú*	-19,6%	0,0%
Crecimiento interanual, otros	8,5%	-3,0%
Crecimiento interanual, total		

*Perú no está entre los cinco principales proveedores de granos andinos (en términos de valor) a Japón desde el 2012.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón; Centro de Comercio Internacional/International Trade Centre

03

Entorno regulatorio en Japón

Tabla 6. Principales socios importadores de quinua por valor, volumen y precio, Japón 2010-2012

(US\$'000)	2010	2011	2012	Participación 2012 %
Bolivia	0	0	255	50,4%
Perú	0	0	251	49,6%
Total	0	0	506	100,0%

(toneladas)	2010	2011	2012	Participación 2012 %
Perú	0	0	82	50,6%
Bolivia	0	0	80	49,4%
Total	0	0	162	100,0%

(US\$ por tonelada)	2010	2011	2012
Bolivia	0	0	3 187,5
Perú	0	0	3 061,0
Promedio	0	0	3 123,5

Fuente: Centro de Comercio Internacional/International Trade Centre

La importación de granos andinos en Japón se rige primordialmente por dos leyes: la Ley de Higiene Alimentaria y la Ley de Aduanas. La Ley de Higiene Alimentaria reglamenta la higiene y seguridad alimentaria y la Ley de Aduanas regula los aranceles.

La Ley de Higiene Alimentaria se estableció con el fin de prevenir incidentes de riesgos en la salud por el consumo de alimentos, para asegurar el cumplimiento de las reglamentaciones y medidas vigentes para garantizar la seguridad alimentaria en Japón. Bajo la Ley de Higiene Alimentaria, los productos agrícolas deben someterse a un control de higiene de los alimentos: una evaluación de los tipos y datos de los ingredientes crudos, y pruebas para determinar tipos y contenidos de aditivos, pesticidas, residuos, micotoxinas, etc. En caso de que se detectaran aditivos, pesticidas u otros contenidos prohibidos en Japón, se prohibiría el ingreso de los productos agrícolas que contienen este tipo de ingredientes.

Para granos andinos y otros granos (frijoles/porotos y verduras excluyendo arroz y porotos de soja), la cantidad máxima de cadmio permitida se anota como "indetectable".

Bajo esta ley, los importadores con intención de importar alimentos deberán presentar la notificación de importación al Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social. Concretamente, se les exige a los importadores enviar dos copias de sus notificaciones de importación a la estación de cuarentena (División de Inspecciones Sanitarias de Alimentos). Cuando se certifique que las importaciones hayan aprobado la inspección correspondiente en la estación de cuarentena, las copias de las notificaciones de importación serán selladas por las autoridades y una de las copias será devuelta al importador. Si el lote de las exportaciones no es aprobada en el examen, se aconsejará u ordenará a los importadores que destruyan las importaciones o las regresen. Hay cerca de treinta y una estaciones de cuarentena ubicadas en los puertos marítimos y aeropuertos de Japón.

La Ley de Aduanas se rige por el Departamento de Asuntos Financieros y supervisa los derechos aduaneros en productos agrícolas y pesqueros. También controla los productos agrícolas y pesqueros bajo prohibición de importación.

Tabla 7. Tasas arancelarias - Granos andinos

Código HS	Artículo	Tasas arancelarias			
		General	SGP	AAE	Perú
1008.50.100	Quinua (Chenopodium quinua) adecuada únicamente para siembra por tratamiento químico	Libre	No indicado	Libre para ciertos países bajo el AAE	No indicado
1008.50.200	Quinua (Chenopodium quinua)	5%	Libre	No indicado	No indicado
1008.90.010	Otros cereales adecuados únicamente para siembra por tratamiento químico	Libre	No indicado	Libre para ciertos países – México	Libre
1008.90.090	Otros cereales	5%	Libre	No indicado	Libre
1106.10.000	De las leguminosas secas del título 07.13	16%	No indicado	Libre para ciertos países; tasas aplicables de 13.6% para países de la ASEAN	No indicado
1106.20	De sagú o de raíces o tubérculos de título 07.14	25%	No indicado	No indicado	No indicado
1106.20.110	De sagú o de raíces o tubérculos de título 07.14 De mandioca – Para fines alimentarios	25%	No indicado	Libre para todos los países bajo el AAE	Libre
1106.20.200	De sagú o de raíces o tubérculos de título 07.14 Otros	25%	No indicado	Libre para ciertos países; tasas aplicables de entre 7.7% y 15.5% para ciertos mercados	15.5%
1106.30	De los productos del Capítulo 8	25%	No indicado	No indicado	No indicado
1106.30.110	De los productos del Capítulo 8 Harina, fécula y polvo de plátano - Para fines alimentarios	25%	No indicado	Libre para todos los países bajo el AAE	Libre
1106.30.190	De los productos del Capítulo 8 Harina, fécula y polvo de plátano – Otros	25%	No indicado	Libre para ciertos países; tasas aplicables de entre 4.1% to 10.9% para ciertos mercados	No indicado
1106.30.200	De sagú o de raíces o tubérculos de título 07.14 Otros	25%	No indicado	Libre para ciertos países; tasas aplicables de entre 4.1% to 10.9% para ciertos mercados	No indicado

