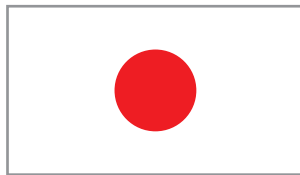


Perfil de mercado -Pota-



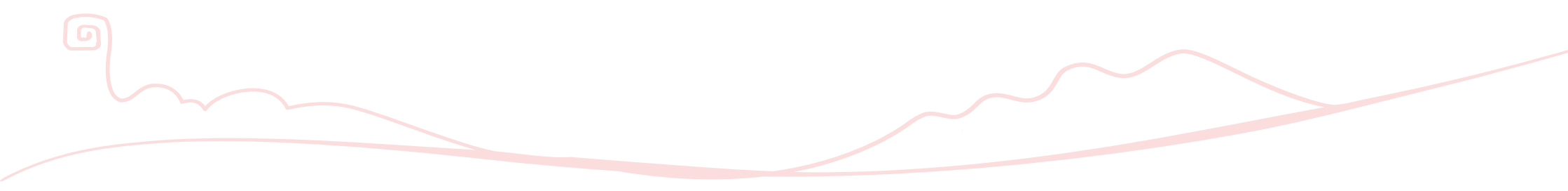
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Producción, comercio y consumo en japon	4
02. Percepción de los clientes sobre el origen de los productos	10
03. Entorno regulatorio en Japon	14
04. Tendencias y desarrollo del mercado	17
05. Canales comerciales	19
06. Información adicional	22



01

Producción, comercio y consumo en japon

En el 2012, Japón obtuvo una producción local de 19 346 toneladas de calamares, cifra menor a las 21 513 toneladas obtenidas en el 2010, lo cual representó una CAGR (Tasa de crecimiento anual compuesto) negativa de -5,2% entre 2010 y 2012. La reducción del volumen de producción interna de calamares se debió al gran terremoto y tsunami ocurridos en el noroeste de Japón en el 2011; a esto se le aunó el alza del precio del combustible, producto de la depreciación del yen japonés, generando el aumento de los costos para los pescadores de calamares, quienes utilizan luces intensas que consumen gran cantidad de energía, para atraer a estos moluscos. Además, los subsidios que el Gobierno otorgó para el combustible fueron de poca ayuda ante estos significativos aumentos de costos. Las importaciones de calamares subieron 28,0% de 40 270 toneladas (en el 2011) a 46 309 toneladas (en el 2012) para compensar la reducción en la producción interna.

Los calamares en Japón se categorizan según el color, la longitud y la forma. Hay más de 500 variedades de calamares

conocidas por la Agencia de Pesqueras de Japón. Las variedades más comunes de calamares producidas en Japón se llaman surume ika (calamar común) y aka ika (calamar rojo). Según la Agencia de Pesqueras de Japón, alrededor de 84,4% de la producción interna total de calamares en Japón en el 2012 fue surume ika, mientras que aka ika representó el 4,1%. El calamar pota entra en el restante 11,1% de calamares categorizados como "otros", y se usa, por lo general, para alimentos procesados.

Los calamares son importantes para la economía de la pesca local en Japón, ya que representan cerca del 16,0% de la producción anual total de productos de pesca, porcentaje que sufrió un brusco revés debido a los desastres naturales y las correspondientes consecuencias económicas, haciendo que la producción interna disminuyera en 11,1% entre 2011 y 2012.

Japón es uno de los productores más significativos en el mercado del calamar, en el 2012, casi el 20,0% del calamar japonés fue canalizado a los mercados

Tabla 1. Pota¹ por valor, Japón 2010-2012²

(USD miles)	2010	2011	2012	CAGR 10-12
Importaciones	261 828,0	273 774,0	353 726,0	16,2%
Producción local ³	140,2	148,9	144,8	1,6%
Exportaciones	6 929,0	13 938,0	19 337,0	67,1%
Consumo interno*	255 039,2	259 984,9	334 533,8	14,5%

(%)	2011	2012
Crecimiento YOY, importaciones	4,6%	29,2%
Crecimiento YOY, producción local	6,2%	-2,8%
Crecimiento YOY, exportaciones	101,2%	38,7%
Crecimiento YOY, consumo interno	1,9%	28,7%

* Consumo interno se refiere a las importaciones y producción local menos las exportaciones.
Fuente: Asociación Japonesa de Procesadores de Calamares, Agencia de Pesca de Japón, Centro de Comercio Internacional (mapa de comercio)

¹Pota es una especie de calamar, denominado en algunas ocasiones como "calamar gigante"

² Dado que no se disponen de datos específicos para la industria del calamar pota, los datos comerciales y de la industria que aparecen aquí se han tomado como la sumatoria de la información sobre sepia (cuttle fish) y calamar, con o sin caparazón, congelados, secos, preservados en sal o en salmuera, y moluscos preparados o preservados: sepia y calamares. Los códigos HS para estos tipos de productos son 030749 y 160554, respectivamente.

³ El calamar pota se clasifica como "otros tipos de calamar" ante la Agencia de Pesca de Japón. Los datos de producción que se incluyen aquí reflejan el tamaño de otros tipos de calamar en su totalidad, según el rastreo de la Agencia de Pesca de Japón.

⁴ YOY: sigla que significa "year on year" (en inglés), cuya traducción al español sería "año sobre año", la cual será utilizada con este significado en el presente informe.

Tabla 2. Calamares pota por volumen, Japón 2010-2012

(Toneladas)	2010	2011	2012	CAGR 10-12
Importaciones	40 272,0	36 206,0	46 309,0	7,2%
Producción local	21 513,0	21 751,0	19 346,0	-5,2%
Exportaciones	2 363,0	4 010,0	3 952,0	29,3%
Consumo interno*	59 422,0	53 947,0	61 703,0	1,9%

(%)	2011	2012
Crecimiento interanual, importaciones	-10,1%	27,9%
Crecimiento interanual, producción local	1,1%	-11,1%
Crecimiento interanual, exportaciones	69,7%	-1,4%
Crecimiento interanual, consumo interno	-9,2%	14,4%

* Consumo interno se refiere a las importaciones y a la producción local menos las exportaciones.
Fuente: Asociación Japonesa de Procesadores de Calamares, Agencia de Pesqueras de Japón, Centro de Comercio Internacional (mapa de comercio)

de exportación. Las exportaciones del calamar japonés, reconocido por su sabor y calidad, siguieron aumentando entre 2010 y 2012 y destinadas a países como China, Vietnam, Nueva Zelanda, Tailandia y EE. UU.

Este crecimiento se detuvo en el 2012 debido al desastre nuclear ocurrido en la prefectura de Fukushima, lo que provocó miedo en el público consumidor por los riesgos de contaminación. Esto suscitó diversas prohibiciones de importación de mariscos japoneses por parte de muchos países; es así que las exportaciones de mariscos de Japón disminuyeron 1,5% en términos de volumen, de 4010 toneladas (en el 2011) a 3952 toneladas en el 2012. Simultáneamente, los precios unitarios aumentaron debido a una súbita baja en la provisión de calamares japoneses; el valor total de las exportaciones se incrementó de 13,9 millones (en el 2011) a 19,3 millones de dólares estadounidenses (en el 2012).

Actualmente, países como Estados Unidos y Corea del Sur continúan restringiendo importaciones de productos de agricultura y mariscos provenientes de Japón,

basados en noticias relacionadas con nuevas fugas radiactivas en las instalaciones nucleares en Fukushima. Por esta misma razón, el consumo local del calamar en Japón también ha decaído considerablemente.

