

**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 Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

FICHA MERCADO – PRODUCTO**I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA**

1.1. Nombre de la OCEX	OCEX TOKIO	1.2. Fecha	15-04-2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	WILLIAM VALDERRAMA BAZAN	
	Cargo	ESPECIALISTA EN COMERCIO	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	MANGO						
2.2 Nomenclatura arancelaria	0804502000 - MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS						
2.3 Nombre comercial en el país de destino	MANGO FRESCO -フレッシュマンゴー						
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 arancelaria</th> <th>Descripción del producto</th> <th>Arancel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0804502000</td> <td>Mangos y mangostanes frescos</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Requisitos generales:</p> <p>La importación de mango está regulada principalmente por las siguientes leyes 1) la Ley de Aduanas, 2) la Ley de Sanidad Alimentaria, y 3) la Ley de Protección Vegetal.</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 – 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><u>Ley de Sanidad Alimentaria</u></p> <p>En cumplimiento de la Notificación N° 370 del Ministerio de Sanidad, Trabajo y Bienestar, "Normas y criterios para alimentos y aditivos", emitida</p>	Partida arancelaria	Descripción del producto	Arancel	0804502000	Mangos y mangostanes frescos	0%
Partida arancelaria	Descripción del producto	Arancel					
0804502000	Mangos y mangostanes frescos	0%					



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

en virtud de la Ley de Saneamiento de los Alimentos, y de las normas sobre residuos de plaguicidas que se incluyen en ella, las frutas frescas 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 aditivos, plaguicidas u otros contenidos que estén prohibidos en Japón, cuando sus niveles superen los límites aprobados o cuando la presencia de micotoxinas, etc. esté por encima de los niveles permitidos. En consecuencia, los mangos deben ser analizados en el lugar de producción y en los centros de empaque antes de la exportación.

Ley de Protección Vegetal

Las frutas frescas en general son sometidas a procedimientos de cuarentena fitosanitaria, incluida la inspección y detección de posibles contaminaciones por cualquier plaga o plantas nocivas no autorizadas, en virtud de la Ley de Sanidad Vegetal. Los procedimientos de cuarentena realizados en los aeropuertos y puertos están bajo la autoridad de las Estaciones de Cuarentena de las Prefecturas por donde ingrese el producto.

La principal regulación fitosanitaria que exige el Ministerio de Agricultura de Japón es el tratamiento térmico con agua (TWT por sus siglas en inglés), la desinfestación se lleva a cabo en el equipo TWT, que calienta el mango con agua a 47°C hasta que la temperatura en el centro de la fruta alcanza los 46°C. El detalle de las especificaciones técnicas puede ser revisado en el siguiente enlace: Plan de trabajo aprobado por las autoridades sanitarias de Perú y Japón ([Protocolo mango - Japón.pdf \(www.gob.pe\)](http://www.gob.pe)).

Figura 1: Diagrama de los procedimientos de importación de frutas frescas al Japón, Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca MAFF (2022).





“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

	<p><u>Autoridades competentes</u></p> <p>Ley de Protección Vegetal Plant Protection Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries – MAFF TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp</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 Aduanas Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan TEL: +81-3-3581-4111 http://www.mof.go.jp</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p><u>Visión General del Mercado</u></p> <p>La demanda constante de mangos en Japón ha generado una importante tendencia en el consumo en los últimos años. Con su rico sabor, color rojo intenso y su versatilidad en aplicaciones culinarias, los mangos han captado la atención de los consumidores japoneses en todo el país. Estas características permiten explorar los diversos aspectos de la tendencia del mango en Japón, incluidas las dinámicas del mercado, las preferencias de los consumidores y los desarrollos de la industria.</p> <p><u>Tendencia de la demanda</u></p> <p>La demanda constante de mangos en Japón puede atribuirse a varios factores que han contribuido a la creciente popularidad de esta fruta tropical entre los consumidores japoneses, entre ellos tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cambios en las preferencias del consumidor: los consumidores japoneses están volviéndose más selectivos con sus elecciones alimenticias y cada vez buscan más frutas exóticas y tropicales como los mangos. A medida que más japoneses viajan al exterior están expuestos a diversas cocinas y sabores, lo que los lleva a apreciar más las frutas que antes se consideraban exóticas. ➤ Beneficios para la salud: Los mangos se perciben como una opción de snack saludable debido a su rico perfil nutricional. Son una buena fuente de vitaminas, minerales y antioxidantes, lo que atrae a los consumidores conscientes de la salud en Japón que priorizan opciones alimenticias nutritivas. ➤ Versatilidad culinaria: Los mangos son increíblemente versátiles y se pueden incorporar en una amplia gama de platos, tanto dulces como salados. En Japón, donde se valora mucho la experimentación culinaria y la creatividad, los mangos ofrecen a los chefs y cocineros caseros la oportunidad de crear recetas innovadoras y postres.



