

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**ANEXO 5****OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN TOKIO****FICHA MERCADO PRODUCTO
GRANOS ANDÍNOS: QUINUA – AMARANTO (KIWICHA)****1. Nomenclatura Arancelaria**

CÓDIGO HS							DESCRIPCIÓN
JAPÓN			PERÚ				
1008	50	100	100	85	09	000	QUINUA
1008	90	900	100	89	02	900	AMARANTO

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Nombre comercial en inglés	Nombre científico del fruto	Nombre en japonés
Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	キノア
Amarant	<i>Amaranthus caudatus</i>	アマランサス

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros).**a) Aranceles**

Partida arancelaria	Descripción del producto	Arancel
10085.09.000	QUINUA	Free
10089.02.900	AMARANTO	Free

b) Requisitos generales:

La importación de quinoa y de amaranto (kiwicha) 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.

Ley de Aduanas

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

La documentación requerida incluye:

- Factura
- Conocimiento de embarque o Guía Aérea
- Certificado de origen
- Listado de contenido, donde se especifique la cantidad exacta de los artículos contenidos en cada una de las cajas, bultos, envases, 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.

Ley de Sanidad Alimentaria

En cumplimiento de la Notificación N° 370 del Ministerio de Sanidad, Trabajo y Bienestar, "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 cereales están sujetos a la 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 aditivos, plaguicidas u otros contenidos 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 cereales deben ser controlados en el lugar de producción antes de la importación.

Desde 2011, los cereales (granos andinos) están sujetos a pruebas obligatorias por orden del Ministerio de Salud, una de ellas está la prueba de aflatoxinas. El límite aprobado para el contenido de aflatoxina B1 es de 0,01 ppm.

Ley de Protección Vegetal

Los cereales se someten a procedimientos de cuarentena, incluida la detección de contaminación por cualquier plaga o plantas nocivas, en virtud de la Ley de Sanidad Vegetal. Los procedimientos de cuarentena realizados en los aeropuertos y puertos están bajo la autoridad de las Estaciones de Cuarentena regionales.

De acuerdo con el Apéndice 2. de la Ordenanza para la Aplicación de la Ley de Sanidad Vegetal, la importación de algunos cereales está prohibida desde una serie de países y regiones a partir de marzo de 2011 debido a los problemas de plagas de cuarentena como la mosca de Hesse, el nematodo del tallo del arroz y el nematodo excavador de los cítricos. Se debe tener cuidado, ya que durante el proceso de almacenamiento y transporte puede producirse una infestación con plagas o plantas nocivas, incluso si no hay contaminación en la etapa de producción.

No se permite la importación de ningún artículo con tierra adherida; cualquier tierra debe ser eliminada antes del proceso de importación.



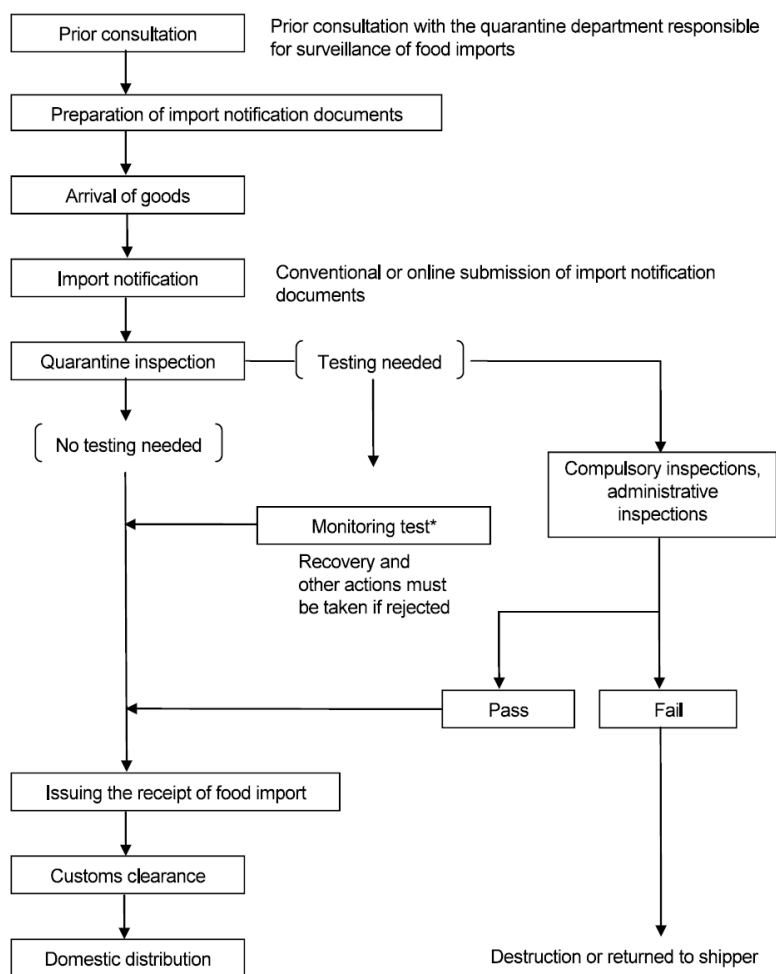
PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Figura 2: Diagrama de los procedimientos de importación de cereales (granos andinos) al Japón.