Con relación a los canales de distribución, el calamar se distribuye a través de tres canales principales: venta minorista, servicio de alimentos y procesamiento industrial. Y en cuanto a su preparación, el calamar es un alimento versátil y se puede preparar de variadas maneras: al vapor o salteado (como tempura o calamar) y procesado; incluso se puede ingerir crudo, como sashimi (uno de los platillos más populares a base de calamar), en cuya preparación los calamares usados son, principalmente, de abastecimiento interno. El calamar se utiliza raramente como ingrediente o base de sopa; es poco común encontrarlo en un plato conocido como ramen (sopa de fideos), ya que los sabores preferidos por los consumidores son los de cerdo y pollo.

Las ventas minoristas de calamar representan la mayor porción de consumo local en Japón, seguido por los servicios

02

Percepción de los clientes sobre el origen de los productos

de alimentos y, luego, por el procesamiento industrial. Se prevé que los canales de venta minorista seguirán dominando el mercado, dado que los supermercados (dedicados a esta forma de venta) presentan al calamar en cortes innovadores, algunos incluso recién preparados y listos para comer.

En relación a los servicios de alimentos, el calamar enfrenta una intensa competencia por parte de otras opciones “más sanas” como ensaladas y sopas; además, de las cadenas de comida rápida de sushi llamadas Kaitenzushi. Sin embargo, existen oportunidades en la industria del snack o tentempié fresco

y recién hecho. Por ejemplo, takoyaki, una croqueta de harina de trigo grillada, contiene relleno de pulpo generalmente con mayonesa, una salsa especial de takoyaki y copos de bonito. El calamar podría ser un buen sustituto del pulpo en cuanto a costos.

El procesamiento industrial de calamar, por su parte, posee un alto potencial de crecimiento, dado que los jóvenes japoneses disfrutan la conveniencia del calamar procesado, y hasta es uno de los favoritos; siempre se le encuentra presente congelado o seco como ingrediente de fideos instantáneos con sabor a marisco (ver Figura 1, derecha).

El calamar que se consume en Japón se importa principalmente de China, Tailandia, Vietnam, EE. UU., y Marruecos; pero los consumidores japoneses tienden a preferir el calamar producido localmente más que el importado. Esto se puede atribuir, en gran medida, a que priorizan el hecho de que sea fresco, además de la seguridad y la higiene. En este público consumidor prevalece la percepción de que el calamar producido localmente es fresco y apto para el consumo directo, mientras que los productos importados se consideran congelados y aptos solo para freír o grillar. La mayoría de los calamares importados llegan a los puertos japoneses congelados o enfriados.

En el periodo 2010-2012, los principales socios importadores comerciales de calamar congelado a Japón fueron China, Tailandia, Vietnam y EE. UU. En términos de volumen, China fue el mayor exportador proveedor a Japón, con 19 608 toneladas de calamar congelado y enfriado. Esto representó casi la mitad del volumen total de importaciones entre los principales proveedores. Los dos siguientes importadores fueron

Tailandia y Vietnam, proveyendo volúmenes de calamar congelado y enfriado mucho más bajos, 7714 toneladas y 5588 toneladas, respectivamente. Estos volúmenes representaron solo 19,0% y 14,0% de los volúmenes totales de importación de los cinco actores principales.

En términos de valor, sin embargo, Tailandia emergió como el principal proveedor, alcanzando alrededor de 32,0% del valor total importado por los cinco principales importadores. Esto indica que el precio por unidad de calamar tailandés es mayor que el de China. China le siguió con una participación de alrededor del 20,0% del valor, luego se ubica Vietnam con 17,0%. Japón mantiene relaciones estrechas con estos tres mercados exportadores debido, principalmente, a la proximidad geográfica y la disponibilidad de calamares durante todo el año.

Según la aduana de Japón, el puerto de Tokio tiene el mayor flujo de importaciones de calamar congelado y enfriado al país, recibiendo cerca del 40,0% de las importaciones anuales en términos de valor y volumen.

Figura 1. Presentación de los calamares



Izquierda: Calamar grillado listo para comer vendido en supermercados. Derecha: Snacks de calamar procesado hallados en varias cadenas de venta al público.

Fuente: Euromonitor International



El valor de importación de calamar de Perú aumentó de USD 386 000 (en el 2010) a USD 886 000 (en el 2012), con una notable CAGR de 51,5%. Del mismo modo, los volúmenes de importación de calamar peruano se incrementaron de 99 toneladas (en el 2010) a 202 toneladas (en el 2012), alcanzando una CAGR de 42,8%. A pesar de este aumento, el volumen de importaciones de calamar congelado y enfriado es aún 0,5% comparado con el volumen total de calamar congelado y enfriado de los cinco socios importadores más importantes de Japón en el 2012.

Los consumidores japoneses tienen una mirada positiva hacia los productos congelados de mariscos exportados de Perú. Generalmente, en la gastronomía hogareña, se los usa en platos como anillas de calamar (rabas), tempura y pastas (por ejemplo, pizza). Para sushi y sashimi, aún se prefiere el calamar fresco, por su sabor y calidad, y estos se producen principalmente internamente. El calamar peruano, por lo general, se canaliza hacia la industria del procesamiento de alimentos: se los corta y congela secos, y se usan como ingrediente para elaborar las sopas instantáneas con sabor a mariscos. Por lo tanto, los exportadores peruanos pueden interesarse en los importadores que trabajan directamente con los fabricantes de alimentos.

Tabla 3. Principales socios importadores de calamar pota por valor, Japón 2010-2012

(USD'000)	2010	2011	2012	CAGR 10-12
China	88 123	102 804	100 261	6,7%
Tailandia	63 648	57 601	113 182	33,4%
Vietnam	39 799	44 136	54 043	16,5%
Marruecos	20 715	17 675	24 151	8,0%
India	12 069	11 668	11 781	-1,2%
Perú*	386	359	886	51,5%
Otros	37 088	39 531	49 422	15,4%
Total	261 828	273 774	353 726	16,2%

(%)	2011	2012
Crecimiento YOY, China	-9,5%	96,5%
Crecimiento YOY, Tailandia	16,7%	-2,5%
Crecimiento YOY, Vietnam	10,9%	22,4%
Crecimiento YOY, Marruecos	-14,7%	36,6%
Crecimiento YOY, India	-3,3%	1,0%
Crecimiento YOY, Perú*	-7,0%	146,8%
Crecimiento YOY, otros	-3,3%	1,0%
Crecimiento YOY, total	-7,0%	146,8%

* Perú no está entre los cinco principales proveedores de calamar pota (en términos de valor) a Japón al año 2012.

Source: Centro de Comercio Internacional (mapa de comercialización)

03

Tabla 4. Principales socios importadores de calamar pota por volumen, Japón 2010-2012

(Toneladas)	2010	2011	2012	CAGR 10-12
China	11 341	9 963	19 608	31,5%
Tailandia	8 155	8 247	7 714	-2,7%
Vietnam	5 531	5 149	5 588	0,5%
Estados Unidos	6 283	5 814	4 958	-11,2%
Marruecos	3 383	1 961	2 585	-12,6%
Perú*	99	130	202	42,8%
Otros	5 480	4 942	5 654	1,6%
Total	40 272	36 206	46 390	7,2%

(%) Crecimiento interanual	2011	2012
Crecimiento YOY, China	-12,2%	96,8%
Crecimiento YOY, Tailandia	1,1%	-6,5%
Crecimiento YOY, Vietnam	-6,9%	8,5%
Crecimiento YOY, Estados Unidos	-7,5%	-14,7%
Crecimiento YOY, Marruecos	-42,0%	31,8%
Crecimiento YOY, Perú*	31,3%	55,4%
Crecimiento YOY, otros	-9,8%	14,4%
Crecimiento YOY, total	-10,1%	27,9%

* Perú no está entre los cinco principales proveedores de calamar pota (en términos de volumen) a Japón al año 2012.