Fuente: Aduana de Japón

(www.customs.go.jp/english/tariff/2013_4/data/i201304e_10.htm, www.customs.go.jp/english/tariff/2013_4/data/i201304e_11.htm)

Según el SGP de Japón (actualizado en 2011), Perú es considerado un país beneficiario de Japón, pero no está clasificado como País Menos Adelantado (PMA); por lo tanto, no goza de otros derechos impositivos especiales ni cupos ni privilegios de acceso libre para sus productos. No obstante, sí tiene derecho a la tasa del Acuerdo de Asociación Económica (AAE), que es más baja que las tasas generales. Entre otros mercados que disfrutaban de estas tasas AAE se incluyen a los de México, Singapur, Malasia, Chile, Tailandia, Indonesia, Brunéi, Suiza, Vietnam, India y el resto de los países de la ASEAN. En la Tabla 7 (página anterior) se muestran las tasas arancelarias aplicables a los granos andinos (actualizado a abril de 2013).

Para obtener un tratamiento arancelario preferencial para granos andinos, se deberá presentar ante las autoridades de la aduana de Japón un certificado de origen: Formulario A⁶ (declaración y certificado combinados), previamente a la exportación de productos a este país. Este certificado será emitido por las autoridades aduaneras u otras autoridades gubernamentales competentes del país de exportación preferencial-receptor u otros organismos de ese país (como cámaras de comercio), que estén registrados como emisores por las autoridades de la aduana japonesa, a solicitud del exportador

cuando exporte las mercancías en cuestión.

En el caso de las consignaciones de valores aduaneros que no excedan JP¥ 200 000 (USD 2 000) o mercancías cuyo origen sea evidente, no se exigirá esta documentación adicional. Cabe observar que el formulario suele ser válido por tres años y puede ser nulo si el contenido de la mercancía no coincide con el artículo real de exportación. Además, Japón tiene una tarifa temporal para ciertos productos, fijada por la Ley de Medidas de Tarifas Temporales, que en estos casos prevalecerá por encima de la tarifa general.

Los importadores también deberán tomar en cuenta que se impondrá un impuesto al consumo de 5,0% sobre todos los artículos importados o manufacturados en Japón. El monto del impuesto al consumo a pagar sobre artículos importados se calcula sobre la base del valor aduanero de los productos, incluyendo los aranceles aduaneros a pagar; y en los casos en que se aplican, otros impuestos sobre consumos específicos a pagar. En Japón, existen nueve aduanas regionales en total, las cuales son Hakodate, Tokio, Nagoya, Yokohama, Osaka, Okinawa, Kobe, Moji y Nagasaki.

⁶ Para mayores detalles sobre el Formulario A, consultar: http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/doc_eui.html

04

Tendencias y desarrollo del mercado

En relación al sistema JAS, este se ubica bajo la Ley para la Normalización y el Correcto Etiquetado de los Productos Agrícolas y Forestales. Este sistema está compuesto por dos subsistemas: uno es el sistema JAS estándar y, el otro, el sistema estándar de etiquetado de calidad. Este último requiere que todos los productores, distribuidores y otras partes involucradas etiqueten sus productos de conformidad con los estándares de etiquetado de calidad establecidos por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca.

