

**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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

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

1.1. Nombre de la OCEX	TOKYO	1.2. Fecha	22/12/2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	William Valderrama Bazán	
	Cargo	Especialista en Comercio	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	MACA (<i>Lepidium meyenii</i>)							
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	CÓDIGO HS							DESCRIPCIÓN
	JAPÓN			PERÚ				
	1106	20	000	1106	20	10	000	MACA
	1211	90	004.5	1106	20	90	000	MACA
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Nombre comercial en			Nombre científico del			Nombre en japonés	
	Maca			<i>Lepidium meyenii</i>			マカ	
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	a) Aranceles							
	Partida	Descripción del producto						Arancel
	1106.20.10.000	Harina, sémola y polvo de maca (<i>Lepidium meyenii</i>)						
	1106.20.90.000	Harina, sémola y polvo de sagu o de las raíces o tubérculos de las partidas 07.14						
	La partida arancelaria con la que ingresa la maca peruana al mercado japonés es 1211.90-004.5 extracto de maca para la industria cosmética, partida que ofrece beneficios arancelarios (cero aranceles).							
	b) Requisitos generales:							
	La importación de maca 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.							
	<u>Ley de Aduanas</u>							
	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.							
	La documentación requerida incluye:							
	<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. 							



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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

- Licencias, certificaciones, etc. requeridas por leyes y reglamentos distintos de la Ley de Aduanas.

Ley de Sanidad Alimentaria

En cumplimiento de la Notificación N° 370 del Ministerio de Sanidad, Trabajo 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 (incluidos los aditivos para piensos y medicamentos para animales) que se incluyen en ella, los cereales están sujetos a la 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 productos como la maca deben ser controlados en el lugar de producción antes de la importación.

Desde 2011, los tubérculos y raíces (indistintamente de su presentación) están sujetos a pruebas obligatorias por orden del Ministerio de Salud, una de ellas está la prueba de aflatoxinas. El límite aprobado para el contenido de aflatoxina B1 es de 0,01 ppm.

Ley de Protección Vegetal

Los tubérculos y raíces procesados y sus derivados pueden importarse con una inspección ordinaria siempre que se cumplan determinadas condiciones como contar con el certificado fitosanitario correspondiente (expedido por SENASA) y contar con resultados satisfactorios de la inspección realizada por la Estación de Protección Fitosanitaria por donde ingresa el producto.

Autoridades competentes

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>

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>

Ley de Aduanas

Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan

TEL: +81-3-3581-4111

<http://www.mof.go.jp>



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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

<p>2.5 Tendencias del mercado</p>	<p>El brote de COVID-19 ha sido una valiosa oportunidad para los fabricantes de superalimentos, ya que hubo una gran demanda de bienes de consumo de amplia rotación (FMCG por sus siglas en inglés), incluidos productos alimenticios funcionales procesados y envasados. A medida que la noción de alimentación saludable y nutritiva se extendió en el mercado durante la pandemia, los productos alimenticios que se alinean con la tendencia actual de bocadillos saludables y productos alimenticios y bebidas que estimulan el sistema inmunológico, como superfrutas, semillas de quinua, semillas de chía, maca y otros, se dispararon, creando así una demanda adicional de superalimentos a nivel industrial.</p> <p>La popularidad de los "súper" ingredientes, a menudo llamados "superalimentos", "superfrutas" o "súper granos" ha aumentado significativamente en el pasado reciente con el lanzamiento de productos nuevos, ya que los consumidores se inclinan más hacia ingredientes naturales y saludables. Estos productos tienen un valor nutricional superior, ya que son fuentes ricas en polifenoles, antioxidantes, vitaminas y minerales. El mercado japonés está impulsado por la preferencia del consumidor hacia productos naturales funcionales y basados en el beneficio para la salud. La popularidad de los "súper" productos es utilizada por los fabricantes de alimentos y bebidas japoneses, lo que desencadena la demanda de estos productos nutricionales.</p> <p>La maca se introdujo por primera vez en Japón el año de 1990 a través del estado peruano, durante la presentación de la “Feria Internacional de Flores” en Osaka, fue la primera exposición hortícola internacional desarrollada en Asia. Posteriormente una empresa japonesa apostada en Perú, en el año 1997 empezó a vender la maca como alimento saludable. En el año 2001 y 2003 la maca se introdujo en programas de televisión dando como resultado una demanda alta, tanto así que Japón durante el 2003 y 2006 fue el segundo mayor importador de maca del mundo. En los últimos años el ranking ha cambiado mucho debido a la producción de maca en China y otros países incluyendo Japón, país en donde la producción es realizada en invernaderos y está siendo vendida como alimento saludable a partir del 2020.</p> <p>La maca peruana es promocionada y vendida en el mercado japonés como un ingrediente alimenticio estimulante y suplemento para la salud. Desde un inicio las ventas han sido dirigidas al público masculino preferentemente, bajo el concepto de ser un producto vigorizante natural que mejora la fertilidad, ayuda a potenciar la libido e incrementa los niveles de energía y el bienestar general. Sin embargo, esto está cambiando con el paso de los años y las ventas están siendo redirigidas al público femenino indicando que es un producto que contribuye durante la etapa de la menopausia, disminuyendo los sentimientos de ansiedad o depresión. La maca en Japón, gracias a la empresa SUNTORY, ha sido promocionada como un producto que tiene beneficios para la función sexual y la fertilidad, mejorando los niveles de energía y ayuda a las personas a sentirse más despiertas y concentradas. Otros beneficios que se le atribuyen a la maca y que son publicitados es, que mejora la respuesta del sistema inmunológico, facilita una mejor digestión, mejora la salud de la piel y brinda un mejor estado de ánimo.</p> <p>La maca se importa al Japón específicamente como ingrediente para la industria de alimentos y de cosmética.</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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Hoy en día en Japón es posible encontrar maca en diferentes presentaciones, preferentemente a través de una amplia variedad de recetas a base de batidos, bebidas energizantes, sopas y galletas.

