



PERÚ

EMBAJADA DEL
PERÚ EN JAPÓN

AÑO 4 - NÚMERO 3
Septiembre 2020



PERFIL DE ARANDANOS EN JAPÓN

©Promperu

ATRÉVETE A EXPORTAR!

El mercado japonés te espera

I. NOMENCLATURA ARANCELARIA

CÓDIGO HS							DESCRIPCIÓN
JAPÓN			PERÚ				
0810	40	00					Cranberries, bilberries and other fruits of the genus <i>Vaccinium</i> , fresh.
			0810	40	10	00	ARÁNDANO AZUL, FRESCO
			0813	40	90	90 1	ARÁNDANO AZUL, DESHIDRATADO O SECO
			2008	99	91	90 1	ARÁNDANO AZUL, CONSERVADO O PREPARADO CON AZÚCAR O SIN AZÚCAR

II. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Nombre comercial en inglés	Nombre científico	Nombre en japonés
Blueberry	Clase : <i>Magnoliopsida</i> Orden : <i>Ericales</i> Familia : <i>Ericaceae</i> Género : <i>Vaccinium</i> Especies: <i>Vaccinium</i> spp.	ブルーベリー

III. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros.

a) Aranceles

Partida arancelaria	Descripción del producto	Arancel
0810.40.10.00	Blueberries, fresh	Free
0813.40.90.90.1	Other dried fruits	Free
2008.99.91.90.1	Fruit, and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening	Free

b) Requisitos generales:

En la actualidad el arándano fresco peruano no puede ser exportado al mercado japonés debido a que no existe un protocolo sanitario aprobado. SENASA en el mes marzo de 2014 solicitó al MAFF la realización del Análisis de Riesgo de Plagas - ARP, como parte del proceso que permita modificar la ley que prohíbe la exportación de esta fruta al mercado japonés.

Las exportaciones de arándano congelado, deshidratado o seco al mercado japonés está permitido, las principales regulaciones establecidas por el Ministerio de Agricultura y Salud son:

- Todos los embarques de arándanos están sujetos a las inspecciones aduaneras en el punto de entrada al Japón, sea marítimo o aéreo.
- Sin importar la presentación del producto, este debe contar con un análisis de residuos de pesticidas donde los valores estén debajo de los límites de cuantificación que ha establecido el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar (MHLW por sus siglas en inglés).
- La importación de arándano congelado requiere de un certificado fitosanitario emitido por SENASA, el arándano deshidratado, seco o procesado requiere de un certificado sanitario emitido por DIGESA.

Las leyes o normas que aplican para los arándanos procesados o congelados son:

- Ley de Higiene Alimentaria: http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?id=12&vm=2&re
- Regulaciones generales sobre inocuidad alimentaria de alimentos importados: https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/yunyu_kanshi/index_00017.html
- Sistema de la Lista Positiva para los residuos de químicos agrícolas en alimentos: https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/zanryu/index_00016.html
- Guía para la aplicación del establecimiento de LMR para químicos agrícolas, drogas veterinarias e insumos alimenticios: https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/dl/1226005_01.pdf
- Normas, procedimientos, guías y manuales relacionados a insumos/aditivos alimenticios: https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/syokuten/index_00012.html
- Lista de químicos agrícolas y LMR en alimentos: <http://www.m5.ws001.squarestart.ne.jp/foundation/search.html>
- Procedimientos del Sistema de inspección de alimentos: <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/17/17-04.html>
- Listado de laboratorios oficiales reconocidos por Japón para la evaluación de químicos agrícolas y drogas veterinarias: <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1-10.html>

III. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros.

Japón es el tercer país importador en importancia de arándanos en volumen a nivel mundial, en el mercado japonés los precios al minorista de arándanos frescos (150 gr) están al rededor 4.5 dólares.