Bajo los estándares de etiquetado de calidad, los distribuidores o importadores de granos deben proporcionar la siguiente información:

- (1) Nombre del alimento
- (2) Lugar de origen
- (3) Contenido neto

Con respecto al lugar de origen de los granos andinos, para su importación se deberá suministrar el nombre del país de origen y el nombre del puerto o el nombre de la prefectura donde se desembarcaron los granos andinos. Para facilitar

el proceso, se recomienda que los exportadores entreguen al distribuidor y a los importadores la tabla de procesamiento de elaboración del producto en cuestión.

Cabe señalar que debido a la incidencia cada vez mayor de casos de reacciones alérgicas a ciertos alimentos, se ha resuelto indicar en las etiquetas de los envases aquellos ingredientes conocidos como alergénicos. La obligatoriedad de etiquetarlos como alergénicos rige para los siguientes productos: langostinos/camarones, cangrejo, trigo, alforfón/trigo sarraceno y huevo. Para otros que son potencialmente alergénicos, al momento de la investigación, el etiquetado era recomendable pero no obligatorio. Entre estos productos se encuentran el abalón/locos, salmón, huevas de salmón, plátano/banana, caballa, carne de res, cerdo, pollo, naranjas, duraznos, kiwi, manzanas, nueces, porotos de soja, batata, gelatina y hongos Matsutake.

Se estima que el canal minorista acapara la mayor parte de las ventas de granos andinos (>90% del volumen total consumido), como la quinua y la kiwicha, que se venden principalmente a través de las tiendas naturistas/herbolarios, venta minorista por Internet y también en ciertos hipermercados, sobre todo en zonas urbanas y exclusivas.

Hasta hace poco era raro encontrar granos andinos como la quinua en establecimientos gastronómicos en Japón. Últimamente han proliferado restaurantes y panaderías que ofrecen propuestas de comidas y productos exóticos. Por ejemplo, Le Pain Quotidien, un restaurante con sede en Omotesando en Tokio, crece en popularidad con la oferta de productos saludables y novedosos a los consumidores preocupados por el cuidado de la salud. Japón es uno de los países cuya población se preocupa mucho por el cuidado de la salud. En vista de lo mencionado, en los próximos tres años, se prevé un crecimiento del consumo de quinua a través del canal de servicios alimentarios, y un número mayor de restaurantes que incluyan granos en su menú.

En cuanto a la preparación de la quinua, es común verla servida en ensaladas. Lo

que se busca es que los consumidores que la conocen aprendan a prepararla y consumirla como sustituto del arroz. Si bien existen variantes de la quinua en Japón, la más común es la quinua blanca (marfil); ver la variedad roja es poco frecuente y la variedad negra solo se distribuye en la venta minorista o en los canales de servicios alimentarios.

Los otros productos andinos, como la maca y la kiwicha, suelen distribuirse por el canal de procesamiento de alimentos. Ambos productos se usan como ingredientes en suplementos para la salud y dietarios, habitualmente en forma de polvo o tabletas. Tanto la maca como la kiwicha no se encuentran en el canal de servicios alimentarios; aunque la creciente notoriedad y popularidad de la quinua puede direccionar la atención sobre estos productos andinos y sus beneficios en el futuro.

Y esto sería posible en vista de que en la población japonesa más del 20,0% son mayores de 65 años, es decir, que los índices de longevidad son altos. Esta situación impulsa a los japoneses de cualquier edad a comer sano para evitar problemas de salud en la vejez. Además, porque

tienen conciencia de que la alimentación sana también sirve para equilibrar el ritmo de vida acelerado. Por ello, los establecimientos de servicios de comida se han sumado a esta tendencia y ya han empezado a ofrecer alimentos sanos -aunque a veces exóticos- y habitualmente hipocalóricos con alto valor nutricional. A pesar de sus precios más elevados, estos menús han acrecentado su popularidad.

En Japón, Tokio es la ciudad que cuenta con el mayor porcentaje de consumidores de quinua, kiwicha y otros granos andinos. Quizás por su naturaleza cosmopolita: entre sus habitantes hay extranjeros y japoneses que están más expuestos a otras culturas. Esto se traduce en mayor exposición, conocimiento y disposición a probar alimentos nuevos. También los granos andinos parecen ser más populares entre las mujeres y el grupo de consumidores jóvenes. Los consumidores japoneses mayores se inclinan más por los alimentos tradicionales y más

baratos como el natto, una comida a base de la semilla fermentada de la soja, por eso, es menos probable que consuman granos andinos.