Source: Ministry of Health, Labour and Welfare

* Import food inspection following notification, conducted by MHLW Quarantine Stations according to the annual plan.

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>



4. Tendencias del mercado de la quinua y el amaranto (kiwicha)

La quinua es una planta herbácea anual que se cultiva como grano principalmente por sus semillas comestibles. Como no es una hierba, es un pseudo-cereal pero no un verdadero cereal. La quinua está estrechamente relacionada con las espinacas, la remolacha y el amaranto, que es otro pseudo-cereal. La quinua tiene varias aplicaciones en la industria alimentaria, farmacéutica, cosmética, médica, lo que está favoreciendo el crecimiento de su demanda.

El amaranto o kiwicha es una planta que se cultiva como un pseudocereal y en algunos casos como planta ornamental. El amaranto ofrece muchos beneficios medicinales, ya que es rico en antioxidantes, alto en proteínas, carbohidratos, calcio y otros, por lo que se le conoce como un super alimento.

Factores impulsores de la demanda de quinua en el mercado japonés

La quinua es ampliamente utilizada por ser un alimento libre de gluten, alta en proteínas, y es una buena fuente de fibra. La quinua tiene características diversas, pero su color, nivel de saponina y clima de crecimiento son las principales propiedades consideradas durante el comercio de semillas de quinua.

La aplicación de la quinua y amaranto en productos alimenticios como pan, fideos, pasta, etc., está favoreciendo su crecimiento en este mercado, la harina de estos granos andinos es utilizada en mezclas de horneado multigrado junto con ser una alternativa a la harina de trigo, y que es naturalmente libre de gluten. La creciente demanda de productos naturales y orgánicos en la industria cosmética está ganando popularidad y con ello también las importaciones de ambos productos. El consumo de quinua como alimento para el desayuno ha sido un gran impulsor en la creciente demanda de este producto en Japón.

Tanto para la quinua como para amaranto, el aumento de la población adulta en Japón ha apoyado el crecimiento de ambos productos sobre todo amaranto, ya que sus propiedades medicinales han demostrado tener efectos positivos en el alivio de las dolencias de la vejez.

Las hojas, el aceite y las semillas de amaranto se utilizan ampliamente para preparar muchos platos en la cocina india y japonesa. La demanda de quinua y amaranto y sus productos derivados se han incrementado debido a una mayor concientización en el consumo de productos saludables y a una inclinación hacia productos de origen vegetal. La demanda de amaranto como colorante de las industrias de aplicación no alimentaria también ha crecido en los últimos años, lo que impulsa el crecimiento de su mercado. El creciente interés de los consumidores de superalimentos por satisfacer su ingesta diaria con nutrientes esenciales ha llevado a su amplia incorporación de varios tipos de alimentos procesados, y para el caso particular del Japón, la amplia cadena de suministro de alimentos ha hecho que la disponibilidad de quinua, amaranto y sus productos procesados esté fácilmente disponible para los consumidores.