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

- **Marketing y Promoción:** Los importadores, minoristas y fabricantes de alimentos han aprovechado la creciente popularidad de los mangos mediante la implementación de campañas de marketing y promoción efectivas. Estos esfuerzos han aumentado la conciencia sobre los mangos y sus usos culinarios, estimulando el interés del consumidor y aumentando la demanda.
- **Disponibilidad y accesibilidad:** Aunque los mangos no son nativos de Japón, los avances en transporte y logística han facilitado la importación de productos frescos de todo el mundo. Como resultado, los mangos ahora están fácilmente disponibles en supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas especializadas de frutas en todo Japón, lo que los hace más accesibles para los consumidores.
- **Influencia Cultural:** La cocina japonesa tiene una larga tradición de incorporar frutas de temporada en los platos, y los mangos han encontrado su lugar en este escenario culinario. Ya sea disfrutándolos solos, en ensaladas de frutas o como topping para postres, los mangos se han convertido en una fruta apreciada entre los consumidores japoneses, lo que ha impulsado aún más la demanda.
- **Ofertas Diversas:** Importadores y minoristas ofrecen una amplia gama de variedades de mango, incluidos tipos populares como Kent, Tommy Atkins, Edward, Alphonso y Honey Mangoes, etc., que se adaptan a diferentes preferencias de sabor.
- **Estacionalidad:** Aunque los mangos están disponibles durante todo el año debido a la producción nacional y a las importaciones de varios países, las temporadas pico suelen coincidir con los meses de verano, alineándose con las preferencias de los consumidores por frutas refrescantes durante el clima cálido.
- **Calidad y Frescura:** Los consumidores japoneses priorizan productos frescos y de alta calidad, lo que lleva a una preferencia por mangos de grado premium con madurez y sabor óptimo.

Desarrollos de la Industria

- **Iniciativas de Marketing:** Los importadores y minoristas aprovechan estrategias de marketing innovadoras para promocionar los mangos, incluidas campañas en redes sociales, promociones en tiendas y colaboraciones con influencers para involucrar a los consumidores y aumentar la visibilidad de la marca.
- **Innovación de Productos:** Los fabricantes y procesadores de alimentos introducen productos innovadores basados en mango, como bebidas, snacks y postres con sabor a mango, para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores por experiencias alimentarias convenientes y novedosas.
- **Esfuerzos de Sostenibilidad:** Con una creciente conciencia de los problemas ambientales, los actores de la industria del mango en Japón están enfatizando cada vez más prácticas de sostenibilidad, que incluyen abastecimiento responsable, envases ecológicos y apoyo a iniciativas de comercio justo.



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Las importaciones japonesas de mango por tipo de mango son:

Variedad Irwin: Taiwán
Variedad Kent: México, Brasil y Perú,
Variedad Haden: México y Brasil
Variedad Tommy Atkins: México y Australia
Variedad Carabao: Filipinas
Variedad Mahachanok: Tailandia
Variedad Nam Dok Mai: Tailandia
Variedad Kensington Pride: Australia.
Variedad Eduard: Estados Unidos
Variedad Alphonso: India

Tendencias y Factores que Influyen en las Importaciones

- **Estándares de Calidad:** Los consumidores japoneses priorizan productos de alta calidad, lo que lleva a los importadores a asegurarse de que los mangos importados cumplan con estrictos estándares de calidad en cuanto a frescura, sabor y apariencia.
- **Acuerdos Comerciales:** El acuerdo comercial entre Japón y Perú facilita las importaciones de mangos, el arancel es cero.
- **Logística y Transporte:** Las redes de logística y transporte eficientes son esenciales para garantizar la entrega oportuna y fresca de mangos desde los países exportadores hasta Japón. Las instalaciones de cadena de frío y los métodos de transporte ayudan a mantener la calidad y frescura de los mangos importados durante el tránsito.

Los importadores, exportadores y partes interesadas en la cadena de suministro de mangos deben estar atentos a las dinámicas del mercado y las preferencias del consumidor para capitalizar las oportunidades en este segmento de mercado lucrativo.