Cabe mencionar que a pesar de la reciente introducción de estos granos en Japón, solo se consigue una sola variedad. Por ejemplo, si bien hay quinua amarilla, negra y roja, la amarilla es la única variedad existente en el mercado.

En vista de que las tiendas que venden vía Internet llegan al consumidor final con menos intermediarios en la cadena de abastecimiento, estas pueden ofrecer granos andinos a precios minoristas más bajos en comparación con otros canales del formato tienda. En Japón, los granos andinos típicamente vienen envasados en bolsas plásticas, y cada bolsa de 300 gramos puede costar USD 6,15 (JP¥ 615) si se compra vía Internet, mientras que otra similar, en una tienda naturista, puede costar más de USD 8,00 (JP¥ 800).

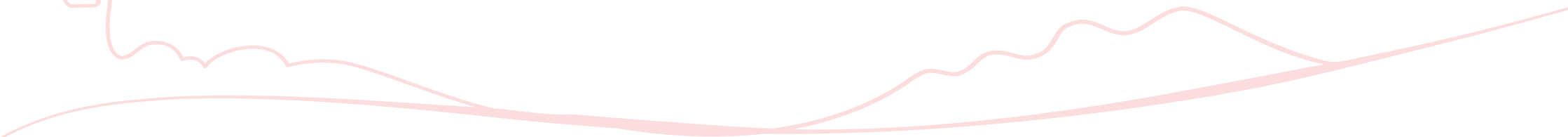
Tabla 8. Precio de quinua, kiwicha y maca, Japón 2012

(US\$ por kilogramo)	2012
Quinua	30,7
Kiwicha	20,4
Maca	10,2

Fuente: Kakaku.com

La siguiente tabla muestra los precios de los diversos granos andinos registrados por <http://www.kakaku.com> (el sitio más popular de comparación de precios en Japón) en el mercado. Los precios se mencionan solo como referencia. Si se comparan quinua, kiwicha y maca, la quinua es la que tiene el precio más elevado en los canales minoristas en formato tienda.

Como los granos andinos son difíciles de encontrar en Japón y llevan poco tiempo en el mercado, no se sabe si los precios de los diversos granos andinos varían en las diferentes temporadas. Se prevé un crecimiento de la demanda de quinua y los otros granos andinos en Japón en el periodo pronosticado.



05

Canales comerciales

Tabla 9. Participación por volumen de granos andinos⁷ en canales de distribución, Japón 2012

(%)	2012%
Supermercados/hipermercados	10,0
Tiendas de comestibles independientes	20,0
Minimercados	-
Tiendas de descuento	-
Mercados abiertos	-
Otros	70,0
Total	100,0

Fuente: Estadísticas nacionales, asociaciones comerciales, fuentes empresariales, representantes de la industria, cálculos internos Euromonitor International

En el 2012, el canal de distribución "Otros", que comprende, sobre todo, a las ventas vía Internet y por correo, se llevaba el porcentaje de participación más importante: 70,0% por volumen. Los supermercados, hipermercados y las tiendas de comestibles independientes -sobre todo las dietéticas y tiendas natu-

ristas- contribuyeron al restante 30,0% del volumen de ventas. Dado que la quinua y los demás granos andinos son de precio elevado y de bajo nivel de demanda, lo más probable es que el formato minorista no basado en tiendas continúe siendo el principal canal de distribución.

⁷ Dado que la quinua es el grano que más se vende en Japón, esta tabla muestra la tendencia de distribución de la quinua.

Este canal de venta minorista no pertenece al formato tienda -como la venta por Internet y por correo- es percibido por los consumidores como más conveniente y más preferido por ser más rápido en la respuesta y la entrega de los productos, a la vez más económico para el consumidor final. Además, como los supermercados, hipermercados y las tiendas naturistas que ofrecen granos andinos son pocos y, por ende, de difícil acceso, los consumidores prefieren ordenar sus granos por Internet y desde su casa.

