

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Perfil Producto - Mercado

Mandarinas frescas en Japón



I. PRODUCTO

A continuación se detalla las partidas arancelarias bajo la cual se importa este producto en Japón, así como los impuestos adicionales que se pagan para poder ingresar a este mercado:

Cuadro N° 1
Japón: Partida Arancelaria de las Mandarinas

Partida China	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú ¹	Otros países	Otros impuestos
0805.20.00.00	Mandarinas (tangerinas & satsumas), clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o secos	20%	20%	20%	IVA: 8%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

II. REQUISITOS DE INGRESO

1. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO

Por el momento las mandarinas y los cítricos peruanos en general no cuentan con protocolos fitosanitarios aprobados para su ingreso al Japón; sin embargo, SENASA y el MAFF (Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries) vienen ultimando trámites para que sea esto factible ya sea en los últimos meses de 2016 o el primer semestre de 2017.

Sin embargo, a nivel general, algunos de los requisitos sanitarios que demanda el gobierno japonés para la importación de frutas frescas en general son los siguientes:

Cuadro N° 2

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Reglamento, Procedimiento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Food Safety Commission	The Food Safety Basic Law	23/05/2003	The Food Safety Basic Law
Ministry of Health, Labour & Welfare	Food Sanitation Act	26/07/2005	Food Sanitation Act
Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries	Agricultural Chemicals Regulation Law	30/03/2007	Agricultural Chemicals Regulation Law
Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries	The Law Concerning Standardization, etc. of Agricultural & Forestry Products – JAS Law	28/06/2013	JAS Law


Fuente: SENASA Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Para mayor información acerca de “Regulaciones y Normas de Ingreso” de productos agropecuarios en Japón revisar: [Informe Especializado: Guía de acceso para alimentos al mercado de Japón.](#)

2. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

Si bien el Gobierno de Japón acepta la mayoría de certificaciones de carácter internacional existentes para el caso específico de productos orgánicos se utiliza la certificación JAS, tal como se puede notar a continuación.

Cuadro N° 3

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	JAS – Japanese Agricultural Standard	Certificación orgánica para productos agrícolas y de recolección silvestre bajo las normas JAS para el mercado japonés.	MAFF - Página web en inglés

Fuente: Stardars Map Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

¹ Arancel aplicado a Perú en el marco del Acuerdo de Libre Comercio vigente con China, actualizado al año 2016

III. ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO

3.1. El Mercado japonés de mandarinas / tangerinas

De acuerdo al Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones de Japón, las mandarinas son unas de los productos más populares entre los consumidores del país, representando alrededor del 16% del consumo de frutas en 2014. Al menos, 90% de la mandarina comercializada en Japón se consume fresca y solamente 10% es destinado para la producción industrial de jugos y conservas.

El consumo anual por hogar (dos o más personas) de mandarinas frescas es de 13,0 kilogramos. Si bien es cierto, este indicador se mantiene por encima de la media mundial, viene manteniendo una tendencia a la baja desde hace una década debido a la mayor disponibilidad de otras frutas y variedades. Otras tendencias que han impactado negativamente sobre el consumo de las mandarinas y cítricos en general son las preferencias de los japoneses por frutas no agrias o amargas, así como la menor demanda de frutas que necesiten pelado por parte de las generaciones más jóvenes. Frente a ello, la industria nacional busca alentar el consumo, especialmente de los millennials, a través de la introducción de productos “ready to eat” derivados de la mandarina como potes con gajos cortados y mermeladas. Asimismo, los productores japoneses se encuentran progresivamente recambiando sus cultivos desde la variedad *Unshu Mikan* a *Chubankan* para satisfacer las preferencias del mercado interno por mandarinas “easy to peel” y de mayor dulzor. Sin embargo, pese a los esfuerzos mencionados, se espera que el futuro del consumo de mandarinas / tangerinas y variedad híbridas continúen declinando en el futuro².

3.2. Análisis de la Competencia Local

La producción de mandarinas Satsuma frescas, también conocidas como “*Unshu Mikan*” o “*Naranjas Unshu*”, ha mostrado un descenso sostenido desde hace varias décadas hasta alcanzar 875 toneladas métricas durante la campaña 2015 / 2016, casi un cuarto de lo registrado en 1975. Las razones principales de este comportamiento se sustentan en la constante salida de antiguos productores, la conversión de las unidades productivas a otras frutas debido a la disminución del consumo y la mayor disponibilidad de fruta importada, incluidas las nuevas variedades foráneas.