Segmentación del mercado

El mercado de la quinua y amaranto está segmentado sobre la base de la aplicación en industrias como la alimentaria, la cosmética, la farmacéutica, etc. En la industria alimentaria, la quinua y el amaranto se utilizan para preparar fideos, pastas, sopa de verduras, muffin,



panes, etc. La quinua también se puede consumir junto con la comida del desayuno, ensaladas, sándwiches, etc. En la industria cosmética, la quinua se utiliza para la lucha contra el envejecimiento, el rejuvenecimiento de la piel, la reducción de manchas oscuras, reducir la pigmentación, tratar el acné, promover el crecimiento del cabello, tratar la caspa, etc. Las saponinas obtenidas de la quinua se pueden utilizar en la industria farmacéutica, ya que cambia la permeabilidad intestinal útil para la absorción de medicamentos específicos. También se utiliza como antibiótico para el control de hongos.

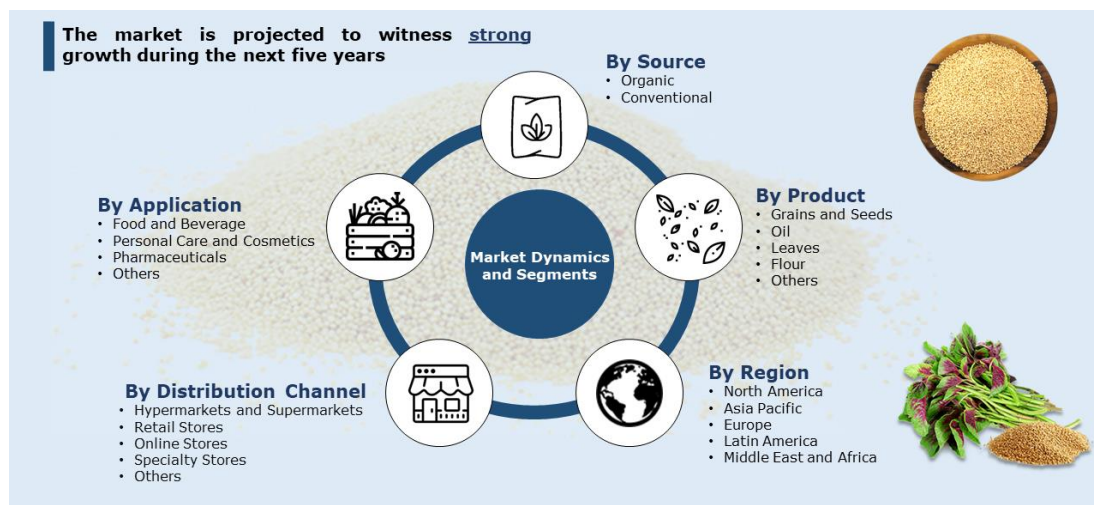
El mercado de la quinua y de amaranto en Japón está segmentado en función de su tipo como orgánico e inorgánico. Como resultado del aumento de la población de consumidores conscientes de la salud y la conciencia del uso de productos orgánicos, el mercado de la quinua está aumentando su demanda en este importante mercado asiático. La conciencia del uso de productos orgánicos en cosméticos está aumentando, a su vez, aumentando también la demanda del mercado de quinua orgánica.

El mercado de ingredientes de quinua también está segmentado en función de su uso final como ingrediente y alimento envasado. Como ingrediente se utiliza en la preparación de pasta, panes, fideos, etc. Los fabricantes que ofrecen polvos de sopa listos para usar utilizan ingredientes de quinua en sus productos para mejorar su valor nutritivo. Los productos de quinua envasados están disponibles en tiendas minoristas de conveniencia, portales en línea para uso doméstico, envasados en bolsas, latas, cajas, etc.

El mercado global de amaranto creció a un CAGR de alrededor del 11% durante 2015-2020. El amaranto pertenece a la clase de pseudocereales que exhiben propiedades similares a la de la familia de los cereales Poaceae, incluyendo trigo, cebada, avena, etc. Contiene una rica cantidad de vitaminas, fibras, minerales, antioxidantes, etc. El amaranto ofrece numerosos beneficios para la salud en la mejora del metabolismo, la reducción de la inflamación, la reducción de los niveles de colesterol en la sangre, la mejora de la digestión, etc. Es ampliamente consumido por las personas que sufren de intolerancia al gluten. El amaranto encuentra amplias aplicaciones en diversas industrias, incluyendo alimentos y bebidas, cuidado personal, cosméticos, productos farmacéuticos, etc.

