

**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	01-09-2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	WILLIAM VALDERRAMA BAZAN	
	Cargo	ESPECIALISTA EN COMERCIO	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	ANGUILA REFRIGERADA O CONGELADA											
2.2 Nomenclatura arancelaria	Anguila congelada refrigerada	0304.69.0000										
	Filete de anguila	0304.99.0000										
2.3 Nombre comercial en el país de destino	あなご ANAGO	0304.69.000	0304.99.000									
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>0304.69.0000</td> <td>Anguilas refrigeradas o congeladas (ANAGO)</td> <td>Free</td> </tr> <tr> <td>0304.99.0000</td> <td>Filete de anguila</td> <td>Free</td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Requisitos generales:</p> <p>La importación de anguilas está regulada principalmente por las siguientes leyes 1) la Ley de Aduanas, 2) la Ley de Sanidad Alimentaria, y 3) la Ley de Protección de los Recursos Pesqueros.</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 – 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. <p>Las cargas aéreas mayores a 100,000 yenes (US\$ 740) 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</p>			Partida	Descripción del producto	Arancel	0304.69.0000	Anguilas refrigeradas o congeladas (ANAGO)	Free	0304.99.0000	Filete de anguila	Free
Partida	Descripción del producto	Arancel										
0304.69.0000	Anguilas refrigeradas o congeladas (ANAGO)	Free										
0304.99.0000	Filete de anguila	Free										



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

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

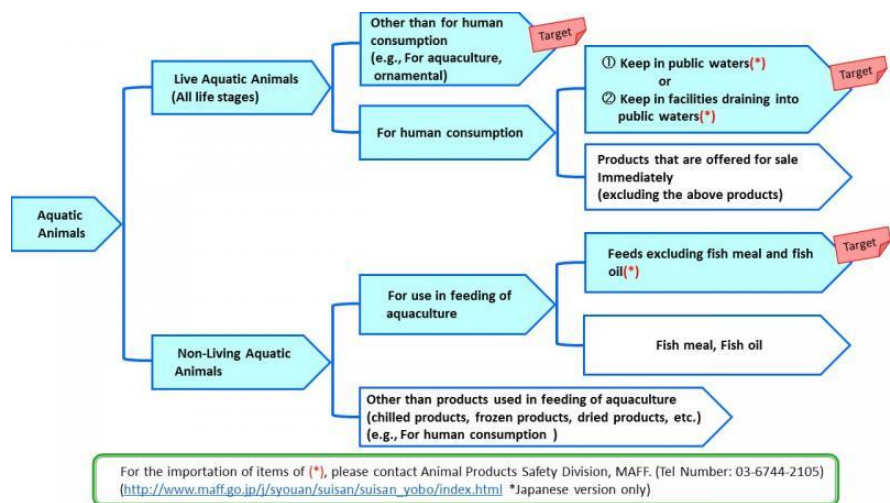
En cumplimiento de la Notificación N° 370 del Ministerio de Sanidad, Trabajo y Bienestar (MHLW, por sus siglas en ingles), "Normas y criterios para alimentos y aditivos", emitida en virtud de la Ley de Saneamiento de los Alimentos, y de las normas sobre residuos de plaguicidas (incluidos los aditivos para piensos y medicamentos para animales) que se incluyen en ella, las anguilas están sujetas 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 de los recursos pesqueros

Las importaciones de productos pesqueros están reguladas por la Ley 313, Ley de protección de los recursos pesqueros.

Los animales acuáticos no vivos, solo los utilizados para la alimentación de la acuicultura, incluidos los productos procesados (excluyendo la harina y el aceite de pescado) están sujetos a cuarentena.

Diagrama N° 1. Diagrama del sistema de importación de productos pesqueros del Japón.