Aumento de la tendencia de salud y bienestar

Los consumidores japoneses se han vuelto más conscientes con respecto al bienestar personal y tienen como objetivo mejorarlo de manera proactiva a través de una vida saludable en lugar del uso de medicamentos convencionales. Esta mayor conciencia de la salud asociada con la voluntad del consumidor de experimentar nuevos productos, ha llevado al desarrollo de alimentos que incluyan ingredientes funcionales como la maca. Existe una creciente demanda de plantas botánicas o extractos, debido al impacto positivo que influyen sobre la salud. Por lo tanto, productos como la maca ofrecen a los consumidores una cantidad sustancialmente alta de nutrientes con una ingesta mínima de calorías. Desempeña un papel fundamental en la prolongación de la vida útil y minimiza el riesgo de enfermedades crónicas al tiempo que contribuye a una dieta más saludable. Por lo tanto, el creciente número de lanzamientos de nuevos productos a base de maca, es una de las tendencias clave en la industria de los alimentos funcionales, un claro ejemplo es la venta de maca como un producto que contiene altas concentraciones de glucosinolato de bencilo (mejora el sistema inmunitario), prolina, lisina y arginina (aminoácidos necesarios para mantener un cuerpo activo).

Presencia en el mercado local

Existen tres tipos de maca que se comercializan en Japón, maca negra, roja y amarilla, los principales proveedores son Perú, China y Bolivia en una muy pequeña proporción, y productores locales que están incrementando su producción año a año.

La venta mayormente es como suplemento con presentaciones en polvo y tabletas. La maca peruana es la más demandada por su seguridad alimentaria (sin pesticidas) y alta calidad, la maca china regularmente se vende sin la designación de origen y es utilizada como insumo en suplementos cuyo costo es regularmente bajo en comparación con otros países, los consumidores japoneses reconocen que la calidad de la maca china no es buena. La maca que se produce y expende en Japón también es reconocida por su calidad y seguridad, pero la diferencia del precio con la maca peruana es alta, el precio de un suplemento de maca japonesa oscila entre los 6,000 y 7,000 yenes (\$44 y \$52), en comparación con los suplementos a base de maca peruana cuyos precios oscilan alrededor de los 1,000 yenes (\$7.45).

Los grandes almacenes de Kyushuya Co., Ltd, desde el 9 de abril de 2021, iniciaron en la región de Kanto la venta de maca fresca; esta es la primera vez en Japón que se vende la maca como producto fresco, el eslogan de promoción comercial es “Súper maca de la más alta calidad, cosechada con las técnicas y materiales de los agricultores japoneses”. La maca cruda es utilizada como alimento y tiene un sabor similar al wasabi”. Lo utilizan como condimento para bistec, carne asada, sushi, tempuras/empanizados, etc.



