

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Perfil Producto - Mercado



Camu Camu

Japón

prom
perú

I. PRODUCTO

Si bien podemos encontrar a nivel nacional una partida para el Camu camu (Nro. 0811.90.92.00), esta no es la que registra los mayores envíos de este producto, pues estas exportaciones se realizan principalmente como harina o polvo. Así, las partidas a utilizar para este análisis son la Nro. 1106.30.90.00 y la Nro. 1106.20.90.00.

Cuadro N° 1
Japón: Partida Arancelaria del Camu Camu

Partida Japón	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú	Otros países	Otros impuestos
1106.20	Flour,meal&powder of edible fruits&nuts&peel of citrus fruit or melons	Free	0%	25%	Impuesto al Consumo = (CIF + Tariff duties) × 5%
1106.30	Flour&meal of sago&of roots or tubers with hi starch or inulin content	Free	0%	25%	Impuesto al Consumo = (CIF + Tariff duties) × 5%

Fuente: Aduanas Japonesa (<http://www.customs.go.jp/english/index.htm>)
Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

II. REQUISITOS DE INGRESO

1. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO



Todo alimento importado hacia el mercado japonés debe cumplir con los siguientes requerimientos:

Cuadro N° 2

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Ministerio de Agricultura, Pesca y Forestal	Quality Labeling Standard System & JAS Standard System	1950	http://www.maff.go.jp/e/jas/index.html
Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar	Import Procedure under Food Sanitation Law	--	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1.html
Agencia de Asuntos del Consumidor (CAA)	Aviso para etiquetado productos extranjeros	-	http://www.caa.go.jp/en/pdf/100202attention.pdf
Agencia de Asuntos del Consumidor (CAA)	Sistema de etiquetado para origen de ingredientes	2001-2009	http://www.caa.go.jp/en/pdf/syokuhin374.pdf

2. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

Cuadro N° 3

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	FOSHU	En 1991 Japón implementó la normativa para los alimentos FOSHU, la cual se puede resumir en términos simples como: aquellos alimentos con posibles propiedades benéficas que han sido científicamente comprobados. Los envases deben indicar claramente su contenido, así como los beneficios que se puede esperar con el consumo de dicho producto.	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/fnc/02.html
	Orgánico	El certificado JAS, es el certificado de producción agrícola orgánica Japonés, creado por el Ministerio Forestal, Pesquero y de Agricultura de Japón.	http://www.maff.go.jp/e/jas/jas/

III. ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Cuadro N° 4
Japón – Importaciones Mundiales de Camu Camu*

RK	País Socio	US\$ (miles)					Volumen (TN)					Precio Ref. 2013
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013	
1	EE.UU.	1,382	1,622	2,210	3,194	5,825	288	333	403	525	841	6.93
2	China	2,482	1,792	2,236	2,768	2,512	230	359	316	308	250	10.05
3	Alemania	568	747	1,028	870	624	19	32	39	41	28	22.29
4	Filipinas	310	332	671	462	467	248	322	249	190	218	2.14
5	Francia	32	215	180	291	255	2	22	14	26	20	12.75
	Subtotal	4,774	4,708	6,325	7,585	9,683	254	483	955	256	147	
	Mundo	5,395	5,471	7,118	9,066	10,707	1,641	2,085	2,118	4,139	2,478	

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

(*) Se utilizaron las siguientes partidas a 6 dígitos: 1106.20 y 1106.30

Por las propiedades benéficas para la salud que posee el camu camu (rico en vitamina c, influye en la producción y regeneración de tejidos, entre otros), este fruto es considerado como un alimento funcional. Dicho esto, Japón es uno de los mercados más grandes en cuanto a consumo de alimentos y bebidas funcionales, así, en 2011 este mercado fue valorado en 1 730 billones de yenes (US\$ 16 mil millones).

Una de las principales razones por las cuales el consumo de alimentos funcionales sigue en aumento es el envejecimiento de la población. Se estima que para 2025 más del 25% de los habitantes pasarán los 60 años, por lo que habría un aumento en la demanda de productos que los ayuden a mejorar las funciones locomotoras de sus cuerpos así como a balancear su alimentación.

Otro aspecto a destacar es el incremento de enfermedades dentro de la población. Actualmente, muchas personas de mediana edad (35 -45 años) sufren problemas de salud como obesidad, presión alta, diabetes, entre otros. Esto ha llevado al incremento del gasto en productos funcionales, que ayuden a mejorar y a superar dichos inconvenientes de salud.

También se debe señalar el gran interés en el cuidado de la salud y la belleza personal por parte de los consumidores, con esto buscan maximizar su calidad de vida. Esto a su vez, ha hecho que los fabricantes de estos productos busquen insumos, principalmente naturales, que pueden cubrir dichas necesidades.

Otros factores que influyen en la decisión de compra del consumidor japonés son las siguientes: experiencias positivas de uso (para repetir la compra), el tipo de beneficio brindado por el producto, el país de origen, ingredientes naturales y/u orgánicos (especialmente aquellos derivados de plantas, con un contenido mínimo de ingredientes artificiales).