Source: Centro de Comercio Internacional (mapa de comercialización)

Entorno regulatorio en Japón

El calamar importado y el calamar procesado están regulados primariamente por tres leyes importantes de Japón: la Ley de Divisa Extranjera y Comercio Exterior, Ley de Higiene de los Alimentos y Ley de Aduana. La Ley de Divisa Extranjeras y Comercio Exterior regula el cupo o cuota de importación, así como la aprobación y el reconocimiento de las importaciones; mientras que la Ley de Higiene de los Alimentos regula la seguridad e higiene de los alimentos, y la Ley de Aduana regula las tarifas arancelarias.

El calamar es uno de los tipos de mariscos sujetos a la cuota de importación (IQ), según la Ley de Divisas Extranjeras y Comercio Exterior. Esta ley exige que los importadores de calamar obtengan una cuota de importación y aprobación de importación del Ministerio de Finanzas de Japón. Sin embargo, los importadores de calamar no están obligados a presentar documentos como certificado de estadísticas, certificado de pesca y certificado de reexportación, para obtener el permiso de aduana. La asignación de la cuota anual de Perú y la de los principales importadores, por lo general, se dan a conocer en el momento de la solicitud.

Los cuatro modos de asignación incluyen la adjudicación a una empresa de comercialización (asignación basada

en los registros anteriores), adjudicación al operador de una pesquera, adjudicación para consumidores y un criterio de adjudicación por orden de llegada. En principio, los nuevos importadores sin historial previo deben solicitar la adjudicación por orden de llegada (la asignación se puede realizar por sorteo). De lo contrario, estos importadores recibirán la asignación de los actores ya existentes.

La Ley de Higiene de los Alimentos ha sido establecida para evitar que se produzcan riesgos en la salud producidos por el consumo de alimentos y para asegurar que se cuente con la normativa y las medidas necesarias para velar por la seguridad de los alimentos en Japón. Según esta ley, los mariscos y productos procesados deben someterse a las normas de sanidad de los alimentos: una evaluación de los tipos y detalles de los ingredientes crudos y una prueba de los tipos y contenidos de aditivos, pesticidas, residuos, micotoxinas y demás. En caso de que se encuentren aditivos pesticidas u otro contenido prohibidos en Japón, se suspenderán las importaciones de mariscos con estos tipos de sustancias.

Para el caso de la importación del calamar pota, específicamente, se tiene en cuenta las siguientes normas:

Tabla 5. Normas de elementos de productos marinos según la Ley de Higiene de los Alimentos

Ítem	Normas
Mariscos congelados para comer crudos	Recuento bacteriano: 100.000/g o menos (método de placa de superficie estándar) Grupos coliformes: Negativo (método de cultivo medio desokishicorrat en 0,01gx2)
Pulpo hervido congelado	Recuento bacteriano: 100.000/g o menos (método de placa de superficie estándar) Grupos coliformes: Negativo (método de cultivo medio desokishicorrat en 0.01gx2)

Fuente: Ley de Higiene de los Alimentos

Según dicha ley, los importadores que tienen intención de importar alimentos deben presentar la notificación de importación al Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar. Específicamente, se requiere que los importadores envíen dos copias de sus notificaciones de importación a la estación de cuarentena (División de Inspecciones de la Higiene de los Alimentos). Cuando se certifica que las importaciones han aprobado el examen correspondiente en la estación de cuarentena, las autoridades sellan las copias de las notificaciones e importación y una de las copias es devuelta al importador. Si los lotes de importación no son aprobados en el examen, se les asesorará o indicará a los exportadores que destruyan o envíen de vuelta las importaciones. Hay alrededor de treinta y una estaciones de cuarentena en puertos marinos y aeropuertos en Japón.

Los exportadores extranjeros interesados en que sus productos sean examinados previamente pueden enviarlos a la Cooperación de Inspección de Alimentos Congelados de Japón (agencia de inspección registrada bajo la Ley de Norma de Agricultura de Japón-JAS), así como a un laboratorio registrado por el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón y el Consejo para la Promoción de la Salud.

La Ley de Aduana está regida por el Departamento de Asuntos Financieros y vigila los impuestos aduaneros de los productos de agricultura y pesca. También controla los productos de agricultura y pesca según la prohibición de importación. Se sabe que cuando los países beneficiarios preferenciales están exportando a Japón, pueden recibir tarifas arancelarias preferenciales.

Tabla 6. Tarifas arancelarias – calamar

Código HS	Ítem	General	GSP	AAE	Perú
0307.91.021	Calamar monggo vivo, fresco o congelado	10%	No se indica	Libre para países seleccionados	No se indica
0307.91.029	Otros (sepia y calamar) vivos, frescos o congelados	10%	No se indica	4,0% para México, no se indica para otros mercados	No se indica
0307.99.121	Calamar monggo congelado	10%	No se indica	Libre para países seleccionados; 3,5% para ASEAN	1,8%
0307.99.129	Otros congelados (sepia y calamar)	10%	No se indica	No se indica	Calamar volador tamaño jumbo (<i>Dosidicus gigas</i>), excluyendo en forma de polvo, comidas o pellets, que pesen no menos de 1 kg, entero o en pedazos 3,6%
0307.99.210	Sepia y calamar congelado, vieira (Pectinidae) y aductores de mariscos	9,6%	No se indica	Libre para países seleccionados; tarifas aplicables entre 1,0% a 6,0% para mercados seleccionados	3,0%
0307.99.290	Sepia y calamar congelado, excluyendo monggo ika, vieira, (Pectinidae) y aductores de mariscos	9,6%	6,4%	Libre para países seleccionados; tasas aplicables de entre 0,8% a 5,0% para mercados seleccionados	Libre

Fuente: Aduana de Japón (http://www.customs.go.jp/english/tariff/2013_4/data/i201304e_03.htm); actualizado Abril 2013

Según el GSP de Japón (actualizado al 2011), Perú es considerado un país beneficiario de Japón pero no está clasificado como País Menos Desarrollado (PMD [LDC]). Por lo tanto, no goza de privilegios adicionales de impuestos o cuota libre ni recibe subsidios para el libre acceso de sus productos. Sin embargo, Perú tiene derecho a la tarifa fijada en el Acuerdo de Asociación Económica (AAE [EPA]), que es menor a las tarifas que se cobran generalmente. Otros mercados que reciben estas tasas de AAE incluyen a México, Singapur, Malasia, Chile, Tailandia, Indonesia, Brunéi, Suiza, Vietnam, India y el resto de los países de ASEAN. La tabla anterior documenta las tarifas arancelarias que son de aplicación para el calamar (actualizada a abril de 2013).

Para recibir un tratamiento preferencial en las tarifas arancelarias cobradas por calamar congelado y enfriado, se debe presentar a las autoridades aduaneras japonesas un certificado de origen: Formulario A⁵ (combinación de declaración y certificado), antes de la exportación de los productos a Japón. Este certificado será emitido por las autoridades aduaneras u otras autoridades gubernamentales competentes del país receptor de la preferencia / exportador o agencias de dicho país (como cámaras de comercio), que están registradas como emisoras por las autoridades aduaneras japonesas con la

solicitud del exportador cuando exporta los bienes o productos en cuestión.

Sin embargo, con respecto a los cargamentos por un valor de aduana que no exceda JP¥ 200 000 (USD 2000) o bienes cuyo origen sea evidente, no se requerirán los documentos adicionales. Se puede observar que el formulario, por lo general, es válido por tres años y se puede anular si el contenido de los bienes no concuerda con el artículo que realmente se exporta. También cabe señalar que Japón tiene un arancel temporal para determinados productos, fijado por la Ley de Medición de Tarifas Temporales, y en estos casos prevalecerá el arancel temporal sobre el arancel general.

Los importadores también deben observar que se aplicará un impuesto al consumo de 5,0% a todos los bienes importados o fabricados en Japón. El monto del impuesto al consumo pagadero sobre los bienes importados se calcula sobre la base del valor de aduana de los bienes, incluyendo los impuestos de aduana aplicables y, cuando corresponda, cualquier otro impuesto de consumo interno. Hay un total de nueve aduanas regionales en Japón, estas son Hakodate, Tokio, Nagoya, Yokohama, Osaka, Okinawa, Kobe, Moji y Nagasaki.