Ley de Aduanas

Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan
TEL: +81-3-3581-4111



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

	<p>http://www.mof.go.jp</p> <p>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</p> <p>Ley de Protección de los recursos pesqueros Plant Protection Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries – MAFF TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp</p>
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>Visión general del mercado</p> <p>Un ingrediente que juega un papel importante en la comida japonesa es la anguila. Hay dos tipos de anguila que se utilizan popularmente en la cocina japonesa, Unagi (<i>Anguilla japonesa</i>) y Anago (<i>Anguilla spp</i>).</p> <p>Unagi es el término japonés para la anguila de agua dulce que se encuentra en Japón. Esta anguila también se puede encontrar en otros países del este de Asia como Corea y China, así como en países del sudeste asiático como Filipinas y Vietnam. Anago, es un término japonés que significa anguila de agua salada y se utiliza para referirse a una amplia variedad de anguilas de agua salada conocidas como congrios. Sin embargo, cuando el término Anago se usa en la cocina japonesa, se refiere a un tipo de Anago que se llama específicamente Ma-Anago en japonés. En inglés se conoce con el nombre de Whitespotted Conger Eel.</p> <p>Las diferencias entre Unagi y Anago (Ma-Anago) son varias, en cuanto a las características corporales, el Unagi tiene un cuerpo liso de color marrón oscuro, en tanto que, el Anago tiene un cuerpo de color marrón con manchas blancas. El tamaño del Unagi (150 cm) es más grande que el Anago (71 cm). En cuanto al sabor y textura, Unagi es más masticable que Anago y tiene una rica dulzura. Anago, por otro lado, tiene una textura y dulzura suave. Unagi también es más aceitoso en comparación con Anago, ésta es una razón de fuerza para diferenciar el sabor de las dos anguilas.</p> <p>Otra diferencia entre Unagi y Anago es cómo se utilizan estas dos anguilas en la cocina japonesa. El Unagi generalmente se asa a la parrilla y se convierte en un plato que se llama Kabayaki (un tipo de plato de anguila a la parrilla que está cubierto por una salsa especial llamada tara) y se come solo o se come con arroz, fideos o como cobertura de sushi (sushi neta en japonés). Por su parte el Anago, se usa comúnmente como cobertura de sushi o se fríe como plato de tempura. Además, si bien se puede asar a la parrilla como Unagi, Anago generalmente no se asa a la parrilla. El nombre de Anago a la parrilla en japonés es Anago Shiroyaki en referencia al color blanco de la carne.</p> <p>El consumo de Unagi en Japón es mucho más alto que el de Anago,</p>



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

teniendo en cuenta que Perú no produce Unagi, la presente ficha está referida exclusivamente a Anago.

Tendencias del mercado japonés con relación al Anago (*Anguila spp*)

Con una apariencia larga y parecida a una serpiente, las anguilas pueden parecer un manjar poco probable, pero varias variedades de anguila japonesa han sido populares durante cientos de años. Esto incluye unagi (anguila de agua dulce), anago (anguila de agua salada) y hamo (congrio). Unagi en particular es mucho apreciado por su carne suave, alta concentración en grasa y por su sabor audaz y rico.

El día más importante de Japón para el consumo de anguila, es conocido como “Ushi-no-doyo-no-hi, o "Día del Buey del cambio de estación", este día es para el consumo de anguila lo que el día de acción de gracias es para el pavo. La costumbre japonesa de comer anguila en el cambio de temporada proviene de la venta de anguilas desde la era Edo. Doyo se refiere a los 18 días antes de un cambio de estación. Los días se nombran con los 12 signos del zodiaco y así uno (y a veces dos) de los días recibe el nombre de "ushi" (buey).

Si bien el papel de Japón como consumidor de anguila parece haber disminuido desde el inicio de la pandemia, ha habido una creciente popularidad en la cocina japonesa y un consiguiente aumento en el número de restaurantes japoneses que ofrecen platos de anguila en el extranjero.

El aumento en el consumo de anguilas en Japón fue de la mano con una fuerte caída en su precio. Tradicionalmente la gente había ido a restaurantes especializados en anguilas para disfrutarlas en forma de kabayaki, pescado asado y bañado en salsa teriyaki; este era un artículo relativamente caro. Pero el aumento del consumo reflejó un cambio hacia las ventas de anguilas en forma de almuerzos en tiendas de conveniencia y de paquetes listos para comer de kabayaki en los supermercados. Hoy en día se dice que los restaurantes de anguila representan solo alrededor del 30% del consumo total. Los precios de estos productos de anguila de mercado masivo son mucho más bajos que los kabayaki de restaurante, y las anguilas se han convertido en un artículo de bajo beneficio y gran volumen. Esta tendencia se ha visto amplificada por el cambio de los productores nacionales de anguila hacia la producción y venta de anguilas procesadas en respuesta al aumento de las importaciones congeladas o procesadas.