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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

	<p>Las principales tiendas de venta de maca fresca son Matsuzakaya en Ueno; Grandes almacenes Odakyu en Shinjuku; Fujisawa en Tokio, Futakotamagawa, Hiyoshi y Aobadai en Tama Plaza; Lumine en Tachikawa; PARCO en Chofu y Atre en Kichijoji.</p> <p>Algo que es novedoso y que vale la pena mencionar, es que desde el 2021, algunas empresas japonesas como JAPAN MACA 100, están innovando en la venta de la maca producida localmente, han lanzado un producto denominado "Poción de Limón Maca" (マカレモンポーション), el cual es usado en los izakayas (bares populares) mezclado con sake, bourbon o whiskey ya sea como sour o highball que es la bebida alcohólica más popular en Japón, consumida tanto por hombres como mujeres. Otro producto novedoso es la presentación en cápsulas de maca degradada enzimáticamente, acondicionada en un pequeño empaque para poder ser llevado en el bolsillo y consumirlo en cualquier momento del día.</p>
2.6 Estacionalidad de la producción local	<p>En Japón desde el año de 1990, año en que se importaron los primeros bulbos para siembra, se viene produciendo maca en pequeñas cantidades en las prefecturas de Fukuoka, Oia, Kagoshima y la región de Kyushu. Las principales empresas que se dedican a la producción, transformación y venta de maca fresca y en polvo/harina son Big Country Japan Co. Ltd. y Maca Japan Corp.</p> <p>La empresa Big Country Japan, en promedio, en los últimos 10 años ha producido 25 toneladas de maca por año y desde el 2021 inició la producción y comercialización de maca fresca.</p> <p>La producción en Japón enfrenta actualmente una serie de dificultades, principalmente debido al clima, ya que en los últimos años el clima no ha sido favorable para el producto, adicionalmente, la rotación de los cultivos de maca es 3 a 5 años, lo que dificulta mantener un volumen constante.</p> <p>La promoción comercial de maca japonesa, se hace sobre la supuesta ventaja que representa la maca producida en Japón con respecto a la peruana, sustentan sus promociones y publicaciones en estudios científicos realizados por la compañía Big Country Japan en laboratorios debidamente acreditados por las autoridades japonesas.</p> <p>Los productos de Big Country Japan, utilizan la denominación “MACA JAPONESA” por un tema de regulación en Japón que los obliga a indicar el origen del producto y la presentación más demandada es maca en polvo; sus canales de venta son: página oficial de BCJ, Rakuten, Amazon y dos tiendas físicas en el centro de Tokio.</p> <p>El perfil del consumidor japonés de los productos de Big Country Japan, mayormente son mujeres que representan entre el 60% a 70% de sus ventas y la población se concentra entre los 40 y 70 años de edad.</p> <p>I. Demanda</p> <p>Principales importadores de maca y granos andinos en Japón:</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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Nombre de la empresa	Observaciones	Teléfono	Correo electrónico
Cargill	Empresa especializada en alimentos	03-5224-5847	Akinori_Matsuzaki@cargill.com
Gifu Beishoku	Empresa especializada en alimentos	058-252-1801	a.goto@riceisland.co.jp
Ishiguro Trading	Empresa especializada en alimentos	0587-21-3179	birdseed@quartz.ocn.ne.jp
Hands Trading	Empresa especializada en alimentos	06-6562-9500	info@hands-web.co.jp
Yoshidago	Empresa especializada en alimentos	03-3553-5004	-

II. Precios

En el siguiente enlace es posible comparar los precios de las diversas presentaciones de maca y el listado de las principales empresas japonesas que ofertan la maca peruana: <https://www.genryoubank.com/material/179>. El precio más elevado en los canales minoristas en formato tienda corresponde a la maca local, seguido por la maca peruana, china y boliviana.

En Japón, la maca se expende típicamente en polvo/harina envasada en bolsas plásticas cuyo precio en promedio es: polvo 3,500 ~ 5,000 yen/kg (US\$ 26 ~37) y extracto 1,5000 ~ 2,5000 yen/kg (US\$ 11 ~ 18.5)

Las tiendas que venden vía Internet llegan al consumidor final con menos intermediarios, estas pueden ofrecer maca a precios minoristas más bajos en comparación con otros canales con puntos de venta en el mercado local.

