

**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

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

1.1. Nombre de la OCEX	TOKYO	1.2. Fecha	01/11/2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	William Valderrama Bazán	
	Cargo	Especialista en Comercio	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	PALLARES (<i>Phaseolus lunatus</i>) EXCEPTO PARA SIEMBRA							
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	CÓDIGO HS		DESCRIPCIÓN					
	<i>JAPÓN</i>	<i>PERÚ</i>						
	0713 39 226	0713 39 91 00	Legumbre conocida como frijol de lima					
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Nombre comercial en inglés	Nombre científico	Nombre en japonés					
	Lima beans	<i>Phaseolus lunatus</i>	ライマメ					
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	a) Aranceles							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Partida</th> <th>Descripción del producto</th> <th>Arancel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0713.39.91</td> <td>Pallares excepto para siembra</td> <td>Free</td> </tr> </tbody> </table>			Partida	Descripción del producto	Arancel	0713.39.91	Pallares excepto para siembra
Partida	Descripción del producto	Arancel						
0713.39.91	Pallares excepto para siembra	Free						
	b) Requisitos generales:							
	<p>La importación de pallares 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 (para beneficio arancelario) – Listado de contenido, donde se especifique la cantidad exacta de los artículos contenidos en cada una de las cajas, bultos, envases, 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</p>							



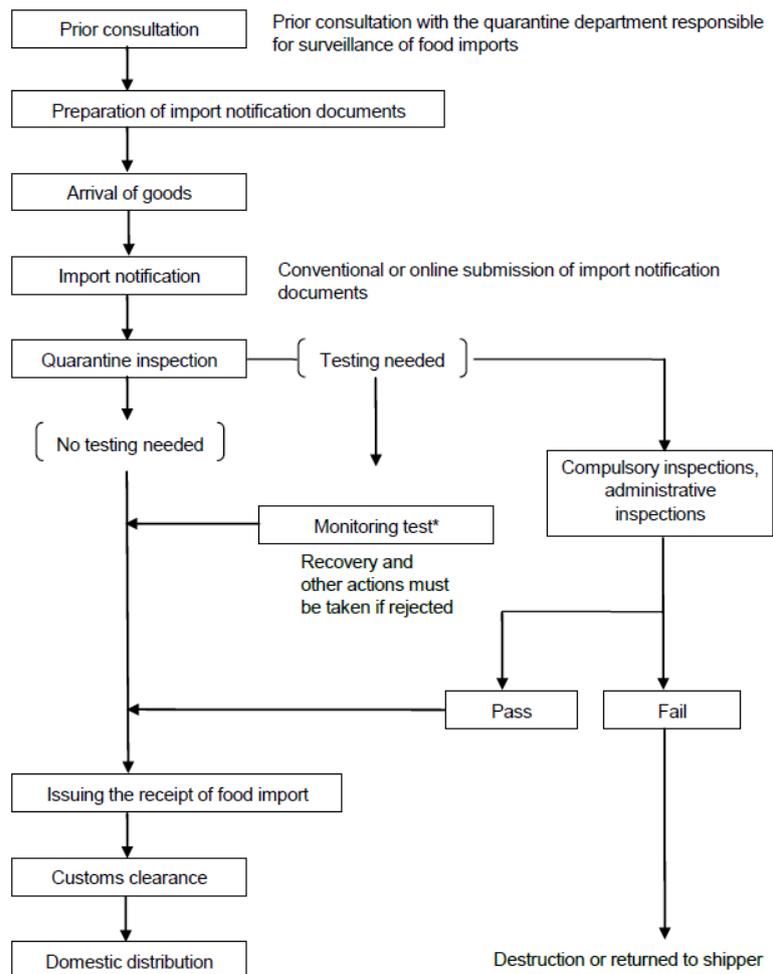
“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

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

y Bienestar, "Normas y criterios para alimentos y aditivos", emitida en virtud de la Ley de Saneamiento de los Alimentos, y de las normas sobre residuos de plaguicidas que se incluyen en ella, los pallares está sujeto a la evaluación de la inocuidad 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 pallares deben ser controlados en el lugar de producción antes de la importación.

Desde 2011, productos agrícolas como los pallares (indistintamente de su presentación) están sujetos a pruebas obligatorias por parte del Ministerio de Salud, una de ellas es la prueba de aflatoxinas. El límite aprobado para el contenido de aflatoxina B1 es de 0,01 ppm.