Si bien el canal de Internet absorbe una proporción significativa del volumen de ventas de quinua, las ventas a través de supermercados y tiendas de comestibles independientes también representan un volumen considerable: el 30,0%. Típicamente, estos productos son comprados por consumidores deseosos de probar un alimento beneficioso para la salud o por aquellos que ya están acostumbrados a comprar a través de establecimientos minoristas del formato tienda. Es sabido que en algunas tiendas naturistas, la quinua se vende por peso, lo cual permite mayor flexibilidad a los consumidores.

Figura 4. Tiendas de comestibles independientes en Japón



Fuente: Euromonitor International

06

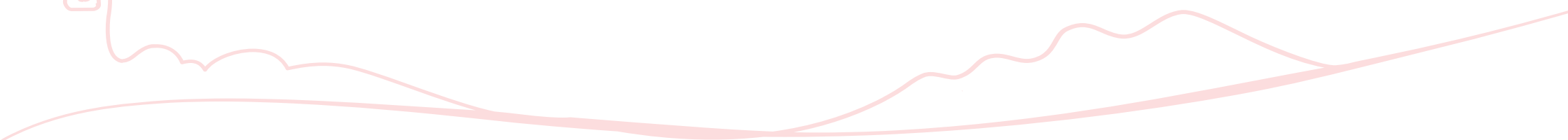
Información adicional

6.1 Agencias y asociaciones

Tabla 10. Agencias y asociaciones

Nombre	Número de contacto	Correo electrónico	Sitio web	Tipos de productos
Japan Grain Inspection Association (KOKKEN)	+81-3-3668-0911	info-hed@kokken.or.jp	http://www.kokken.or.jp/english.html	Granos y arroz
Japan Millet Association	+81 3-6661-7340	info@zakkoku.jp	http://www.zakkoku.jp/	Granos diversos
Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry	+81 3-5772-7880	info@jaicaf.or.jp	http://www.jaicaf.or.jp/reference-room/guide.html	Diversos productos agrícolas

Fuente: Sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de empresas



6.2 Importadores y distribuidores

Tabla 11. Importadores y distribuidores

Nombre	Número de contacto	Correo electrónico	Sitio web	Tipos de productos
Sakurai Foods Co Ltd	+81-574-54-2251	-	http://www.sakuraifoods.com/	Quinoa
Itoh Kampo Co	+81-6-6748-9000	-	http://www.itohkampo.co.jp/	Quinoa
Asahi Shokuhin Co Ltd	+81-88-880-8111	No disponible	http://www.asask.co.jp/asahi/index.htm	Quinoa
Odani Kokuhun Co Ltd	+81-88-882-2655	No disponible	http://www.osk-odani.co.jp/	Quinoa
Tomizawa Shoten Co Ltd	+81-42-776-6488	No disponible	http://www.tomizawa.co.jp/	Quinoa
Asahi Shokuhin Co Ltd	+81-88-880-8111	No disponible	http://www.asask.co.jp/asahi/index.htm	Quinoa
DHC Corp	+81-3-3457-5311	-	http://www.dhc.co.jp/	Productor de suplementos dietarios a base de maca
Orihiro Co	+81-27-364-7511	-	http://www.orihiro.com/	Suplementos dietarios que contienen maca como un ingrediente básico
Kyodai Japan	+81 3-3280-1035	kyodaimarket@kyodai.co.jp	http://kyodaimarket.com/?mode=sk	Minorista en Internet de productos de Sudamérica y América Central
Lider Corporation	+81 476-20-1600	support@vivas.jp	http://vivas.jp/profile.html	Se especializa en la distribución de productos originarios de Sudamérica y América Central, que incluyen alimentos y bebidas.
Dai Nippon Meiji Sugar Co Ltd	+81 3-3271-0755	https://www.dmsugar.co.jp/formmail/form.html	https://www.dmsugar.co.jp/recipe/	Productor local de ingredientes como granos, azúcar, harina, etc.
Tengu Natural Foods	+81 42-982-4811	tengu@alisan.jp	http://www.alishan-organics.com/Alishan2010_organics/about/about-alishan/	Alimentos orgánicos
Morisho Shoten	+81 267-32-5899	asf-support@asf.ne.jp	http://shinshu-kenko.asf.ne.jp/front/bin/home.phtml	Vendedor minorista por Internet de productos saludables, incluyendo quinoa.
Kanekoya	+81 598-269-605	k@e-kanekoya.com	http://www.e-kanekoya.com/	Vendedor minorista por Internet de productos saludables, incluyendo quinoa.
Magi	+813-5777-5311	https://www.magi-shop.com/toiawase.html	http://www.magi-shop.com/	Vendedor minorista por Internet de productos naturales y para el cuidado de la salud