Con la menor demanda de mandarinas satsumas, la industria japonesa también ha trasladado su producción a nuevas variedades de cítricos como los tangores y tánguelos, en particular a las especies cosechadas entre diciembre y mayo, denominadas “*Chubankan*”. Se espera que la producción japonesa de estas variedades alcance las 220 toneladas métricas en 2015, apenas 1% más que el año anterior.

3.3. Análisis de la Competencia Internacional

Cuadro N° 4
Japón – Importaciones Mundiales de Mandarinas (tangerinas & satsumas), clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o secos
(Partida Nro. 0805.20.00.00)

RK	País Socio	US\$ (millones)					Volumen (TN)					Precio Ref. 2015 (US\$ / Kg.)
		2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	
1	Estados Unidos	26	22	19	11	14	17 591	16 629	12 358	7 510	8 765	1,57
2	Australia	4	4	4	3	3	2 256	2 097	2 473	1 627	1 588	1,59
3	Nueva Zelanda	3	4	2	2	2	866	980	601	624	685	3,13
4	Israel	-	1	2	1	1	-	249	1 318	432	551	1,39
	Subtotal	1	1	0	0	0	604	354	140	65	55	
	Mundo	34	32	28	18	19	21 317	20 309	16 890	10 258	11 644	

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

² Cfr. USDA

Tal como se muestra en la tabla anterior, las importaciones japonesas de mandarinas (tangerinas & satsumas), clementinas e híbridos similares vienen mostrando una tendencia sostenida decreciente en los últimos cinco años, al pasar de US\$ 34 millones en 2011 a US\$ 19 millones en 2015, lo cual significó una reducción total de 42,8%. Ello se explica, en parte, por la depreciación del yen frente al dólar y a las preferencias de los consumidores por otras frutas.

Estados Unidos tuvo una participación de 71% sobre el total de importaciones en 2015, en sus envíos predomina mayoritariamente la oferta de tánguelos Minneola de las regiones de California y Arizona. Sin embargo, aunque los cítricos norteamericanos gozan de buena reputación entre los consumidores japoneses como frutas de alta calidad que son fáciles de pelar, similares a las variedades locales, continúan siendo productos de nicho.

Australia representó el 13% de las compras japonesas. En este caso predomina la oferta de mandarinas Murcott, la cual es reconocida por su alta calidad y está alcanzando aceptación entre los consumidores que se inclinan por experimentar con nuevas variedades de importación.

IV. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

1. MEDIOS DE TRANSPORTE

Cuadro N° 5
Tiempo de Transporte hacia Japón

Vía	Tiempo de transporte	Puerto de Salida	Puerto de llegada
Marítimo	31 – 34 Días	Callao (PER)	Tokio (Japón)
Aérea	28 horas	Callao (PER)	Tokio (Japón)

Fuente: SIICEX – Rutas Marítimas / Rutas Aéreas Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERÚ

2. FLETES

Los costos promedio asignados al transporte desde Perú hacia China al 07 de setiembre de 2016, son los siguientes:

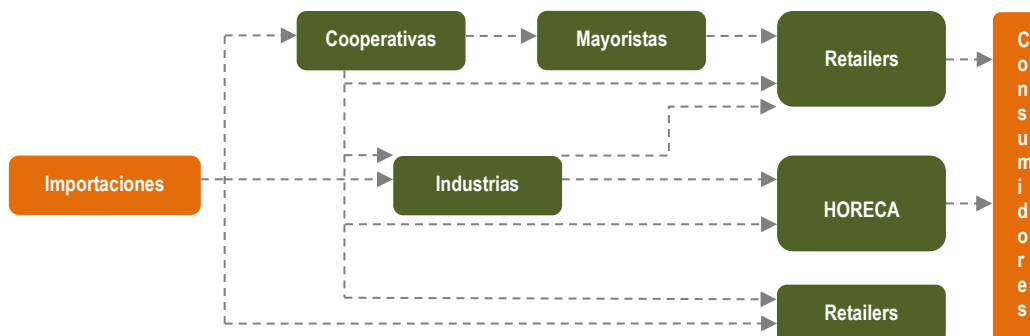
Cuadro N° 6
Costo del Flete Promedio hacia Japón

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Importe
KLM / AirCanada	Aéreo Callao – Tokio	Kilogramo / Volumen	SIICEX - Rutas Aéreas
Greenandes / CMA CGM / MSC / Tecnapo	Marítimo Callao – Tokio	Contenedor de 40' Refrigerado	US\$ 4 800

Fuente: SIICEX – Rutas Marítimas Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERÚ

V. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Gráfico Nro. 1: Canales de Distribución y Comercialización de frutas frescas en Japón