Este cambio repentino a un enfoque de alto volumen ha exacerbado el ya grave agotamiento de las poblaciones de anguila en la naturaleza (Unagi). La captura de anguilas japonesas ha disminuido aún más, y las importaciones a gran escala de anguilas europeas a través de China se han detenido en virtud de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas, también conocida como la Convención de Washington, que regula el comercio internacional de especies en peligro de extinción. Estas condiciones están permitiendo el incremento del consumo de Anago, lo que se convierte en una gran oportunidad para las exportaciones peruanas.



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

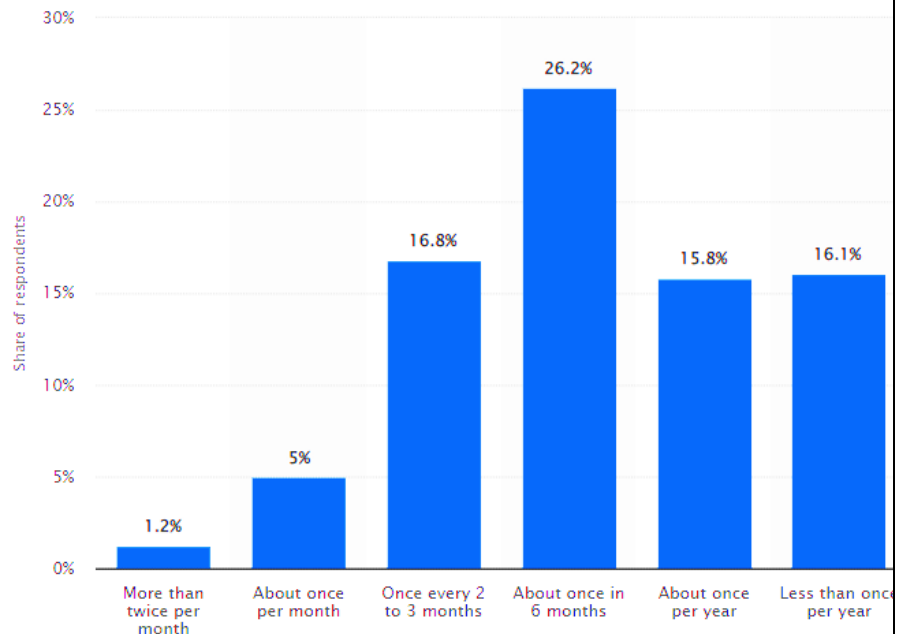
Tendencias del consumo de Anago en Japón

Anago se cuenta entre los representantes tradicionales de los ingredientes del sushi cocido (nimono-dane). Por lo tanto, el sushi Anago preparado también se llama a menudo ni-anago-sushi. La textura es extremadamente agradable y se derrite en la lengua. Anago armoniza muy bien con el arroz de sushi vinagre y es tradicionalmente preferido sobre la anguila de agua dulce (Unagi) para la preparación de sushi. El consumo de “Anago” es desde finales de primavera hasta finales de verano, siendo su punto más alto en junio y julio.

Dependiendo de las preferencias, el verano se considera el mejor momento para comer Anago cuando el contenido de grasa es bajo porque se considera refrescante, pero muchas personas lo prefieren de octubre a diciembre cuando el contenido de grasa es alto.

En la siguiente figura se puede observar la frecuencia del consumo de anguila entre los japoneses, 26.2% de la población tienden a comer anguila aproximadamente una vez cada seis meses, mientras que solo el 1,2 por ciento informó consumir anguila más de dos veces al mes.

Figura 1. Frecuencia de consumo de anguila en el 2018.



Fuente: Japan Fisheries Association

Japón consume más del 70 por ciento de la captura mundial de Anago, y aproximadamente la mitad proviene de China, Corea del Sur y Taiwán. La producción de Anago y los patrones de consumo en Asia oriental cambian constantemente, con nuevos mercados y rutas comerciales emergentes. Teniendo en cuenta que la demanda de Unagi está depredando esta especie, el Anago se convierte en una excelente oportunidad para los exportadores, puesto que este producto reemplazará al Unagi en los próximos años, y a



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

diferencia del Unagi, el Anago es mucho más sostenible en el tiempo.

