

**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 | TOKYO                        | 1.2. Fecha                                           | 20/06/2025 |
| 1.3. Elaborado por:    | Nombres y apellidos<br>Cargo | William Valderrama Bazán<br>Especialista en Comercio |            |

**II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO**

|                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|----|-------------------|--------------------------------------------------------|-------------------|--|
| 2.1 Producto                                                                                                    | CAFE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |
| 2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)                                                                   | CÓDIGO HS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        | DESCRIPCIÓN       |  |
|                                                                                                                 | JAPÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |                                                                                                                                     |      | PERÚ |    |                   |                                                        |                   |  |
|                                                                                                                 | 0901                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 11 | 000                                                                                                                                 | 0901 | 11   | 90 | 00                | CAFÉ SIN TOSTAR Y SIN DESCAFEINAR EXCEPTO PARA SIEMBRA |                   |  |
|                                                                                                                 | 0901                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 11 | 000                                                                                                                                 | 0901 | 11   | 20 | 00                | CAFÉ SIN TOSTAR DESCAFEINADO                           |                   |  |
|                                                                                                                 | 0901                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 21 | 000                                                                                                                                 | 0901 | 11   | 22 | 00                | CAFÉ TOSTADO NO DESCAFEINADO                           |                   |  |
|                                                                                                                 | 0901                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 22 | 000                                                                                                                                 | 0901 | 11   | 21 | 00                | CAFÉ TOSTADO DESCAFEINADO                              |                   |  |
| 2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino                                                       | Nombre comercial en inglés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |    |                                                                                                                                     |      |      |    | Nombre científico |                                                        | Nombre en japonés |  |
|                                                                                                                 | Coffee beans                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |                                                                                                                                     |      |      |    | Coffea arabica    |                                                        | コーヒー              |  |
| 2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros) | a) Aranceles                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |
|                                                                                                                 | Partida                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    | Descripción del producto                                                                                                            |      |      |    |                   |                                                        | Arancel           |  |
|                                                                                                                 | 0901                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    | Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción |      |      |    |                   |                                                        | Free              |  |
| 2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros) | b) Requisitos generales:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |
|                                                                                                                 | La importación de café 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |
|                                                                                                                 | Ley de Aduanas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |
|                                                                                                                 | 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"><li>Factura</li><li>Conocimiento de embarque o Guía Aérea</li><li>Certificado de origen (para beneficio arancelario)</li><li>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.</li></ul> |    |                                                                                                                                     |      |      |    |                   |                                                        |                   |  |



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

- 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 que se incluyen en ella, el café 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, el café debe ser controlado en el lugar de producción antes de la exportación.

Desde 2011, productos agrícolas como el café (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.

El café y sus subproductos que se comercialicen como orgánicos, requieren de una certificación JAS, Sólo los productos que cumplen con esta norma están autorizados a incluir en su etiquetado la frase "orgánico" y mostrar la Marca Orgánica JAS.

#### **Ley de Protección Vegetal**

El café 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.

Cumplir con las regulaciones generales sobre inocuidad alimentaria de alimentos importados, se recomienda revisar el siguiente enlace:  
[https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou\\_iryuu/shokuhin/nyu\\_kanshi/index\\_00017.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/nyu_kanshi/index_00017.html)