El sistema JAS se encuentra bajo la Ley Relativa a la Estandarización y Etiquetado

Adecuado de Productos de Agricultura y Silvicultura. En este sistema hay dos subsistemas: uno es el sistema estándar JAS y, el otro, el sistema estándar de etiquetado de calidad. Si bien el primero no es obligatorio para los pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos, los importadores que importan calamar congelado o enfriado deben cumplir con el segundo. Este último requiere que todos los productores, distribuidores y otras partes etiqueten sus productos según las Normas de Etiquetado de Calidad establecidas por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca.

Según las Normas de Etiquetado de Calidad, los distribuidores o importadores de productos de calamar deben proporcionar la siguiente información:

- (1) Nombre del alimento
- (2) Lugar de origen
- (3) Contenido neto

Con respecto al lugar de origen de los mariscos congelados y enfriados como el calamar, se debe proveer el nombre del país de origen y el nombre del puerto o el nombre de la prefectura donde se ha desembarcado el calamar congelado o enfriado. Para asistir en el proceso, se alienta a los exportadores a entregar al distribuidor y a los importadores el

cuadro de procesamiento y fabricación del producto en cuestión.

Dado que, al parecer, cierta cantidad de gente está presentando reacciones alérgicas debido al consumo de productos a base mariscos como el calamar, se ha decidido que los ingredientes conocidos como alergénicos deben mencionarse en las etiquetas de los paquetes. Los productos que deben etiquetarse como alergénicos de manera obligatoria son los que contiene como ingredientes al camarón/ langostino, cangrejo, trigo, trigo sarraceno y huevo. Otra clase de productos se clasifican en alergénicos potenciales, para los cuales también se recomienda el etiquetado, aunque esta indicación no era obligatoria al momento de esta investigación. Entre los ingredientes se incluyen al abulón, salmón, huevos de salmón, banana, caballa, carne de res, cerdo, pollo, naranja, durazno, kiwi, manzana, nuez, soja, batata, gelatina, hongos Matsutake y calamar pota.

Aparte de las diversas leyes y sistemas que rigen la importación del calamar a Japón, cabe mencionar que el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar también ha introducido programas anuales de guía y monitoreo para los alimentos importados. En la página 28 se provee una lista de pautas clave del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar para mariscos y mariscos procesados.

⁵ Se pueden encontrar los detalles del Formulario A en: http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/doc_eui.html

04

Tendencias y desarrollo del mercado

Las ventas al detalle cumplen un rol importante en el consumo interno de calamar en Japón, aunque en los últimos cinco años ha habido una tendencia creciente entre los jóvenes japoneses que prefieren calamar listo para comer y como snack (calamar procesado industrialmente). Entre los consumidores mayores, el consumo de calamar sigue descendiendo.

Generalmente, los consumidores que realizan labores de cocina en sus hogares consideran que el calamar es complicado para preparar. Además, debido al alto nivel de colesterol que contiene, está resultando ser menos popular entre su grupo básico de consumidores (los de mayor edad), quienes están intentando mantener bajo su nivel de colesterol.

En el periodo 2010-2012, las ventas minoristas de calamar representaron más de 55,0% de las ventas, mientras que el sector de servicios de comidas representó 35,0% de las ventas. El restante 10,0% de las ventas se derivó del sector industrial. Los grupos clave de compras de calamar pota o calamar en general, para consumo diario, son las amas de casa o los propietarios de canales locales de servicios de comida.

Los consumidores de este país se interesan mucho por los alimentos saludables y las recetas dietéticas. Principalmente, prevalecen los hábitos pro salud, sobre todo entre los japoneses mayores (55 años de edad y más). La población mayor en Japón es muy cuidadosa con lo que consume; prefieren mantenerse alejadas de alimentos que tengan alto contenido de grasa, sal y/o azúcar.

Aunque los japoneses solteros tienden a comer fuera de casa (al menos dos o tres veces durante la semana), se considera que las familias japonesas suelen comer en casa (cocinar es una tarea desarrollada, principalmente, por las mujeres). Dado que los hogares japoneses son pequeños, en términos de espacio, las cocinas suelen ser compactas, por eso, el espacio de almacenamiento es muy valioso para ellos. Los hogares japoneses mantiene un régimen en cuanto a alimentos: el desayuno, el almuerzo y la cena son considerados comidas diarias esenciales.

El desayuno japonés consiste, básicamente, de arroz, una sopa de soja llamada miso y platos de guarnición como pescado grillado, algas u omelet; pero como la

influencia occidental se ha acrecentado en todas las comidas, hoy los cereales, los bagels (rosca de pan) y el café se han vuelto obligatorio cada mañana en el desayuno básico japonés.

En la actualidad, la conveniencia y portabilidad del desayuno occidental ha cambiado los hábitos de alimentación por las mañanas de muchos jóvenes trabajadores japoneses. El almuerzo se prepara a menudo en casa y se lleva a la escuela o al trabajo. La cena se considera la primera comida social del día, por tanto, su preparación a menudo implica bastante trabajo. Por lo general, para preparar esta comida, se compran productos frescos el mismo día.

Cenar en casa en Japón, se hizo popular luego de la crisis económica, y a pesar de la recuperación económica, muchos japoneses prefieren comer alimentos preparados en casa. Uchishoku, una tendencia de cocinar en casa, ha ido de la mano con el aumento de conciencia entre los consumidores del atractivo que revisten los alimentos regionales.

También se observa un cambio drástico en los hábitos alimentarios de los japoneses, ya que menos gente está consumiendo pescado

y mariscos, en particular, el calamar. Según la Asociación de Tiendas en Cadena de Japón, el valor de las ventas de mariscos disminuyó 3,2% en el 2011, en comparación con el 2010. Para tratar de solucionar la caída del consumo de mariscos, la Agencia Pesquera de Japón ha tomado algunas iniciativas para educar a la generación joven y promocionar los beneficios a la salud que implica el comer mariscos. Estas iniciativas educativas y las asociaciones con entes del Gobierno pueden beneficiar los intereses de los exportadores peruanos.

Los consumidores japoneses antes de comprar una variedad específica de calamar o de otro marisco estudian y comparan los precios. Por ejemplo, visitan hipermercados dentro de los grandes emporios, los supermercados más pequeños en el vecindario y tiendas especializadas en pescado, para obtener calamar de la mejor calidad y el mejor valor por su dinero. Ocasionalmente, el calamar se comercializa por Internet o a través de folletos.

Los consumidores japoneses, por lo general, priorizan la frescura del calamar, seguido de la seguridad y el costo (valor por dinero). La mayoría de los consumidores japoneses prefieren el calamar local y no el importado, por considerarlo más fresco y seguro

05

Canales comerciales

(con excepción del calamar proveniente del noroeste de Japón). Solo una mayor conciencia acerca de los beneficios para una dieta saludable y balanceada impulsará la demanda del consumo de calamar en Japón. Las ensaladas y sopas saludables son populares entre los consumidores japoneses y podrían representar un gran potencial para el calamar si los establecimientos de servicios de comida promueven las ensaladas y sopas a base de calamar.

El calamar se consume en todo Japón, pero tiende a ser más popular en el sudoeste de Japón (prefectura de Shimane), en la provincia del oeste de Toyama y en el norte. Las provincias del noroeste, como Aomori, Akita y Hokkaido, son las que comúnmente usan el calamar como ingrediente al cocinar.