En Japón, las diferentes especies de arándanos crecen de manera silvestre y no se han mejorado mediante cultivos comerciales. La introducción de plantas de arándanos en Japón comenzó en 1951; sin embargo, el cultivo comercial de arándanos progresó lentamente con solo 10 ha plantadas en 1980. Después de eso, el cultivo de arándanos y el consumo de frutas aumentaron rápidamente, los. Se importan 13,000 Tm adicionales de fruta fresca y de países extranjeros para satisfacer las demandas de los consumidores japoneses que comen arándano por los beneficios nutracéuticos. La mayoría de los consumidores japoneses prefieren los arándanos frescos, grandes y dulces. Sin embargo, es muy difícil producir fruta de alta calidad, debido a que la temporada de maduración de los cultivares de arándano se produce durante la temporada de lluvias (junio y julio). En los próximos

10 años, se espera que el área de cultivo de arándanos se expanda a 1,000 ha, y el volumen de producción aumentará a 3,000-4,000 Tm. Se estima que el consumo total de fruta de arándanos en el país aumentará a 30,000 Tm., debido a que el gusto japonés por la fruta de arándano probablemente seguirá siendo el mismo. En el futuro, "buen gusto", "seguridad", "natural", "curativo" y "saludable" serán palabras clave importantes para la producción, importación y consumo de arándanos en Japón (Ministerios del Interior y Comunicaciones de Japón).

Mientras la población de Japón envejece, aumentan las oportunidades en el sector de los "silver services" o servicios para unos mayores saludables y ricos, donde los alimentos y en especial las frutas como los arándanos tienen gran potencial.

El consumo de arándanos en Japón proviene de la producción interna y la exportación, aproximadamente 50 y 50. Los arándanos en el mercado japonés se los utiliza tanto para consumo fresco (usualmente producto interno) y para procesado (importado). En el año 2019, seis países proveyeron arándanos para Japón, siendo los principales países, México, Estados Unidos y Chile. De manera irregular, países como Lituania, Nueva Zelanda y Corea del Sur también son proveedores de arándanos, pero los volúmenes son menores. A partir del 2014, los arándanos de México empezaron a entrar a Japón con gran fuerza, gracias a un programa de producción a gran escala y realizando campañas de promoción de alto impacto. Como resultado de esta estrategia, después de 3 años México se posiciona como el mayor proveedor de arándanos para Japón. Por otra parte, Estados Unidos logró mantener su parte del mercado, manteniéndose en el segundo puesto. Chile tiene una tendencia la cual parece se mantendrá a la baja.

Arándanos congelados

La demanda de arándanos congelados por parte del mercado japonés se ha incrementado año a año, estas frutas congeladas son utilizadas en la preparación de zumos, postres, pastelería y la cocina en general. Por regla general, este tipo de producto tiene una duración 18 meses desde el momento de su elaboración. Aunque la vida útil puede oscilar entre el 1,5 y los 2 años a partir de la fecha de envasado para lo cual debe conservarse en condiciones de temperatura de -18°C hasta la fecha de vencimiento; por este motivo la industria del congelado de este tipo de fruta es prometedora.

Los arándanos congelados siguen manteniendo una tendencia creciente, puesto que su consumo a nivel mundial está destinado a múltiples subprocesos y usos como mermeladas, lácteos, mezclas de fruta, ensaladas, etc.

Las arándanos congelados a través de procesos IQF (individual quick frozen) grado A para el mercado japonés, permiten altos estándares de calidad y mantiene el sabor y propiedades nutritivas de la fruta. Este producto no contiene conservantes lo que hace que la fruta posea todo su valor.

V. Estacionalidad de la producción local

En Japón, hay tres zonas donde las plantaciones de arándanos no sólo prosperan, sino que se fomentan. Las zonas montañosas del centro de Honshu, el continente (regiones septentrionales de Honshu) y el arbusto alto del norte situado en Hokkaido. La temporada de crecimiento de los arándanos se produce durante abril a octubre. Agosto es el momento más popular para las cosechas de arándanos en Japón. Es importante tener en cuenta que la producción de arándanos de alta calidad puede ser un desafío serio durante la temporada de lluvias (MAFF 2019).