Especificaciones del producto:

Las especificaciones de los mangos en Japón pueden variar dependiendo de cada empresa importadora, sobre la base de las características del mango como la variedad, los estándares de calidad y las preferencias del mercado. Sin embargo, aquí hay algunas especificaciones generales que se observan comúnmente para los mangos vendidos en el mercado japonés de Ota Market:

Variedades: Listadas anteriormente.

Tamaño: Los mangos en Japón suelen clasificarse según su tamaño, siendo preferidos los frutos más grandes por su valor percibido. Las clasificaciones comunes de tamaño pueden incluir pequeño, mediano, grande y extragrande.

Color: Los mangos deben tener colores intensos que indiquen su madurez. Dependiendo de la variedad, los mangos maduros pueden presentar tonalidades que van desde el verde hasta el amarillo, naranja o rojo. El color



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

también puede variar según el grado de madurez, los mangos peruanos (variedad Kent) usualmente se venden con una coloración roja intensa.

Textura: Los mangos maduros deben tener una textura firme pero suave, lo que indica que están maduros y listos para comer. La pulpa debe estar libre de manchas, magulladuras o signos de descomposición.

Aroma: Un mango maduro suele desprender un aroma dulce y fragante, que se intensifica a medida que la fruta madura más. Este aroma suele ser un indicador clave de la madurez y el sabor del mango.

Contenido de Azúcar: Los mangos con un mayor contenido de azúcar suelen ser preferidos por los consumidores por su sabor más dulce. Los niveles de Brix, que miden el contenido de azúcar en los mangos, pueden utilizarse como indicador de calidad, los parámetros en Japón están entre 15 y 17.

Embalaje: Los mangos en Japón suelen estar embalados en materiales de protección como redes de espuma o bandejas individuales para evitar magulladuras y daños durante el transporte y la manipulación. El embalaje también puede incluir etiquetas con información como la variedad, el origen, la clasificación y la marca/logo de la empresa.

Es importante tener en cuenta que las especificaciones pueden variar entre diferentes minoristas, importadores y regiones dentro de Japón. Además, las preferencias del consumidor y las tendencias del mercado pueden influir en las especificaciones y los estándares de clasificación para los mangos en el mercado japonés.

Tabla 1. Perfil de las importaciones japonesas de mango por país, 2023.

País	2023		2022		2021		2020		2019	
	KG	Miles US\$	KG	Miles US\$	KG	Miles US\$	KG	Miles US\$	KG	Miles US\$
México	2,850,656	10,190	3,747,055	11,421	4,808,688	11,053	3,502,724	7,935	3,345,581	8,567
Taiwán	718,631	4,990	522,144	4,377	859,474	5,526	687,036	3,889	656,507	4,001
Tailandia	978,465	4,676	909,882	4,641	1,147,503	4,778	1,268,825	4,892	1,975,458	7,350
Vietnam	1,075,888	2,801	843,474	2,082	578,741	1,525	167,880	598	12,396	52
Perú	676,154	2,563	1,342,395	4,232	1,035,623	3,116	696,743	2,119	692,271	2,144
Pakistan	189,005	854	144,636	758	248,328	904	211,044	665	117,154	356
Brasil	57,501	435	26,004	190	63,928	348	120,854	530	205,572	743
India	48,939	260	48,621	296	54,141	258	27,034	127	47,354	140
Australia	20,708	138	13,956	102	11,816	107	16,483	129	13,584	97
Filipinas	11,143	76	5,850	38	58,972	210	5,686	28	255,361	990
EE.UU	7,080	63	7,690	62	18,175	96	16,066	78	5,702	24
TOTAL	6,634,170	27,046	7,611,707	28,198	8,885,389	27,921	6,720,375	20,989	7,326,940	24,465

Tipo de cambio al 04/04/2024: 150

Fuente: Ministerio de Finanzas del Japón

2.6 Estacionalidad de la producción local


Japón produce aproximadamente 3.000 toneladas de mangos al año. Esta fruta tropical se cultiva en varias regiones del país, siendo las zonas más destacadas Miyazaki, Kagoshima y Okinawa.