Hokkaido, Aomori, Nagasaki, Ishikawa e Iwate son los principales productores de calamar en Japón, según el volumen interno de producción por provincia. En el 2011, la provincia de Hokkaido obtuvo un 34,3% de la producción total de calamar en Japón; casi toda su producción fue de la especie surume ika. La provincia de Aomori, productor líder de la especie aka ika, tuvo un 40,0% de la producción total. Le siguió Tokio con alrededor de 30,0% de la producción total y, finalmente, la provincia de Kagoshima que alcanzó alrededor de un 23,0% de la producción total de calamar en Japón.

En general, mientras el precio del surume ika se mantuvo relativamente estable en el 2012, el precio del aka ika fresco aumentó significativamente de USD 1,08 (JP¥ 108) por kilogramo en 2011 a USD 2,14 (JP¥ 14) por kilogramo en 2012, debido principalmente al daño masivo provocado en las instalaciones relacionadas con la pesca como resultado del terremoto y el tsunami en el noreste de Japón en el 2011. El precio del aka ika congelado disminuyó 8,0% (en el 2012) en comparación con 2011, que fue de USD 2,49 por kilogramo a USD 2,19 por kilogramo, ya que Japón importó más calamar congelado para compensar la disminución en la producción interna.

Debido al aumento en los precios del combustible y a la falta de calamar local, se prevé que habrá de aumentarse los costos para los productores de calamar en un futuro cercano. Estos costos adicionales, por lo general, pasan a los consumidores. El calamar importado puede ganar popularidad a raíz de esta situación, cuando la mala situación económica fuerce a los consumidores a dar prioridad a los precios y no tanto a la condición de frescura. El consumo del calamar importado puede evolucionar y pasar de ser usado en el procesamiento industrial a utilizarse más en la comida casera o en los servicios de comidas, esto representa un gran potencial de crecimiento para los exportadores peruanos, dado que serían nuevos canales que se podrían aprovechar.

Tabla 7. Participación del calamar pota en el canal de distribución por volumen de ventas (%), Japón 2012

(% volumen)	2012
Supermercados / hipermercados	57,0%
Tiendas independientes de alimentos	22,0%
Tiendas de artículos varios	4,0%
Tiendas de descuentos	0,0%
Mercados abiertos	15,0%
Otros	2,0%
Total	100,0%

Fuente: Entrevistas comerciales con asociaciones, distribuidores, minoristas locales de alimentos frescos

Los principales canales de distribución minorista para la venta de calamar en Japón son los supermercados, hipermercados y tiendas especializadas en mariscos (estas últimas clasificadas como tiendas independientes de alimentos en la Tabla 7). Los supermercados e hipermercados son los canales más dominantes de distribución de calamar pota en Japón, con una participación del 57,0% en volumen, en el 2012; seguidos por las tiendas independientes especializadas en mariscos, que

representan alrededor del 22,0% de la participación en volumen de venta. Los mercados abiertos que venden diferentes tipos de mariscos y productos de agricultura al detalle son el tercer canal más popular, con una participación en volumen de alrededor del 15,0% de todo el calamar pota vendido. En los últimos dos o tres años, las cadenas de tiendas también han comenzado a vender alimentos frescos, incluyendo mariscos, para competir con los pequeños supermercados en los vecindarios.

Figura 2. Calamar pota vendido en supermercados



Izquierda: Calamar pota en porciones pequeñas empacadas para la venta. Derecha: El popular sureme ika en un mercado japonés.

Fuente: Euromonitor International

Los supermercados e hipermercados dominan la venta minorista de calamar fresco y procesado en Japón, ya que satisfacen las necesidades de los consumidores ofreciendo calamar limpio, destripado y cortado cuidadosamente. Esto proporciona conveniencia y menor tiempo de preparación a los consumidores cuando cocinan. En general, los japoneses ocupados están dispuestos a pagar montos extras por un calamar bien preparado, como los que se encuentran en los supermercados o hipermercados. Los calamares grandes, como el calamar gigante, usualmente no se venden enteros en los supermercados e hipermercados, ya que son considerados difíciles de manipular y muy grandes para el consumo hogareño.

Estos establecimientos tienen una ventaja, ya que constituyen un conveniente lugar de compra de productos de almacén donde los clientes pueden acceder a una amplia variedad de otros alimentos y productos cuando están haciendo su compra semanal. Los precios también tienden a ser razonables, dado que las cadenas de supermercados/hipermercados pueden tener una economía de escala y un alto volumen de rotación que no tienen otras tiendas.

Los canales de distribución del calamar fresco comenzaron a diversificarse luego de la enmienda de la ley japonesa de 2005 que solo permitía la distribución de mariscos frescos por mayoristas. En el periodo de este estudio, los productores y distribuidores

locales de calamar pota pueden vender y distribuir calamar pota fresco directamente a minoristas, tales como supermercados/hipermercados, tiendas independientes de alimentos, tiendas grandes en cadena, etc. Los operadores de servicios de comidas también pueden realizar compras de calamar pota directamente a los productores y distribuidores locales en grandes cantidades. Sin embargo, no todos los minoristas de tiendas obtienen su provisión de calamar pota directamente de los productores locales. Los supermercados locales y más pequeños aún obtienen su provisión de calamar de los mayoristas. Los mayoristas de calamar fresco aún manejan 55,0% a 60,0% de la distribución sobre la cantidad total de calamar pota comercializada en el mercado.

La participación de las tiendas independientes que venden mariscos en Japón está decayendo debido a la competencia de precios de los grandes minoristas. Además, los supermercados e hipermercados contratan personal con conocimientos especializados en mariscos para cubrir las necesidades diversificadas de los consumidores; por ello, la mayoría de las tiendas independientes no pueden competir con estos (ni en precio ni servicio), ya que no pueden proveer calamar cortado y preparado de antemano. Sin embargo, algunos consumidores japoneses siguen comprando calamar en las tiendas inde-

pendientes debido a la percepción de que pueden obtener calamar más fresco y consejos de parte del vendedor acerca de cómo prepararlo y cocinarlo.

Los mercados abiertos que venden mariscos en general están ganando popularidad debido a la seguridad y rastreabilidad del producto. Los compradores consideran que los productos que se venden allí son seguros porque estos pueden interactuar directamente con las cooperativas de pescadores de calamar. Además, pueden negociar los precios. Algunas cooperativas de pescadores venden calamar y otros tipos de mariscos de las áreas de pesca directamente a los consumidores a través de Internet; por ejemplo, la Cooperativa de Pescadores de Itoshima, en la provincia de Fukui, abrió sus tiendas en las que los visitantes pueden comer ostras y otros productos de mariscos en el momento.

Durante el periodo 2010-2012, las ventas on-line de mariscos frescos y procesados de diversas regiones de Japón se están expandiendo. Rakuten, el mercado on-line líder en Japón, está facilitando a los compradores japoneses solicitar y comprar mariscos frescos y procesados a través de sus sistemas de pagos y brindando la seguridad de una entrega veloz. Se prevé que esta expansión en las ventas on-line vaya cobrando más importancia en los próximos años.

06

Información adicional

6.1 Oficinas y asociaciones

Tabla 8. Oficinas y asociaciones

Nombre	Número de contacto	Correo electrónico	Sitio web	Tipos de productos
Asociación de Pesqueras de Japón	-	japan@suisankai.or.jp	http://www.suisankai.or.jp/index_e.html	-
Hokkaido Federación de Asociaciones Cooperativas de Pesqueras	-	-	http://www.gyoren.or.jp/english/index.html	-
Asociación de Comerciantes de Pescado de Japón	-	-	http://www.jfta-or.jp/ (Japonés)	Atún y otros pescados, cangrejos, etc.
Asociación de Importadores de Productos Marinos de Japón	(813) 52802891	-	-	Productos de pesquera, aceite de pescado, harinas de pescado, etc.,
Gremio de Minoristas de Pescado de Japón	3543-4457 (Fax)	-	http://opr.t.or.jp/eng/members/	-
Federación Nacional de la Asoc. de Mayoristas de Productos Acuáticos (Gremio de Intermediarios de Pescado de Japón)	-	-	http://opr.t.or.jp/eng/members/	-
Gremio de Mayoristas de Pescado de Japón del Mercado Mayorista Central	-	-	http://opr.t.or.jp/eng/members/	-
Asociación Cooperativa Nacional de Procesadores de Calamares	+81-3-3834-3731	info@zen-ika.com	http://www.zen-ika.com/index.html	Calamar

Fuente: Sitios webs del Gobierno, sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de compañías



6.2 Importadores y distribuidores

Muchos importadores y distribuidores, como los enumerados a continuación, no se especializan en la distribución única de calamar

pota o calamar. Tienden a comercializar una amplia gama de productos de mar y mariscos.