Importaciones de Anago

Las importaciones japonesas de Anago durante el 2020 se contrajeron en un 22.3% respecto del 2019, esta disminución obedece al efecto de la pandemia puesto que muchos restaurantes, hoteles y centros de distribución del Anago cerraron; sin embargo, a partir del 2021 el mercado se está recuperando, las estadísticas indican que, en el periodo de enero a junio del 2022, las importaciones son casi iguales a las realizadas el 2021.

Tabla 1. Importaciones japonesas de Anago (2017-2022)

País	2017		2018		2019	
	Kg	Precio	Kg	Precio	Kg	Precio
Noruega	8,529,928	76,921.28	8,188,776	80,583.56	9,263,169	84,608.37
India	32,998,640	42,010.87	32,588,380	47,775.33	35,937,600	57,634.39
Tailandia	14,391,570	42,046.89	14,637,475	41,545.18	15,038,716	41,183.91
China	17,415,554	33,467.47	17,587,995	34,343.62	18,948,367	35,672.51
Vietnam	12,716,352	25,544.01	14,308,558	27,744.28	14,381,846	28,641.78
EEUU	2,547,440	20,624.93	2,072,349	18,874.65	1,699,030	20,961.71
Chile	1,767,683	12,488.33	2,121,653	16,957.86	2,066,211	15,818.21
Filipinas	1,124,113	11,787.24	1,168,232	12,733.58	1,217,801	13,282.80
Groenlandia	426,914	5,800.31	474,864	8,493.65	494,773	8,056.63
Corea del Sur	550,645	4,834.25	500,266	5,244.06	782,321	7,615.06
Malasia	5,489,000	8,797.45	4,546,020	8,172.97	4,733,280	8,378.35
Indonesia	3,371,157	6,799.82	3,988,838	7,979.20	2,962,581	5,838.82
España	38,004	448.49	14,706	291.82	51,436	1,037.51
Australia	449,612	3,772.94	454,425	3,771.10	587,911	4,814.94
Perú	898,540	3,441.87	723,342	3,782.71	1,181,218	6,535.30
Surinam	677,660	2,276.00	700,940	2,307.99	892,369	2,888.11
Myanmar	489,992	1,842.91	662,660	2,403.28	624,920	2,199.04
Nueva Zelanda	425,819	2,327.61	413,047	2,395.29	428,590	2,401.32
Otros	2,288,483	18,311	2,171,715	18,892	2,192,701	16,508
Total		323,543		344,292		364,077

País	2020		2021		2022	
	Kg	Precio	Kg	Precio	Kg	Precio
Noruega	7,478,664	66,229.52	7,259,801	60,621.75	5,659,840	50,298.83
India	31,214,720	42,887.14	34,703,620	53,634.39	30,721,820	57,222.18
Tailandia	13,307,375	32,832.54	12,105,533	32,837.70	6,535,583	20,582.52
China	16,853,374	28,298.11	19,641,895	32,184.74	12,247,121	23,775.65
Vietnam	11,236,422	22,025.62	14,525,141	29,061.29	-	-
EEUU	1,655,482	17,341.58	1,372,864	14,758.21	793,975	8,724.40
Chile	1,730,085	13,660.42	1,739,837	12,526.11	1,315,572	10,193.60
Filipinas	919,762	9,778.49	1,051,829	11,639.14	642,438	7,622.43
Groenlandia	440,227	6,575.87	445,570	7,211.35	284,946	5,102.54
Corea del Sur	568,527	5,568.28	641,702	6,540.56	484,687	5,023.34
Malasia	4,661,000	7,290.06	2,586,440	4,432.87	1,627,000	3,185.40
Indonesia	1,830,584	3,799.06	1,480,974	3,421.38	731,843	1,797.12
España	49,761	938.50	139,753	2,799.94	104,849	2,348.24
Australia	570,718	4,640.55	290,557	2,367.28	270,116	2,498.86
Perú	771,726	3,899.66	562,338	2,191.92	576,148	2,388.77
Surinam	550,418	1,617.68	578,396	1,918.50	363,216	1,459.24
Myanmar	492,400	1,701.91	500,220	1,878.26	287,370	1,113.52
Nueva Zelanda	289,858	1,595.16	351,165	1,837.55	187,055	1,166.16
Otros	1,697,045	12,231	1,695,676	11,684	9,789,887	30,331
Total		282,911		293,547		234,834