Fuente: Sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de empresas

6.3 Ferias comerciales

Tabla 12. Ferias comerciales 2013/14

Nombre	Organizador	Fecha(s) Evento	Sede(s)	Descripción	Sitio web
Agri Food Expo Osaka	Exhibition Technologies Inc	21-22 de Febrero de 2013	ATC Hall, Osaka	Exposición de una amplia variedad de alimentos especializados locales de Japón. Los expositores del evento son sobre todo agricultores y personas asociadas con el sector, presentando arroz, verduras, árboles frutales, horticultura, té, hongos, productos lácteos, aves, etc.	-
Fabex (Expo de alimentos y bebidas)	Sede del Organizador de la Expo	3-5 de Abril de 2013	Tokio	Feria comercial en la que se exponen productos de la industria de alimentos y bebidas.	http://fabex.jp/
International Food Expo Osaka	Comité Ejecutivo de International Utage Festival	26 de Abril - 6 de Mayo de 2013	Intex, Osaka	La International Food Expo Utage presentará las últimas tendencias, productos, tecnología, herramientas, técnicas y servicios, y las innovaciones científicas y tecnológicas más recientes relacionadas con la industria de los alimentos.	http://www.shokuhaku.gr.jp/
Inter-Food Kansai	Comité ejecutivo de Inter-Food Kansai	21-23 de Mayo de 2013	Osaka	Exposición en la que se presentan todos los alimentos, bebidas y equipamientos de los establecimientos de la industria de servicios alimentarios en Japón.	http://foodexpo-kansai.jp/
Foodmesse Niigata	Comité Organizador de Food & Flowers World Forum	7-9 de Noviembre de 2013	Toki Messe, Niigata	Exposición de la industria de los alimentos orientada a productores de alimentos, procesadores de alimentos, mayoristas y distribuidores en diversas industrias.	http://foodmesse.jp/
Supermarket Trade Show	New Supermarket Association Of Japan	12-14 de Febrero de 2014	Tokio	Feria anual de alimentos y bebidas que provee una plataforma de acceso a supermercados y comercios minoristas en Japón.	http://www.smts.jp/english/
Foodex Japón	Japan Management Association	4-7 de Marzo de 2014	Makuhari Messe, Chiba	La exposición de alimentos y bebidas más importante de Asia-Pacífico. Se realiza todos los años.	http://www3.jma.or.jp/foodex/ja/index.html

Fuente: Sitios webs del Gobierno, sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de empresas

6.4 Enlaces útiles

Tabla 13. Enlaces útiles

Nombre	Descripción	Sitio web
Ministerio de Agricultura, Siluicultura y Pesca	Página principal	http://www.maff.go.jp/e/
Ministerio de Agricultura, Siluicultura y Pesca	Ley de Protección de Plantas	http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/houreil/data/ppa.pdf
Organización de Comercio Exterior de Japón	Página principal	http://www.jetro.go.jp/
Organización de Comercio Exterior de Japón	Guía para Exportar al Japón	http://www.jetro.go.jp/en/reports/market/
Dirección General de Aduanas y Aranceles, Ministerio de Finanzas	Aranceles	http://www.customs.go.jp/english/tariff/2013_4/data/i201304e_08.htm
Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social	Servicios de Inspección de Alimentos Importados Página principal	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/guideline/dl/02.pdf
Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social	Procedimiento para Importar bajo la Ley de Higiene Alimentaria	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1.html
Ministerio de Asuntos Exteriores	Tratado de Libre Comercio Japón-Perú	http://www.mofa.go.jp/region/latin/peru/epa201105/index.html
Ministerio de Asuntos Exteriores	Aranceles, Tratado de Libre Comercio Japón-Perú	http://www.mofa.go.jp/region/latin/peru/epa201105/pdfs/jpepa_x01_e.pdf
Ley de Higiene Alimentaria	Descripciones en inglés de los artículos bajo la Ley de Higiene Alimentaria	http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?id=12&vm=&re=
Ministerio de Economía, Comercio e Industria	Información sobre la política de control comercial en Japón	http://www.meti.go.jp/english/policy/external_economy/trade_control/index.html
Desarrollo del Plan de Control y Orientación de Alimentos Importados para FY 2013	Información sobre los últimos planes de orientación para FY 2013	http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/keikaku/13_en.html
Aduana de Japón	Listado de oficinas de aduana en Japón que pueden facilitar procedimientos para importar/exportar, abordando consultas sobre la importación/exportación de productos.	http://www.customs.go.jp/english/c-answer_e/sonota/9301_e.htm
SGP de Japón (Sistema Generalizado de Preferencias)	Notas sobre el SGP de Japón (Sistema Generalizado de Preferencias)	http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/explain.html#08

