
Cítricos en Japón/Inteligencia de mercados**Tendencias de consumo**

Por: Legiscomex.com

Abril 9 del 2014

El consumidor japonés se identifica por ser un comprador exigente, en donde la alta calidad es una característica indispensable para la adquisición del producto. Entre los requerimientos más relevantes para ellos se encuentran la forma, el peso, el color, el tamaño de las mercancías y la rectitud en el etiquetado.

Según un balance general de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés), el consumo de frutas de los japoneses es mayor que la de otros países asiáticos como China y Rusia. No obstante, es mucho menor que el de EE UU y Europa. Esta diferencia radica en que el consumo en Japón no es cotidiano, sino de preferencia personal, por este motivo este mercado tiene la posibilidad de crecimiento que depende de la forma como se comercialicen los bienes.

Entre las oportunidades que hay en el mercado nipón se destacan las frutas frescas como las tropicales, de clima templado y los cítricos, según la FAO. En los años anteriores, el consumo de estos últimos se estabilizó y se consolidó en el mercado, especialmente el de los limones, pomelos, mandarinas y naranjas.

En cuanto al sabor la preferencia de los japoneses es de cítricos dulces, por lo que los supermercados se encargan de mostrar el contenido de azúcar y se le indica al público, para que éste conozca cada uno de los productos.

Material
de consulta
LEGIScomex.com