#### **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



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>TEL: +81-3-5253-1111<br/><a href="http://www.mhlw.go.jp">http://www.mhlw.go.jp</a></p> <p><b>Ley de Aduanas</b><br/>Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan<br/>TEL: +81-3-3581-4111<br/><a href="https://www.customs.go.jp/english/index.htm">https://www.customs.go.jp/english/index.htm</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2.5 Tendencias del mercado |  | <p>El mercado del café en Japón ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, influenciado por factores económicos, culturales y sociales. En 2024, el mercado alcanzó un valor de USD 3.400 millones, con proyecciones que estiman un crecimiento a una tasa compuesta anual del 2,1% hasta 2034, alcanzando los USD 4.100 millones.</p> <p>Japón se posiciona como uno de los principales importadores de café a nivel mundial. En 2024, ocupó el quinto lugar (Organización Internacional del Café), con importaciones valoradas en aproximadamente USD 1.700 millones, siendo Brasil, Vietnam, Guatemala y Colombia sus principales proveedores. Esta dependencia del mercado internacional hace que Japón sea susceptible a las fluctuaciones de precios y a las condiciones climáticas en los países productores.</p> <p>En 2024, los precios internacionales del café experimentaron una volatilidad significativa, con un aumento del 40% en comparación con el año anterior, impulsado por una oferta limitada y eventos climáticos extremos. Específicamente, el precio del café en Japón mostró una tendencia ascendente, alcanzando los US\$ 5.44 por kilogramo en noviembre de 2024, lo que representa un aumento del 4,84% respecto al mes anterior. Japón importa entre el 70%-75% de café arábica (Brasil, Colombia, Etiopía, Perú) y el 25%-30% de café robusta (Vietnam, Indonesia, Uganda, India)</p> <p>El consumo de café en Japón ha evolucionado, con una creciente preferencia por cafés de especialidad y métodos de preparación artesanales. La cultura del café ha arraigado profundamente en la sociedad japonesa, con consumidores dispuestos a pagar precios elevados por cafés de alta calidad. Por ejemplo, en algunas cafeterías de Tokio, los precios por 100 gramos de café pueden oscilar entre US\$ 9.90 y US\$ 14.48, dependiendo de la exclusividad y el origen del grano.</p> <p>Además, el mercado japonés ha visto un aumento en la demanda de cafés listos para beber (RTD), con una tasa de crecimiento anual compuesta del 3,5% proyectada para los próximos cinco años. Este segmento ha ganado popularidad debido a la conveniencia que ofrece a los consumidores, especialmente en un entorno urbano y de ritmo acelerado.</p> <p>A diferencia de otros mercados, los japoneses valoran la estética, la sutileza de los sabores y las experiencias sensoriales refinadas, lo que favorece métodos como el <i>cold brew</i> y el café filtrado frío, que ofrecen perfiles suaves y menos ácidos. El clima cálido y húmedo, junto con un estilo de vida urbano acelerado, fomenta el consumo de bebidas frías listas para llevar, ampliamente disponibles en millones de máquinas expendedoras que ofrecen café enlatado</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

frío, una innovación originada en Japón desde los años 70.

Desde una perspectiva económica, el costo del café importado en Japón ha mostrado variaciones significativas a lo largo de 2024 y principios de 2025. El Import Price Index (IPI), que refleja los precios de bienes como el café, fue de 163.9 puntos en diciembre de 2024, descendiendo a 166.1 en enero, 162.6 en febrero, 160.3 en marzo y 155.5 en abril de 2025 (Trading Economics 2025). Esta tendencia a la baja —una disminución de casi 6 puntos entre diciembre y abril— indica una presión sobre los costos de importación debido a movimientos en los precios globales y la valoración del yen.

En paralelo, el precio CIF del café verde (importe por tonelada) aumentó desde aproximadamente USD 5,313 en diciembre de 2024 a USD 5,458 en enero y USD 5,844 en febrero de 2025, registrando un incremento sostenido de cerca del 10 % en tres meses. Este contraste —mayores precios por tonelada, pero menores en el índice general de importación— sugiere que el efecto de la apreciación del yen y reducciones en otros insumos o transporte compensaron en parte el alza en el costo base del café verde.

En resumen, el mercado del café en Japón está en una fase de transformación, impulsada por cambios en las preferencias de los consumidores, innovaciones en productos y desafíos económicos globales. La combinación de una cultura cafetera en expansión y una economía interconectada presenta tanto oportunidades como desafíos para los actores del mercado en los próximos años.

### SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL CAFÉ EN JAPÓN

El mercado japonés del café se segmenta principalmente por tipo de producto, canal de distribución, perfil del consumidor, ubicación geográfica y nivel de valor añadido. En cuanto al producto, el café instantáneo sigue liderando en volumen por su bajo costo y conveniencia, especialmente entre adultos mayores. Marcas como AGF Maxim, UCC, Key Coffee, Nestle Gold Blend dominan el mercado. Sin embargo, el café en cápsulas (Nestle, UCC y K-Cup dominan este sector) y el molido/en grano están ganando terreno entre consumidores jóvenes y urbanos, más exigentes en calidad. El café listo para beber (RTD), en formatos enlatados o embotellados, ha tenido un auge notable, adaptándose a estilos de vida acelerados.