Okinawa es una prefectura más meridional que lidera la producción de mango, contribuyendo con 1,597 toneladas (alrededor del 48% de la



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

	<p>producción total de mango en Japón). El clima subtropical de Okinawa permite el cultivo de mango en invernaderos sin calefacción, y la temporada alta de envíos es de junio a septiembre, siendo julio particularmente fructífero.</p> <p>La prefectura de Miyazaki conocida por sus mangos de alta calidad, produce 1,126 toneladas al año. Los mangos de Miyazaki se envían de abril a julio, gracias a invernaderos climatizados que prolongan la temporada de crecimiento.</p> <p>Kagoshima contribuye a la producción de mango de Japón con 446 toneladas. Al igual que Miyazaki, Kagoshima también depende de invernaderos climatizados, y los envíos se realizan durante el mismo período.</p> <p>Independientemente de su origen, la mayoría de los mangos nacionales en Japón pertenecen a la variedad Irwin.</p> <p>Hay que tener en cuenta que, si bien Japón produce alrededor de 3,000 toneladas de mangos, el país también importa esta fruta para satisfacer la demanda interna, el 2023 se importaron 6,634 toneladas, lo que supone aproximadamente 2.2 veces la producción nacional; por tanto, los mangos ocupan un lugar especial en las frutas de consumo masivo en Japón.</p> <p>Precios</p> <p>El precio de importación por kilogramo de mangos en Japón ha experimentado un aumento constante en los últimos cinco años. En el 2014, el precio era de \$3.20, y para el 2018 había subido a \$10.75. Sin embargo, en 2019 el precio bajó a 4.25 dólares, antes de volver a subir a 5,33 dólares en el 2021. Los datos más recientes muestran que el precio cayó a 3.93 dólares en 2022 y volvió a subir en el 2023 a \$4.10. Teniendo en cuenta esta tendencia, la proyección del precio de importación por kilogramo de mango en el 2024 estará alrededor de \$4.4.</p> <p>Japón es un importador neto de mangos. El crecimiento anual en términos de valor de los mangos japoneses entre 2015 y 2019 fue del 100% anual, mientras que el crecimiento anual en volumen para el mismo período fue del 48%.</p>
<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> 



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

	<p><u>Principales puertos:</u> Tokio, Yokohama, Nagoya, Osaka y Kobe. <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>En Japón, el mango se comercializa de diversas formas para satisfacer las preferencias del consumidor y maximizar su alcance en el mercado. Aquí hay algunas formas comunes de comercialización del mango en Japón:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Venta en Mercados Mayoristas y Minoristas: <ul style="list-style-type: none"> - Los mangos frescos se venden en mercados mayoristas y minoristas en todo el país. - Los mayoristas suministran mangos a supermercados, tiendas de conveniencia, mercados locales y establecimientos especializados en frutas y verduras. 2. Supermercados y Tiendas de Conveniencia: <ul style="list-style-type: none"> - Los supermercados y las tiendas de conveniencia ofrecen mangos frescos en una variedad de presentaciones, como mangos enteros, cortados en trozos o envasados al vacío. - También se venden productos procesados como jugos, purés y postres de mango en estos establecimientos. 3. Venta Directa del Productor al Consumidor: <ul style="list-style-type: none"> - Algunos productores de mango venden sus productos directamente a los consumidores a través de mercados agrícolas locales, ferias de agricultores y tiendas en los centros de producción. - Esta forma de comercialización permite a los consumidores acceder a mangos frescos de alta calidad y establecer una conexión directa con los productores. 4. Comercialización en Línea: <ul style="list-style-type: none"> - Con el crecimiento del comercio electrónico, los mangos también se comercializan en línea a través de plataformas de comercio electrónico y sitios web de los principales supermercados japoneses como AEON, Izumi, Seiyu, Uny, Daiei e Ito-Yokado. - Los consumidores pueden comprar mangos frescos, productos procesados y regalos de mango en línea y recibirlos directamente en sus hogares. 5. Consumo, venta y promoción en Restaurantes y Cafeterías: <ul style="list-style-type: none"> - Los mangos frescos y productos derivados del mango se utilizan en restaurantes, cafeterías y tiendas de postres para elaborar platos y bebidas creativas. El mango peruano importado se distribuye en una de las cadenas de restaurantes más grandes de comida japonesa “Kisoji”. - La promoción de mangos en establecimientos de alimentos y bebidas ayuda a aumentar la conciencia del producto y estimula la demanda entre los consumidores. 6. Eventos Promocionales y Ferias Comerciales: <ul style="list-style-type: none"> - Los eventos promocionales y las ferias comerciales dedicadas a la agricultura y la alimentación proporcionan una plataforma para que los productores de mango exhiban, vendan y promocionen sus productos.