Precio en miles de US\$

Tipo de cambio 1.41 JPY

Elaboración: OCEX Tokio

Fuente: Agencia de Aduanas del Japón

Año 2022 periodo de enero a junio



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

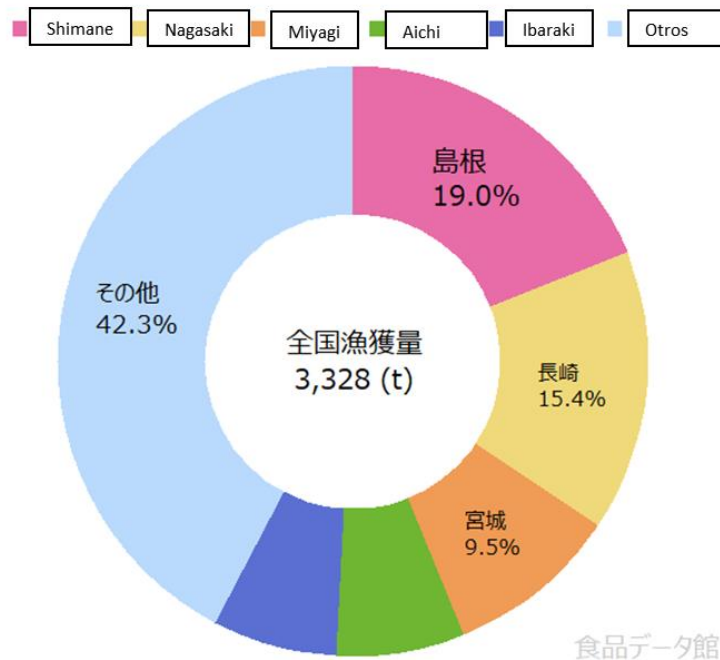
2.6 Estacionalidad de la producción local

Producción de Anago en Japón

Anago está disponible todo el año en Japón, pero su temporada principal es de junio a julio. El Anago máspreciado proviene de Ota en la prefectura de Shimane, que tiene la mejor textura después de cocinar.

La captura anual en la prefectura de Shimane, que es el productor número uno de Anago (cantidad desembarcada), es de 632 ton, y la participación nacional es del 19,0%, con un valor de 460 millones de yenes (US\$ 3.3 millones). En segundo lugar, está Nagasaki con 513 (t), lo que representa el 15,4 % de la cuota nacional, con un valor de 430 millones de yenes (US\$ 3.07 millones).

Figura 2. Cuota de captura de Anago por prefectura – 2019.




Fuente: MAFF 2020

Las capturas de Anago de Japón tienen una tendencia a la baja, en la siguiente table se puede observar que, en comparación con el año 2002, la captura en el 2019 ha disminuido en un 47.5%, la demanda está siendo atendida por otros países dentro de ellos el Perú.

Table 2. Producción japonesa de Anago por prefectura – 2019.