Respecto a los canales de distribución, los supermercados y tiendas de conveniencia dominan la venta minorista, pero las plataformas digitales han crecido tras la pandemia, impulsadas por la demanda de personalización y entrega directa. Las cafeterías especializadas también han ampliado su presencia, convirtiéndose en centros de consumo aspiracional y gourmet.

El perfil del consumidor varía por edad y estilo de vida. Los jóvenes profesionales optan por formatos prácticos como cápsulas y RTD; los consumidores mayores prefieren el café instantáneo tradicional. Un segmento emergente, motivado por salud y sostenibilidad, impulsa la demanda de cafés funcionales y éticos (orgánicos, comercio justo).

**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

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                     | <p>Geográficamente, las grandes ciudades como Tokio, Osaka y Fukuoka concentran consumidores con alto poder adquisitivo y afinidad por el café premium. En contraste, las regiones rurales consumen más café instantáneo y enlatado caliente, por su practicidad y bajo precio.</p> <p>Finalmente, la segmentación por valor añadido revela un mercado dividido: por un lado, productos económicos y masivos; por otro, cafés de especialidad, funcionales o locales, con precios premium y enfoque en calidad, origen y sostenibilidad. Esta evolución ha elevado el umbral competitivo y obliga a las marcas a segmentar con precisión para captar nichos en un mercado cada vez más maduro y exigente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2.6 Estacionalidad de la producción local                                           | <p>Según los informes del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón (MAFF) y la Asociación Japonesa del Café (AJCA), Japón no figura como país productor de café a escala comercial. Los datos oficiales disponibles no registran producción significativa de café en el país, y Japón no aparece en las listas de países productores de café de la Organización Internacional del Café (ICO) ni del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA).</p> <p>No obstante, existen iniciativas limitadas de cultivo de café en regiones específicas de Japón, como Okinawa y Kagoshima. Estas áreas, debido a su clima subtropical, han experimentado con el cultivo de café en pequeña escala. El café que se producen en Japón, predominantemente es Arábica (<i>Coffea arabica</i>), altamente valorado por su perfil suave y aromático y en menor cantidad Typica y Caturra, debido a que se adaptada bien al terroir japonés. Sin embargo, la producción resultante es mínima y se destina principalmente al consumo local o a nichos de mercado especializados. Estas actividades no se reflejan en las estadísticas oficiales debido a su escasa magnitud.</p> <p>En consecuencia, Japón depende casi en su totalidad de las importaciones para satisfacer su demanda interna de café.</p> |
| 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.</p> <p><u>Principales aeropuertos:</u> Kansai (KIX), Narita (NRT), Haneda (HND), Chubu (NGO) y Fukuoka (FUK). (Fuente: MAFF). Estos aeropuertos son esenciales para la importación de productos perecederos y de alto valor, debido a su capacidad para manejar carga aérea de manera eficiente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del                 | <p>La cadena de distribución y comercialización del café en Japón se estructura en varios niveles interdependientes que abarcan desde la importación de materia prima hasta la entrega al consumidor final. Dado que Japón no produce café a escala comercial, el primer eslabón de la cadena comienza con las</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

producto en el  
mercado (identificar  
los principales  
actores en cada  
eslabón de la cadena)

importaciones. El sistema logístico japonés es altamente estratificado y se apoya en infraestructura portuaria y aeroportuaria avanzada, lo que permite una distribución fluida hacia centros urbanos y zonas de consumo.

### **1. Importadores y Traders Internacionales**

El primer eslabón está conformado por empresas importadoras que negocian con exportadores y traders en países productores. Estos actores se encargan de la compra del grano verde (sin tostar), su transporte internacional y su ingreso a Japón a través de puertos como Yokohama, Tokio, Kobe o Nagoya.

#### Principales actores:

- Itochu Corporation
- Mitsubishi Corporation
- Marubeni Corporation
- Wataru & Co., Ltd.
- Key Coffee Inc. (como trader e importador)

Estas empresas tienen acuerdos directos con cooperativas, fincas o traders internacionales, y son responsables del cumplimiento de normas fitosanitarias, certificaciones de origen y contratos internacionales.