La creciente incidencia de numerosas enfermedades relacionadas con el estilo de vida, como la obesidad, la diabetes, las dolencias gastrointestinales, etc., debido al consumo de productos alimenticios ricos en calorías también están impulsando el mercado de alternativas más saludables y sin gluten, incluido el amaranto. Además, los agitados horarios de trabajo de los consumidores y los estilos de vida sedentarios están reforzando la demanda de opciones de alimentos convenientes y listos para comer, como alimentos preparados a base de quinua y amaranto, cereales para el desayuno, mezcla de panqueques, etc.

En línea con esto, la creciente popularidad de las variantes de productos envasados y procesados infundidos con varios sabores innovadores, como la nuez, la miel, la canela, entre otros, también está catalizando el mercado de la amaranto en el Japón. Por otra parte, la creciente adopción de amaranto en numerosos cosméticos y artículos de aseo personal basado en sus numerosos beneficios en la nutrición de la piel, anti-envejecimiento, reducción de manchas oscuras, antiinflamatoria, etc., está impulsando aún más la demanda de productos. En los próximos años, la creciente demanda de variantes de productos orgánicos y veganos que están libres de alérgenos, productos químicos, conservantes sintéticos, etc., continuará impulsando el mercado global de la amaranto.

Figura 1. Segmentación del mercado de amaranto en el Japón y el resto del mundo

Presencia en el mercado local

Japón es el mayor importador de semillas de quinua en la región de Asia y el Pacífico. Dado que la producción es insignificante en el país, satisface la demanda de semillas de quinua principalmente a través de las importaciones. Las importaciones han caído progresivamente, desde 994 Tm el 2016 hasta 448 Tm el 2020. Se prevé que las importaciones crezcan a un CAGR de más del 6% para el período de pronóstico de 2020-2025. Los principales exportadores de semillas de quinua a Japón son Perú y Bolivia.

En los últimos 3 años, Le Pain Quotidien, la famosa cadena de cafetería, panadería y restaurante que funciona en Shiba Koen, Tokio, empezó a ofrecer en su menú una ensalada de lechuga, zanahoria y palta con quinua. El encargado del local dice que “ya es el tercer plato más vendido. Hay más mujeres que hombres que lo piden y lo comen generalmente a la hora de desayuno”.

La quinua está ganando presencia en el mercado japonés de manera acelerada, en el portal de recetas de comida más visitado de Japón, Cookpad (<http://cookpad.com>) está aumentando el número de recetas japonesas con quinua y ya ofrece 190 maneras de prepararla, todas hechas por amas de casa japonesas.

La quinua, es presentada como el único vegetal que posee todos los aminoácidos esenciales para el ser humano, que posee altísimos niveles de proteínas y es fuente de hierro, fósforo y calcio, disminuye el colesterol y es increíblemente dietético.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**Tabla 1. Perfil de las importaciones japonesas de quinua por año y país.**

Ranking del Volumen (2020)	País	2020		2019		2018		2017		2016	
		Volumen (Tm)	Monto (miles \$)	Volumen (Tm)	Monto (miles \$)	Volumen (Tm)	Monto (miles \$)	Volumen (Tm)	Monto (miles \$)	Volumen (Tm)	Monto (miles \$)
1	Perú	302	951	309	1,045	323	757	332	896	583	1,557
2	Bolivia	142	550	239	918	256	946	212	899	328	1,577
3	Australia	3	29								
4	Holanda	1	4	1	6						
5	México					1	4				
6	Colombia					22	123			64	331
7	India							1	6		
8	Canadá							1	5	2	14
9	EEUU							13	64	17	136
10	Ecuador							1	3		
Total		448	1,534	549	1,970	602	1,832	560	1,873	994	3,615