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

	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Total nacional</th> <th>Shimane</th> <th>Nagasaki</th> <th>Miyagi</th> <th>Aichi</th> <th>Ibaraki</th> <th>Otros</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2008</td><td>6,339</td><td>380</td><td>942</td><td>432</td><td>764</td><td>111</td><td>3,710</td></tr> <tr><td>2009</td><td>5,959</td><td>418</td><td>868</td><td>431</td><td>613</td><td>145</td><td>3,484</td></tr> <tr><td>2010</td><td>5,371</td><td>630</td><td>681</td><td>220</td><td>535</td><td>113</td><td>3,192</td></tr> <tr><td>2011</td><td>4,374</td><td>704</td><td>734</td><td>119</td><td>415</td><td>133</td><td>2,269</td></tr> <tr><td>2012</td><td>4,609</td><td>577</td><td>886</td><td>387</td><td>413</td><td>23</td><td>2,323</td></tr> <tr><td>2013</td><td>4,503</td><td>626</td><td>775</td><td>537</td><td>313</td><td>92</td><td>2,160</td></tr> <tr><td>2014</td><td>4,011</td><td>459</td><td>624</td><td>449</td><td>456</td><td>127</td><td>1,896</td></tr> <tr><td>2015</td><td>3,854</td><td>494</td><td>639</td><td>418</td><td>351</td><td>272</td><td>1,680</td></tr> <tr><td>2016</td><td>3,606</td><td>466</td><td>577</td><td>363</td><td>319</td><td>188</td><td>1,693</td></tr> <tr><td>2017</td><td>3,422</td><td>508</td><td>496</td><td>439</td><td>269</td><td>216</td><td>1,494</td></tr> <tr><td>2018</td><td>3,490</td><td>618</td><td>412</td><td>556</td><td>254</td><td>149</td><td>1,501</td></tr> <tr><td>2019</td><td>3,328</td><td>632</td><td>513</td><td>316</td><td>233</td><td>226</td><td>1,408</td></tr> </tbody> </table> <p>Fuente: MAFF 2020</p>	Año	Total nacional	Shimane	Nagasaki	Miyagi	Aichi	Ibaraki	Otros	2008	6,339	380	942	432	764	111	3,710	2009	5,959	418	868	431	613	145	3,484	2010	5,371	630	681	220	535	113	3,192	2011	4,374	704	734	119	415	133	2,269	2012	4,609	577	886	387	413	23	2,323	2013	4,503	626	775	537	313	92	2,160	2014	4,011	459	624	449	456	127	1,896	2015	3,854	494	639	418	351	272	1,680	2016	3,606	466	577	363	319	188	1,693	2017	3,422	508	496	439	269	216	1,494	2018	3,490	618	412	556	254	149	1,501	2019	3,328	632	513	316	233	226	1,408
Año	Total nacional	Shimane	Nagasaki	Miyagi	Aichi	Ibaraki	Otros																																																																																																		
2008	6,339	380	942	432	764	111	3,710																																																																																																		
2009	5,959	418	868	431	613	145	3,484																																																																																																		
2010	5,371	630	681	220	535	113	3,192																																																																																																		
2011	4,374	704	734	119	415	133	2,269																																																																																																		
2012	4,609	577	886	387	413	23	2,323																																																																																																		
2013	4,503	626	775	537	313	92	2,160																																																																																																		
2014	4,011	459	624	449	456	127	1,896																																																																																																		
2015	3,854	494	639	418	351	272	1,680																																																																																																		
2016	3,606	466	577	363	319	188	1,693																																																																																																		
2017	3,422	508	496	439	269	216	1,494																																																																																																		
2018	3,490	618	412	556	254	149	1,501																																																																																																		
2019	3,328	632	513	316	233	226	1,408																																																																																																		
<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.</p> <p><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 actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>El actual sistema de distribución de los alimentos de origen marino está representado por su amplio uso de mercados organizados como capas en un canal de distribución. Sin embargo, si continúa la tendencia del consumidor de exigir productos más elaborados y listos para el consumo, exigirá un nuevo sistema de suministro de alimentos de origen marino. Las pautas de distribución de los productos del mar (frescos, refrigerados congelados y enlatados) en el Japón necesitan un cambio fundamental para poner fin a la tendencia descendente del consumo en el país no solo de Anago, también de otros productos pesqueros.</p> <p>Tradicionalmente, el sistema general de distribución de productos pesqueros del Japón presenta una compleja red de múltiples niveles entre los mayoristas del lugar de desembarque, los mayoristas de los mercados de pescado y los minoristas antes de que llegue a los consumidores. El sistema se ha desarrollado como respuesta a la gran variedad de pescado capturado por los pescadores japoneses y a la demanda de los clientes de pescado fresco. Sin embargo, el sistema ha sido criticado por numerosos actores extranjeros y nacionales por ser económicamente ineficiente.</p>																																																																																																								



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

Los canales de distribución en Japón han experimentado una consolidación sustancial en las últimas dos décadas. Debido al espacio limitado y las densas poblaciones urbanas, las pequeñas tiendas minoristas han sido y siguen siendo puntos predominantes de ventas al consumidor. En consecuencia, los minoristas a menudo almacenan solo existencias limitadas, y los mayoristas deben entregar pequeñas cantidades de un producto con mayor frecuencia.