Fuente: Food & Fertilizer Technology Center Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

VI. PRECIOS


Cuadro N° 8
Precios Minoristas

Producto	Distribuidor	Origen	Peso	Precio*
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Ibaraki	-	1 kg.	¥ 633 / US\$ 6,18
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Tochigi	-	1 kg.	¥ 627 / US\$ 6,12
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Hokkaido	-	1 kg.	¥ 594 / US\$ 5,80
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Niigata	-	1 kg.	¥ 588 / US\$ 5,74
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Aichi	-	1 kg.	¥ 584 / US\$ 5,70
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Aomori	-	1 kg.	¥ 583 / US\$ 5,70
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Gifu	-	1 kg.	¥ 570 / US\$ 5,56
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Saitama	-	1 kg.	¥ 566 / US\$ 5,52
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Fukushima	-	1 kg.	¥ 565 / US\$ 5,52
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Retailers de Miyagi	-	1 kg.	¥ 562 / US\$ 5,48
Mandarina Satsuma – Ushu Mikan	Área Metropolitana de Tokio	-	1 kg.	¥ 550 / US\$ 5,37

Fuente: Grading.jp.org Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

*Precios promedio al consumidor reportados durante el periodo comprendido entre 29/02/2016 y 04/03/2016

VII. PRESENTACIONES CON VALOR AGREGADO DE MANDARINAS EN JAPÓN

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Conserva de mandarinas enteras
	Presentación del producto	Frasco de Vidrio – 350 gr.
	Marca	Sowa Kajuen
	Precio	¥ 700 (US\$ 6,83)
	País de fabricación	Japón
	País de distribución	Japón
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: Rakuten

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Jalea de mandarinas
	Presentación del producto	Envase de Vidrio – 150 gr.
	Marca	Sowa Kajuen
	Precio	¥ 485 (US\$ 4,73)
	País de fabricación	Japón
	País de distribución	Japón
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: Rakuten

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Compota de mandarinas
	Presentación del producto	Pouch de plástico – 90 gr. (x 3 unidades)
	Marca	Sowa Kajuen
	Precio	¥ 900 (US\$ 8,77)
	País de fabricación	Japón
	País de distribución	Japón
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: Rakuten

VIII. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro N° 9
Perú: Exportaciones de 0805.20.10.00 – Mandarinas (Incluidas tangerinas)

Año	Exportación - Mundo				Exportación – Japón			
	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas
2011	45	27,1%	39 500	39	-	-	-	-
2012	55	23,7%	47 131	29	-	-	-	-
2013	67	20,3%	37 141	32	-	-	-	-
2014	88	32,8%	53 294	43	-	-	-	-
2015	93	5,7%	52 415	42	-	-	-	-

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Perú es el séptimo exportador mundial de mandarinas (HS06 – 0805.20) y el primero a nivel latinoamericano, posicionándose por encima de productores regionales importantes como Chile, Argentina y Uruguay. En los últimos cinco años, los envíos peruanos de mandarinas frescas crecieron a una media anual de 20,2%, hasta alcanzar US\$ 93 millones en 2015. Asimismo, se realizaron ventas al exterior de estas frutas a 42 mercados internacionales, entre los que destacaron Estados Unidos (34% de participación), Reino Unido (30%), Canadá (13%), Holanda (12%) e Irlanda (3%).

Por el momento las mandarinas y los cítricos peruanos en general no cuentan con protocolos fitosanitarios aprobados para su ingreso al Japón; sin embargo, SENASA y el MAFF (Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries) vienen ultimando trámites para que sea esto factible ya sea en los últimos meses de 2016 o el primer semestre de 2017.

IX. INFORMACIÓN DE INTERÉS

1. FERIAS

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
Foodex Japan 2017	http://www.jma.or.jp/foodex/en/	4 días	3 197	76 532

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ *Información en base a las últimas ediciones de los eventos.

2. OFICINA COMERCIAL EN JAPÓN

- **Oficina Comercial de Perú en Tokio - Japón**
Consejero Comercial: Luis Fernando Helguero González

Teléfono: (81) 3 3406 - 6486

E-Mail: lhelquero@mincetur.gob.pe

3. LINKS DE INTERÉS

- Ministry of Agriculture, Forestry & Fisheries of Japan (<http://www.maff.go.jp/e/>)
- Japan External Trade Organization – JETRO (<https://www.jetro.go.jp/en/>)
- Japanese Agriculture Standard – JAS (<http://www.maff.go.jp/e/jas/jas/>)
- Japan Customs (<http://www.customs.go.jp/english/>)