IV. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

1. MEDIOS DE TRANSPORTE

Cuadro N° 5
Tiempo de Transporte hacia Japón

Vía	Días de transporte	Puerto de llegada
Marítima	33 días	Tokio

Fuente: Sicec – Simulador de Rutas
Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

2. FLETES

Los costos promedio asignados al transporte desde el terminal del Callao hacia el de puerto de Tokyo, al 03 de noviembre de 2014, son los siguientes:

Cuadro N° 6
Costo del Flete Promedio hacia Japón

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
Hapag Lloyd	Marítimo	Contenedor de 20'	US\$ 2 000
Hapag Lloyd	Marítimo	Contenedor de 40'	US\$ 2 500

Fuente: Sicec – Simulador de Rutas
Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

V. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La comercialización y distribución de Camu Camu dentro del mercado japonés son manejadas como cualquier otro producto alimenticio. Es así como muchos de los productores o importadores utilizan, principalmente, los siguientes canales para vender sus productos:


- Supermercados (Yokado, Daiei, etc.) y/o convenience stores (Seven Eleven, Ministop, etc.).
- Venta directa (mayormente Vending Machines).
- Venta de "door to door".

Asimismo, debe destacarse la venta online y por televisión, que cada vez van ganando más participación dentro del mercado. Algunos de estos comercializadores brindan incluso descuentos por compras continuas en el largo plazo con lo que buscan fidelizar a los consumidores.

De otro lado, se estima que en Japón existan alrededor de 20 000 empresas, entre importadores, fabricantes, mayoristas y minoristas, que comercializan alimentos funcionales, categoría dentro de la cual se encuentra el camu camu.


VI. PRECIOS

Cuadro N° 7
Precio Minorista


Producto	Variiedad	Distribuidor	Origen	Peso	Precio
	Camu Camu en polvo	Rakuten	Brazil	20 Gr.	¥ 378 ó US \$ 3.29

Fuente: <http://global.rakuten.com/en/store/>


VII. PRESENTACIONES CON VALOR AGREGADO DE CAMU CAMU EN JAPÓN

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Camu Camu Ginger Ale Soda Candy
	Presentación del producto	Bolsas de 30 gr.
	Marca	Napa Japan
	Precio	US\$ 2.50
	País de fabricación	Japón
	País de distribución	Japón


Fuente: <http://www.napajapan.com/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Jugo concentrado de camu camu
	Presentación del producto	Tetrapack de 1lt.
	Marca	Amazon Camu Camu
	Precio	US\$ 20.54 (¥ 2,376)
	País de fabricación	Japón
	País de distribución	Japón

Fuente: <http://amazoncamucamu.com/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Crema aclaradora de piel de camu camu
	Presentación del producto	Envase de vidrio de 50 gr
	Marca	Peter Thomas Roth
	Precio	\$ 80.29 (¥ 9,288)
	País de fabricación	-----
	País de distribución	Japón

Fuente: <http://global.rakuten.com/en/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Mascarilla para rostro de camu camu
	Presentación del producto	Sachet de 23ml
	Marca	SunSmile
	Precio	\$ 0.93 (¥ 108)
	País de fabricación	Corea del Sur
	País de distribución	Japón

Fuente: <http://global.rakuten.com/en/>

VIII. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro N° 8
Perú: Exportaciones de Camu Camu

Año	Exportación - Mundo				Exportación - Japón			
	Valor FOB (US\$)	%Δ	Peso Neto (KG)	# Empresas	Valor FOB (US\$)	%Δ	Peso Neto (KG)	# Empresas
2009	663,307	-	93,513	18	249,127	-	76,485	2
2010	599,942	-9.55%	71,945	25	111,815	-55.12%	32,048	2
2011	914,951	52.51%	48,740	27	99,254	-11.23%	26,276	3
2012	1,166,487	27.49%	32,255	24	78,593	-20.82%	2,984	3
2013	1,781,763	52.75%	120,007	31	236,258	200.61%	71,523	6

Fuente: SUNAT - Biocomercio

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

(*) Se han contabilizado sólo las empresas que han registrado un monto de exportación superior a US\$ 1 000.

En el último año las exportaciones de camu camu alcanzaron los US\$ 1,8 millones, monto superior en US\$ 615 mil en comparación a 2012. El principal destino de este producto fue Estados Unidos, representando el 53% del monto total de envíos.

De otro lado, en ese mismo año, Japón fue el 2° mercado de destino de este producto, con 13% de participación (US\$ 236 mil). Sin embargo, a setiembre de 2014, el monto enviado solo ha alcanzado US\$ 82 mil, cifra que lo coloca como 5to destino, después de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Australia.

IX. INFORMACIÓN DE INTERÉS

1. FERIAS

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
Foodex Japan	www3.jma.or.jp/foodex/other/spa	4 días	2 808	75 766
Health Ingredients Japan (Hi-Japan)	www.hijapan.info/eng/	3 días	850	45 000

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Información en base a las últimas ediciones de los eventos.

2. OFICINAS COMERCIALES, CONSULADOS Y EMBAJADAS

- **Oficina Comercial de Perú en Japón**

Embajador: Luis Fernando Helguero

Dirección: Embajada del Perú en Japón, 2-3-1 Hiroo, Shibuya-ku - Tokio 150-0012

Teléfono: 81-3-3406-6486

E-Mail: lhelguero@embperujapan.org

3. LINKS DE INTERÉS

- Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (<http://www.maff.go.jp/e/>)
- Consumer Affairs Agency, Government of Japan (<http://www.caa.go.jp/en/>)
- Ministry of Health, Labour and Welfare (<http://www.mhlw.go.jp/english/>)
- Japan Customs (<http://www.customs.go.jp/english/>)
- Japan External Trade Organization(JETRO) (<http://www.jetro.go.jp/>)