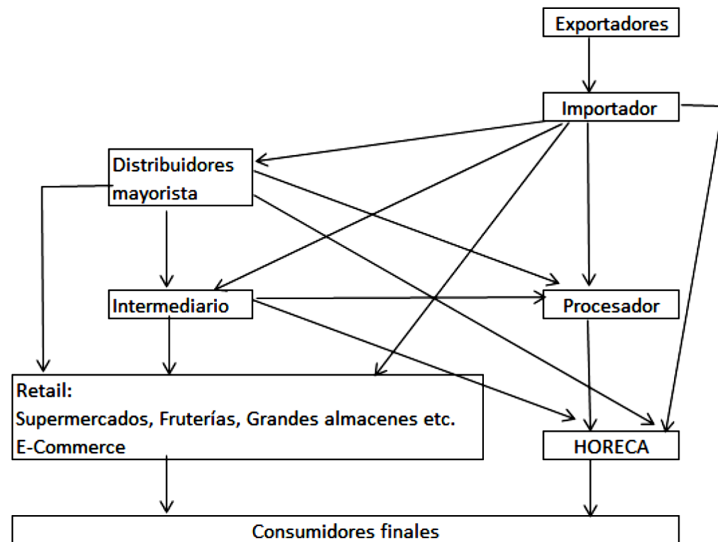


“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

- Estos eventos también ofrecen oportunidades para establecer contactos comerciales, explorar asociaciones y aumentar la visibilidad de los mangos japoneses tanto a nivel nacional como internacional.

Diagrama 2. Distribución de mango importado al Japón



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 fruta de calidad inferior o que simplemente no cumplen con las especificaciones dadas por el importador japonés.
3. Con otras frutas nacionales e importadas disponibles todo el año, los mangos peruanos podrían perder una cuota del mercado en favor de otras variedades de mango si la calidad no cumple con los requisitos pactados.

Factores de éxito para consolidar el mercado japonés:

1. La calidad de la fruta es fundamental: aspecto y sabor (es exigible un suministro constante y fiable).
2. Compromiso con el mercado: establecer relaciones para convertirse en un socio de confianza.
3. Capacidad de ofrecer nuevas variedades al acceder al mercado (asumir costos de promoción comercial del producto).

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

Las exportaciones de mango peruano a Japón (variedad Kent), se han mantenido estables a través de los años. Perú se ha convertido en uno de los principales proveedores de mango y ocupa el quinto lugar en la distribución del mercado de importaciones debido a la alta calidad de su fruta y a las condiciones climáticas favorables para su cultivo.



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

	<p>En términos generales, el mango peruano ha ganado una buena reputación en Japón por su sabor, textura y frescura. Además, Perú ha implementado estrictos estándares de calidad y seguridad alimentaria en su producción y exportación de mango, lo que ha contribuido a aumentar la confianza de los consumidores japoneses.</p> <p>El mango peruano ingresa al mercado japonés por vía aérea y su destino principalmente es el sector HORECA, los mangos que son transportados vía marítima son distribuidos en los principales supermercados de la capital y en las principales regiones al interior de Japón.</p> <p>Perú abastece al mercado japonés con mango desde hace muchos años atrás, gracias a la diversidad de sus regiones productoras y a las condiciones climáticas favorables. Las exportaciones tienden a ser más abundantes durante la temporada de cosecha, que generalmente se extiende desde octubre hasta marzo. En el 2023, 11 empresas exportaron 676.2 toneladas, el 90% de este volumen ingresó durante los meses de noviembre y febrero.</p> <p>A pesar de la demanda sostenida, las exportaciones de mango peruano a Japón enfrentan una dura competencia de otros países productores, como México, Filipinas y Tailandia. Además, los desafíos logísticos y de transporte pueden afectar la calidad y la frescura del mango durante el viaje desde Perú hasta Japón, lo que requiere una atención especial a los procesos de manejo y almacenamiento.</p> <p>Los mangos peruanos que ingresan por vía aérea, en términos de valor, tienen un tratamiento diferenciado, como se mencionó previamente son distribuidos en el sector HORECA, principalmente en cadenas de restaurantes japoneses de alta gama, en donde cada mango -gracias a su gran tamaño, intenso color rojo y su dulzor- es vendido a precios que van desde 1,800 a 2,000 yenes (US\$ 12.4 – US\$13.8).</p> <p>En el último año la producción de mango en Perú ha experimentado una importante disminución durante la campaña agrícola 2023-2024, la cual se ha visto afectada principalmente por el Fenómeno El Niño. Los productores peruanos de mango estimaron que la floración solo alcanzó entre un 10% y 15% de lo usual, lo que resultó en una reducción de hasta el 80% en la producción. Esta situación también afectó directamente a las exportaciones reduciéndolas en un 20%, en las principales zonas productoras del país como son Piura, Lambayeque y Casma en la Región de Áncash.</p>
--	--