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

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>El sistema de distribución en Japón se caracteriza por el uso de múltiples canales como importadores, mayoristas, distribuidores, minoristas, tiendas especializadas, entre otros. El sistema actual es conocido como el de las “sogo-shosha” (traders).</p> <p>En la actualidad las cadenas de distribución están teniendo un nuevo contexto en la cadena de comercialización:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nuevas políticas en las importaciones permiten eliminar intermediarios. – Presión por disminución de precios al consumidor final.
---	---



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

- Nuevos canales de comercialización: Ventas online (B2B, B2C).

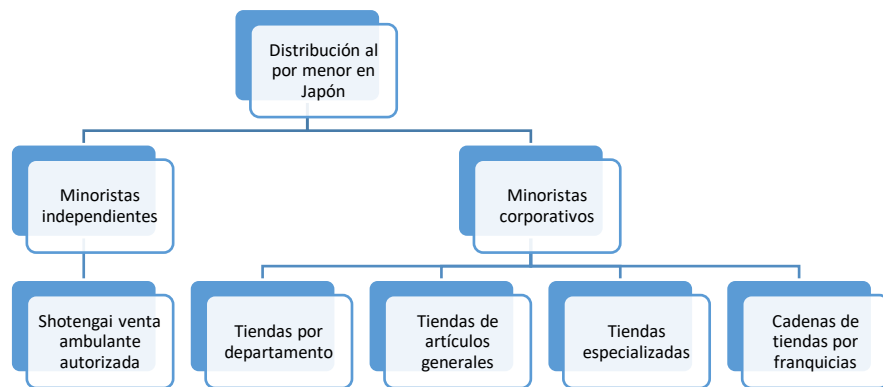
Los principales canales de comercialización son malls y supermercados como AEON, Izumi, Seiyu, Uny, Daiei, e Ito-Yokado.

Las tiendas de Conveniencia o “Conbini” hoy en día se han convertido en un canal de ventas extremadamente importante en Japón. Concentra el 90% de la cuota de mercado, está ubicado en un espacio limitado (100 m²) – con 3000 productos a la venta, cuentan con un alto volumen de ingresos y son extremadamente eficientes.

Los principales Convenience Stores de venta de derivados, mezclas o bebidas que contienen maca son:

- Seven-Eleven Japan (10826 puntos de venta en Japón).
- Family Mart.

Figura 1.- Cadena de distribución de productos terminados a base de maca en tiendas minoristas (2022)



Fuente: JETRO

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

Los importadores y consumidores japoneses fijan altos estándares respecto a la calidad. Esos estándares exigen que los productos de maca sean de alta calidad y debe reunir los siguientes requisitos:

- Que el producto (polvo/harina) esté libre de olores desagradables, sin presencia de moho, o algún tipo de hongo, microtoxinas o microorganismos.
- Libre de toda evidencia de adulteración.
- Debe encontrarse libre de insectos o de cualquier material no propio del producto.

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



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

	<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. 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 (Bio, Fair Trade, Rainforest Alliance, Organic, JAS) <p>Canales de distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Importadores. – Grandes comercializadoras o shoshas por su nombre en japonés. – Distribuidores en los puntos de venta. – Supermercados como AEON, Marusho, Ito Yokado, Daiei, SEIYU, Maruetsu, Hanamasa y Ozeki. – Tiendas especializadas de venta de productos funcionales y orgánicos. – Venta por televisión, catálogos y por teléfono. – Venta On-line. 																								
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La maca peruana que actualmente se vende en el mercado japonés tiene una imagen fuerte para los hombres, pero en los últimos años los importadores están promocionando la maca en el sector femenino, especificando que este super alimento contiene muchos ingredientes que también son buenos para las mujeres, como la base de colágeno "prolina", el aminoácido madre "lisina" y "GABA" que relaja la mente y el cuerpo. Las japonesas compran el producto esperando que tenga un efecto favorable sobre piel y el equilibrio hormonal, y que sea eficaz para apoyar la belleza y la salud de las mujeres. Las ventas de maca son durante todo el año.</p> <p>Perú viene ocupando el primer lugar como exportador de maca, seguido de China y Bolivia, las exportaciones peruanas en los últimos 5 años ascienden 553 toneladas aproximadamente.</p> <p>Tabla 1. Evolución de las exportaciones peruanas de maca con destino al mercado japonés 2017-2022 (octubre).</p> <table border="1" data-bbox="683 1682 1246 1957"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Peso Neto Kg.</th> <th>Valor FOB USD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2022</td> <td>75,767.20</td> <td>1,001,666.92</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>53,093.30</td> <td>794,014.42</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>125,712.21</td> <td>1,386,866.09</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>108,316.68</td> <td>1,168,027.58</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>77,193.41</td> <td>734,603.81</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>112,872.89</td> <td>1,072,933.10</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>552,955.68</td> <td>6,158,111.92</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: INFOTRATE, octubre 2022</p>	Año	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD	2022	75,767.20	1,001,666.92	2021	53,093.30	794,014.42	2020	125,712.21	1,386,866.09	2019	108,316.68	1,168,027.58	2018	77,193.41	734,603.81	2017	112,872.89	1,072,933.10	Total	552,955.68	6,158,111.92
Año	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD																							
2022	75,767.20	1,001,666.92																							
2021	53,093.30	794,014.42																							
2020	125,712.21	1,386,866.09																							
2019	108,316.68	1,168,027.58																							
2018	77,193.41	734,603.81																							
2017	112,872.89	1,072,933.10																							
Total	552,955.68	6,158,111.92																							