Tabla 9. Importadores y distribuidores

Nombre	Número de contacto	Correo electrónico	Sitio web	Tipos de productos
Tokushima Daisui Uoichi Co. Ltd.	088-628-2525	-	http://www.tokushima-daisui.jp/	Chirimen congelado (anchoa), calamar, atún, hamachi, atún amarillo, pulpo vulgaris, etc.
Saihoku Fisheries Corporation	048-523-2660	info@saihoku-f.co.jp	http://www.saihoku-f.co.jp/	Hamachi, Yellowtail, otros mariscos
Chugai Shokuhin Co. Ltd.	81 - 33545 - 2755	info@chuugai.co.jp	http://www.chuugai.co.jp/	Pescado, sepia, pulpo, moluscos, medusa
J-Trading Inc.	+81 3-6894-9424	-	www.j-tr.com	Productos de pesquera
Hasebe Co. Ltd.	+81 3-3644-8881	-	www.mp-hasebe.co.jp	Mariscos tales como salmón y langosta (Homard Blue)
Maple Foods Ltd.	+81 3-5565-7001	-	www.maplefoods.co.jp/aboutus-e.html	Productos de pesca, alimentos/vegetales congelados
Ras Super Fries Co. (Japan) Ltd.	+81 3-6772-7440	info@rassuper.com	http://www.rassuper.com/	Mariscos, vegetales congelados y productos gourmet para servicio de alimentos
Corporación de Alimentos Marinos	+81 3-6420-1155	marinefoods@nipponham.co.jp	http://www.marinefoods.co.jp/english	Productos de alimentos marinos, pescado y mariscos, incluyendo calamares
Dream Trading	+81 47-394-5399	http://www.dreamtrading.jp/contact/	http://www.dreamtrading.jp/products/index.html	Pescado y mariscos, incluyendo calamares
Oki Products	+ 81 799-62-6060	http://www.okiproducts.co.jp/postmail/postmail.html	http://www.okiproducts.co.jp/english/	Productos marinos y de agricultura
Kaisei Marine Products	+81 83-267-8541	-	http://www.kmpkaisei.co.jp/	Pescados varios
Kyokuichi	+81 166 483-141	-	http://www.kk-kyokuichi.co.jp	-
Yukiya	+81 3-3954-2261	-	http://www.yukiya-foods.com/company_03.html	Pescado y productos marinos
Nagoya Chusui	+81 526 833-000	densanka@nagoya-chusui.co.jp	http://www.nagoya-chusui.co.jp/kaisya/gaiyou.html	-
Marusen	-	mailmaster@marusen.co.jp	http://www.marusen.co.jp/profile/outline.html	-
Benirei	+81 3-3769-0031	-	http://www.benirei.co.jp/pdf/Benirei%20Head%20Office.pdf	Diversos pescados y calamares
Marubeni	+81-3-3282-2111	-	http://www.marubeni.com/business/foods/index.html	Diversos pescados y otros productos marinos

Fuente: Sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de compañías

6.3 Ferias comerciales 2013/14

Tabla 10. Ferias comerciales 2013/14

Nombre	Organizador	Fecha(s) del evento	Lugar(es)	Descripción	Sitio web
Agri Food Expo Osaka	Exhibition Technologies Inc.	21-22 de febrero de 2013	ATC Hall, Osaka	Una muestra de una amplia variedad de alimentos de especialidad japonesa. Los participantes en el evento son principalmente agricultores y gente asociada con la industria alimentaria que introducen arroz, vegetales, árboles frutales, horticultura, té, hongos, productos lácteos, avícolas, etc.	-
Fabex (Food and Beverage Expo)	Expo Organizer's Office	3-5 de abril de 2013	Tokio	Una feria comercial que realiza una muestra de la industria de alimentos y bebidas.	http://fabex.jp/
International Food Expo Osaka	Comité Ejecutivo del Festival Internacional de Utage	26 de abril-6 de mayo de 2013	Intex, Osaka	El International Food Expo Utage mostrará las últimas tendencias, productos, tecnologías, herramientas, técnicas y servicios; así como las últimas innovaciones científicas y tecnológicas relacionadas con la industria alimentaria.	http://www.shokuhaku.gr.jp/
Inter-Food Kansai	Inter-Food Kansai Executive Committee	21-23 de mayo de 2013	Osaka	Una exposición que muestra todos los alimentos, bebidas y equipo de tiendas de la industria del servicio de alimentos en Japón	http://foodexpo-kansai.jp/
Foodmesse Niigata	Comité Organizador del Foro Mundial de Alimentos y Flores	7-9 de noviembre de 2013	Toki Messe, Niigata	Una muestra comercial de alimentos dedicada a los fabricantes de alimentos, procesadores de alimentos, mayoristas y distribuidores de las diversas industrias.	http://foodmesse.jp/
Supermercado Trade Show	New Supermercado Association Of Japan	12-14 de febrero de 2014	Tokyo	Una muestra anual comercial de alimentos y bebidas que provee una plataforma para acceder a los supermercados japoneses y a los minoristas.	http://www.smts.jp/english/
Foodex Japan	Asociación de Administración de Japón	4-7 de marzo de 2014	Makuhari Messe, Chiba	El mayor show comercial de alimentos y bebidas en el Asia-Pacífico que se realiza todos los años.	http://www3.jma.or.jp/foodex/ja/index.html
Japan International Seafood & Technology Expo	Japan Seafood Show/ Exhibition Technologies, Inc.	21-23 de agosto de 2013	Tokio	Un show comercial internacional que muestra mariscos y productos marinos y no marinos, entre otras cosas	http://www.exhibitiontech.com/seafood/

Fuente: Sitios webs del Gobierno, sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de la compañía