Fuente: Ministerio de Finanzas

Ranking del Volumen (2020)	País	Observaciones
1	Perú	Siempre en 1er lugar con mayor participación
2	Bolivia	Siempre en 2do lugar, pero perdió más de 10% de participación en 2020
3	Australia	Entró al mercado el 2020 con pequeña participación
4	Holanda	Entró al mercado el 2019 con pequeña participación
5	México	Fuera del mercado desde 2019
6	Colombia	Fuera del mercado desde 2019
7	India	Solo en el mercado el 2017
8	Canadá	Fuera del mercado desde 2018
9	EEUU	Fuera del mercado desde 2018
10	Ecuador	Solo en el mercado el 2017

OCEX – Elaboración propia.

Tendencias actuales del mercado japonés**a) Antecedentes de la desaceleración de las importaciones de quinua**

Las importaciones de quinua durante el 2020 presentan cierto grado de estacionalidad, hay meses de ligero descenso (abril, mayo agosto) y meses de ligero aumento (enero, julio, diciembre) en comparación con el año pasado; sin embargo, esto no constituye un fenómeno de tendencia significativa, pero es evidente que el tamaño del mercado está disminuyendo, pasando de 529.3 Tm en el 2016 a 369.02 Tm en el 2020.

El aumento de la demanda de quinua hace unos años se debió a la cobertura mediática, en combinación con el boom de los superalimentos, donde los famosos y las modelos incorporaron a su dieta granos como la quinoa y amaranto. Tanto la quinua como amaranto fueron introducidos al público, y esto condujo a un enorme auge de la quinoa.

En los últimos años, los medios de comunicación se ocupan cada vez menos de la comida sana en Japón, la cobertura mediática de la comida sana ha disminuido y el boom se ha apagado.

b) Tendencias de consumo



En los últimos años, debido a la influencia de la actual pandemia, la comida sana se ha utilizado cada vez más durante la hora del almuerzo. Esto ha provocado un aumento sin precedentes de la demanda de productos alimenticios saludables. Como resultado de la expansión del mercado, las empresas y los productos están más fragmentados que nunca.

Para los consumidores japoneses, esto ha provocado una situación de sobrecarga de información y un aumento de la oferta, y están utilizando los servicios de las redes sociales para recabar la información que necesitan, en lugar de la información que proporcionan las empresas o los medios de comunicación. La tendencia, por tanto, es que los clientes tomen decisiones y realicen compras basándose en la confianza en la información proporcionada por personas (familiares y amistades) cercanas a sus objetivos.

c) El impacto del Coronavirus en las importaciones y las ventas

En el caso de las importaciones, los problemas logísticos de transporte han retrasado y disminuido los volúmenes. Incluso después de llegar a Japón, suele haber retrasos en las inspecciones aduaneras. Por otro lado, los plazos de entrega han aumentado y esto también ha dificultado la capacidad de venta a los clientes intermediarios y consumidores finales.

En términos de ventas, es lo mismo que la tendencia de consumo mencionada anteriormente, la demanda de productos sanitarios está aumentando cada vez más, los clientes eligen las empresas y los productos por sí mismos.

5. Estacionalidad de la producción y el consumo local

Los productos andinos, como la quinua y amaranto, 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.

En Japón, Tokio es la ciudad que cuenta con el mayor porcentaje de consumidores de quinua, amaranto 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 la introducción de la quinua y de la kiwicha en el mercado japonés es bastante reciente. La variedad que se comercializa preferentemente en el mercado es la quinua blanca.

El consumo de quinua y amaranto en Japón se efectúa principalmente mezclado con otros cereales como el arroz. Esto debido a que tienen una forma similar de cocción y que fortalecen el producto base (arroz).

Por otro lado, tanto la quinua como la kiwicha se distribuyen principalmente en

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

cadena de supermercados que venden productos importados y que están más orientados a un consumidor de ingresos medios y medio altos, o en cadenas de tiendas naturales. Esto debido a que son consumidos principalmente por un segmento de mercado de nivel socio-económico medio o alto, que utilizan en su alimentación productos saludables y nutritivos.