La preferencia cultural japonesa por hacer negocios cara a cara, y la lealtad o sentido de obligación en las relaciones, mantiene este sistema, pero los costos de este sistema de distribución menos eficiente se transfieren al consumidor en el precio final del producto. El crecimiento de los minoristas suburbanos de "caja grande" y el comercio electrónico están desafiando este modelo.

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. Sus ventajas debido a las economías de escala, las relaciones existentes y la lealtad del consumidor los hacen muy convenientes y efectivos para aquellos a quienes sirven o un competidor elefantiásico para las empresas más pequeñas. Los canales de distribución que controlan estas empresas pueden ser un factor limitante para los nuevos exportadores a Japón.

Los principales centros logísticos y de distribución de Japón se encuentran en los puertos de las ciudades de Tokio, Yokohama, Kobe, Osaka y Fukuoka.

La distribución de Anago en Japón se realiza a través de supermercados que en su mayoría son importadores directos como es el caso de Aeon Co., Ltd., Izumi Co., Ltd., Ito-Yokado Co., Ltd., Okuwa Co., Ltd., Co-op Deli Consumers', Co-operative Union, Seiyu GK, The Daiei, Inc., Valor Holdings Co., Ltd., Palsystem Consumers', Heiwado Co., Ltd., The Maruetsu, Inc., Yaoko Co., Ltd., UNY Co., Ltd., York Benimaru Co., Ltd., Life Corporation, Ralse Co., Ltd.

Algunos ejemplos adicionales de supermercados que distribuyen productos de Unagi y Anago son NTUC Fairprice Japan e Inegeya Japan.

Otra forma alternativa de encontrar productos a base de Anago es a través de las compras en línea. Si bien los supermercados y tiendas especializadas mencionados anteriormente tienen opciones de compras en línea, hay otras plataformas de compras en línea a las que se puede recurrir. Algunos ejemplos de tiendas en línea incluyen Pickme, Shopee y Redmart.



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

Diagrama 2.- Diagrama general de la distribución de productos marinos importados al Japón



Fuente: JETRO

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

Los criterios más importantes a tener en cuenta en el mercado japonés al momento de iniciar una negociación comercial son:

1. Es un mercado con proveedores claramente establecidos. La diferenciación es necesaria para captar el interés de los importadores.
2. Los clientes prefieren la honestidad, si la calidad no cumple las normas exigidas es muy conveniente indicarlo, hay que evitar el envío de productos de calidad inferior o que simplemente no cumplen con las especificaciones dadas por el importador japonés.

Factores de éxito para consolidar el mercado japonés:

3. La calidad del producto es fundamental, es altamente exigible un suministro constante y fiable.
4. Compromiso con el mercado, es importante establecer relaciones para convertirse en un socio de confianza.
5. Certificaciones recomendadas (Bio, Fair Trade, JAS)

En términos generales, las estrategias de entrada al mercado variarán según los productos y segmentos y los exportadores deben considerar:

- Promover las ventajas competitivas como la exportación en contra estación (estación de invierno).
- Siempre que sea posible, se debe asegurar la representación local de la empresa exportadora.
- Ofrecer todas las opciones para las rutas de envío: directo o con escala, vía aérea y marítima.
- Proporcionar información periódica sobre el clima, las condiciones de cultivo, captura y la trazabilidad.
- Proporcionar detalles de las condiciones de los productos antes del