### **2. Tostadores y Procesadores**

Tras la importación, el café verde es trasladado a plantas de procesamiento. En este eslabón, el grano es tostado, molido y envasado según el formato deseado (molido, soluble, en cápsulas, etc.). Japón ha desarrollado una industria tostadora altamente especializada, que valora la consistencia, la innovación y el control de calidad.

#### Principales actores:

- Ueshima Coffee Company (UCC) – el mayor tostador de Japón, con presencia desde 1933.
- AGF (Ajinomoto General Foods) – especializado en café instantáneo y bebidas listas para beber.
- Key Coffee – uno de los pioneros en café premium y tiendas de especialidad.
- Nestlé Japón – dominante en el segmento de cápsulas (Nescafé Dolce Gusto) y café instantáneo.

Este nivel también incluye a tostadores artesanales y microtostadores (roasters), en crecimiento en Tokio, Kioto y Osaka, que sirven a un nicho gourmet de consumidores interesados en trazabilidad y cafés de origen único.

### **3. Mayoristas y Distribuidores**

Una vez procesado, el producto es transferido a mayoristas que lo distribuyen en grandes volúmenes a supermercados, tiendas de conveniencia, cafeterías y tiendas especializadas. Muchos distribuidores forman parte de conglomerados logísticos y retail, lo que permite una integración vertical del canal de comercialización.

#### Actores clave:



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

- Mitsui & Co. Retail Logistics
- Nippon Access Inc.
- Japan Food Corporation

Los mayoristas también se encargan de abastecer a plataformas de comercio electrónico, adaptándose a la creciente demanda de café por canales online.

#### **4. Minoristas**

Este eslabón es altamente diversificado y competitivo. Incluye grandes cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas especializadas en café, cafeterías independientes, y plataformas de e-commerce.

##### Supermercados y cadenas:

- Aeon, Ito-Yokado, Seiyu
- Venden principalmente café molido, instantáneo y RTD.
- Tiendas de conveniencia (konbini):
- 7-Eleven, FamilyMart, Lawson

Son clave en la distribución de café listo para beber y café servido desde máquinas automáticas instaladas en tienda.

##### Cafeterías y coffee chains:

- Starbucks Japan – líder del segmento premium.
- Tully's Coffee Japan, Doutor, Blue Bottle Coffee

Ofrecen cafés de especialidad, promociones por temporada y formatos "third wave coffee".

##### Online retail:

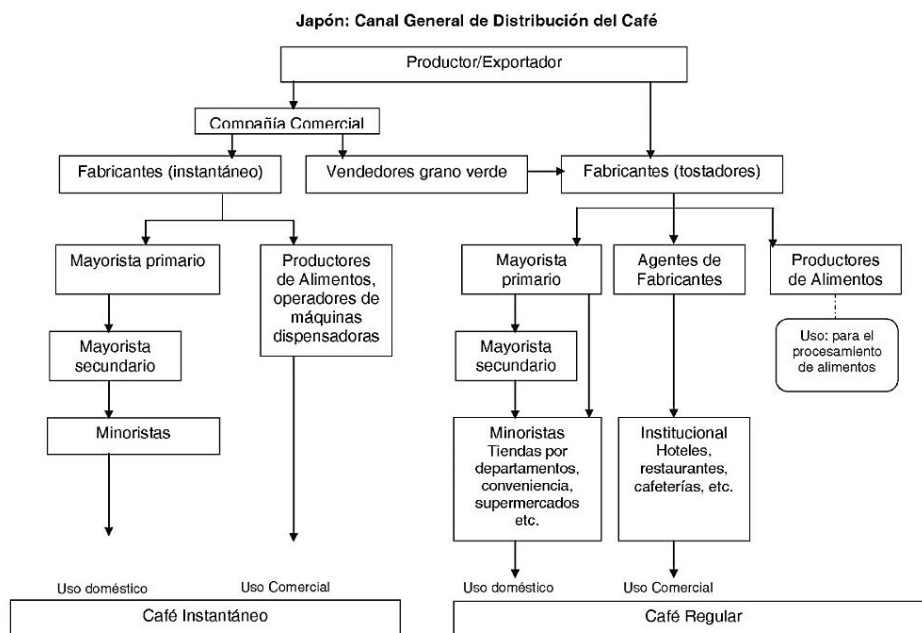
- Rakuten, Amazon Japón, Yahoo! Shopping
- Facilitan la venta directa desde microtostadores y marcas extranjeras.