**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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	Productos alimenticios en general	FOODEX http://www3.jma.or.jp/foodex/ja TEL.03-3434-3453
		Café & Wellness Week http:// https://cafewellness.jp/ TEL.03-5363-1701
		Supermarket Trade Show http://www.smts.jp TEL.03-5209-1056
	Festival de postres, dulces y bebidas	Dessert, cake, beverage http://www.dainichiad.co.jp/html/fabex/deza_top.htm TEL.03-5294-0071
	Sustitución de comida casera (comida para llevar)	FABEX http://www.fabex.jp TEL.03-3523-2755
	Arroz en polvo, comidas preparadas, mezclas	Rice Powder Industry Expo http://www.fabex.jp/sweets/image/banner_messw_12.pdf TEL.03-3523-2755
	Asociaciones relacionadas al sector de maca y granos andinos:	
	Flour Millers Association	http://www.seifunky.jp TEL.03-3667-1011
	Japan Millet Association info@zakkoku.jp	http://www.zakkoku.jp TEL.03-3500-5461
	Japan Speciality Agriculture Products Association info@jsapa.or.jp	http://www.jsapa.or.jp TEL.03-3584-6845
	Japan Grain Inspection Association (KOKKEN) Diversos productos agrícolas	+81-3-3668-0911 infohed@kokken.or.jp http://www.kokken.or.jp/english.html
	Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry	+81 3-5772-7880 info@jaicaf.or.jp http://www.jaicaf.or.jp/reference-room/guide.html
	Japan Millet Association	
	JETRO JAPAN	http://www.jetro.go.jp

**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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta PV	Tipo de PV	Unidad (gr)	Nombre de la marca	Importador	Origen	Precio sin impuestos JPY (USD)	Fecha	Fotos
Yaso Cha	Tienda online especializada de productos (alimentos y cosméticos) orgánicos. Valora la vida orgánica y la sostenibilidad. Mayormente en las zonas urbanas.	100	Maca en polvo sin aditivos	-	Perú	1728 (\$12.84)	Diciembre	
		200	Maca en polvo sin aditivos	-	Perú	3240 (\$24.08)	Diciembre	
Maca Shop Japan	Venta en línea especializada en maca	30 cápsulas	Maca comprimidos	Japón	Japón	6170 (\$45.87)	Diciembre	







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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

RAKUTEN	Supermercado de lujo. Venden varios productos importados. Concepto: alimentos del mundo a precios de las esquinas de las calles mundiales	450	Organic maca	Sunfood Super Foods	Perú	8980 (\$66.70)	Diciembre	
AMAZON	Plataforma de ventas online.	90 cápsulas	ULBO Maca Charge	Japón	Japón	1406 (\$ 10.45)	Diciembre	
MACA JAPAN 100	Plataforma de ventas online, exclusiva para maca	60 cápsulas	MACA	Japón	Japón	5940 (\$44.16)	Diciembre	
KIODAY	Supermarket y venta online	180	FRAMIDIA, maca roja y negra	G&C	Perú	1078 (\$8.0)	Diciembre	




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 Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

MACA JAPAN 100	Plataforma de ventas online, exclusiva para maca	2 unidades de 100gr c/u	MACA fresca	Japón	Japón	1296 (\$ 9.63)	Diciembre	
-------------------	--	-------------------------	-------------	-------	-------	----------------	-----------	---