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Principales eventos para llevar a cabo la promoción del mango peruano:</p> <p>FOODEX: Es la principal feria de alimentos y bebidas en Japón y Asia, esta feria ofrece oportunidades de expansión comercial y proporciona soluciones para los problemas mundiales relacionados con los alimentos y las bebidas. Se desarrolla en Tokyo Big Sight en el mes de marzo.</p> <p>Supermarket Trade Show and/or Food and Beverage Expo: Ofrece la última información a la industria de la distribución de alimentos centrándose en los supermercados. Da la oportunidad de conocer a los líderes de la industria de la venta al por menor, al por mayor, de comidas preparadas y de servicios de alimentos, y de encontrar nuevas asociaciones, nuevas redes y tendencias para ayudar a su negocio. Se desarrolla en el Tokyo Big Sight en el mes de febrero.</p> <p>FABEX: Es una de las mayores ferias de Japón que abarca toda la gama de alimentos y productos comerciales, equipos y materiales y envases y embalajes, con 78.000 visitantes y 1.000 expositores en el Tokyo Big Sight.</p> <p>Asociaciones relacionadas al sector de mangos en Japón:</p> <table border="1" data-bbox="544 1059 1441 1413"> <tr> <td>Japan Agricultural Co-operative</td> <td>zenchu-ja.or.jp</td> </tr> <tr> <td>Japan Fruit Growers Cooperative Association</td> <td>3-2-1, Tokai, Ota-ku, Tokyo, Japan, TEL: (3)-5492-5423 / (3)-5492-5430</td> </tr> <tr> <td>Japan Fruit Association</td> <td>https://www.japanfruit.jp/</td> </tr> <tr> <td>5 a day Japan Association</td> <td>http://www.5aday.net/en/</td> </tr> <tr> <td>Japan Tropical Fruit Association</td> <td>https://www.jtfa.info/</td> </tr> <tr> <td>Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry</td> <td>info@jaicaf.jp J A I C A F 公益社団法人 国際農林業協働協会 (jaicaf.or.jp) (+81 3-5772-7880)</td> </tr> </table>	Japan Agricultural Co-operative	zenchu-ja.or.jp	Japan Fruit Growers Cooperative Association	3-2-1, Tokai, Ota-ku, Tokyo, Japan, TEL: (3)-5492-5423 / (3)-5492-5430	Japan Fruit Association	https://www.japanfruit.jp/	5 a day Japan Association	http://www.5aday.net/en/	Japan Tropical Fruit Association	https://www.jtfa.info/	Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry	info@jaicaf.jp J A I C A F 公益社団法人 国際農林業協働協会 (jaicaf.or.jp) (+81 3-5772-7880)
Japan Agricultural Co-operative	zenchu-ja.or.jp												
Japan Fruit Growers Cooperative Association	3-2-1, Tokai, Ota-ku, Tokyo, Japan, TEL: (3)-5492-5423 / (3)-5492-5430												
Japan Fruit Association	https://www.japanfruit.jp/												
5 a day Japan Association	http://www.5aday.net/en/												
Japan Tropical Fruit Association	https://www.jtfa.info/												
Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry	info@jaicaf.jp J A I C A F 公益社団法人 国際農林業協働協会 (jaicaf.or.jp) (+81 3-5772-7880)												



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 Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

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
Y's Market	Empaque unitario	USD 14.75 (JPY 2,139)	Miyasaki, Japón	Abril 2024	Variedad Irwin	
RAKUTEN	Bolsa de 2 unidades	USD 29.17 (JPY 4,230)	Perú	Abril 2024	Variedad Kent	
RAKUTEN	1 unidad (330gr-550gr)	USD 11.91 (JPY 1,728)	Filipinas	Abril 2024	Variedad Kent	






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 Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

RAKUTEN	1 unidad (330gr-550gr)	USD 13.55 (JPY 1,966)	México	Abril 2024	Variedad Kent	
RAKUTEN	Bolsa (2kg)	USD 37.79 (JPY 5,480)	Japón Okinawa	Abril 2024	Variedad Irwin	
AMAZON	Bolsa (2 unidades)	USD 34.34 (JPY 4,980)	Japón Miyasaki	Abril 2024	Variedad Irwin	
AMAZON	Bolsa (1kg)	USD 24.68 (JPY 3,580)	Filipinas	Abril 2024	Variedad Kent	