Figura 1: Diagrama de los procedimientos de importación al Japón



Source: Ministry of Health, Labour and Welfare

* Import food inspection following notification, conducted by MHLW Quarantine Stations according to the annual plan.



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

	<p><u>Ley de Protección Vegetal</u></p> <p>Los pallares y sus derivados pueden importarse con una inspección ordinaria siempre que se cuente con el certificado fitosanitario del país de origen y con resultados satisfactorios de la inspección realizada por la Estación de Protección Fitosanitaria por donde ingresa el producto.</p> <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 https://www.customs.go.jp/english/index.htm</p>
2.5 Tendencias del mercado	<p>En Japón, los pallares no son un alimento de consumo masivo, pero están comenzando a ganar terreno, especialmente entre aquellos que buscan opciones saludables y vegetarianas. Algunas formas en que los consumidores japoneses los integran en su dieta se tienen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Estilo Tradicional Japonés</u>: Aunque los pallares no son un ingrediente típico en la cocina tradicional japonesa, se han ido adaptando en algunos platos como parte de la creciente tendencia hacia alimentos saludables y ricos en proteínas vegetales. Se utilizan en preparaciones simples, a menudo como acompañamiento de arroz blanco, similar a otros tipos de frijoles que se sirven en sopas o nimono (platos hervidos con salsa de soja, mirin, y azúcar). También se pueden incluir en ensaladas frías, combinados con verduras frescas y aderezos a base de sésamo o soja. - <u>Fusión con platos Internacionales</u>: Al igual que en otros países, los pallares en Japón pueden acompañar platos de arroz o estofados. Debido a la influencia internacional, algunos hogares incorporan los pallares en platos más globales, como guisos al estilo occidental o mezclados con arroz para hacer arroz con frijoles al estilo latino, donde los pallares aportan una textura suave y cremosa. - <u>Dulces y postres</u>: Aunque es menos común, los pallares también pueden ser utilizados en postres. Siguiendo el patrón de otros frijoles dulces como el anko (pasta de frijol rojo), los pallares se pueden preparar en pastas dulces o en dulces tradicionales japoneses como wagashi (dulces elaborados con ingredientes naturales). Su sabor suave permite ser endulzado y utilizado en productos de repostería o acompañando a postres de temporada, especialmente en preparaciones caseras.



- Sopas y potajes: Las sopas a base de legumbres son populares entre las personas que buscan alimentos ricos en nutrientes. Los pallares se integran bien en sopas densas, aportando proteínas y una textura cremosa que es apreciada en los meses más fríos. A menudo se preparan en combinación con otras legumbres o verduras como la zanahoria, el puerro, o el daikon (rábano japonés). En general, los pallares se adaptan bien a las preferencias del consumidor japonés por ser alimentos sanos y versátiles, aunque su popularidad es todavía emergente.

En Japón, las legumbres ocupan un lugar importante en la dieta tradicional, siendo la soja la más destacada, otras legumbres consumidas incluyen los frijoles azuki, utilizados en dulces tradicionales como el anko (pasta de frijol dulce), y los guisantes, que se emplean en sopas y platos salteados

1. Demanda

En los últimos años, la demanda de pallares (lima beans) en Japón ha mostrado fluctuaciones. En 2023, las importaciones de pallares a Japón alcanzaron 8,774 toneladas métricas, lo que representa una disminución del 16.23% en comparación con el año anterior (10,479).

La demanda general de legumbres (entre los principales se encuentran los frijoles rojos y blancos), es aún reducida con ligeras variaciones a lo largo del tiempo. En 2021, el consumo per cápita de frijoles en general en Japón fue de 0.72 kg. Este reducido consumo está vinculada al cambio en los hábitos alimenticios en las poblaciones jóvenes, quienes tienen un mayor enfoque en productos más convenientes y preparados listos para consumir.

2. Oferta

La oferta de pallares en Japón depende principalmente de las importaciones, ya que el país no produce cantidades significativas de este producto. Los principales países proveedores son China, Myanmar, USA, Perú y Polonia, con China representando el 57.03% del valor de las importaciones en 2023, Perú ocupa el segundo lugar en exportaciones en términos de volumen, cuarto puesto en términos de valor (ver tabla 1).