#### **5. Consumidor Final**

El consumidor japonés es exigente, informado y con una fuerte cultura de calidad y ritual. Existe una clara segmentación entre quienes buscan conveniencia (café instantáneo, enlatado, cápsulas) y quienes valoran la experiencia sensorial (cafés de origen único, tostado reciente, métodos de extracción como V60, origami, sifón o prensa francesa).

El consumo per cápita ronda los 1,63 kg al año, y está influenciado por factores como edad, estilo de vida, lugar de residencia y nivel educativo. En las grandes ciudades, el consumidor joven profesional es clave para la demanda de café premium, mientras que el público mayor mantiene el volumen del café tradicional instantáneo.

**Figura 1.- Diagrama general de la distribución del café importado al Japón**



Fuente: MAFF

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

En el contexto japonés, los criterios utilizados por los actores clave de los canales de distribución y comercialización del café para seleccionar a sus proveedores están fuertemente influenciados por factores de calidad, consistencia, cumplimiento normativo, valor agregado y sostenibilidad.

### 1. Calidad del producto (sensorial y física)

Este es, sin lugar a dudas, el criterio más determinante. Japón tiene una cultura del café que privilegia la calidad en la taza, especialmente en el segmento de cafés especiales. Los importadores y tostadores suelen realizar catas (cuppings) estrictas para evaluar atributos como aroma, sabor, acidez, cuerpo y posgusto. Además, se valora la uniformidad del grano, la ausencia de defectos, y el nivel de humedad óptimo.

Importadores como UCC, Key Coffee y Wataru & Co. exigen puntajes altos en pruebas sensoriales (por encima de 84 puntos en cafés especiales).

### 2. Consistencia del suministro

Los compradores japoneses valoran enormemente la capacidad del proveedor para entregar volúmenes constantes, en los tiempos acordados, y sin variaciones entre lotes. La precisión logística, la planificación y el cumplimiento de contratos son esenciales, especialmente para mantener inventarios estables en cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia. En este sentido, los contratos a largo plazo y relaciones estables con cooperativas o exportadores son preferidos frente a ofertas de coyuntura.

### 3. Trazabilidad y certificaciones

Los actores japoneses requieren una trazabilidad clara desde el origen del grano, incluyendo finca, lote, altura, método de secado y fecha de cosecha. Esto se vuelve aún más relevante en segmentos premium o funcionales.