Fuente: Sitios webs del Gobierno, sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de empresas

6.5 Sistema Generalizado de Preferencias

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Japón se inició en 1971 y se basa en el acuerdo alcanzado durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD). El SGP ofrece beneficios, tales como tarifas reducidas o libres, a los países en desarrollo, a fin de ayudarlos en su crecimiento económico.

Las tasas arancelarias en el marco del SGP (que incluyen el Arancel Preferencial General y un Arancel Preferencial Especial para Países Menos Adelantados [PMA]) son prescritas por la Ley de Medidas Arancelarias Temporales, que establece excepciones a la Ley de Aranceles Aduaneros y tiene prioridad por sobre la tasa general. Si la Asamblea General de las Naciones Unidas determina que un país beneficiario es un PMA, será elegible

para el tratamiento preferencial especial que se brinda en estos casos. Como tal, ciertos productos, incluyendo aquellos regidos por el marco del régimen del SGP y otros productos adicionales originarios de los PMA, tendrán derecho a un acceso al mercado libre de aranceles y de limitaciones.

Las dos principales categorías de productos cubiertos por el SGP son:

- (1) Productos agrícolas y de pesca
- (2) Productos industriales

Actualmente, este tratamiento arancelario preferencial, bajo el actual esquema SGP, ha sido otorgado a 137 países en desarrollo y 14 territorios, el cual estará en vigor hasta el 31 de marzo de 2021. Para obtener la clasificación de beneficiario bajo el SGP de Japón, un país o territorio debe cumplir ciertos criterios (según lo decretado por el Gabinete):

(1) La economía del país o del territorio tiene que estar en etapa de desarrollo.

(2) El territorio debe tener su propio sistema de aranceles y comercio.

(3) El país o territorio debe desear recibir un tratamiento arancelario preferencial bajo el esquema del SGP.