El valor total de las importaciones de pallares en el 2023 fue de 13.8 millones de dólares, con un crecimiento interanual del 1.5%. Japón ha experimentado un incremento general en los precios en las importaciones de legumbres en los últimos cinco años, lo que podría reflejar tanto la competencia de otras fuentes de proteínas como los cambios en las preferencias de consumo y problemas asociados a la depreciación del yen.

2. Segmentación del Mercado

El mercado japonés de alimentos se segmenta según varios factores:

- **Grupo etario**: Los adultos jóvenes y de mediana edad están más interesados en dietas saludables y ecológicas, donde las legumbres como los pallares podrían jugar un papel importante.
- **Conciencia de la salud**: Los consumidores interesados en la nutrición y las dietas basadas en plantas son un segmento clave para los productos de



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

	<p>legumbres, ya que buscan alimentos ricos en proteínas y fibra, como los pallares.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida: El mercado japonés favorece cada vez más alimentos de conveniencia. Los pallares aún no han penetrado significativamente en este segmento, ya que se perciben como alimentos que requieren preparación prolongada.
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En Japón, la producción de pallares no es significativa a nivel industrial debido a las limitaciones climáticas y la preferencia por otras legumbres autóctonas. No obstante, existen pequeñas iniciativas de cultivo a nivel local en algunas regiones agrícolas, principalmente para abastecer mercados especializados o de nicho.</p> <p>Estacionalidad de la Producción</p> <p>Japón tiene un clima mayormente templado, lo que limita la producción de cultivos como los pallares, que prefieren climas cálidos y estaciones largas de crecimiento. Por lo tanto, la producción de pallares en Japón se concentra en las siguientes estaciones:</p> <p><u>Primavera-Verano (mayo a agosto):</u> Esta es la temporada ideal para el cultivo de legumbres como los pallares, ya que las temperaturas más cálidas permiten que las plantas prosperen. La siembra suele realizarse a finales de la primavera (mayo-junio), cuando las temperaturas comienzan a subir, y la cosecha tiene lugar hacia finales del verano (agosto). Este periodo es clave, ya que el clima cálido y los días largos son propicios para el desarrollo óptimo de las vainas.</p> <p><u>Otoño (septiembre a octubre):</u> En algunos casos, los agricultores que operan en regiones más cálidas del sur, como Kyushu o Shikoku, pueden extender la temporada hasta principios del otoño, aprovechando los últimos días de calor antes de que lleguen los fríos otoñales. Sin embargo, la mayoría de la producción se concentra en el verano debido a las necesidades climáticas de la planta.</p> <p>Producción limitada en invierno</p> <p>Dado que los pallares requieren temperaturas cálidas para crecer adecuadamente, la producción en invierno es prácticamente inexistente en Japón sin el uso de invernaderos o tecnologías avanzadas de cultivo, lo que encarece considerablemente la producción. Los agricultores locales rara vez cultivan pallares fuera de la temporada de calor debido a la falta de infraestructura adecuada para mantener temperaturas constantes.</p> <p>Importancia de la Importación</p> <p>Dado que la producción interna es limitada y estacional, Japón depende en gran medida de las importaciones de países como China, Myanmar, Estados Unidos Perú y Polonia para satisfacer la demanda de pallares durante todo el año. Las importaciones permiten que los pallares estén disponibles fuera de la temporada de producción local, lo que asegura el abastecimiento constante en supermercados y tiendas especializadas.</p>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Comercial del Perú en Japón

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

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

En resumen, la estacionalidad de los paltres en Japón está limitada al periodo de primavera-verano, con la mayor parte de la oferta proveniente de importaciones para asegurar la disponibilidad durante todo el año.

Tabla 1. Importaciones japonesas de paltres por país, 2023.

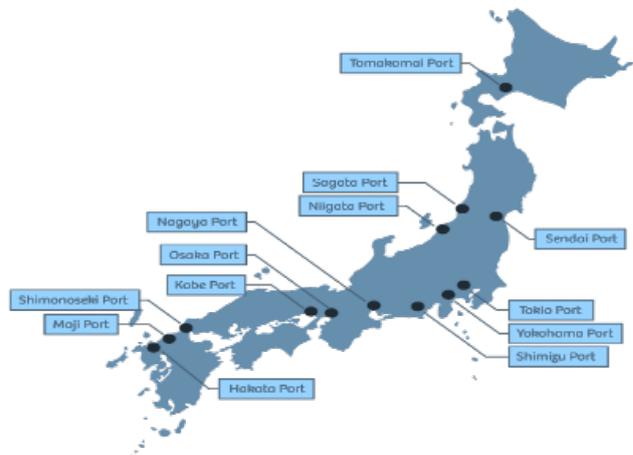
Partida	País	Volumen Tm	Monto yenes	US\$
0713.39-226	MYANMAR	5,004	893,167,000	6,159,772
0713.39-226	CHINA	1,220	467,878,000	3,226,745
0713.39-226	USA	1,193	324,807,000	2,240,048
0713.39-226	PERU	1,335	316,302,000	2,181,393
0713.39-226	POLONIA	22	7,347,000	50,669
Total		8,774.00	2,009,501,000	13,858,627.59