6.4 Vínculos útiles

Tabla 11- Vínculos útiles

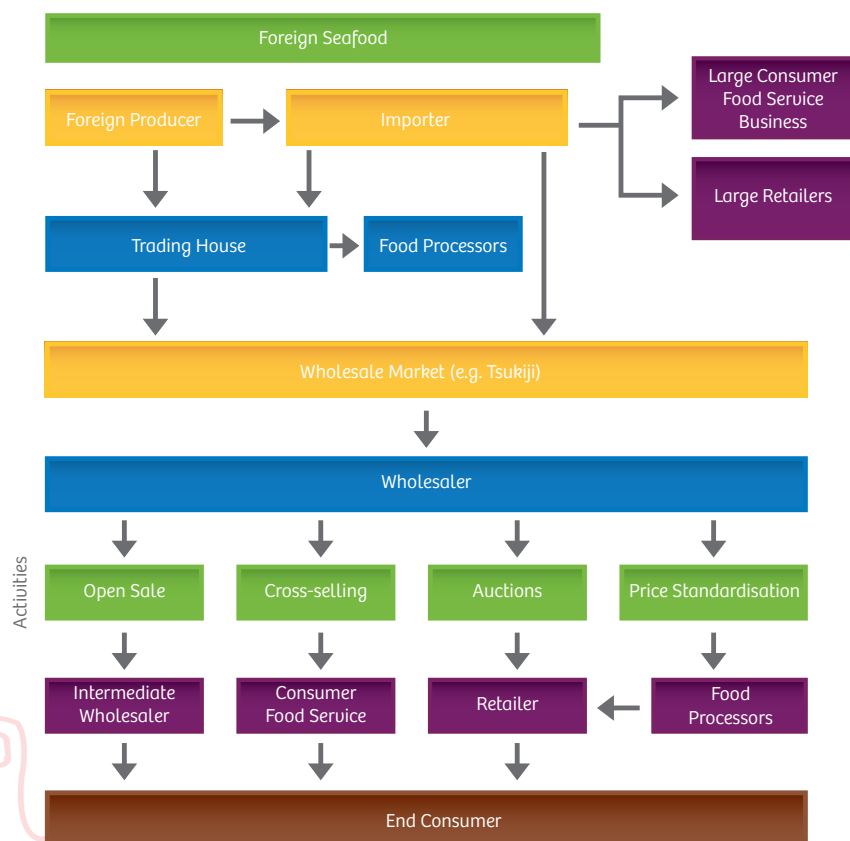
Nombre	Descripción	Sitio web
Ministerio de Agricultura, Siluicultura y Pesca	Página web	http://www.maff.go.jp/e/
Asociación de Pescadores Japoneses	Página web	http://www.jfa.maff.go.jp/e/index.html
Organización Comercial Exterior de Japón	Página web	http://www.jetro.go.jp/
Organización Comercial Exterior de Japón (JETRO)	Guías para Exportar a Japón (Mariscos y Productos Procesados)	http://www.jetro.go.jp/en/reports/market/pdf/guidebook_food_seafood_processed_products.pdf
Bureau de Aduana y Tarifas, Ministerio de Finanzas	Programa de Tarifas Arancelarias	http://www.customs.go.jp/english/tariff/2013_4/index.htm
Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar	Página web de Servicios de Inspección de Alimentos Importados	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/guideline/dl/02.pdf
Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar	Procedimiento de Importación según la Ley de Higiene de Los Alimentos	http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1.html
Ministerio de Asuntos Externos	Acuerdo de Libre Comercio entre Japón y Perú	http://www.mofa.go.jp/region/latin/peru/epa201105/index.html
Ministerio de Asuntos Externos	Programa de Tarifas Arancelarias, Acuerdo de Libre Comercio entre Japón y Perú	http://www.mofa.go.jp/region/latin/peru/epa201105/pdfs/jpepa_x01_e.pdf
Ley de Higiene de los Alimentos	Descripciones en inglés de los artículos de la Ley de Higiene de Los Alimentos	http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?id=12&vm=&re=
Cooperación de Inspección de Alimentos Congelados de Japón	Página web	http://www.jffic.or.jp/english/
Ministerio de Economía, Comercio e Industria	Información de la política de control comercial de Japón	http://www.meti.go.jp/english/policy/external_economy/trade_control/index.html
Desarrollo del Plan de Guía y Monitoreo de los Alimentos Importados para el Año Fiscal 2013	Información de los últimos planes de guía para el año fiscal 2013	http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/keikaku/13_en.html
Aduana de Japón	Lista de oficinas de la aduana en Japón, que pueden ayudar a facilitar procedimientos de importación/ exportación, tratando las preguntas relativas a la importación/ exportación de productos.	http://www.customs.go.jp/english/c-answer_e/sonota/9301_e.htm
GSP de Japón (Sistema Generalizado de Preferencias)	Notas del GSP de Japón (Sistema Generalizado de Preferencias)	http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/explain.html#08
Ministerio de Agricultura, Siluicultura y Pesca	Notas de las Normas de Etiquetado de Calidad para Alimentos Frescos	http://www.maff.go.jp/e/jas/pdf/review04.pdf

Fuente: Sitios webs del Gobierno, sitios webs de asociaciones comerciales, sitios webs de la compañía

6.5 Diagrama de distribución típica de mariscos importados a Japón

El siguiente diagrama ilustra un posible flujo de distribución típico de mariscos importados, ya que este no es representativo

de todos los tipos de mariscos ni de los nichos particulares de este mercado.



Fuente: Organización de Comercio Exterior de Japón

6.6 Sistema Generalizado de Preferencias

El Sistema Generalizado de Preferencias (GSP) de Japón se inició en 1971 y se basa en el acuerdo firmado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). El GSP provee beneficios, como tarifas arancelarias reducidas o gratuitas, a los países menos desarrollados para ayudarlos en su crecimiento económico.

Las tarifas arancelarias según el GSP –incluso la Tarifa General Preferencial y la Tarifa Preferencial Especial para Países Menos Desarrollados (PMD [LDC])– son establecidas por la Ley de Medidas de Tarifas Arancelarias Temporarias, la cual prevé las excepciones a la Ley de Tarifas Arancelarias de Aduana y tiene prioridad sobre las tarifas generales. Si la Asamblea General de las Naciones Unidas determina que un país beneficiario es un PMD, ese país será elegible para un tratamiento especial preferencial otorgado a los PMD. Existen determinados productos, incluyendo todos los productos bajo el tratamiento de GSP y productos adicionales, que se elaboran en los PMD y que calificarían para tener acceso libre al mercado, sin pago de impuestos y sin cupo o cuota.

Las dos principales categorías de productos cubiertos son:

- (1) Productos de agricultura y pesca
- (2) Productos industriales

En la actualidad hay 137 países en vías de desarrollo y 14 territorios a los que se les otorga este tratamiento de tarifa preferencial, según el actual esquema de GSP, el cual estará vigente hasta el 31 de marzo de 2021.

Es necesario que un país o territorio cumpla algunos criterios antes de que se le otorgue el estatus de beneficiario según el GSP de Japón (establecidos por el Gabinete):

- (1) La economía del país o territorio debe estar en la etapa de desarrollo.
- (2) El territorio debe tener su propio sistema de tarifas arancelarias y comercio.
- (3) El país o territorio desea recibir un tratamiento de tarifa preferencial según el esquema de GSP.
- (4) Debe haber una orden del Gabinete que establezca que el beneficiario en cuestión es un país o territorio al que corresponde que se le extienda dichas preferencias.