I. Demanda

Principales importadores de quinua en Japón:

Nombre de la empresa	Observaciones	Teléfono	Correo electrónico
Cargill	Empresa especializada de alimentos	03-5224-5847	Akinori_Matsuzaki@cargill.com
Tokyo Europe Trade	Es una empresa especializada de alimentos y vinos de Italia	-	-
Gifu Beishoku	Empresa especializada de alimentos	058-252-1801	a.goto@riceisland.co.jp
Sakurai Foods	Según lo indicado por la empresa, el boom de quinua fue antes de 2015, posteriormente las ventas se han estabilizado. El boom ha pasado; sin embargo, ahora ciertos clientes fijos siguen comprando quinua y amaranto. No hubo impacto a las importaciones o las ventas por el COVID, ha habido problemas logísticos debido a la cuarentena el año pasado. La calidad bajó debido a la reducción de personal en Perú, algunos embarques llegaron mezclados con sustancias extrañas.	057-455-1085	makita@sakuraifoods.com
Ishiguro Trading	El representante manifiesta que el boom de quinua ya pasó (en el pasado llegó el boom con el impacto de la televisión). El precio es demasiado alto sin importar el origen, los estándares internacionales establecidos son altos.	0587-21-3179	birdseed@quartz.ocn.ne.jp
Hands Trading	Empresa especializada de alimentos	06-6562-9500	info@hands-web.co.jp
Yoshidago	Empresa especializada de alimentos	03-3553-5004	-

II. Precios

En el siguiente enlace es posible comparar 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 y amaranto, 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.

En Japón, los granos andinos típicamente vienen envasados en bolsas plásticas, y cada bolsa de 300 gramos puede costar USD 5.64 (JP¥ 615) si se compra vía Internet, mientras que otra similar, en una tienda naturista, puede costar más de USD 7.33 (JP¥ 800).

En vista de que las tiendas que venden vía Internet llegan al consumidor final con menos intermediarios, estas pueden ofrecer granos andinos a precios minoristas más bajos en comparación con otros canales con puntos de venta en el mercado.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

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

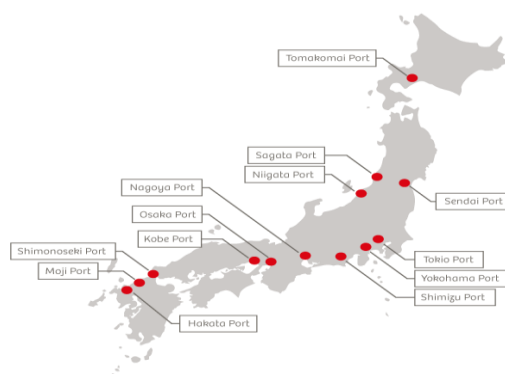
Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (Puertos/ aeropuertos)

Japón tiene gran cantidad de puntos de acceso de mercancías en su territorio. Los principales puertos son el aeropuerto de Narita (con una participación de 12,5% del valor), le sigue el puerto de Tokio (12,3%), Nagoya (6,5%), Osaka (6,0%) y Chiba (5,9%); cada uno se especializa en determinados productos.

Principales puertos: Tokio, Yokohama, Nagoya, Osaka y Kobe.

Principales aeropuertos: Kansai (KIX), Narita (NRT), Haneda (HND), Chubu (NGO) y Fukuoka (FUK). (Fuente: MAFF)



7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

El sistema de distribución en Japón caracterizado por múltiples canales (importadores, mayoristas, distribuidores, minoristas, tiendas especializadas, entre otros). El sistema actual es conocido como el de las “sogo-shosha” (traders).

En la actualidad las cadenas de distribución están teniendo un nuevo contexto en la cadena de comercialización:

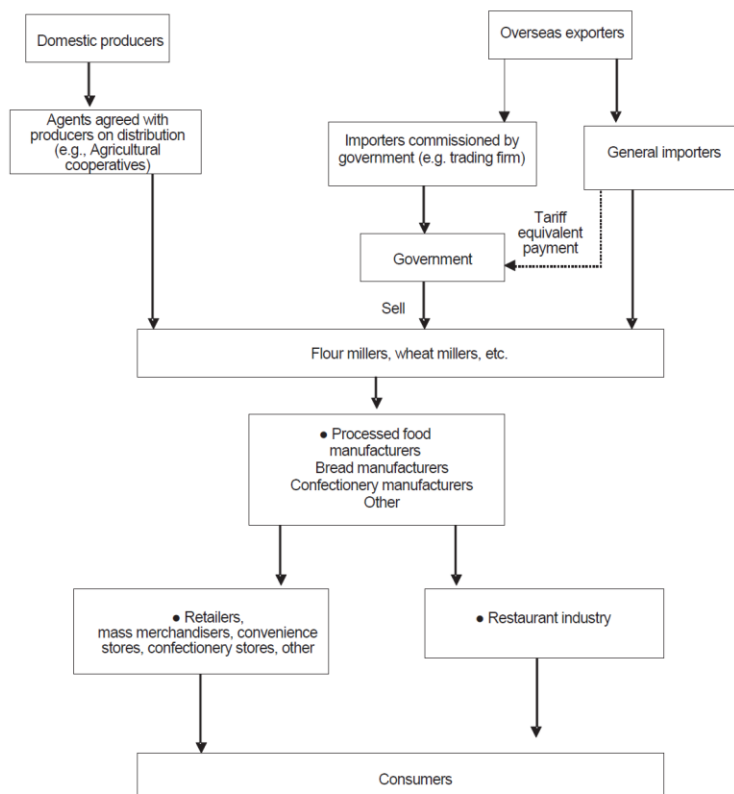
- Nuevas políticas en las importaciones permiten eliminar intermediarios.
- Presión por disminución de precios al consumidor final.
- Nuevos canales de comercialización: Ventas on Line (B2B, B2C).

Los principales canales de comercialización son malls y supermercados (AEON, Izumi, Seiyu, Uny, Daiei, Ito-Yokado), convenience stores (Daily Yamazaki, Mini-Stop -Aeon-, Circlek Sunkus -Uny-, Family Mart -Itochu-, Lawson -Mitsubishi-, y vending machines.

Las tiendas de Conveniencia o “Conbini” hoy en día se han convertido en un canal de ventas extremadamente importante en Japón. Concentra el 90% de la cuota de mercado, está ubicado en un espacio limitado (100 m²) – 3000 productos, cuentan con un alto volumen de ingresos y son extremadamente eficientes.

Los principales Convenience Stores son:

- Seven-Eleven Japan (10 826 puntos de venta en Japón).
- Family Mart, Lawson, entre otros.

**Figura 1.- Diagrama general de la distribución de productos enlatados importados al Japón**

Fuente: JETRO

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- Importadores.
- Grandes comercializadoras o shoshas por su nombre en japonés.
- Distribuidores en los puntos de venta
- Supermercados como AEON, Marusho, Ito Yokado, Daiei, SEIYU, Life, Maruetsu, OK Store, Hanamasa, Ozeki y COSTCO.
- Tiendas de conveniencia: como 7-Eleven, Lawsson, Family Mart.
- Tiendas especializadas de venta.
- Venta por televisión, catálogos y por teléfono.

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

Perú viene ocupando el primer lugar como exportador de quinua y amaranto el 2020, las exportaciones peruanas fueron de 369.22 Tm para quinua y 418.06 Tm para amaranto.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**Tabla 2. Evolución de las exportaciones peruanas de quinua y amaranto con destino al mercado japonés 2016-2020.**

Año	Quinua		Amaranto	
	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD
2020	369,228.42	1,039,522.43	418,063.00	1,113,707.61
2019	243,036.09	754,565.86	171,540.50	457,467.24
2018	416,411.13	1,043,888.88	238,224.10	517,754.32
2017	352,116.70	826,360.44	106,322.80	247,760.19
2016	529,323.51	1,185,402.99	-	-
Total	1,910,115.85	4,849,740.60	934,150.40	2,336,689.36

Fuente: INFOTRATE, julio 2021.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