Fuente: Ministerio de Finanzas 2024

Elaboración: Ocex Tokio

2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)

Japón tiene gran cantidad de puntos de acceso de mercancías en su territorio. Los principales puertos son el aeropuerto de Narita (con una participación de 12,5% del valor), le sigue el puerto de Tokio (12,3%), Nagoya (6,5%), Osaka (6,0%) y Chiba (5,9%); cada uno se especializa en determinados productos.



Los principales puntos de ingreso para productos como los paltres en Japón son principalmente los grandes puertos marítimos y aeropuertos, ya que estos productos se importan en su mayoría desde el extranjero. Algunos de los puertos y aeropuertos más importantes utilizados para la importación de productos agrícolas y legumbres incluyen:

- 1. Puerto de Tokio:** Uno de los principales puertos de entrada para productos alimenticios en Japón. Está ubicado en la capital y es un centro clave para la distribución nacional de mercancías.
- 2. Puerto de Yokohama:** Este puerto, situado cerca de Tokio, es otro punto crucial para las importaciones de productos agrícolas debido a su capacidad logística y proximidad a grandes mercados consumidores.
- 3. Puerto de Kobe:** Este puerto en la región de Kansai maneja una gran cantidad de importaciones agrícolas y tiene infraestructuras avanzadas para el manejo y almacenamiento de productos perecederos.
- 4. Puerto de Osaka:** Junto con Kobe, Osaka es otro puerto importante en la región oeste de Japón, que maneja una gran cantidad de productos alimenticios y tiene conexiones directas con redes de distribución internas.
- 5. Aeropuerto Internacional de Narita (Tokio) y Aeropuerto Internacional de Kansai (Osaka):** Si bien la mayor parte de los productos secos como los paltres se transportan por mar, también se utilizan aeropuertos como Narita