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

	<p>envío y obtener comentarios de los importadores después del arribo.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ofrecer productos (como el Anago) en diferentes lugares para mantener la consistencia del suministro. – Aceptar un envío de prueba, para los japoneses es un paso importante hacia la obtención de contratos de suministro a largo plazo. – Visitas frecuentes al mercado y seguimiento con los clientes regularmente. – Conocimiento de las preferencias y necesidades de los clientes a través de la investigación y la comunicación. – El uso de la tecnología para apoyar las operaciones de importación está aumentando, el comercio directo en línea podría ser una opción adicional. – Muchos importadores utilizan el correo electrónico e Internet para verificar la calidad de los productos mediante una foto digital antes del envío y a la llegada, hay que garantizar accesibilidad a ellos. – El contacto cara a cara y la construcción de relaciones personales todavía influyen en gran medida en las decisiones de compra de los importadores japoneses, visitas al país de destino y participación en ferias son convenientes. 																								
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La presencia de Anago peruano en el mercado japonés data desde el año 2012, el apogeo de las exportaciones al mercado japonés fue en el 2021 con un total de 576.1 toneladas, con un monto total de exportaciones de US\$ 2,388,770.00; se espera que las exportaciones a este mercado continúen en ascenso en los próximos años, el Anago se ha convertido en un buen sustituto del Unagi, con una alta sostenibilidad a largo plazo.</p> <p>Las empresas que exportaron y que aún continúan exportando este producto al mercado japonés son: PERUPEZ (2012-2022), SAKANA DEL PERU (2012-2022), ILLARI (2020), PESQUERA INTIFISH (2015-2015) y PESQUERA CAPRICORNIO (2012-2015).</p> <p>Tabla 3. Exportaciones de Anago al mercado japonés 2012-2022.</p> <table border="1" data-bbox="699 1451 1273 1688"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Peso Neto Kg.</th> <th>Valor FOB USD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2022*</td> <td>291,092.00</td> <td>1,425,100.60</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>576,148.00</td> <td>2,388,770.00</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>271,270.00</td> <td>1,758,020.40</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>372,650.00</td> <td>3,000,502.28</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>5.00</td> <td>25.00</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>431,271.00</td> <td>2,488,022.90</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1,942,436.00</td> <td>11,060,441.18</td> </tr> </tbody> </table> <p>*Mes junio Fuente: INFOTRADE.</p>	Año	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD	2022*	291,092.00	1,425,100.60	2021	576,148.00	2,388,770.00	2020	271,270.00	1,758,020.40	2019	372,650.00	3,000,502.28	2018	5.00	25.00	2016	431,271.00	2,488,022.90	Total	1,942,436.00	11,060,441.18
Año	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD																							
2022*	291,092.00	1,425,100.60																							
2021	576,148.00	2,388,770.00																							
2020	271,270.00	1,758,020.40																							
2019	372,650.00	3,000,502.28																							
2018	5.00	25.00																							
2016	431,271.00	2,488,022.90																							
Total	1,942,436.00	11,060,441.18																							
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Principales eventos para llevar a cabo la promoción de Anago (anguila):</p> <p>JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO:</p> <p>Es el más importante evento de la industria de productos pesqueros y de tecnologías relacionadas en Japón.</p> <p>Ferias paralelas que se efectúan dentro del Japan International</p>																								



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”

	<p>Seafood & Tecnology Expo:</p> <ul style="list-style-type: none">- SUSHI EXPO- INTERNATIONAL AQUACULTURE TECHNOLOGY EXPO- FISH NEXT TECHNOLOGY EXPO- SANITATION MANAGEMENT PROMOTION CORNER- MARIN ECO-LABEL EXPO CORNER <p>Otras ferias relacionadas al rubro pesquero:</p> <ul style="list-style-type: none">- FOODEX JAPAN (1 vez al año)- OSAKA: JAPAN INTERNATIONAL SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO, OSAKA (1 vez al año)- KITAKYUSYU: INTERNATIONAL FOOD FAIR (cada 2 años). <p>Asociaciones relacionadas al sector pesquero:</p> <ul style="list-style-type: none">- JAPAN FISH TRADERS ASSOCIATION http://www.jfta-or.jp- JAPAN FROZEN FOODS INSPECTION CORPORATION http://www.jffic.or.jp- JETRO JAPAN: http://www.jetro.go.jp- Fisheries Agency http://www.jfa.maff.go.jp/
--	---



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
HachimenRoppi	Bolsa	30.04	Tsushima, Nagasaki	Setiembre 2022	1000 gr	
HachimenRoppi	Bolsa	28.18	Corea del Sur	Setiembre 2022	1000 gr	
ISETAN	Bolsa	4.82	Hamasaka, Hyogo	Setiembre 2022	135 gr	
SENGYO	Paquete	60.28	Seto Island Hyogo	Setiembre 2022	10 unidades	






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	41.70	Kumamoto	Setiembre 2022	1000 gr	
AMAZON	Bolsa	24.82	China	Setiembre 2022	1000 GR	
RAKUTEN	Bolsa	9.21	Tsushima Nagasaki	Setiembre 2022	200 gr	
RAKUTEN	Bolsa	9.94	Osaka	Setiembre 2022	250 gr	