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>Certificaciones como Rainforest Alliance, Fair Trade, JAS (Japanese Agricultural Standard), USDA Organic y otras son muy valoradas por el consumidor japonés y requeridas por importadores y distribuidores para ciertos nichos.</p> <p><b>4. Precio y competitividad económica</b><br/>Aunque no siempre es el primer criterio, el precio sigue siendo decisivo, sobre todo para el segmento de café convencional. Sin embargo, el comprador japonés no busca el precio más bajo, sino la mejor relación calidad-precio. Es común que se priorice un café ligeramente más caro si garantiza consistencia, logística ordenada y respaldo documental.<br/>En el café de especialidad, se está dispuesto a pagar primas significativas por microlotes con perfil sensorial sobresaliente.</p> <p><b>5. Capacidad logística y documentación comercial</b><br/>Los actores japoneses exigen una logística eficiente y una documentación impecable: certificados de origen, análisis microbiológicos, fumigación, fitosanitarios, packing lists, facturas electrónicas, etc. Cualquier error administrativo puede impedir el ingreso al mercado o provocar retrasos costosos. Además, proveedores con experiencia en exportar a Japón tienen ventaja, pues ya conocen los requisitos de MAFF, aduanas y normas JAS.</p> <p><b>6. Reputación, historial y referencias</b><br/>La confianza es central en el modelo comercial japonés. Se valoran proveedores con trayectoria, relaciones duraderas con otros importadores y buena reputación internacional. Las referencias de otros compradores japoneses, visitas a origen y ferias como SCAJ (Specialty Coffee Association of Japan) contribuyen a fortalecer estas percepciones.</p> <p><b>7. Alineación ética y ambiental</b><br/>Cada vez más, los actores japoneses (especialmente en el canal HORECA y café de especialidad) valoran que los proveedores respeten estándares de sostenibilidad ambiental, equidad laboral y producción limpia. La transparencia sobre uso de agua, condiciones de trabajo y huella de carbono puede inclinar la balanza a favor de un proveedor comprometido.<br/>Empresas como Nestlé Japan y Starbucks han hecho públicas sus metas de compra responsable, lo que impacta a toda la cadena.</p> |
| 2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta) | <p>El café peruano ha ganado una presencia creciente en el mercado japonés, destacándose por su calidad y características diferenciadas. En 2024, las exportaciones superaron los USD 1.100 millones, y Japón figura entre los principales destinos asiáticos, con especial interés por cafés orgánicos y de especialidad.</p> <p>La mayor demanda de café en Japón se concentra entre los meses de octubre y febrero, cuando las bajas temperaturas incrementan el consumo de bebidas calientes. Este periodo representa una ventana estratégica para el posicionamiento del café peruano, tanto en el canal minorista tradicional como en las presentaciones listas para beber (RTD). Un ejemplo destacado fue el lanzamiento, en 2022, de una edición especial enlatada de café peruano por parte de la empresa Suntory, que logró vender más de seis millones de unidades en tan solo tres meses, distribuidas a nivel nacional a través de tiendas de</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

|                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                 | <p>conveniencia y máquinas expendedoras. Asimismo, la cadena japonesa Doutor en el 2024 y 2025 obtuvo un notable éxito comercial con la introducción de un café Geisha peruano en formato de un litro, alcanzando ventas superiores a las 180.000 cajas, lo que confirma el creciente interés del mercado japonés por cafés de origen peruano con valor diferenciado.</p> <p>En cuanto a los puntos de venta, el café peruano está presente en cadenas como Starbucks Tulys, Doutor, Capital, así como en ferias como la SCAJ, donde participan productores peruanos. También ha ganado espacio en tiendas especializadas y plataformas en línea, gracias a su perfil sensorial y su imagen cultural diferenciado. Elementos visuales como la alpaca o las líneas de Nazca han sido incorporados en los empaques como parte de una estrategia de marketing sensorial y cultural.</p> <p>La feria SCAJ (Specialty Coffee Association of Japan), celebrada anualmente en Tokyo Big Sight, es la más importante del café de especialidad en Asia. Reúne a expositores y compradores de más de 30 países y funciona como una plataforma estratégica para posicionar cafés de alta calidad en el mercado japonés. Perú ha participado activamente en ediciones recientes con gran éxito comercial: en 2022 presentó cafés de regiones como Cajamarca, Cusco y Amazonas; en 2023, la delegación peruana incluyó a más de 600 productores representados; y en 2024, la presencia peruana se fortaleció con actividades paralelas enfocadas en sostenibilidad y el rol de las mujeres productoras. Estas acciones han elevado el reconocimiento y la demanda del café peruano en Japón.</p> <p>En resumen, Perú ha logrado posicionarse en Japón como un origen de café de alta calidad. Las alianzas con marcas locales, la participación continua en ferias internacionales y el uso estratégico de elementos culturales han sido claves en este avance. Las oportunidades futuras están en la expansión del comercio electrónico, el desarrollo de nuevos formatos como cápsulas, y una narrativa más sólida sobre sostenibilidad, trazabilidad y comercio justo.</p> |
| 2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto | <p><b>Principales eventos para llevar a cabo la promoción de café:</b></p> <p><b>BIOFACH JAPAN</b>, Feria Internacional de Productos Orgánicos, con frecuencia anual (setiembre) en el Tokyo Big Sight.<br/>Web Site: <a href="http://www.biofach-japan.com">www.biofach-japan.com</a></p> <p><b>FABEX</b>: 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 (<a href="http://www.fabex.jp">http://www.fabex.jp</a> – TEL.03-3523-2755)</p> <p><b>FOODEX</b>: 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 (<a href="http://www3.jma.or.jp/foodex/ja">http://www3.jma.or.jp/foodex/ja</a> - TEL.03-3434-3453).</p> <p><b>“SCAJ World Specialty Coffee Conference And Exhibition”</b> SCAJ es un evento que se celebra anualmente en el mes de setiembre, congrega la</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

participación de países y regiones productoras de café a nivel mundial  
<https://scaj.org/>