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

	y Kansai para la importación de productos más perecederos o de menor volumen, asegurando una distribución rápida.
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>La cadena de distribución y comercialización de productos agrícolas como los pallares en Japón, involucra varios eslabones y actores clave desde su importación hasta su venta al consumidor final. A continuación, se detalla la estructura general de la cadena:</p> <p>1. Importadores y Distribuidores Mayoristas</p> <p>Los productos ingresan al país a través de importadores que gestionan la adquisición, inspección y despacho aduanero de las legumbres. Estos actores son clave en la primera etapa de la cadena, ya que tienen relaciones directas con los proveedores en países exportadores. Los importadores suelen tener contratos de largo plazo con agricultores y exportadores internacionales para asegurar la calidad y el suministro regular.</p> <p>➤ Principales actores: Empresas importadoras y mayoristas agrícolas especializadas en la comercialización de legumbres y productos secos. En este eslabón, los importadores suelen almacenar el producto en instalaciones cercanas a los puertos, listas para su distribución.</p> <p>2. Procesadores y Empacadores</p> <p>Una vez que las legumbres han pasado por aduanas, pueden ser enviadas a procesadores y empacadores que se encargan de la limpieza, selección y envasado del producto para su venta al por mayor o al detalle. Aunque los pallares son productos secos, algunos importadores o distribuidores locales se encargan de empaquetarlos en presentaciones listas para su venta directa al consumidor final o para uso en la industria alimentaria.</p> <p>➤ Principales actores: Empresas de procesamiento de alimentos y compañías empacadoras que aseguran que los productos cumplan con los estándares de calidad exigidos por los consumidores japoneses, incluidos aspectos de presentación y frescura.</p> <p>3. Distribuidores Intermedios</p> <p>Los distribuidores intermedios juegan un papel clave al conectar a los procesadores y empacadores con los minoristas y mayoristas. Estas empresas compran grandes cantidades de productos y los redistribuyen a supermercados, tiendas especializadas, y mercados locales en todo Japón. Los distribuidores suelen manejar la logística y el transporte del producto a nivel nacional, garantizando que llegue a su destino en buen estado.</p> <p>➤ Principales actores: Grandes empresas de distribución alimentaria, que pueden operar a nivel nacional o regional, y que abastecen a las principales cadenas de supermercados y minoristas.</p> <p>4. Minoristas</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>En esta etapa, los productos llegan a los minoristas, quienes venden directamente a los consumidores. Estos pueden incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Supermercados: Las grandes cadenas de supermercados, como Aeon e Ito-Yokado, juegan un papel clave en la venta de productos alimenticios de calidad. Los pallares, por su naturaleza saludable y nutritiva, son ofrecidos en secciones de alimentos orgánicos o saludables. ➤ Tiendas especializadas en productos importados o ecológicos: Dado que los pallares no son un alimento tradicional en Japón, tienden a ser comercializados en tiendas que se especializan en productos internacionales o de nicho como Seijo Ishii, Nisshin, Kinokuniya, National Azabu, Kaldy, Costco. ➤ Plataformas de comercio electrónico: Con el auge de las compras en línea, muchos consumidores adquieren productos agrícolas a través de plataformas digitales como Rakuten, Amazon Japón, Zenmarket, Kyodai, y otras plataformas especializadas en productos alimenticios importados. <p>5. Consumidores Finales</p> <p>El producto llega finalmente al consumidor japonés, quien compra los pallares para su uso en platos caseros o como ingrediente en comidas saludables y dietas vegetarianas. Dado que los pallares son ricos en proteínas y fibra, atraen a consumidores conscientes de su salud y aquellos que buscan alternativas vegetales en sus dietas.</p> <p>Este sistema de distribución está bien organizado y permite que los pallares lleguen a los consumidores japoneses con estándares de calidad internacionales.</p> <p>En Japón, los precios al por menor de los pallares, oscilan entre USD 8.78 y USD 21.23 por kilogramo. Estos precios reflejan la media en áreas como Tokio y Yokohama, y pueden variar según factores de oferta y demanda locales. Esta tendencia de precios sigue siendo relativamente estable en comparación con otros tipos de legumbres en el mercado japonés, donde los precios de los frijoles en general pueden variar ampliamente.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Los importadores y consumidores japoneses fijan altos estándares respecto a la calidad. Esos estándares exigen que los productos alimenticios frescos o procesados sean de alta calidad y debe reunir los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Que el producto esté libre de olores desagradables, sin presencia de moho, o algún tipo de hongo, micotoxinas o microorganismos. – Libre de toda evidencia de adulteración. – Debe encontrarse libre de insectos o de cualquier material no propio del producto. <p>Los criterios más importantes a tener en cuenta en el mercado japonés al momento de iniciar una negociación comercial son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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



“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>exigidas es muy conveniente indicarlo, hay que evitar el envío de productos de calidad inferior o que simplemente no cumplen con las especificaciones dadas por el importador japonés.</p> <p>Factores de éxito para consolidar el mercado japonés:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Como se ha mencionado anteriormente la calidad del producto es fundamental, es altamente exigible un suministro constante y fiable. 4. Compromiso con el mercado, es importante establecer relaciones para convertirse en un socio de confianza. 5. Capacidad de ofrecer nuevas presentaciones al acceder al mercado (asumir costos de promoción comercial del producto). 6. Certificaciones deseables principalmente JAS
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Los pallares peruanos suelen estar disponibles en Japón durante todo el año, ya que no dependen de la producción local japonesa, sino que son importados desde Perú, aprovechando las temporadas de cosecha en los Andes peruanos.</p> <p>La disponibilidad constante en el mercado japonés se debe a que Perú exporta legumbres durante todo el año, sin limitaciones estacionales importantes. Sin embargo, las mayores cantidades de exportaciones tienden a concentrarse entre mayo y agosto, lo que coincide con las cosechas más importantes en las zonas productoras peruanas.</p> <p>Puntos de Venta</p> <p>Los pallares peruanos se encuentran principalmente en tiendas especializadas y supermercados como Aeon y Ito-Yokado, en tiendas de alimentos internacionales como Kaldi Coffee Farm y Seijo Ishii, en plataformas de comercio electrónico como Amazon y Rakuten.</p> <p>Popularidad y Demanda</p> <p>Los pallares peruanos en Japón son apreciados por su alto valor nutritivo, especialmente por consumidores interesados en productos orgánicos y saludables. Su inclusión en la gastronomía japonesa es todavía limitada, pero algunos chefs y restaurantes que promueven la cocina internacional los utilizan en platos de fusión. Los pallares también pueden encontrarse en tiendas especializadas en productos latinoamericanos como Kyodai, dado que hay una pequeña pero creciente comunidad que busca estos productos.</p> <p>La oferta de este producto debe ir acompañado de misiones comerciales específicas, esta actividad tiene una importancia destacada para las empresas y sectores que buscan expandir sus mercados y establecer relaciones comerciales más sólidas y efectivas, permitiendo con ello el acceso directo a importadores y compradores, mejor entendimiento del mercado y oportunidades de expansión, reducción de intermediarios y costos, y lo más importante para las empresas japoneses, el desarrollo de relaciones de largo plazo.</p> <p>Los principales exportadores peruanos de pallares al mercado japonés son:</p>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Comercial del Perú en Japón