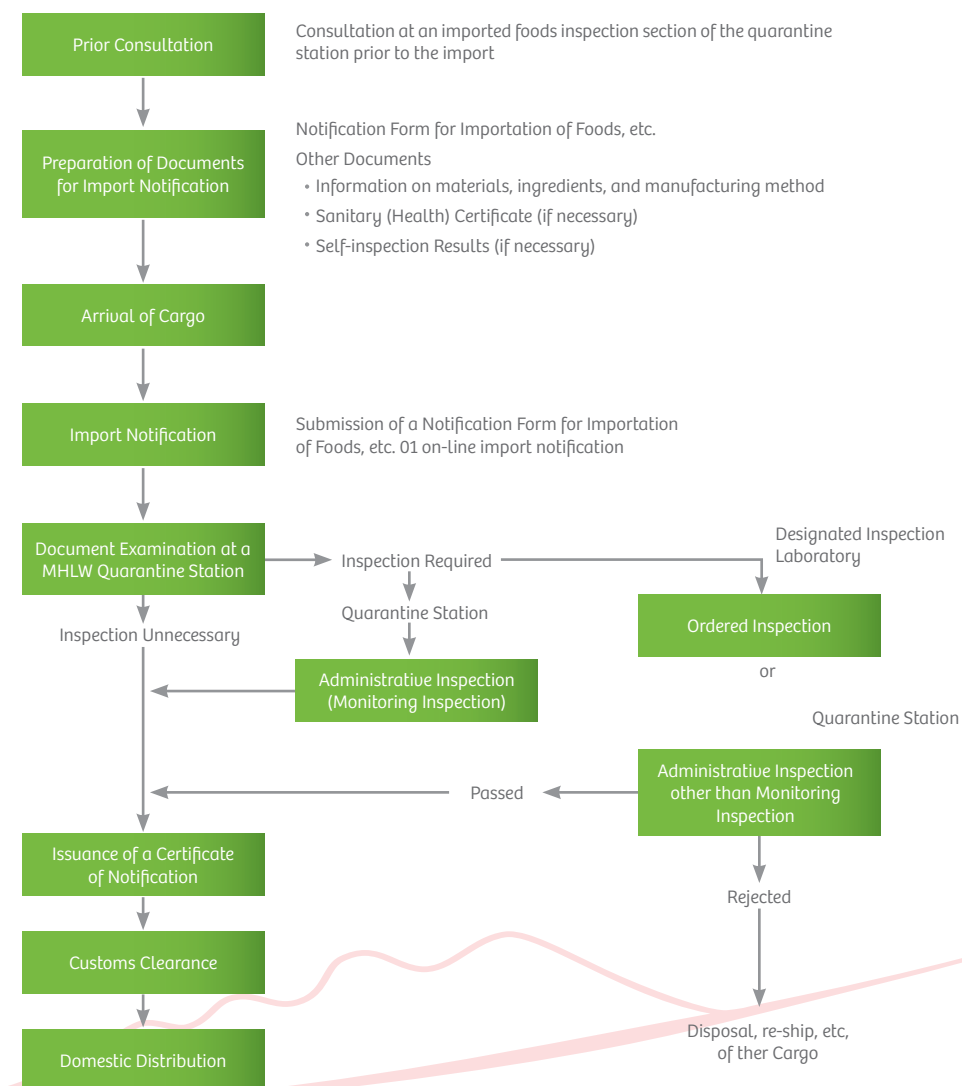
Además, la elegibilidad para el tratamiento de tarifa preferencial requiere que se cumplan los criterios de origen y los bienes se deben transportar a Japón de acuerdo con las reglas de transporte de este país. Además se debe presentar, junto con los bienes a ser importados a Japón, evidencia documentaria con respecto al origen de los bienes y el transporte de los mismos.

Según la aduana de Japón, el impuesto de importación para los beneficiarios de preferencias según el GSP es 5,0%, mientras que los PMD ya no tienen que pagar ninguna tarifa para la importación de pulpos (a partir de abril de 2013).

Principales países exportadores de sepia y calamar, según el GSP:

1. China (excepto Hong Kong y Macau)
2. Vietnam
3. Marruecos
4. India
5. Filipinas
6. Indonesia
7. Myanmar
8. Irán
9. Malasia
10. México
11. Senegal
12. Sri Lanka
13. Perú
14. Sudáfrica
15. Mauritania

6.7 Notificación de importación de alimentos y productos relacionados (procesos)



Fuente: Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón

6.8 Plan de guía y monitoreo de alimentos importados para el ejercicio fiscal 2013 (mariscos y mariscos procesados) importados en Japón

	Factores de riesgo en el momento de la importación (ejemplo típico)	Ítems a controlar de antemano	Ítems a controlar regularmente (incluyendo el momento de la primera importación)	Ítems a controlar durante el proceso de transporte y almacenamiento
Mariscos y mariscos procesados	Microorganismos patogénicos tales como <i>Vibrio parahaemolyticus</i> (filete, pescado sin caparazón y/o pelado para comer crudo)	Tomar medidas para evitar la contaminación con microorganismos en el agua de limpieza que se usa en las plantas de procesamiento, etc. Cumplimiento de las normas de procesamiento.	Asegurar que no haya microorganismos patogénicos presentes, a través de pruebas e inspecciones regulares.	Cumplimiento de las normas de almacenamiento Si se realiza el control de temperatura para evitar daño debido al crecimiento de microorganismos
	Incumplimiento de las normas de los componentes, normas de procesamiento y normas de almacenamiento de ostras para comerlas crudas	Controlar si las normas de procesamiento en el país productor son del mismo nivel que en Japón.	Asegurar que los componentes cumplan las normas, por medio de pruebas e inspecciones regulares.	Cumplimiento de las normas de almacenamiento
	Venenos diarreicos de moluscos o venenos paralizantes de moluscos (moluscos)	Controlar que las almejas sean recogidas en áreas marinas donde se implemente un monitoreo adecuado para prevenir el envenenamiento por moluscos.	Asegurar que no haya presente venenos en moluscos, por medio de pruebas e inspecciones regulares.	
	Mezcla con fugu venenoso	Asegurar que solo se importe pescado de los tipos aprobados. Tomar medidas para evitar que los diferentes tipos de fugu se mezclen, a través de la identificación adecuada de los tipos de pescado.		Controlar los certificados emitidos por la agencia del gobierno del país exportador. Asegurar que no se incluyan los diferentes tipos de fugu, a través de una identificación adecuada de los tipos de pescado.
	Mezcla con pescados venenosos tales como pescado con ciguatoxina (meros de la zona sur, peces loro, barracudas, etc.)	Controlar los mares donde se realiza la pesca de los peces. Tomar medidas para evitar que los peces venenosos no se mezclen, a través de la identificación adecuada de los tipos de pez.		Asegurar que no se incluyan peces venenosos, a través de la identificación adecuada de los tipos de pez.
	Residuos de drogas veterinarias y aditivos de alimentos	Controlar el uso de las drogas veterinarias. Los materiales crudos de alimentos procesados deben cumplir las normas de residuos.	Controlar el cumplimiento de las dosis apropiadas, administración, e interrupción de drogas para drogas veterinarias y aditivos de alimentos. Controlar los niveles de drogas veterinarias residuales y aditivos de alimentos, mediante pruebas e inspecciones regulares.	
	Uso de aditivos que pueden confundir a los consumidores en la determinación de la calidad y la frescura (pescado y moluscos frescos)	Asegurar que no se haya usado colorantes, monóxido de carbono u otros aditivos que puedan confundir a los consumidores en la determinación de la calidad o frescura.	Controlar los tipos de aditivos usados, mediante pruebas e inspecciones regulares.	Controlar el color del producto (rojo y otros más).

Fuente: Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón

6.9 Lista de fuentes clave

La siguiente lista documenta las fuentes consultadas y/o entrevistadas para la preparación de este informe.

- All Japan Fish Retailers Union
- All Japan Fish Wholesalers' Union of Central Wholesale Market
- Benirei
- Chugai Shokuhin Co. Ltd.
- Customs and Tariff Bureau, Ministry of Finance
- Daimaru Kogyo Ltd.
- Development of Imported Foods Monitoring and Guidance Plan for FY 2013
- Dream Trading
- Fisheries Agency of Japan
- Hasebe Co. Ltd.
- Hohsui Corp.
- Hokkaido Federation of Fisheries Cooperative Associations
- Ito Yokado Co. Ltd.
- Japan Customs
- Japan External Trade Organization (JETRO)
- Japan Fish Traders Association
- Japan Fisheries Association
- Japan Frozen Food Inspection Cooperation
- Japan Marine Products Importers' Association
- J-Trading Inc.
- Kaisei Marine Products
- Kanematsu Corp.
- Kasho Co. Ltd.
- Kawasho Corp.
- Kyokuichi
- Maple Foods Ltd.
- Marubeni Corp.
- Maruha Nichiro Seafoods Inc.
- Marusen
- Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)
- Ministry of Economy, Trade and Industry
- Ministry of Foreign Affairs
- Ministry of Health, Labour and Welfare
- Nagoya Chusui
- National Cooperative Association of Squid Processors
- National Federation of Middle Wholesaler's Association for Aquatic Products (All Japan Fish Brokers Union)
- Nichiren Fresh Inc.
- Oki Products
- Ras Super Fries Co. (Japan) Ltd.
- Saihoku Fisheries Corporation
- The Marine Foods Corporation
- Tokushima Daisui Uoichi Co. Ltd.
- Yukiya

Plan de Desarrollo de Mercado Japón



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