“Tokyo Coffee Festival” es un evento bianual que se celebra en el mes de octubre (último evento 2025), esta feria presenta granos de café de diferentes países. Este importante evento tiene como objetivo crear una cultura que promueva el café de alta calidad <https://tokyocoffeefestival.co/>.

**Asociaciones relacionadas al sector:**

- All Japan Coffee Association: <http://coffee.ajca.or.jp/english>
- Specialty Coffee Association of Japan: <https://scajconference.jp/en/>
- Japan Coffee Instant Association: [https://instant-coffee.ajca.or.jp/\\_preview/about/](https://instant-coffee.ajca.or.jp/_preview/about/)
- All Japan Coffee Roasters Association: <https://ajcra.org/>
- Asociación de la Industria del Café Regular para el Hogar de Japón: <http://regular-coffee.org/>
- Federación de Asociaciones de la Cámara de Comercio de Café del Japón.
- Japan Organic Agriculture Association: <http://www.joaa.net>.
- Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry: [info@jaicaf.or.jp](mailto: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>

**Cafés especiales en Tokio**

<https://www.thewaytocoffee.com/japan>

<https://arigatojapan.co.jp/tokyo-coffee-culture/>

**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

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

| Punto de venta | Unidad<br>(Caja, Kg.,<br>otro) | Precio<br>(US\$ por unidad) | Origen del<br>producto                                       | Fecha de toma<br>de información | Características o forma de<br>presentación       | Foto                                                                                  |
|----------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| AMAZON         | 5,000gr                        | 100.28                      | Colombia,<br>Guatemala,<br>Indonesia,<br>Tanzania,<br>Brazil | Junio                           | Bolsas de 1 kg, variedad<br>arábica, grano verde |    |
| AMAZON         |                                | 24.82                       | Etiopia                                                      | Junio                           | Bolsas de 1 kg, variedad<br>arábica, grano verde |    |
| AMAZON         | 1,000gr                        |                             | Perú                                                         | Junio                           | Bolsas de 1 kg, variedad<br>arábica, grano verde |   |
| AMAZON         | 907gr                          | 19.14                       | Colombia                                                     | Junio                           | Bolsas de 1 kg, variedad<br>arábica, grano verde |  |

**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**

|                               |         |        |            |       |                                               |                                                                                       |
|-------------------------------|---------|--------|------------|-------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| RAKUTEN                       | 2,000gr | 48.79  | Indonesia  | Junio | Bolsas de 2 kg, variedad arábica, grano verde |    |
| RAKUTEN                       | 453gr   | 35.84  | Costa Rica | Junio | Bolsa de 1 libra                              |    |
| YAHOO JAPAN<br>Store shopping | 1,000gr | 22.69  | México     | Junio | Bolsas de 2 kg, variedad arábica, grano verde |    |
| YAHOO JAPAN<br>Store shopping | 679gr   | 269.50 | Panamá     | Junio | Bolsa de 24 onzas, grano verde, café Geisha   |   |
| AMAZON                        | 100gr   | 31.9   | Panamá     | Junio | Bolsa de 24 onzas, grano verde, café Geisha   |  |



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

|          |       |       |         |       |                                                     |                                                                                     |
|----------|-------|-------|---------|-------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| TULLY'S  | 200gr | 26.95 | Japón   | Junio | 2 bolsas, café producido en Japón, edición limitada |  |
| STARBUKS | 104gr | 6.82  | Etiopía | Junio | Bolsa, café arábico, blend tostado medio.           |  |
| DOUTOR   | 200gr | 11.91 | Etiopía | Junio | Bolsa, café arábico, blend tostado medio.           |  |