VI. 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 de Tokio (12,3%), Nagoya (6,5%), Osaka (6,0%) y Chiba (5,9%); cada uno se especializa en determinados productos. Alrededor del 70% de las frutas (HS2 08) y hortalizas frescas (HS2 07) ingresa por Tokio, Kobe, Yokohama, Kawasaki y Osaka. (fuente: MAFF)

VII. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores)

La distribución y el consumo de arándanos en Japón son similares a la de las demás frutas, siendo los supermercados donde mayor volumen se comercializa, seguido por las tiendas especializadas (fruterías). Las frutas en general en Japón, tradicionalmente han sido vistas como un bien de lujo, en parte al precio elevado y por su poca disponibilidad, por lo que las frutas en general se las acostumbra consumir en ocasiones especiales o en su caso enviarlas como regalo.

El consumo en supermercados es de 56%, en tiendas de conveniencia 18%, en fruterías 11% y otros 15% (Ministerios del Interior y Comunicaciones de Japón).

El consumo de arándanos en Japón ha sido históricamente, a través de mermeladas, postres, pasteles, yogurt, etc. En la década del 90 diferentes medios publicaron los resultados de investigaciones, que dieron a conocer los beneficios nutricionales y de salud que poseía esta fruta, surgió el boom de consumirlos de manera fresca. Las publicaciones indicaban que la ingesta favorecía al mantenimiento de la memoria y contribuía a revertir los procesos de envejecimientos y ayudaba a mejorar o conservar la visión, todo ello ha contribuido al incremento del consumo en este país.

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

Los japoneses buscan relaciones en las que se minimicen los compromisos u obligaciones. Si tienen que incurrir en compromisos comerciales, les gusta tener mucha holgura para cumplirlos. Esto se debe a que las obligaciones y su cumplimiento son muy importantes en la cultura japonesa.

Cualquier interacción interpersonal es probable que conlleve algún grado de compromiso, y la consecuencia de no cumplirla es la pérdida de confianza y apoyo, no sólo de la parte involucrada, sino también de cualquier observador.

Esta cultura de la obligación-compromiso, curiosamente, ha representado una excelente oportunidad de negocio para los japoneses.

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

Los arándanos frescos peruanos aún no tienen presencia en el mercado japonés. En el cuadro siguiente, se encuentra la estacionalidad de arándano fresco en el Perú.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Perú	✓	✓	✓						✓	✓	✓	✓



X. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

Listado de las principales ferias para la promoción del arándano:

- FOODEX, una de las ferias de alimentos más grande e importante de Asia y el mundo: <http://www.jma.or.jp/foodex/en/index.html>
- Supermarket Trade Show, exposición anual de todos alimentos, envases, equipos para supermercados: <http://www.smts.jp/>
- The World Food And Beverage Expo, exposición de todo producto alimenticio dirigido a supermercados y sector HORECA: <http://www.fabex.jp/>
- Healthy Ingredients and Food ingredients for Taste, exhibición dedicada a la presentación de productos alimenticios saludables o con beneficios para la salud: <http://www.hijapan.info/eng/>

ATRÉVETE A EXPORTAR! ©

El mercado japonés te espera

Harold Forsyth
Embajador del Perú en Japón
embtokyo@embperujapan.org

Marita Puertas *Consejera de la
Embajada del Perú*
Coordinador

Fernando Albareda
*Consejero Comercial de la
Embajada del Perú*
Editor

César Murillo
Diseño y Diagramación
www.embajadadelperuenjapon.org

Atrévete a exportar! ©
es producido y editado por la
Embajada del Perú en Japón.
Se autoriza su difusión siempre
que la fuente sea citada.