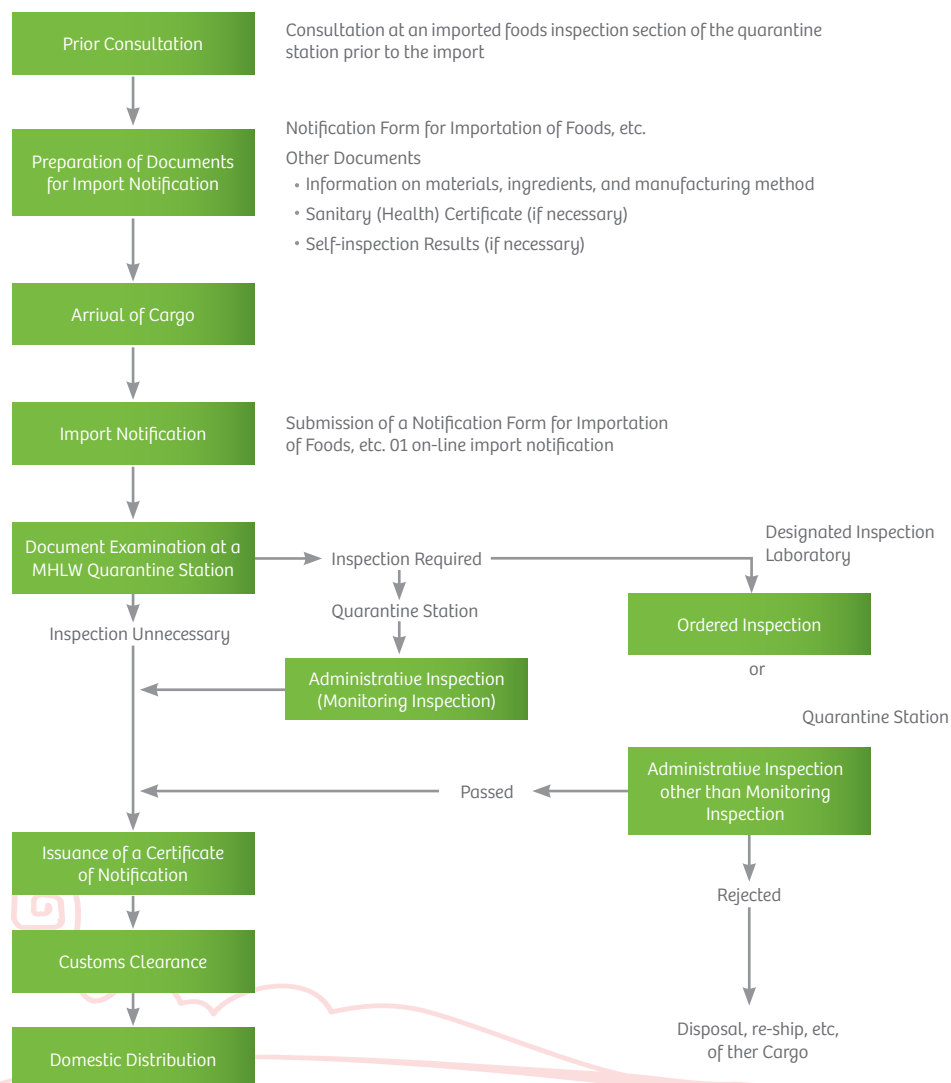
(4) Los beneficiarios deben ser declarados por orden del Gabinete como país o territorio al cual puedan extenderse dichas preferencias.

Además, la elegibilidad para el tratamiento arancelario preferencial requiere que se cumplan los criterios de origen, y los productos deben transportarse a Japón de conformidad con las normas de transporte. Deben presentarse pruebas documentales relativas al origen de los bienes y su transporte junto con los bienes importados.

Solamente los cereales con el código HS 100890090 están cubiertos por el tratamiento SGP. Por estos productos, todos los beneficiarios de preferencias bajo el SGP, incluyendo los PMA, están exentos del pago de arancel al exportarlos a Japón. Los PMA también reciben tratamiento SGP para ciertas subcategorías de productos bajo el código HS 1106 (incluyendo aquellos productos con códigos HS 1106.10.000, 1106.20 y 1106.30) y, en consecuencia, se les otorga acceso con arancel cero y cuota cero al mercado japonés para estos pocos productos. Los productos con códigos HS distintos utilizados para granos andinos en este estudio no reciben tratamiento SGP y, por lo tanto, no son elegibles para arancel cero o reducido bajo el SGP. Los principales países exportadores de maca (código HS 1106) bajo el SGP son: Vanuatu*, Senegal*, Myanmar*

*Países Menos Adelantados

6.6 Notificación de importación de alimentos y productos relacionados (procesos)



Fuente: Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social, Japón

6.7 Listado de fuentes clave

En la siguiente lista se documentan las fuentes entrevistadas y/o consultadas para la elaboración de este informe.

- Asahi Shokuhin Co Ltd
- Customs and Tariff Bureau, Ministry of Finance
- Dai Nippon Meiji Sugar Co Ltd
- DHC Corp
- Hakubaku Co
- Itoh Kampo Co
- Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry
- Japan Customs
- Japan External Trade Organization (JETRO)
- Japan Grain Inspection Association (KOKKEN)
- Japan Millet Association
- Kanekoya
- Kyodai Japan
- Lider Corporation
- Magi
- Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)
- Ministry of Economy, Trade and Industry
- Ministry of Foreign Affairs
- Ministry of Health, Labour and Welfare
- Morisho Shoten
- Odani Kokuhun Co Ltd
- Orihiro Co
- Rice Island Co
- Sakurai Foods Co Ltd
- Showa Trading Co Ltd
- Tengu Natural Foods
- Tomizawa Shoten Co Ltd
- Toyota Tsusho Foods Corp
- Tsuji Anzen Foods
- Wakachai Project
- Yamato Sangyo Co Ltd

Plan de Desarrollo de Mercado Japón



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