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

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

- FOOD EXPORT NORTE SAC
- AFI IMPEX PERU S.A.C.
- AGRO COSECHA PAZ S.A.C.
- GEALE AGROTRADING E.I.R.L.
- ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS S.A.C.
- INTERLOOM S.A.C.
- BLUE MARKET S.A.C
- GLINT S.A.C.
- APLEX TRADING S.A.C.
- S & M FOODS S.A.C.

Tabla 2. Exportaciones peruanas al mercado japonés de pallares 2015-2024 (agosto)

Año	Nº de Empresas	Peso TM	Valor FOB USD
2024	5	746	1,203,387.35
2023	10	1,164	1,980,467.91
2022	6	1,410	2,014,513.07
2021	3	317	388,157.45
2019	1	105	112,630.00
2018	4	259	463,918.09
2017	3	63	108,305.20
2016	3	214	197,381.45
2015	5	362	437,973.91
Total		4,640	6,906,734.43

Fuente: Aduanas agosto 2024

2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto

Principales eventos para llevar a cabo la promoción de pallares:

Participar en ferias con el apoyo de un agente o una empresa distribuidora puede ser una estrategia muy conveniente, ya que permite un mayor conocimiento del mercado local y ayudaría a una mejor adaptación cultural y lingüística.

1. Marzo

FOODEX Japan

- **Ubicación:** Tokyo Big Sight, Tokio
- **Fecha:** Generalmente a principios de marzo
- **Descripción:** Una de las ferias de alimentos más grandes de Asia. Presenta una gran variedad de productos frescos, incluidos vegetales, frutas, y alimentos procesados de más de 90 países. Es ideal para conocer las tendencias y nuevos productos en el sector alimentario.
- (<http://www3.jma.or.jp/foodex/ja> - TEL.03-3434-3453).

2. Abril

FABEX

- **Ubicación:** Tokyo Big Sight, Tokio
- **Fecha:** Generalmente a finales de febrero
- **Descripción:** 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 (<http://www.fabex.jp> – TEL.03-3523-2755)



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

3. Octubre

BIOFACH JAPAN

- **Ubicación:** Makuhari Messe, Chiba
- **Fecha:** Mediados de octubre
- **Descripción:** Feria Internacional de Productos Orgánicos, con frecuencia anual (setiembre) en el Tokyo Big Sight. (www.biofach-japan.com)

Asociaciones relacionadas al sector:

- Japan Organic Agriculture Association: <http://www.joaa.net>.
- Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry: info@jaicaf.or.jp, <http://www.jaicaf.or.jp/reference-room/guide.html> (+81 3-5772-7880).
- Japan Food and Agriculture Cooperative Organization: <https://jfaco.jp/aboutus.html>



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
RAKUTEN	450gr	11.34	USA	Noviembre	Bolsa, seco	
RAKUTEN	900gr	43.17	USA	Noviembre	Bolsa, seco	
RAKUTEN	620gr	47.88	Perú	Noviembre	Bolsa, seco	
AMAZON	1,000gr	8.78	China	Noviembre	Bolsa, seco	



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

AMAZON	1,000gr	21.23	Japón	Noviembre	Bolsa, seco	
KYODAI	1,000gr	8.56	China	Noviembre	Bolsa, seco	
ZENMARKET	1,000gr	8.56	China	Noviembre	Bolsa, seco	