Productos alimenticios en general	FOODEX http://www3.jma.or.jp/foodex/ja	TEL.03-3434-3453
	Café & Wellness Week https://cafewellness.jp/	TEL.03-5363-1701
	Supermarket Trade Show http://www.smts.jp	TEL.03-5209-1056
Festival de postres, dulces y bebidas	Dessert, cake, beverage http://www.dainichiad.co.jp/html/fabex/deza_top.htm	TEL.03-5294-0071
Sustitución de comida casera (comida para llevar)	FABEX http://www.fabex.jp	TEL.03-3523-2755
Arroz en polvo, comidas preparadas, mezclas	Rice Powder Industry Expo http://www.fabex.jp/sweets/image/banner_messw_12.pdf	TEL.03-3523-2755
Fideos y pastas	Noodle Industry Expo http://nichimen.or.jp/mensanten	TEL.03-3262-5206

Asociaciones relacionadas al sector de cereales y granos andinos:

Flour Millers Association	http://www.seifunky.jp TEL.03-3667-1011
Japan Millet Association info@zakkoku.jp	http://www.zakkoku.jp TEL.03-3500-5461
Japan Speciality Agriculture Products Association info@jsapa.or.jp	http://www.jsapa.or.jp TEL.03-3584-6845
Rice Stable Supply Support Organization	http://www.komenet.jp TEL.03-4334-2150
Japan Grain Inspection Association (KOKKEN) Diversos productos agrícolas	+81-3-3668-0911 info-hed@kokken.or.jp http://www.kokken.or.jp/english.html
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
Japan Millet Association	
JETRO JAPAN	http://www.jetro.go.jp



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

ANEXO

Precios de referencia en los diferentes canales de distribución según origen del producto.

Punto de venta PV	Tipo de PV	Unidad (gr)	Nombre de la marca	Importador	Origen	Precio sin impuestos JPY (USD)	Fecha	Fotos
Natural House (Aoyama)	Tienda especializada de productos (alimentos y cosméticos) orgánicos. Valora la vida orgánica y la sostenibilidad. Mayormente en las zonas urbanas.	60	3 shu no mushi quinoa (3 tipos de quinua al vapor, listo para comer, producto orgánico)	Daizu Days	Perú	250 (\$2.27)	Julio	
		200	Alishan Organic Quinoa	Alishan	Bolivia	550 (\$5.00)	Julio	
Kinokuniya (Aoyama)	Supermercado de lujo. Tiene una selección de los mejores productos de alta calidad de Japón y de todo el mundo.	100	Quinoa Amaranth	Namisato	Perú	450 (\$4.09)	Julio	
Seijo Ishii (Ebisu)	Supermercado de lujo. Venden varios productos importados. Concepto: alimentos del mundo a precios de las esquinas de las calles mundiales	400	Organic Amaranthus Organic Quinoa	Seijo Ishii	Perú	759 (\$6.90)	Julio	







PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Kaldi (Ebisu)	Tienda en las zonas urbanas. Productos importados y nuevos. Concepto: Como un mercado en el extranjero.	150	Zinda White Quinoa	Overseas Co., Ltd.	Perú	318 (\$2.89)	Julio	
Tomiz (Ebisu)	Tienda especializada en ingredientes para la preparación de postres y pan. Alta calidad con precio razonable.	150	Tomiz Quinoa	Asahi Shokuhin Co. Ltd	Perú	398 (\$3.62)	Julio	
		40	Sonomama tabereru Quinoa (Quinoa lista para comer)	Asahi Shokuhin Co, Ltd	Perú	195 (\$1.77)	Julio	
		150	Tomiz Quinoa Mix	Asahi Shokuhin Co.,Ltd	Perú	498 (\$4.53)	Julio	





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

		200	Tomiz Amaranthus	Asahi Shokuhin Co. Ltd	Japón (Prefec tura de Iwate)	740 (\$6.73)	Julio	
The Garden Jiyugaoka (Ebisu)	Supermercado de lujo. Concepto: productos de alta calidad, proponiendo un nuevo estilo de vida de alimentación	150	Zeitaku Kokurui (Granos de lujo) Quinoa	Asahi Shokuhin Co. Ltd	Perú	481 (\$4.37)	Julio	
		150	Zeitaku Kokurui (Granos de lujo) Amaranthus	Asahi Shokuhin Co. Ltd	Perú	331 (\$3.01)	Julio	